

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมโลกปัจจุบัน การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้ การประกอบอาชีพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีทัศน์ของชุมชนโลก และตระหนักถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมุมมองของสังคมโลก อันนำมาซึ่งมิตรไมตรีและความร่วมมือกับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารหรือยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดน มนุษย์ย่อมมีความต้องการติดต่อซึ่งกันและกัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถถึงเหล่านี้นสามารถพัฒนาขึ้นได้โดยการศึกษาเล่าเรียนและการฝึกอบรมเป็นหลัก ประเทศจีนเป็นประเทศที่กำลังเจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันขณะเดียวกันก็เป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานเป็นแหล่งอารยธรรมอันยิ่งใหญ่ของโลก จีนมีจำนวนประชากรที่มากที่สุดในโลกและชาวจีนได้เดินทางไปตั้งรกรากในแทบทุกประเทศ ส่งผลให้ผู้ใช้ภาษาจีนอาศัยอยู่ทุกหนแห่ง ไม่ว่าจะเป็นมุมไหนของโลกก็ตามบทบาทของประเทศจีนบนเวทีโลกกำลังชัดเจนมากขึ้น ด้วยขนาดของเศรษฐกิจที่กำลังขยายตัวและพร้อมจะฉ่ำน้ำสหรัฐอเมริกาขึ้นมาเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจภายในอีก 4-5 ปีข้างหน้าตามคำทำนายของ IMF ขณะเดียวกันความร่วมมือระหว่างไทยจีนรวมไปถึงอาเซียนกับจีนก็แน่นแฟ้นขึ้น โดยผ่านข้อตกลงการค้าเสรี ซึ่งเริ่มใช้ไปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ซึ่งหมายถึงการค้าและการลงทุนระหว่างไทยจีนจะเพิ่มสูงขึ้นอีกจากอดีตซึ่งสูงอยู่แล้ว ส่งผลให้ความต้องการในตลาดแรงงานต่อผู้ที่มีความสามารถทางภาษาจีนสูงขึ้นตาม ด้วยเหตุผลเหล่านี้ ความสำคัญของภาษาจีนจึงมีมากขึ้น โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่มีความสนใจในด้านการค้าขาย ธุรกิจ เทคโนโลยี การแพทย์ รวมทั้งวัฒนธรรมจีน นอกจากนี้ภาษาจีนยังสามารถเพิ่มโอกาสทางการทำงานให้ทุกคน ทว่ายังมีผู้คนอีกมากที่ยังคงต้องตระหนักถึงบทบาทของภาษาจีนที่กำลังมีอิทธิพลสูงขึ้น จนมีผู้กล่าวว่าภาษาจีนกลางอาจพัฒนาလာเป็นภาษาสากล

แผนภาษาอังกฤษในอนาคต สำหรับการศึกษารายวิชาต่างประเทศปัจจุบันในประเทศไทยนั้น จะเห็นได้ว่าภาษาจีนกลาง ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อันเนื่องมาจากการที่ภาษาจีนกลาง ได้เข้ามามีบทบาทต่อตลาดแรงงานของไทยในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การติดต่อทำธุรกิจค้าขาย หรือการร่วมทุนกับนักธุรกิจชาวจีน ทั้งจากแผ่นดินใหญ่ ไต้หวันฮ่องกง หรือ สิงคโปร์ที่มีอัตราส่วนทางการทำธุรกิจเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้มีความต้องการบุคลากร ที่มีความรู้ในการใช้ภาษาจีนกลางเพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

การเรียนภาษาต่างประเทศสามารถเลือกเรียนได้หลายทาง เช่น การเรียนกับโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศเอกชน องค์กรสาธารณะกุศลหรือแม้แต่สื่อต่างๆ ประกอบกับปัจจุบัน มีการเปิดโอกาสทางการศึกษา จึงทำให้มีบุคคลทั่วไป นักเรียนนักศึกษา และผู้ประกอบการอาชีพส่วนตัวตัดสินใจที่จะศึกษาด้านภาษามากยิ่งขึ้น จึงมีโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ตามไปด้วย ดังนั้นการประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาจีนให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงาน ซึ่งโรงเรียนสอนภาษาจีน แต่ละแห่งใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ในรูปแบบที่ต่างกันไป ตั้งแต่เรื่องผลิตภัณฑ์หรือหลักสูตรที่เปิดสอนหลากหลายและตรงกับความต้องการของลูกค้า การจัดระยะเวลาการเรียนและความพร้อมหรือความเชี่ยวชาญของผู้สอน ส่วนกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องมีการกำหนดอัตราค่าเรียนที่เหมาะสมไม่ถูกหรือแพงเกินไป เพราะราคามีความยืดหยุ่นสูงมากต่อการตัดสินใจเรียน โดยจะต้องพิจารณาเปรียบเทียบกับคู่แข่งกันเป็นสำคัญ กลยุทธ์ในด้านสถานที่จะต้องเลือกทำเลที่ตั้งในย่านชุมชนที่บริเวณใกล้เคียงมีสถานศึกษา หน่วยงานราชการ สำนักงานต่างๆ มีการจราจร ที่สะดวกสบายส่วนในด้านของที่จอดรถต้องมีอย่างเพียงพอ กลยุทธ์ทางด้านลักษณะทางกายภาพเป็นจุดขายอีกประการหนึ่งของโรงเรียนสอนภาษา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละโรงเรียน อาจจะมีการจัดบรรยากาศการเรียนการสอนและสถานที่ให้เอื้อต่อการเรียนของผู้เรียนเป็นสำคัญจัดสิ่งแวดล้อมความสะดวกให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้แล้วยังต้องมีการใช้กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างทัศนคติพฤติกรรมและกระตุ้นการตัดสินใจใช้บริการ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ ร่วมกับการส่งเสริมการขายเช่น เพื่อนแนะนำเพื่อน หรือลดราคา ค่าเรียนต่อหลักสูตร หรือชั่วโมงเรียนเป็นกลุ่ม เป็นต้น ส่วนกลยุทธ์ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และกลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการจะต้องฝึกอบรมพนักงานให้เป็นผู้บริการแบบมืออาชีพ มีการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย มีการวางระบบการดำเนินงานที่ถูกต้อง รวดเร็ว และแม่นยำ ฉะนั้น การเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้เรียน เพราะหากเลือกโรงเรียนสอนภาษาจีนที่ดี และมีมาตรฐานจะทำให้ผู้เรียนมีความมั่นใจ สามารถนำทักษะความรู้ที่ได้รับในการเรียนมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการศึกษา

พฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงมีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนภาษา เพื่อนำไปพัฒนาองค์กรด้านการศึกษาให้ตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการศึกษาด้านภาษาต่างประเทศ

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาจีนในการนำข้อมูลที่ได้รับไปวางแผนทางการตลาด ปรับปรุงแก้ไข และวางแผนการบริหารจัดการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาจีนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ผู้ศึกษานำข้อมูลมาใช้ประกอบในการพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนภาษาจีนใช้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและปรับปรุงพัฒนาโรงเรียนสอนภาษาจีนให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้ให้บริการได้ดียิ่งขึ้น
3. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาจีน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นผู้ใช้บริการใน โรงเรียนสอนภาษาจีนที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการและมีที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 โรงเรียน มีจำนวนทั้งสิ้น 190 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้จากกลุ่มประชากรทั้งสิ้น 190 คน นำมาเทียบกับตัวอย่างกับตารางของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan อ้างถึงใน รุ่งรัตน์ ไกรกลาง และกัมปนาท ถ่ายสูงเนิน, 2555 : 20 - 21) ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 127 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นค่าร้อยละ 65 ของกลุ่มประชากร อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันความผิดพลาดอันอาจจะเกิดขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 132 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 โรงเรียน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงใหม่เขต1, 2557) โรงเรียนละ 33 ตัวอย่าง ดังมีรายชื่อดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

โรงเรียน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. โรงเรียนภาษาจีนศึกษาเชียงใหม่ (มา-เอ็ด)	33
2. โรงเรียนพจนาศึกษาสอนภาษาต่างประเทศ	33
3. โรงเรียนพระคุณภาษาจีนกลางเชียงใหม่	33
4. โรงเรียนเชียงใหม่สอนภาษา	33
รวม	132

ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ สำหรับข้อมูลปฐมภูมิผู้ศึกษาศึกษาโดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และ

ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้ศึกษาได้มาจากการศึกษาจากแหล่งข้อมูลสนับสนุนจากการ ศึกษาค้นคว้าเพื่อให้ได้ ข้อมูล ที่สมบูรณ์มากขึ้น

ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้เรียน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ทั้ง 7 ด้าน

คุณลักษณะของผู้เรียนมีดังนี้

เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ชาย
2. หญิง

อายุ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี
2. 16 - 20 ปี
3. 21 - 25 ปี
4. 26 - 30 ปี
5. 31 ปีขึ้นไป

การศึกษา แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ

1. ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าประถมศึกษา
2. มัธยมศึกษาตอนต้น
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
4. อนุปริญญา/ปวส.
5. ปริญญาตรี
6. ปริญญาโทหรือสูงกว่า

อาชีพ แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ

1. นักเรียน/นักศึกษา
2. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน
4. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
5. รับจ้างทั่วไป
6. อื่นๆ

รายได้ แบ่งเป็น 7 กลุ่ม คือ

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท
2. 5,001-10,000 บาท
3. 10,001-15,000 บาท
4. 15,001-20,000 บาท
5. 20,001 – 25,000 บาท
6. 25,000 – 30,000 บาท
7. 30,001 บาทขึ้นไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 7 ด้านประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านสถานที่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านกระบวนการ
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้นำมาประมวลเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

จากภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

ภูมิหลังผู้รับบริการ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน ของ ผู้ใช้บริการ ส่งผลให้มีการเลือกและตัดสินใจเข้าใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ดังนี้

ข้อ 1. H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามเพศชาย และเพศหญิง

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกันจำแนกตามเพศชาย และเพศหญิง

ข้อ 2. H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามช่วงอายุ

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกันจำแนกตามช่วงอายุ

ข้อ 3. H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามการศึกษา

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกันจำแนกตามการศึกษา

ข้อ 4. H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามอาชีพ

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกันจำแนกตามอาชีพ

ข้อ 5. H_0 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามช่วงรายได้

H_1 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาจีน มีความแตกต่างกันจำแนกตามช่วงรายได้

ข้อจำกัดการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนภาษาจีนศึกษาเชียงใหม่ (มา-เอ็ด) โรงเรียนพจนศึกษาสอนภาษาต่างประเทศ โรงเรียนพระคุณภาษาจีนกลางเชียงใหม่ โรงเรียนเชียงใหม่สอนภาษา

นิยามศัพท์เฉพาะ

โรงเรียนสอนภาษาจีน หมายถึง สถานที่ให้บริการสอนภาษาจีนตามหลักสูตรต่างๆ ซึ่งดำเนินการโดยเอกชน องค์กรหรือสมาคม โดยคิดค่าบริการการสอนเป็นรายชั่วโมง หรือต่อหลักสูตรการเรียน

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิติกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิติกริยาต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคแสดงออกในการศึกษานี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพล หมายถึง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค อันประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ
2. ปัจจัยภายนอก ได้แก่ หลักสูตรการสอน ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และปัจจัยอื่น ๆ

ผู้รับบริการ หมายถึง บุคคลที่เข้ามาเรียนภาษาต่างประเทศในโรงเรียนสอนภาษาจีนที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศ หมายถึง สถานที่ให้บริการสอนภาษาต่างประเทศ ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ที่จดทะเบียนเป็นโรงเรียน

เอกชนนอกระบบ ที่จัดตั้งขึ้นตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งดำเนินการ โดยเอกชน องค์กร หรือสมาคม โดยคิดค่าสอนเป็นรายชั่วโมง หรือต่อหลักสูตรการเรียน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อ ผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง หลักสูตรที่ใช้ในการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอน ความสามารถของครูผู้สอน รวมถึงภาพพจน์ของโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศ

ราคา (Price) หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการเรียนทั้งหมดในโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศ

สถานที่ (Place) หมายถึง ท่าเลที่ตั้งโรงเรียน และความสะดวกในการเดินทางมาเรียน

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ การให้ส่วนลดค่าลงทะเบียน

บุคลากร (People) หมายถึง การให้บริการจากโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศโดยผ่านพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมเพื่อนำเสนอการบริการที่ได้มาตรฐาน

กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง การบริหารจัดการการดำเนินงานของโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศที่ได้มาตรฐาน

ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง สภาพแวดล้อมรอบๆ โรงเรียนตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศ เช่น การจัดบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนการสอน การวางแผนผังที่ดี