บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเรื่องภาพลักษณ์ของสถาบันเป็นสิ่งสำคัญในโลกยุคการแข่งขัน เพราะภาพลักษณ์ ถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบประการหนึ่งในการบริหาร ช่วยเอื้อให้องค์กรธุรกิจดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเกี่ยวพันกับกลุ่มประชาชนจำนวนมาก และยิ่งไปกว่านั้นในทางการบริหารธุรกิจยังอาจตีค่าภาพลักษณ์ของบริษัทเปรียบเสมือนสินทรัพย์ (Asset) อันมีค่าซึ่งยากจะประเมินออกมาเป็นตัวเลขทางบัญชีได้[1]

สถาบันกวดวิชาเป็นองค์กรหนึ่งที่จำเป็นต้องมีการแข่งขัน เพราะธุรกิจโรงเรียนกวดวิชามีเงินหมุนเวียนไม่ต่ำกว่า 3,200 พันล้านบาท[2] และมีผู้เกี่ยวข้องคาดการณ์ว่าตัวเลขในธุรกิจนี้สูงถึง 14,000 ล้านบาทต่อเดือน[3] และประมาณการผลกำไรจากดอกเบี้ยที่เกิดจากการจองที่เรียนของเด็กในโรงเรียนกวดวิชาที่มีชื่อเสียงล่วงหน้าเป็นปีนั้นคาดว่าสูงถึงหลักล้าน[4] และจากสถิติผู้เรียนกวดวิชามากขึ้นโดยลำดับ โดยปีการศึกษา 2542 มีโรงเรียนกวดวิชาจำนวน 572 แห่ง และมีนักเรียนเรียนกวดวิชาจำนวน 147,093 คน[5] สำหรับปีการศึกษาล่าสุดพบว่ามีโรงเรียนกวดวิชาประมาณ 600 แห่งทั่วประเทศ และมีนักเรียนเรียนกวดวิชาประมาณ 300,000 คน[6] จากจำนวน

---

[1]รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, “กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ,” “<http://www.utcc.ac.th/amsar/about/document13.html>, ตุลาคม 2549.

[2]ไพฑูรย์ สินลารัตน์, “การกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย,” (กรุงเทพมหานคร: รายงานการวิจัย สำนักนายกรัฐมนตรี, 2545), น. 28.(อัดสำเนา)

[3]“เชื่อปฏิรูปครบสูตรธุรกิจกวดวิชาจะฝ่อไปเอง,” มติชน (30 พฤศจิกายน 2543):10.

[4]“เปิดเทอมผู้ปกครองหน้ามือแบกภาระค่าเล่าเรียนอ่วม,” สยามธุรกิจ (17 พฤษภาคม 2548):17-18.

[5]ไพฑูรย์ สินลารัตน์, “การกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย,” น. 22.

[6]นาตยา บุบผามาศรม, “ติว...ติว...ติว.. แฉ! อานุภาพแห่งธุรกิจการศึกษาพันล้าน,” ผู้จัดการรายวัน (20 มีนาคม 2550):33-34.

โรงเรียนกวดวิชาและนักเรียนที่เรียนกวดวิชาเพิ่มมากขึ้นทั้งสามารถบ่งชี้ได้ถึงความต้องการเรียนกวดวิชาของนักเรียนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถแสดงถึงสภาวะการแข่งขันในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาได้เช่นกัน เมื่อมีการแข่งขันกันสูงจึงทำให้โรงเรียนกวดวิชาแต่ละแห่งต้องพยายามหาวิธีจูงใจนักเรียนด้วยการแข่งขันรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในด้านการเลือกทำเลที่ตั้งต้องเป็นสถานที่ซึ่งเป็นศูนย์กลางในการเดินทาง เพื่อความสะดวกสบายของผู้มาเรียน รวมทั้งการแข่งขันในด้านการบริหารจัดการ เช่น การสอน เอกสารด้านการสื่อสาร และด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน[7] ซึ่งทำให้ระบบการกวดวิชาส่วนหนึ่งมีลักษณะมุ่งประโยชน์ทางการค้ามากกว่าประโยชน์ทางการศึกษาอย่างแท้จริง มีการโฆษณาชักชวนให้มีการกวดวิชาที่เกินความเป็นจริง มีการหลีกเลี่ยงและเสาะหาวิธีการที่จะให้เด็กเรียนกวดวิชาด้วยประการต่าง ๆ เป็นผลให้สถานที่เรียนแออัดยัดเยียดและไม่มีบรรยากาศทางวิชาการ และมีผลให้เกิดการค้าประโยชน์จากการศึกษาและการจัดการศึกษาเพื่อการค้ามากขึ้น เช่น การแข่งขันกันจัดทำเฉลย เก็งข้อสอบ ตลอดจนการจัดทำคู่มือต่าง ๆ จึงก่อให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจแก่ผู้ปกครอง รวมทั้งทำให้เด็กและครอบครัวต้องหมกมุ่นอยู่กับความเพียรพยายามที่จะให้นักเรียนศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมที่จะใช้เวลาศึกษาเล่าเรียนหนักเกินความจำเป็นอีกด้วย

ถึงแม้ว่าจะมีการแฝงผลประโยชน์ทางการค้าในโรงเรียนกวดวิชา แต่โรงเรียนกวดวิชานับได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นในสังคมยุคปัจจุบัน เพราะผู้ปกครองต้องการให้ลูกสามารถแข่งขันกับคนอื่นได้ จึงยอมจ่ายเงินเพิ่มสำหรับค่าใช้จ่ายการเรียนกวดวิชา และจากเม็ดเงินที่เกิดขึ้นในโรงเรียนกวดวิชาดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของปัญหาในสังคม จึงทำให้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาโดยรวมในด้านที่เป็นแหล่งความรู้ยังไม่ชัดเจนหรือไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมมากนัก ซึ่งทำให้โรงเรียนกวดวิชาต่าง ๆ มีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้ได้รับการยอมรับมากขึ้น โดยเฉพาะภาพลักษณ์ของครูผู้สอน ที่จะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญทางวิชาการและเทคนิคการสอนที่นักเรียนยอมรับ และภาพลักษณ์ที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ทางวิชาการโดยไม่แฝงผลประโยชน์ทางการค้า ดังนั้นนักเรียนและผู้ปกครองจะมีวิธีในการตัดสินใจยอมรับและพิจารณาเลือกเรียนและตัดสินใจจ่ายเงินให้ลูกเรียนในโรงเรียนกวดวิชาต่าง ๆ อย่างไร เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อทางการค้าที่แฝงในโรงเรียนกวดวิชา เรื่องนี้จึงเป็นเรื่องหนึ่งที่น่าสนใจในการศึกษาวิจัยอย่างยิ่ง

---

[7]ปีติมา เม่นแมน, “การบริหารจัดการของโรงเรียนกวดวิชาในสยามสแควร์,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคล วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 5.

โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์เริ่มดำเนินการอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2538 เป็นโรงเรียนกวดวิชาระดับมัธยมและสอนเฉพาะวิชาภาษาอังกฤษ โดยมีแนวคิดที่ต้องการสร้างค่านิยมใหม่ให้กับโรงเรียนกวดวิชาให้เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ นั่นคือ เรียนเพื่อเรียนรู้และใช้ประโยชน์จากความรู้ได้จริง ในขณะเดียวกันก็ช่วยให้การสอบเป็นเรื่องง่ายทั้งนี้ยังเป็นชุมชนที่เต็มไปด้วยมิตรภาพระหว่างครูผู้สอนกับนักเรียน และระหว่างนักเรียนด้วยกันเอง ซึ่งตลอดเวลาที่ผ่านมาโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเส็ปท์ได้มีการพัฒนาตามหลักแนวคิดดังกล่าวมาโดยตลอด เช่น พ.ศ.2538 สร้างความแตกต่างด้านผู้สอนที่มีสถานภาพเป็นนิสิต เพื่อเพิ่มความใกล้ชิดในการสอนและสอนด้วยลักษณะของรุ่นพี่สอนรุ่นน้อง พ.ศ.2541 ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่ คือ ระบบโทรทัศน์วงจรปิด และวิดีทัศน์ โดยมีเจ้าหน้าที่ควบคุมและตัดต่อสลับมุมกล้องเพื่อให้การเรียนในห้องวงจรปิดและห้องวิดีโอมีความน่าสนใจมากขึ้น พร้อมกับการขยายสาขาเพิ่มขึ้น และการพัฒนาสื่อการเรียน Magic Filter ซึ่งช่วยให้เด็กสนุกกับการท่องศัพท์ พ.ศ.2542 มีการพัฒนารูปแบบการสอนใหม่ที่เรียกว่า Memolody ซึ่งเป็นการนำคำศัพท์และหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษมาแต่งเป็นบทเพลง พ.ศ.2547 จนถึงปัจจุบัน มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เปลี่ยนระบบบันทึกการเรียนการสอนเป็น DVD เพื่อความสมจริงทั้งภาพและเสียง นำระบบ Learning on Demand และ Boost Back-up มาใช้สำหรับฝึกฝนภาษาอังกฤษให้ใช้ได้จริง และมีการพัฒนาระบบการสมัครเข้าเรียนด้วยการโทรศัพท์มายัง Call Center เพื่อจองและรับโค้ดเพื่อโอนเงินทางธนาคารต่อไป นอกจากนี้ยังมีการนำเทคโนโลยีสื่อสารผ่านดาวเทียม หรือ ระบบ Satellite มาใช้ร่วมกับการเรียนการสอนเพื่อให้นักเรียนสาขาอื่น ๆ ได้เรียนพร้อมกันทุกสาขาทั่วประเทศ

โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์มีการบริหารจัดการโดยแบ่งแผนกหน้าที่การทำงานหลัก ๆ อย่างชัดเจนเพื่อพัฒนาแต่ละด้านอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพและพัฒนาคุณภาพในทุก ๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มเป้าหมาย คือ ระดับมัธยม ผู้ปกครอง และผู้ที่สนใจเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มเติม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความตระหนักถึงโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนระดับมัธยม และสร้างภาพลักษณ์และความมั่นใจว่า เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มิได้มุ่งหวังแต่ผลประโยชน์ทางด้านธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่พร้อมที่จะให้ความรู้แก่นักเรียนเพื่อให้สามารถทำข้อสอบได้ นำไปใช้ได้และรู้จริง ด้วยการประชาสัมพันธ์เชิงรุก อาทิ จัดพิมพ์แผ่นพับเผยแพร่ เพื่อสร้างการรับรู้ต่อหลักสูตรต่าง ๆ ระยะเวลาการสมัคร วันเวลาเรียน และราคาค่าเล่าเรียน ไปยังนักเรียนระดับมัธยม

ทั่วประเทศ ปีละ 1,000,000 เล่ม โดยการยืนแจกหน้าโรงเรียนใหญ่ในจังหวัดที่มีสาขาและจังหวัดใกล้เคียงและการวางไว้ทุกสาขาทั่วประเทศ การเปิดบริการ Call Center ให้คำแนะนำ และชี้แจงข้อมูลต่าง ๆ ในเบื้องต้น และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของเอ็นคอนเส็ปท์ คือ www.enconcept.com และ www.memolody.com การจัดกิจกรรมแนะแนว โดย นักจิตวิทยา หรือ ผู้ที่มีชื่อเสียง การให้บริการบัตรสมาชิก เอ็นคอนเส็ปท์ จัมพ์ การ์ด (Enconcept Jump Card) เพื่อมอบสิทธิประโยชน์ เช่น ส่วนลดค่าเล่าเรียน ส่วนลดการซื้อหนังสือและซีดี และของสมนาคุณพิเศษ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร เป็นต้น

สำหรับรายวิชาภาษาอังกฤษเป็นหนึ่งในวิชาที่ได้รับความนิยม หรือเป็นวิชาที่มีนักเรียนกวดวิชาเป็นจำนวนมาก โดยลำดับรายวิชาที่ได้รับความนิยม คือ วิชาคณิตศาสตร์ วิชาเคมี วิชาฟิสิกส์ วิชาภาษาไทยและสังคม และวิชาภาษาอังกฤษ ตามลำดับ ซึ่งโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษที่ได้รับความนิยมจากนักเรียนคือโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์[8] จากการสัมภาษณ์พูดคุยกับนักเรียนซึ่งเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษถึงปัจจัยสำคัญของการเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเส็ปท์ พบว่า เด็กนักเรียนเลือกเรียนที่เอ็นคอนเส็ปท์ส่วนใหญ่เพราะ ความเข้มข้นของเนื้อหาการเรียนการ ครูผู้สอนเก่ง คือ ครูผู้สอนมีความเชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและมีเทคนิคการสอนที่น่าติดตาม ไม่น่าเบื่อ โรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเส็ปท์มีรูปแบบการถ่ายทอดที่สนุกสนาน สถานที่เรียนโอ่อ่า และความเป็นที่นิยม โดยค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเส็ปท์มีค่าใช้จ่ายไม่ต่ำกว่า 1,800 บาท ต่อหนึ่งคอร์ส ซึ่งการเรียนภาษาอังกฤษของแต่ละคนอาจจะเรียนหลายคอร์สซึ่งจะต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นเงินที่ผู้ปกครองต้องรับผิดชอบเพิ่มเติม และจากการเปิดให้บริการกวดวิชาของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ พบว่าสถิติจำนวนนักเรียนตั้งแต่ พ.ศ. 2546-พ.ศ. 2549 มีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของนักเรียนเฉลี่ยร้อยละ 33 ต่อปี โดยรายละเอียดจำนวนนักเรียนมีดังนี้คือ พ.ศ. 2546 พ.ศ.2547 พ.ศ.2548 และ พ.ศ.2549 มีจำนวนนักเรียนประมาณ 30,000 คน 36,000 คน 55,000 คน และ 80,000 คน ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามอาจกล่าวได้ว่าจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชากับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ที่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ในการสร้างการรับรู้และสร้างความตระหนักถึงของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ประสบผลสำเร็จ

---

[8]"กวดวิชา... ไม่มีวันตาย โตสวนกระแส 200%," ประชาชาติธุรกิจ (26 เมษายน 2550):43.

ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาว่าตลอดระยะเวลาดำเนินงานที่ผ่านมาจวบจนปัจจุบันภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในความคิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานครนั้นเป็นอย่างไร เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ให้มีภาพลักษณ์ที่ดีและยั่งยืนต่อไป เพราะโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ถือเป็นสถาบันแห่งหนึ่งที่มีความเกี่ยวพันต่อระบบการศึกษาและเยาวชนซึ่งเป็นพลังสำคัญสำหรับประเทศชาติในอนาคต

ปัญหานำวิจัย

1. ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ด้านการบริการ ด้านราคา และด้านการบริหาร ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ ในความคิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

2. ผู้ปกครองเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์เป็นอย่างไร

3. การเปิดรับสื่อและข่าวสารของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ด้านองค์กร ด้านการบริการ ด้านราคา และด้านการบริหาร ในความคิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและข่าวสารกับความคิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานครต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของผู้ปกครองที่แตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

2. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในด้านต่าง ๆ

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นท์คอนเส็ปท์ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือกลุ่มผู้ปกครองซึ่งส่งบุตรเข้าเรียนในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นท์คอนเส็ปท์ในเดือนมีนาคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2550 และมีที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ หมายถึง โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2538 ปัจจุบันมี 22 สาขาทั่วประเทศ เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มีเทคนิคการสอนด้วยการนำบทเพลงเพื่อการเรียนภาษาอังกฤษเมโมโลดี้ (Memolody) มาใช้เพื่อให้ได้ผลในการเรียนภาษาอังกฤษสูงสุด

ภาพลักษณ์ หมายถึง การรับรู้และความประทับใจที่เกิดขึ้นอยู่ในใจของบุคคลต่อสถาบัน หน่วยงาน องค์กร บริษัท ในแง่ดีไม่ดี ชอบไม่ชอบ ยอมรับ ไม่ยอมรับ หรือเป็นกลาง อาทิ เช่น ความทันสมัยโอ่อ่า ความเก่ง ความปลอดภัย และความเป็นที่นิยมเป็นต้น ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวเป็นผลมาจากประสบการณ์และการรับรู้ ตลอดจนข่าวสารที่เผยแพร่โดยสถาบัน หน่วยงาน องค์กร บริษัทนั้น ๆ

ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ได้แบ่งออกเป็น 4 ประการ ดังนี้

- ภาพลักษณ์ด้านองค์กร หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มีชื่อเสียง เป็นที่เชื่อถือและยอมรับ โดยมี

บุคลากร(ครูผู้สอน)ที่มีคุณภาพ คือ มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษและมีเทคนิคการสอนที่ทำให้เกิดการติดตามและไม่น่าเบื่อ รวมถึงการพัฒนาความก้าวหน้าด้วยการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การสื่อสารผ่านดาวเทียม มาใช้ในการเรียนการสอน และเป็นโรงเรียนกวดวิชาที่ทำประโยชน์ให้กับสังคม

- ภาพลักษณ์ด้านการบริการ หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์มีทำเลที่ตั้งที่สะดวก เวลาเปิดปิดมีความเหมาะสม ห้องเรียนกว้างขวางและสะอาด รวมทั้งการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำโรงเรียนฯ ซึ่งมีความรวดเร็วและให้บริการด้วยความเอาใจใส่

- ภาพลักษณ์ด้านราคา หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์มีการตั้งราคาค่าเล่าเรียนและการสมัครสมาชิกที่เหมาะสม

- ภาพลักษณ์ด้านการบริหาร หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าผู้บริหารโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์มีหลักการและนโยบายที่ดี มีประสบการณ์ และมีความน่าเชื่อถือ

ความคิดเห็น หมายถึง ระดับการเห็นด้วยตั้งแต่มากที่สุดไปถึงน้อยที่สุดต่อประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องราวขององค์กร หรือ หน่วยงานในด้านภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่าง ๆ ที่องค์กรหรือหน่วยงาน นำมาใช้ในการดำเนินการเพื่อส่งสาร ก่อให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจและความร่วมมือที่ดีให้แก่ องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบัน อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ หรือ อินเตอร์เน็ต เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ รวมทั้งระบบการบริหารจัดการในความคิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อนำข้อมูลไปวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ต่อไป