

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในความคิดเห็นผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ(Quantitative) ที่ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีประชากร คือ ผู้ปกครองที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะผู้ปกครองที่ส่งลูกเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในเดือนมีนาคม – พฤษภาคม 2550 และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 9 กลุ่ม ตามสาขาต่าง ๆ ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในสถิติพื้นฐาน ใช้การบรรยายคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติ t-test F-test และ Correlation

โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อสำรวจภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในความคิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร 2. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์จากสื่อเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและข่าวสารกับความคิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์

สรุปผลการวิจัย

ในการสรุปผลการวิจัยจะแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี เป็นผู้ที่มิได้จบการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์

จากการสำรวจภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และกลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ด้านองค์กร

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์องค์กรมากที่สุดในการเป็นองค์กรที่มีบุคลากร(ครูผู้สอน)มีคุณภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กรน้อยที่สุดในประเด็นการเป็นองค์กรที่ทำประโยชน์ให้สังคมอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

ด้านบริการ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการบริการอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการบริการมากที่สุดในประเด็นเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการบริการน้อยที่สุดในประเด็นอาคารเรียนและการจัดสถานที่ภายในกว้างขวางสะอาดและปลอดภัยอยู่ในระดับเห็นด้วย

ด้านราคา

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านราคาอยู่ในระดับเห็นด้วยโดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านราคามากที่สุดในประเด็น อัตราการสมัครสมาชิก Jump Card และ Jump Card Gold เพื่อรับสิทธิพิเศษอื่น ๆ จากทางโรงเรียนฯ เช่น ส่วนลด ค่าเล่าเรียน มีความเหมาะสม อยู่ในระดับเห็นด้วย และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านราคาน้อยที่สุดในประเด็นราคาค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับเห็นด้วย

ด้านการบริหาร

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการบริหารอยู่ในระดับเห็นด้วยโดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการบริหารมากที่สุดในประเด็นผู้บริหารมีหลักการและนโยบายที่ดีมากที่สุดอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการบริหารน้อยที่สุดในประเด็นผู้บริหารมีประสบการณ์อยู่ในระดับเห็นด้วย

ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์

จากแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อทั่วไปเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์มากที่สุดจากบุตรหรือหลานอยู่ในระดับเปิดรับปานกลาง และเปิดรับน้อยที่สุดจากสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ อยู่ในระดับเปิดรับน้อยที่สุด และกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์จากสื่อแผ่นพับมากที่สุด ส่วนบิลบอร์ดเป็นจำนวนน้อยที่สุด และต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นพับมากที่สุดเป็น และจากเจ้าหน้าที่โรงเรียนฯ มีจำนวนน้อยที่สุด และต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์รายละเอียดหลักสูตร กำหนดการสมัคร และค่าเล่าเรียน เป็นลำดับแรก รองลงมาคือรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ของโรงเรียนฯ และสุดท้ายคือกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนฯ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักรักกิจกรรมที่โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์จัดขึ้นสำหรับสมาชิกและนักเรียน ส่วนกิจกรรมซัอมดับเพลิงเป็นกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างรู้จักน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์ 4 ด้าน คือ ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ภาพลักษณ์ด้านการบริการ ภาพลักษณ์ด้านราคา และภาพลักษณ์ด้านการบริหาร ซึ่งจากการทดสอบทางสถิติ

ด้วยค่าสถิติ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอิสระ 2 กลุ่มที่มีผลต่อความแตกต่างกันของค่าตัวแปรตามและค่าสถิติ F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่มีความแตกต่างกันของค่าตัวแปรตาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Science) ซึ่งการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งปรากฏผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์ในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรพบว่า มีตัวแปรเพศ อาชีพ และรายได้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านการบริการ ด้านราคา และด้านการบริหาร แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรอายุ และระดับการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านการบริการ ด้านราคา และด้านการบริหาร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์ในด้านต่าง ๆ

จากการศึกษาวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อทั่วไปมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษด้านต่าง ๆ ได้แก่ องค์กร ด้านราคา และด้านการบริหารเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ การเปิดรับสื่อทั่วไปของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์ของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์ในด้านองค์กร ด้านราคา และด้านการบริหาร แต่การเปิดรับสื่อทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ด้านการบริการซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ การเปิดรับสื่อทั่วไปของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์ของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์ด้านการบริการ

สำหรับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปต์ใน

ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านการบริการ ด้านราคา และด้านการบริหาร เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ตทุกด้าน

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ตในความคิดเห็นของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับโรงเรียนกวดวิชา โดยสามารถอภิปรายผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

การประเมินภาพลักษณ์นั้น จะต้องรู้จัก และเข้าใจกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน โดยจะต้องสามารถจำแนกลำดับความสำคัญหรือการมีอิทธิพลของกลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างแน่ชัด การมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะสามารถทำให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ เช่น การเลือกสื่อ ระยะเวลาในการดำเนินการ และงบประมาณ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เลือกรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่เป็นประชาสัมพันธ์ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงเพราะเป็นกลุ่มที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนกวดวิชา เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่จะเน้นการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้วยการสื่อสารกับนักเรียนและผู้ปกครอง เป็น 3 ลักษณะ¹ คือ การจัดการการสื่อสารในระหว่างเวลาเรียนกวดวิชา การจัดการสื่อสารนอกเวลาเรียนกวดวิชา และการจัดการการสื่อสารเพื่อการลงทะเบียน ซึ่งใช้รูปแบบการสื่อสารแบบพูดคุยกันโดยตรง (Face to Face Communication) และการสื่อสารโดยผ่านสื่อ เช่นเช่น การใช้เอกสารประเภทแผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการบอกกล่าวและให้ความรู้เกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชา และต้องการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายตื่นตัวและรับรู้ (raise awareness) เป็นการบอกกล่าวและให้ความรู้ (inform & education) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดการเข้าใจอันดี (gain understanding) และสร้างความเชื่อถือไว้วางใจ (build trust) เพื่อให้เกิดการยอมรับและตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

¹ปีติมา เม่นแมน, “การบริหารจัดการของโรงเรียนกวดวิชาในสยามสแควร์,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 154-155.

ในกรณีนี้ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร ถือเป็นกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยตรง อันเป็นส่วนหนึ่งของประชาชนภายนอกองค์กรตามหลักการแบ่งกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์² กลุ่มคนเหล่านี้ได้พบปะ เสวนา มีปฏิสัมพันธ์ กับ ครูผู้สอน และเจ้าหน้าที่ประจำโรงเรียนฯ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามด้านต่าง ๆ เช่น หลักสูตร การเรียน ความต่อเนื่องของหลักสูตร การสอบถามด้านค่าใช้จ่าย หรือแม้กระทั่งการที่ผู้ปกครองมา นั่งรอบุตรในโรงเรียนฯ เป็นต้น การมีปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบหนึ่งรูปแบบใดตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเสิร์ตฯ ต่างล้วนเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อ การเกิดภาพลักษณ์ที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเสิร์ตฯ หากว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ที่เห็นด้วยต่อโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเสิร์ตฯ จะสามารถกล่าวได้ว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเสิร์ตฯ นั้นประสบความสำเร็จไปแล้ว ในระดับหนึ่ง

จากงานวิจัยของ รศ.ดร.ไพฑูรย์ สีนลารัตน์³ เรื่องการกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษา ตอนปลายในประเทศไทย พบว่าเมื่อเปรียบเทียบความเห็นเรื่องประโยชน์ที่จะได้จากการกวดวิชา ในกลุ่มผู้ปกครองมีความเห็นว่า จะได้ประโยชน์จากการกวดวิชาในระดับ “มาก” ในเกือบทุกเรื่อง เช่น ได้เทคนิคในการทำ ข้อสอบมากขึ้น มีความเข้าใจในวิชาที่เรียนมากขึ้น มีความมั่นใจในการสอบมากขึ้น และ ได้คะแนนสอบในโรงเรียนดีขึ้น สรุปแล้วคือโรงเรียนกวดวิชาจะให้ประโยชน์มากกว่า เสียประโยชน์ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าโรงเรียนกวดวิชามีความจำเป็นในสังคมการแข่งขันในยุคปัจจุบัน และธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาได้มีการยอมรับมากขึ้นจากนักเรียนและผู้ปกครอง ทำให้ลักษณะ ทางประชากร คือ อายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันนั้นจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ใน ด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยลักษณะทางประชากร คือ เพศ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน โดยผลจากการวิจัยพบว่าเพศชายและ เพศหญิงมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ตฯ ใน ด้านต่าง ๆ แตกต่างกันแต่แตกต่างกันไม่มากนัก จึงอาจกล่าวได้ว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงต่าง เห็นความจำเป็นของโรงเรียนกวดวิชาจึงมีภาพลักษณ์ที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

²John E. Marston, Modern Public Relations (New York: McGraw-Hill Book Company, 1979), p. 45.

³ไพฑูรย์ สีนลารัตน์, “การกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย,” (กรุงเทพมหานคร: รายงานการวิจัย สำนักนายกรัฐมนตรี, 2545), น. 4.(อัดสำเนา)

นอกจากนี้ ยังมีผลการวิจัยประเด็นที่น่าสนใจ นั่นคือ อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน โดยข้าราชการมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้านในระดับเห็นด้วยน้อย ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากที่ข้าราชการยังคงไว้วางใจในระบบการเรียนในโรงเรียนมากกว่าการเรียนกวดวิชาและภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชายังไม่ชัดเจนนักจึงทำให้ข้าราชการมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในระดับเห็นด้วยน้อย และช่วงรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน ในระดับน้อย ซึ่งคนมีรายได้สูงมีความคาดหวังสูงเช่นเดียวกัน และเมื่อพบเห็นข้อจำกัดเพียงเล็กน้อยที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวังอาจทำให้เกิดความไม่พอใจและมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในระดับเห็นด้วยน้อยเช่นเดียวกัน

การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างติดตามและรับฟังข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์จากแผ่นพับของโรงเรียนมากที่สุด และเปิดรับสื่อจากนิตยสารหรือหลานเป็นส่วนใหญ่มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน อยู่ในระดับเปิดรับปานกลางซึ่งเป็นค่าการเปิดรับสื่อมากที่สุด ในขณะที่การเปิดรับสื่อทั่วไปอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร ล้วนแล้วแต่อยู่ในระดับเปิดรับน้อยที่สุด สำหรับการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนต้องการให้มีการเผยแพร่รายละเอียดหลักสูตร กำหนดการสมัคร และค่าเล่าเรียนมากที่สุด โดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนฯ คือ แผ่นพับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากแผ่นพับประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนฯ มีรายละเอียดที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ เช่น หลักสูตรต่าง ๆ ตารางเรียน ค่าเล่าเรียน และประวัติครูผู้สอน เป็นต้น และสามารถนำติดตัวได้สะดวกและหยิบอ่านได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับข่าวสารของชรัมม์ (Schramm) อ้างถึงใน สุภาพันท์ บุญาค ที่ระบุว่า⁴ หนึ่งในปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปิดรับสาร คือ ผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อที่มีอยู่ (Availability) หากผู้รับสารมีความลำบากในการเปิดรับ ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้น ๆ และผู้รับสารมักจะเลือกรับสื่อที่สะดวกและนิยม (Convenience and Preferences) ความสะดวกในการใช้

⁴ Wilbur Schramm, "Channels and Audiences," in Handbook of Communication, 10th ed. (New York: Rand McNally Collage Publishing Company, 1973), pp. 120-122, อ้างถึงใน สุภาพันท์ บุญาค, "พฤติกรรมกาารเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. 20.

(Convenience) ซึ่งแผ่นพับมีขนาดกะทัดรัดและสามารถนำติดตัวเพื่อเปรียบเทียบกับรายละเอียดในแผ่นพับกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น ๆ ได้ง่าย

และจากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรงเรียนฯ ผ่านสื่อที่หลากหลายเช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ หรือ นิตยสาร/วารสาร เป็นต้น แต่ข่าวสารในสื่อเหล่านี้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างได้ และกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถจดจำทุกสิ่งที่ได้รับเข้ามาได้ จึงจำเป็นต้องมีการเลือกที่จะจดจำ อะไรที่เป็นประโยชน์หรือสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่าง และยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสารของ พรทิพย์ วรภิจโภาคาร⁵ ที่กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติของตน หากข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้รับความสนใจหรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร สำหรับความถี่ของการเปิดรับสื่อนั้น สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับโดยมีความถี่บ่อยที่สุดคือ ลูกหลานของตนเอง นั่นเพราะความสนิทสนมความใกล้ชิด และการได้อยู่ใกล้กันระหว่างสื่อและผู้รับสาร จึงทำให้มีความถี่ในการเปิดรับมากกว่าสื่ออื่น

ดังที่ได้กล่าวว่าคุณคณหนึ่งก็อาจมีทั้งภาพลักษณ์ในทางบวก (ต่อเรื่องหนึ่ง) และภาพลักษณ์ในทางลบ (ต่อเรื่องหนึ่ง) ได้เช่นกัน ซึ่งการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการสร้างภาพลักษณ์ คือปัจจัยในส่วนของการรับรู้ความประทับใจ (Perception) ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน “ความหมายตามความคิดของคุณคณหนึ่ง” เช่น หากบุคคลนั้น ๆ มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชา เอ็นคอนเส็ปท์อย่างเป็นทางการทั้งจากสื่อทั่วไปและสื่อประชาสัมพันธ์โดยเลือกเปิดรับสื่อในทางบวกจะส่งผลให้เกิดการตีความหมายและประทับใจ ไปในทางบวกก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในทางบวก แต่หากเปิดรับสื่อในทางลบก็จะส่งผลให้เกิดการตีความหมายในทางลบและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในทางลบด้วยเช่นกัน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับสื่อทั่วไปและสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชา เอ็นคอนเส็ปท์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชา เอ็นคอนเส็ปท์ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านการบริการ ด้านราคา และด้านการบริหาร ยกเว้น การเปิดรับสื่อทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชา เอ็นคอนเส็ปท์ด้านการบริการ เนื่องจาก โดยทั่วไปการนำเสนอ

⁵พรทิพย์ วรภิจโภาคาร, “ความสำคัญของผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 6 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539), น. 292.

ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อทั่วไปจะเผยแพร่เพียงจุดเด่นของโรงเรียนกวดวิชา กำหนดการรับสมัคร หรือ วันเปิดเรียน เป็นต้น จึงไม่สามารถบ่งบอกได้ถึงการใช้บริการของโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเสิร์ตได้ จึงทำให้ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในขณะเดียวกันการเปิดรับสื่อจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเสิร์ตที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเสิร์ตด้านการบริการ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์มีการนำเสนอรายละเอียดมากขึ้น ซึ่งรวมทั้งข้อมูลการบริการต่าง ๆ เช่น เวลาเปิดให้บริการ หรือสาขาต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งรูปภาพที่บรรยายบรรยากาศภายในห้องเรียน เป็นต้น ซึ่งเมื่อเปิดรับสื่อแล้วจะทำให้เกิดกระบวนการจดจำและตีความหมายซึ่งมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อองค์กร

ด้านประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ปกครองและเด็กนักเรียนจะให้ความสำคัญต่อครูผู้สอนเป็นอันดับหนึ่ง นั่นคือครูผู้สอนต้องมีความรู้ความสามารถและเทคนิคการสอนที่ดี มีเทคนิคให้นักเรียนนำไปใช้ในการทำข้อสอบต่าง ๆ ซึ่งนักเรียนจะมีความนับถือครูผู้สอนมาก ดังนั้นครูผู้สอนจึงจัดเป็นอีกหนึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ที่สำคัญสำหรับโรงเรียนกวดวิชาเพราะถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ หากครูผู้สอนมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ปกครองมากจะได้รับขอมรรับจากผู้ปกครองมากขึ้น สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ ปีติมา เม่นแมน เสนอว่า การประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลที่สุดคือ การพูดปากต่อปาก (Word of Mouth) หรือการที่บุคคลอื่นเป็นผู้แนะนำ ซึ่งธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาจึงมีช่วงระยะเวลาที่จะให้บริการของโรงเรียนกวดวิชา คือ เมื่อเลยวัยของการศึกษาในระดับต่าง ๆ แล้ว ก็จะไม่มีโอกาสกลับมาเป็นลูกค้ำอีก ขณะเดียวกันในช่วงอายุของการเป็นลูกค้ำนั้น โรงเรียนกวดวิชาต้องพยายามที่จะรักษาลูกค้ำกลุ่มเดิมไว้ให้นานที่สุด และทำอย่างไรที่จะให้ลูกค้ำกลายเป็นผู้รักดีกับธุรกิจ จนสามารถที่จะเป็นผู้ประชาสัมพันธ์แทนโรงเรียนกวดวิชาได้ โดยถึงแม้หมดช่วงอายุของการเป็นลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย ก็สามารถที่จะแนะนำผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียนกวดวิชานั้นอีก และในปัจจุบันผู้ปกครองเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาให้บุตรหลาน ดังนั้นการสร้างภาพพจน์และความไว้วางใจให้กับบุตรหลาน แล้วจึงบอกต่อผู้ปกครอง หรือการสร้างภาพพจน์หรือสร้างความไว้วางใจต่อผู้ปกครองโดยตรง ทั้งในเรื่องการเรียนการสอน การดูแลนักเรียน ตลอดจนสถานที่เรียนที่สะอาดปลอดภัย มีบรรยากาศ

เอื้อต่อการเรียนการสอน หรือการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ต่างมีส่วนสำคัญในการช่วยตัดสินใจของผู้ปกครอง ดังนั้นการรักษาความพึงพอใจและเพิ่มความประทับใจให้ผู้ปกครองเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม

ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ปกครองและครูผู้สอนได้มีโอกาสพบปะ เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชาในวิชาต่าง ๆ ลำดับการเรียนรู้ที่ควรมีเนื้อหาเข้มข้นมากขึ้น เพื่อไปถึงเป้าหมายสูงสุดของนักเรียน เช่น การศึกษาต่อระดับต่าง ๆ ประเทศ จะมีการเรียนกวดวิชามากกว่าการเรียนเพื่อศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยของไทย โดยติดต่อผ่าน email เป็นต้น

นอกจากนี้ควรใช้สื่อโปสเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรต่าง ๆ หรือ ประชาสัมพันธ์ครูผู้สอนมากขึ้น โดยติดที่โรงเรียนต่าง ๆ หรือร้านหนังสือที่มีชื่อเสียงเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ในลักษณะว่าโรงเรียนกวดวิชาเป็นแหล่งรวมความรู้

อย่างไรก็ตาม ควรสร้างความแตกต่างในการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ที่ใช้งบประมาณน้อย เช่น การให้ทุนการศึกษา การให้ทุนทำกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น เพราะธุรกิจโรงเรียนกวดวิชายังต้องคำนึงถึงคุณธรรมและจรรยาบรรณความเป็นครูอยู่ด้วย

ด้านการบริการ

ด้านการบริการถือเป็นหนึ่งปัจจัยในการแข่งขันของโรงเรียนกวดวิชาต่าง ๆ ดังนั้นจึงควรเน้นให้เกิดการบริการที่เป็นเลิศ เช่น มีเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนในการให้บริการที่เพียงพอเพราะเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนฯ ถือได้ว่า เป็นสื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กรด้วย ถ้าพนักงานให้บริการดีก็จะทำให้องค์กรมีชื่อเสียงดีไปด้วย ดังแนวคิดของสุพิน ปัญญามาก ที่กล่าวไว้ว่า การสร้างภาพลักษณ์นั้น เกิดจากการกระทำขององค์กรหรืองานที่เราทำกันอยู่ประจำนั่นเอง แต่ไม่ควรปล่อยให้ภาพลักษณ์เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งองค์กรควรคำนึงถึงการปรุงแต่ง การเตรียมสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นระบบ เป็นไปตามความเป็นจริง เพราะการปล่อยให้ภาพลักษณ์เป็นไปตามธรรมชาติ อาจทำให้ลักษณะที่แท้จริงขององค์กรที่ปรากฏสู่สายตาของประชาชนไม่ตรงกับงานหรือบิดเบือนได้ นอกจากนี้ควรมีระบบอินเตอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ มีหนังสืออ่านเล่นภายในโรงเรียนเพื่อให้ผู้ปกครองมีกิจกรรมอื่น ๆ ในระหว่างที่นั่งรอบุตรเรียน เป็นต้น

สำหรับการชำระเงินค่าเล่าเรียนผ่านธนาคารดังในปัจจุบัน ควรลดขั้นตอนให้น้อยลงให้บริการเพราะบางครั้งผู้ปกครองมาถึงโรงเรียนฯ เพื่อชำระค่าเรียนแล้ว แต่ต้องไปชำระเงินที่ธนาคาร และต้องกลับมาเขียนหลักฐานที่โรงเรียนอีกรอบหนึ่ง ผู้ปกครองคิดว่าควรมีการรับชำระค่าเล่าเรียนในโรงเรียนฯ ด้วย

ด้านภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ที่องค์กรต้องการเป็นภาพลักษณ์ที่ดีอย่างถาวร ไม่ใช่เป็นภาพลักษณ์ชั่วคราวชั่วคราวตามฤดูกาล ดังนั้น ในการบริหารภาพลักษณ์จึงต้องถือเป็นเรื่องสำคัญ การประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทมากในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และต่อยอดภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นภาพลักษณ์ถาวร ส่วนภาพลักษณ์ที่ไม่ดีควรปรับปรุงและมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มผู้ปกครองมีภาพลักษณ์ในทางที่ดีขึ้น

การปรับปรุงภาพลักษณ์เช่น การจัดห้องเรียนและโรงเรียนให้มีความกว้างขวาง สะอาด ใ่อ้อ มีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การเรียน หนังสือและอุปกรณ์การเรียนที่ได้มาตรฐาน

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ต่อโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ตระดับปานกลาง ซึ่งมีความคิดเห็นต่อข้อดีที่ควรรักษาไว้ เช่น หลักสูตรการเรียนที่ดี ครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง เทคนิคการสอนที่ดี การเรียนการสอนมีความสนุกสนาน การให้บริการรวดเร็ว ห้องเรียนสะอาด เป็นต้น ซึ่งจากข้อดีดังกล่าว โรงเรียนฯ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มผู้ปกครองมากขึ้น เช่น การนำเสนอข้อมูลข่าวสารและการเรียนผ่านสื่อโทรทัศน์ที่เปิดภายในโรงเรียน ให้ผู้ปกครองได้ร่วมชมเพื่อให้เกิดประสบการณ์เช่นเดียวกับนักเรียนที่กำลังเรียน เป็นต้น และเพื่อเป็นการต่อยอดถึงข้อดีข้างต้น

ส่วนภาพลักษณ์ที่ไม่ดีที่ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน คือ ห้องน้ำซึ่งมีจำนวนน้อยและควรทำความสะอาดมากกว่านี้ และควรเพิ่มอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น สบู่เหลว กระดาษเช็ดมือ หรือเครื่องเป่ามือแห้ง เป็นต้น กรณีดังกล่าวสามารถปรับปรุงได้ทันทีด้วยการทำความสะอาดและเพิ่มอุปกรณ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ ที่ควรมีการปรับปรุงหรือทำความเข้าใจต่อกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม คือ ภาพลักษณ์ด้านราคา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างบางส่วนคิดว่ามีราคาที่แพงเกินไป โรงเรียนฯ ควรประชาสัมพันธ์เพื่อทำความเข้าใจถึงการตั้งราคาดังกล่าวโดยการชี้แจงรายละเอียดเพิ่มเติม เช่น จำนวนชั่วโมงเรียน ต่อ 1 คอร์ส หรือหนังสือที่นักเรียนได้รับเพิ่มเติมจากหนังสือเรียน เป็นต้น

นอกจากนี้ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อเด็กนักเรียน และกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ และอาจมีผู้ปกครอง หรือกลุ่มกิจกรรมเพื่อสังคมอื่น ๆ สนใจทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อตอบแทนสังคม และช่วยเผยแพร่ต่อไป และยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเสิร์ตต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ปกครองที่ส่งลูกเรียนในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงควรที่จะมีการทำวิจัยศึกษากลุ่มผู้ปกครองในต่างจังหวัดด้วย ซึ่งผลการวิจัยที่ได้อาจทำให้เกิดความหลากหลาย หรือแตกต่างกันได้ และอาจทำให้พบปัจจัยอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์

2. การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ปกครองที่ส่งลูกเรียนในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงควรที่จะมีการทำวิจัยศึกษากลุ่มประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครด้วย และอาจทำให้ปัจจัยอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ต่อไป

3. การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะภาพลักษณะในความคิดเห็นของผู้ปกครองที่ส่งลูกเรียนในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงควรที่จะมีการทำวิจัยศึกษากลุ่มนักเรียนระดับมัธยมและผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานครในประเด็น ภาพลักษณะเป็นสิ่งสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนหรือไม่ และมีความสำคัญต่อการส่งลูกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองหรือไม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ต่อไป

4. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะมีทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ในช่วงเวลานั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มนักเรียนและผู้ปกครองในช่วงเวลาเดียวกันกับการวิจัยเชิงคุณภาพว่ากลุ่มเป้าหมายจะมีภาพลักษณ์ต่อโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเส็ปท์ เพื่อทำการวิจัยทั้ง 2 แบบมาเปรียบเทียบกัน โดยผลที่ได้จะเป็นข้อมูลที่มาสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพราะจะทำให้ทราบว่าแผนการประชาสัมพันธ์นั้นดีหรือไม่ กลุ่มเป้าหมายมีปฏิกริยาอย่างไรกับการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่ครบวงจร คือ วิจัยทั้งในด้านผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องสูงนำมาใช้กำหนดนโยบายและวางแผนการประชาสัมพันธ์ได้อย่างละเอียดต่อไป

5. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงภาพลักษณ์ทางด้านวิชาการ เช่น ความรู้จากเนื้อหาวิชาที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาฯ เอ็นคอนเส็ปท์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในห้องเรียนได้หรือไม่ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดหลักสูตรต่อไป