



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร  
เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ  
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

#### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร  
เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการศึกษาของนักศึกษาระดับ  
ปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการ  
วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและปรับปรุงการดำเนินการด้านการตลาดให้สอดคล้องกับ  
ความต้องการของลูกค้า

ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้ เพื่อ  
ประโยชน์ในการศึกษา และนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้  
กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาว รัชกร ดวงคำ

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย  ลงในช่อง  และบันทึกข้อความในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

#### 2. อายุ

1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี

2) 16 – 20 ปี

3) 21 – 25 ปี

4) 26 – 30 ปี

5) 31 – 40 ปี

6) 41 – 50 ปี

7) 51 – 60 ปี

8) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

## 3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ประถมศึกษา             | <input type="checkbox"/> 2) มัธยมศึกษาตอนต้น      |
| <input type="checkbox"/> 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | <input type="checkbox"/> 4) ปวส./ ปวท./ อนุปริญญา |
| <input type="checkbox"/> 5) ปริญญาตรี              | <input type="checkbox"/> 6) สูงกว่าปริญญาตรี      |
| <input type="checkbox"/> 7) อื่น ๆ (ระบุ).....     |   |

## 4. อาชีพ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) นักเรียน/นักศึกษา          | <input type="checkbox"/> 2) ข้าราชการ            |
| <input type="checkbox"/> 3) พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน       | <input type="checkbox"/> 4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ   |
| <input type="checkbox"/> 5) ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 6) รับจ้างทั่วไป/กรรมกร |
| <input type="checkbox"/> 7) แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ  | <input type="checkbox"/> 8) อื่น ๆ (ระบุ).....   |

## 5. รายได้ต่อเดือนของท่าน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 5,001 – 10,000 บาท       |
| <input type="checkbox"/> 3) 10,001 – 20,000 บาท           | <input type="checkbox"/> 4) 20,001 – 30,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 5) 30,001 – 50,000 บาท           | <input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป |
| <input type="checkbox"/> 7) ไม่มีรายได้                   |  |

## 6. ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเรียนภาษาอังกฤษหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษคือใคร

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1) ตัวท่าน            | <input type="checkbox"/> 2) ผู้ปกครอง |
| <input type="checkbox"/> 3) อื่น ๆ (ระบุ)..... |                                       |

## 7. ปัจจุบันท่านกำลังเรียนภาษาอังกฤษหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษกับสถาบันใด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) สถาบันสอนภาษา เอ ยู เอ                             | <input type="checkbox"/> 2) อี เอฟ แอล                         |
| <input type="checkbox"/> 3) ลอนดอนเฮ้าส์                                       | <input type="checkbox"/> 4) สถาบันสอนภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| <input type="checkbox"/> 5) บริติช เคานซิล เชียงใหม่                           | <input type="checkbox"/> 6) อีซีซี                             |
| <input type="checkbox"/> 7) โรงเรียนสอนภาษาและคอมพิวเตอร์เกียรติพัฒนา (CEC)    |  |
| <input type="checkbox"/> 8) อีเอฟอี  | <input type="checkbox"/> 9) แลงเกวช คอร์เนเนอร์                |
| <input type="checkbox"/> 10) บ้านภาษา เอ็น อี เอส                              | <input type="checkbox"/> 11) อีเอฟ อิงลิช เฟริส                |
| <input type="checkbox"/> 12) จี อิงลิช อะคาเดมี่                               |  |
| <input type="checkbox"/> 13) โรงเรียนการสื่อสารภาษา เชียงใหม่ (Direct English) |  |
| <input type="checkbox"/> 14) อื่น ๆ (ระบุ).....                                |  |

### 8. ปัจจุบันท่านกำลังเรียนภาษาอังกฤษหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษหลักสูตรใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) หลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป       2) หลักสูตรการสนทนาภาษาอังกฤษ  
 3) หลักสูตรการเขียน       4) อื่น ๆ (ระบุ).....

**ส่วนที่ 2**      ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

2.1 ให้ท่านพิจารณาว่าปัจจัยต่างๆ ของสถาบันสอนภาษาอังกฤษ แต่ละปัจจัยมีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของท่านในระดับใด แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ในแต่ละช่อง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการตัดสินใจต่อการเลือกเรียน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1) สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง					
2) สถาบันได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ					
3) สถาบันได้รับการรับรองจากต่างประเทศ					
4) สถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจากการสอน (เช่น บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ)					
5) สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัวและเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ต้องการ					
6) สถาบันจัดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการตัดสินใจต่อการเลือกเรียน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
7) สถาบันมีหลักสูตรให้เลือก หลากหลาย สามารถสนองความ ต้องการได้					
8) สถาบันมีหลักสูตรการเรียนการสอน ที่ต่อเนื่องและมีการเลื่อนระดับชั้นขึ้น ไป					
9) สถาบันมีอุปกรณ์ และเอกสาร ประกอบการเรียนการสอนเหมาะสม กับหลักสูตร (เช่น หนังสือเรียน ซีดี)					
10) อื่นๆ (ระบุ).....					
<b>ด้านราคา</b>					
11) ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตร เหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน					
12) สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวด ได้					
13) มีการรับชำระเงิน โดยจ่ายผ่านบัตร เครดิต					
14) มีการรับชำระเงิน โดยจ่ายผ่าน ธนาคาร					
15) อื่นๆ (ระบุ).....					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
16) สถานที่ตั้งของสถาบันมีความ สะดวกต่อการเดินทาง					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการตัดสินใจต่อการเลือกเรียน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
17) สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หรือ ย่านการค้า					
18) สถานที่ตั้งติดถนนใหญ่ และมี ทางเข้าออกสะดวก					
19) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับโรงเรียน/บ้าน/ ที่ทำงานของผู้เรียน					
20) มีที่จอดรถของสถาบันสะดวกและ เพียงพอต่อผู้เรียน					
21) มีช่องทางที่ให้ติดต่อกับทางสถาบัน ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้สะดวก โดยไม่จำกัดเวลา					
22) การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง)					
23) อื่นๆ (ระบุ).....					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
24) มีการโฆษณาสถาบันด้วยแผ่นป้าย โฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน เพื่อแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่					
25) มีการแจกเอกสารใบปลิว แผ่นพับ ตามสถานที่ต่างๆ (เช่น สถาบันการศึกษา หรือห้างสรรพสินค้า) เพื่อโฆษณาสถาบัน และแจ้ง กำหนดการเปิดเทอมใหม่					
26) มีของสมนาคุณ หรือของขวัญตอบ แทนแก่ผู้เรียนในรูปแบบต่างๆ ตาม โอกาส (เช่น วันปีใหม่ หรือวันเกิด)					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการตัดสินใจต่อการเลือกเรียน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
27) ผู้เรียน ได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไป					
28) ผู้เรียน ได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนมากกว่า 1 หลักสูตร					
29) ผู้เรียน ได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน					
30) ผู้เรียน ได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการแนะนำผู้เรียนเพิ่มให้สถาบัน					
31) มีการโฆษณาโดยการ ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ (เช่น การส่งข้อความแจ้งเรื่องสิทธิพิเศษ/การรับส่วนลด/กำหนดการลงทะเบียน/อื่นๆ) แก่ผู้เรียนปัจจุบัน					
32) สถาบันร่วมสนับสนุนงานกีฬาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่					
33) มีการประชาสัมพันธ์สถาบัน โดยมีบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือบทความเกี่ยวกับกิจกรรมของสถาบัน					
34) มีการส่งเอกสารแนะนำหลักสูตรใหม่และข้อมูลข่าวสารของสถาบัน ทางไปรษณีย์ แก่ผู้เรียน					
35) อื่นๆ (ระบุ).....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการตัดสินใจต่อการเลือกเรียน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านบุคคล</b>					
36) ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน					
37) ครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา					
38) ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้เรียน					
39) ครูผู้สอนสอนตรงตามวัตถุประสงค์ และตรงตามหลักสูตร ที่ผู้เรียนต้องการ					
40) ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน					
41) ครูผู้สอนปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม					
42) เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ ที่ผู้เรียนต้องการอย่างครบถ้วน รวดเร็ว และถูกต้อง					
43) เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ					
44) เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน					
45) เจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม					
46) เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้					
47) อื่นๆ (ระบุ).....					



ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการตัดสินใจต่อการเลือกเรียน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
48) โต๊ะ และเก้าอี้เรียน มีความเหมาะสมต่อการนั่งเรียน (สะดวกสบาย)					
49) ห้องเรียนมีขนาดเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน					
49) ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ					
50) ความสะอาดของสถานที่โดยรวม ทั้งในและนอกห้องเรียน					
51) สภาพบรรยากาศของสถาบัน เหมาะสมต่อการเรียนการสอน (เช่น แสงสว่างเพียงพอ/ไม่มีเสียงรบกวน)					
52) มีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม					
53) อุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสมครบถ้วน และทันสมัย					
54) อื่นๆ (ระบุ).....					
<b>ด้านกระบวนการ</b>					
55) มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน					
56) มีการทดสอบวัดระดับความรู้ในระหว่างเรียน และก่อนการเลื่อนระดับ ทั้งข้อเขียนและสัมภาษณ์กับครูผู้สอน					
57) มีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย					
58) มีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ					
59) อื่นๆ (ระบุ).....					

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจในการศึกษาต่อในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ  
ของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่

3.1 ท่านมีความประสงค์จะลงทะเบียนเรียนภาษาอังกฤษต่อเนื่องในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะ  
ภาษาอังกฤษในเทอมถัดไปหรือไม่

- 1) ลง  2) ไม่ลง (ยุติการตอบแบบสอบถาม)

3.2 ท่านมีความประสงค์จะลงทะเบียนเรียนภาษาอังกฤษต่อเนื่องในหลักสูตรใดในเทอมถัดไป

- 1) หลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป  2) หลักสูตรการสนทนาภาษาอังกฤษ  
 3) หลักสูตรการเขียน  4) อื่น ๆ (ระบุ).....

3.3 ท่านมีความประสงค์จะลงทะเบียนเรียนภาษาอังกฤษต่อเนื่องในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษา  
อังกฤษในเทอมถัดไปกับสถาบันใด

- 1) สถาบันเดิม (ข้ามไปข้อ 3.6)  
 2) สถาบันอื่น (โปรดระบุเหตุผลที่เปลี่ยนสถาบันในข้อ 3.4 และสถาบันใหม่ในข้อ 3.5)

3.4 เหตุผลที่ท่านเปลี่ยนสถาบันเพื่อเลือกลงทะเบียนเรียนต่อในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษา  
กับสถาบันใหม่

- 1) .....  
2) .....  
3) .....

3.5 ท่านมีความประสงค์เลือกเรียนต่อกับสถาบันใด

- 1) สถาบันสอนภาษา เอ ยู เอ  2) อี เอฟ แอล  
 3) ลอนคอนเฮ้าส์  4) สถาบันสอนภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 5) บริติช เคานซิล เชียงใหม่  6) อีซีซี  
 7) โรงเรียนสอนภาษาและคอมพิวเตอร์เกียรติพัฒนา (CEC)  
 8) อีเอฟอี  9) แลงเกวช คอร์สนเนอร์  
 10) บ้านภาษา เอ็น อี เอส  11) อีเอฟ อิงลิช เฟริส  
 12) จี อิงลิช อะคาเดมี่  
 13) โรงเรียนการสื่อสารภาษา เชียงใหม่ (Direct English)  
 14) อื่น ๆ (ระบุ).....

3.6 ปัญหาและข้อเสนอนะ

- 1) .....  
2) .....  
3) .....

## ภาคผนวก ข

ตาราง ก แสดงลำดับค่าเฉลี่ย และแปลผลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยย่อย และปัจจัยหลักของส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	(แปลผล)
1	ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน	ด้านบุคคล	4.57	(มากที่สุด)
2	ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน	ด้านบุคคล	4.55	(มากที่สุด)
3	ครูผู้สอนปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม	ด้านบุคคล	4.54	(มากที่สุด)
4	ครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา	ด้านบุคคล	4.49	(มาก)
5	ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.46	(มาก)
6	เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน	ด้านบุคคล	4.43	(มาก)
7	ครูผู้สอนสอนตรงตามวัตถุประสงค์ และตรงตามหลักสูตร ที่ผู้เรียนต้องการ	ด้านบุคคล	4.43	(มาก)
8	ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้เรียน	ด้านบุคคล	4.43	(มาก)
9	เจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม	ด้านบุคคล	4.40	(มาก)
10	เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	ด้านบุคคล	4.36	(มาก)
11	สภาพบรรยากาศของสถาบันเหมาะสมต่อการเรียนการสอน (เช่น แสงสว่างเพียงพอ/ไม่มีเสียงรบกวน)	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.35	(มาก)

ตาราง ก แสดงลำดับค่าเฉลี่ย และแปลผลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยย่อย และปัจจัยหลักของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	(แปลผล)
12	ความสะอาดของสถานที่โดยรวมทั้งในและนอกห้องเรียน	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.33	(มาก)
13	เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ ที่ผู้เรียนต้องการอย่างครบถ้วน รวดเร็วและถูกต้อง	ด้านบุคคล	4.33	(มาก)
14	เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ	ด้านบุคคล	4.32	(มาก)
15	มีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย	ด้านกระบวนการ	4.31	(มาก)
16	อุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสม ครบถ้วน และทันสมัย	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.30	(มาก)
17	สถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.28	(มาก)
18	มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียน สะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน	ด้านกระบวนการ	4.27	(มาก)
19	สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง	ด้านผลิตภัณฑ์	4.25	(มาก)
20	สถาบันมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย สามารถสนองความต้องการได้	ด้านผลิตภัณฑ์	4.24	(มาก)
21	สถาบันมีอุปกรณ์ และเอกสารประกอบการเรียนการสอนเหมาะสมกับหลักสูตร (เช่น หนังสือเรียน ซีดี)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.24	(มาก)

ตาราง ก แสดงลำดับค่าเฉลี่ย และแปลผลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยย่อย และปัจจัยหลักของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	(แปลผล)
22	มีการทดสอบวัดระดับความรู้ในระหว่างเรียน และก่อนการเลื่อนระดับ ทั้งข้อเขียนและสัมภาษณ์กับครูผู้สอน	ด้านกระบวนการ	4.23	(มาก)
23	ห้องเรียนมีขนาดเหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.18	(มาก)
24	สถาบันจัดจำนวนนักเรียนในหนึ่งชั้นเรียนมีไม่มากจนเกินไป	ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	(มาก)
25	สถาบันมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ต่อเนื่องและมีการเลื่อนระดับขั้นขึ้นไป	ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	(มาก)
26	โต๊ะ และเก้าอี้เรียน มีความเหมาะสมต่อการนั่งเรียน (สะดวกสบาย)	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.13	(มาก)
27	การโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.13	(มาก)
28	สถานที่ตั้งติดถนนใหญ่ และมีทางเข้าออกสะดวก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.13	(มาก)
29	สถาบันได้รับการรับรองจากต่างประเทศ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	(มาก)
30	มีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.11	(มาก)

ตาราง ก แสดงลำดับค่าเฉลี่ย และแปลผลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยย่อย และปัจจัยหลักของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	(แปลผล)
31	ราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตร เหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน	ด้านราคา	4.08	(มาก)
32	สถาบันได้รับการรับรองจาก กระทรวงศึกษาธิการ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.08	(มาก)
33	มีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไป ทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ	ด้านกระบวนการ	4.06	(มาก)
34	สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หรือ ย่านการค้า	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	4.04	(มาก)
35	มีที่จอดรถของสถาบันสะดวกและ เพียงพอต่อผู้เรียน	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.99	(มาก)
36	สถาบันสามารถจัดกลุ่มเรียนส่วนตัว และเลือกเวลาเรียนได้อย่างที่ ต้องการ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.94	(มาก)
37	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับ โรงเรียน/บ้าน/ ที่ทำงานของผู้เรียน	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.86	(มาก)
38	มีช่องทางที่ให้ติดต่อกับทางสถาบัน ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ สะดวกโดยไม่จำกัดเวลา	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.85	(มาก)
39	สถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจาก การสอน (เช่น บริการแนะแนว ศึกษาต่อต่างประเทศ)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.76	(มาก)
40	ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการ ลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอม ถัดไป	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.76	(มาก)
41	ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หาก ลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.76	(มาก)

ตาราง ก แสดงลำดับค่าเฉลี่ย และแปลผลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยย่อย และปัจจัยหลักของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	(แปลผล)
42	มีการโฆษณาสถาบันด้วยแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน เพื่อแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.74	(มาก)
43	ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนมากกว่า 1 หลักสูตร	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.73	(มาก)
44	มีการแจกเอกสารใบปลิว แผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ (เช่น สถาบันการศึกษา หรือห้างสรรพสินค้า) เพื่อโฆษณาสถาบัน และแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.69	(มาก)
45	ผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการแนะนำผู้เรียนเพิ่มให้สถาบัน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	(มาก)
46	มีการโฆษณาโดยการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ (เช่น การส่งข้อความแจ้งเรื่องสิทธิพิเศษ/การรับส่วนลด/กำหนดการลงทะเบียน/อื่นๆ) แก่ผู้เรียนปัจจุบัน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52	(มาก)
47	มีการส่งเอกสารแนะนำหลักสูตรใหม่และข้อมูลข่าวสารของสถาบันทางไปรษณีย์ แก่ผู้เรียน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.37	(ปานกลาง)
48	มีของสมนาคุณ หรือของขวัญตอบแทนแก่ผู้เรียนในรูปแบบต่างๆ ตามโอกาส (เช่น วันปีใหม่ หรือวันเกิด)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.28	(ปานกลาง)

ตาราง ก แสดงลำดับค่าเฉลี่ย และแปลผลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยย่อย และปัจจัยหลักของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	(แปลผล)
49	มีการประชาสัมพันธ์สถาบัน โดยมีบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือบทความเกี่ยวกับกิจกรรมของสถาบัน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.26	(ปานกลาง)
50	มีการรับชำระเงินโดยจ่ายผ่านบัตรเครดิต	ด้านราคา	3.19	(ปานกลาง)
51	สามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้	ด้านราคา	3.13	(ปานกลาง)
52	สถาบันร่วมสนับสนุนงานกีฬาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.11	(ปานกลาง)
53	มีการรับชำระเงินโดยจ่ายผ่านธนาคาร	ด้านราคา	2.94	(ปานกลาง)



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาว ุศกร ดวงคำ
วัน เดือน ปีเกิด	26 มกราคม 2519
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2537 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2540
ประวัติการทำงาน	ปี 2540 – 2541 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ปี 2541 – 2542 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ธุรการ บริษัทสื่อกลาง ปี 2542 – 2548 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ธุรการ ศูนย์สอนภาษาออสเตรเลีย เซ็นเตอร์ ปี 2548 – ปัจจุบัน ตำแหน่งเจ้าหน้าที่แผนกการสอบ บริติช เคานซิล เชียงใหม่