

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
เอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	9
วิธีการศึกษา	10
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	11
ระยะเวลาในการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2	
ความคิดเห็นในการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วน ประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนใน หลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบัน สอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่	18
ส่วนที่ 3	
ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทาง การตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนา ทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้ต่อ เดือน	28
3.1 การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนา ทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	28
3.2 การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนา ทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	42
ส่วนที่ 4	
ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจใน การศึกษาต่อในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของ ผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	51
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	55
สรุปผลการศึกษา	55
อภิปรายผลการศึกษา	68
ข้อค้นพบ	69
ข้อเสนอแนะ	72

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	78
ภาคผนวก ก	79
ภาคผนวก ข	88
แบบสอบถาม	79
ตาราง ก แสดงลำดับค่าเฉลี่ย และแปลผลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยย่อย และปัจจัยหลักของส่วนประสมทางการตลาดบริการ	88
ประวัติผู้เขียน	94

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	14
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	15
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้รับผิดชอบใน ค่าเล่าเรียน	15
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถาบันที่เรียน	16
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหลักสูตรที่เลือก เรียน	17
9	แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ของผู้ตอบแบบสอบถามในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่	18
10	แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้ตอบ แบบสอบถามในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่	19
11	แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนา ทักษะภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถามในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ใน อำเภอเมือง เชียงใหม่	20

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
12	แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนา ทักษะภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถามในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ใน อำเภอเมือง เชียงใหม่	21
13	แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ของผู้ตอบแบบสอบถามในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่	23
14	แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถามในสถาบัน สอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่	25
15	แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะ ภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถามในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่	26
16	แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	28
17	แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามอายุ	30
18	แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	31
19	แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	33
20	แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล จำแนกตามอายุ	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
21 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	38
22 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ	40
23 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	42
24 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกอาชีพ	43
25 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	44
26 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	45
27 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ	47
28 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	49
29 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ	50
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความประสงค์ที่ จะลงทะเบียนเรียนภาษาอังกฤษต่อเนื่องในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะ ภาษาอังกฤษในทอมถัดไป	51
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประสงค์จะลงทะเบียน เรียนภาษาอังกฤษต่อเนื่องในทอมถัดไป จำแนกตามหลักสูตรที่จะลงทะเบียน เรียน	51
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประสงค์จะลงทะเบียน เรียนต่อเนื่อง ในทอมถัดไป จำแนกตามสถาบันที่จะลงทะเบียนเรียน	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประสงค์จะ ลงทะเบียนเรียนต่อเนื่อง ในเทอมถัดไป และมีความประสงค์ที่จะเปลี่ยน สถาบันใหม่ (10 ราย) จำแนกตามเหตุผลที่เปลี่ยนสถาบัน	52
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประสงค์จะลงทะเบียน เรียนต่อเนื่อง ในเทอมถัดไป และมีความประสงค์ที่จะเปลี่ยนสถาบัน ใหม่ (10 ราย) จำแนกตามสถาบันที่ประสงค์จะเลือกเรียน	53
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแสดง ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ	53
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ (11 ราย) จำแนกตามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ	54