

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผล  
ต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะ  
ภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษใน  
อำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวศรกร ดวงคำ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ดันติประภา

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบัน  
สอน ภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่ม  
ตัวอย่างจำนวน 320 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย  
ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16 - 20  
ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มี  
ผู้ปกครองรับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่าย และเรียนสถาบันสอนภาษาเอยูเอ โดยเรียนในหลักสูตร  
ภาษาอังกฤษทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจในการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอน  
ภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้าน  
สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ด้านสถาบันมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย สามารถ  
สนองความต้องการได้ และด้านสถาบันมีอุปกรณ์ และเอกสารประกอบการเรียนการสอน  
เหมาะสมกับหลักสูตร (เช่น หนังสือเรียน ซีดี)

ด้านราคา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านราคา ค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน ด้านมีการรับชำระเงินโดยจ่ายผ่านบัตรเครดิต และด้านสามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง ด้านสถานที่ตั้งติดถนนใหญ่ และมีทางเข้าออกสะดวก และด้านการโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง)

ด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไป ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน และด้านมีการโฆษณาสถาบันด้วยแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน เพื่อแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่

ด้านบุคคล ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน ด้านครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน และด้านครูผู้สอนปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ ด้านสภาพบรรยากาศของสถาบันเหมาะสมต่อการเรียนการสอน และด้านความสะอาดของสถานที่โดยรวมทั้งในและนอกห้องเรียน

ด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย ด้านมีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน และด้านมีการทดสอบวัดระดับความรู้ในระหว่างเรียน และก่อนการเลื่อนระดับ ทั้งข้อเขียนและสัมภาษณ์กับครูผู้สอน

<b>Independent Study Title</b>	Services Marketing Mix Factors Affecting Customer Decision in Selecting English Courses at English Language Institutions in Mueang District Chiang Mai
<b>Author</b>	Miss Thasakorn Doungkham
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Marketing)
<b>Independent Study Advisor</b>	Asst. Prof. Dr. Patchara Tantiprapha

### ABSTRACT

The objective of this independent study was to study Services Marketing Mix Factors Affecting Customer Decisions in Selecting English Courses at English Language Institutions in Mueang district, Chiang Mai. The samplings are specific to 320 customers; the data derived from the samplings was analyzed using descriptive statistics consisting of frequency, percentage and mean.

The findings show that the majority of respondents were 16-20 year-old female students, whose educational background was at the undergraduate/vocational certificate level and financial support was received from their parents. The results also revealed that the language school where most currently studied General English Courses was AUA.

The following are the ranks of importance of the service marketing mix factors affecting customer decisions in selecting English courses for English skills development at English language institutions in Mueang district, Chiang Mai.

In product factor, the top three sub-elements that the respondents ranked of the highest importance were a well-known institute, the variety of programs which corresponded to the customer's needs, and the appropriateness of study materials (i.e. text book and CD).

In price factor, the top three sub-elements that the respondents ranked of the highest importance were proper tuition fees when compared with lecture hours, credit card payment, and the acceptance of tuition fee payments done by installments.

In place factor, the top three sub-elements that the respondents ranked of the highest importance were a convenient location with public transportation options, the location should be annexed to the main road with convenient entrance and exit gates, and the ease to make telephone contact with the institution.

In promotion factor, the top three sub-elements that the respondents ranked of the highest importance were a special discount for an individual who registers for the next course, a special discount for group registration, and billboard advertisements in the community notifying about new course schedules.

In people factor, the top three sub-elements that the respondents ranked their highest importance on were the competence and expertise of the language teacher who could also provide clear and easy-to-understand explanations to learners, developed good relations with learners, and offered equal practice to all learners.

In physical evidence factor, the top three sub-elements that the respondents ranked their highest importance on were the air-conditioning system in the classroom, an appropriate atmosphere, and the general cleanliness of the institute inside and outside the classrooms.

In process factor, the top three sub-elements that the respondents ranked their highest importance on were curriculum revision to correspond to current situations and to be modern, the convenience and ease of the course registration process, and the tests found during the class and before advancing to the next level including both final examinations and speaking assessments with teachers.