

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ      ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน      นางสาวนลินี เสนาป่า

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต      สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาร์รัตน์ บุญเฉลียว      ประธานกรรมการ  
รองศาสตราจารย์ณภาพร ณ เชียงใหม่      กรรมการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พงศา วิบูลสันติ      กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษาใช้การสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากผู้เรียนภาษาต่างประเทศในสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 6 สถาบันจำนวน 180 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และอัตราร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา เพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน โดยเรียนภาษาต่างประเทศในช่วง 16.01 - 20.00 น. และใช้เวลาเรียนต่อหลักสูตรที่ 15 - 20 ชั่วโมง ภาษาที่เรียนมากที่สุดคือภาษาอังกฤษ รองลงมาคือ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาจีนตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก ตามด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าความรู้ความชำนาญของผู้สอนมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

ในด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าหลักสูตรการสอนที่ทันสมัย เข้าใจง่ายมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าราคาค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมง มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าความสะอาดของสถานที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าเอกสารหรือคู่มือการเรียนที่สามารถเข้าใจได้ง่ายมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลน้อย เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การให้บริการด้านข้อมูลแนะนำหรือติดต่อสถาบันการศึกษาต่างประเทศ สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลน้อย เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

ปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความก้าวหน้าในการประกอบอาชีพเป็นอันดับแรก

นอกจากนี้พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือค่าเล่าเรียนแพง ไม่สมเหตุผล

Independent Study Title	Factors Influencing to Customers upon Selecting Foreign Language Institute in Chiang Mai Municipality, Chiang Mai Province	
Author	Miss Nalinee Senapa	
M.B.A.	Business Administration	
Examining Committee	Assistant Professor Dararatana Boonchaliew	Chairman
	Associate Professor Napaporn na Chiangmai	Member
	Assistant Professor Pongsa Wiboonsunti	Member

#### Abstract

The objective of this independent study was to examine factors influencing to customers upon selecting foreign language institute in Chiang Mai municipality, Chiang Mai province. The data was collected by using structured questionnaire asking 180 samples from field survey conducted in 6 foreign language institute in Chiang Mai municipality, Chiang Mai province. The data was analyzed by descriptive statistics which consisted of frequency, mean and percentage.

According to this study, most of respondents were female, students with 21- 25 years of age. Their educational level were bachelor degree and their average income was lower than 5,000 baht per month. Most of them studied foreign language from 16.01 - 20 .00 hours and spent 15-20 hours per course. The most favorite language was english language ,followed by japanese language, and chinese language , respectively.

When considering the marketing factors influenced on respondents decision making, most of the respondents raised people factor at the first rank, followed by product factor, price factor, place factor, equipment factor, communication material, and symbols factor, respectively.

People factor has influenced the respondents decision making with the average of mean at the highest level. In the details, the most important factor was skill of the lecturer .

Product factor has influenced the respondents decision making with the average of mean at high level. In the details, the most important factor was course content .

Price factor has influenced the respondents decision making with the average of mean at high level. In the details, the most important factor was tuition fee .

Place factor has influenced the respondents decision making with the average of mean at high level. Considering in more details, the most important factor was clean service place .

Equipment factor has influenced the respondents decision making with the average of mean at high level. In the details, the most important factor was the content of manual or support document.

Communication material factor has influenced the respondents decision making with the average of mean at low level. In the details, the most important factor was providing of information for study abroad.

Symbols factor has influenced the respondents decision making with the average of mean at low level. In the details, the most important factor was certification of institute from ministry of education.

Other factor has influenced the respondents decision making with the average of mean at high level. The most important factor was progress in career.

In addition, the most important problem found by respondents was expensive tuition fees.