

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.6 มีอายุระหว่าง 16 - 20 ปี ร้อยละ 59.1 สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 46.6 มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 85.9 ไม่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ร้อยละ 47.8 ผู้ปกครองรับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่าย ร้อยละ 85.3 เรียนสถาบันสอนภาษาเอยูเอ ร้อยละ 26.9 และเรียนหลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป ร้อยละ 60.0

##### ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

จากการศึกษาสามารถสรุปการตัดสินใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** มีผลการตัดสินใจส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง (4.25) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจากการสอน (เช่น บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ) (3.76)

**ปัจจัยด้านราคา** มีผลการตัดสินใจส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน (4.08) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านมีการรับชำระเงิน โดยจ่ายผ่านธนาคาร (2.94)

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** มีผลการตัดสินใจส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง (4.28) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านมีช่องทางที่ให้ติดต่อกับทางสถาบันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้สะดวกโดยไม่จำกัดเวลา (3.85)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** มีผลการตัดสินใจส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไป (3.76) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถาบันร่วมสนับสนุนงานกีฬาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ (3.11)

**ปัจจัยด้านบุคคล** มีผลการตัดสินใจส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (4.57) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ (3.32)

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** มีผลการตัดสินใจส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.46) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านมีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม (4.11)

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** มีผลการตัดสินใจส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย (4.31) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านมีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ (4.06)

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการตัดสินใจต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถามในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ 10 ลำดับแรก พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุดเป็นลำดับที่ 1 – ลำดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านบุคคล โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (4.57) ด้านครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.55) ด้านครูผู้สอนปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.54) และด้านครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา (4.49) ในขณะที่ลำดับที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.46) ซึ่งเป็นปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และลำดับที่ 6 - 10 ซึ่งจะสังเกตได้ว่าเป็นการตัดสินใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านบุคคล โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการ

ตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านครูผู้สอนมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้เรียน (4.43) ด้านครูผู้สอน สอนตรงตามวัตถุประสงค์ และตรงตามหลักสูตร ที่ผู้เรียนต้องการ (4.43) ด้านเจ้าหน้าที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.43) ด้านเจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.40) และด้านเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ (4.36) (ภาคผนวก ข)

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการตัดสินใจใน 10 ลำดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านมีการแจกเอกสารใบปลิว แผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ (เช่น สถาบันการศึกษา หรือห้างสรรพสินค้า) เพื่อโฆษณาสถาบัน และแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ (3.69) ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการแนะนำผู้เรียนเพิ่มให้สถาบัน (3.55) ด้านมีการโฆษณาโดยการ ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ (เช่น การส่งข้อความแจ้งเรื่องสิทธิพิเศษ/การรับส่วนลด/กำหนดการลงทะเบียน/อื่นๆ) แก่ผู้เรียนปัจจุบัน (3.52) ด้านมีการส่งเอกสารแนะนำหลักสูตรใหม่และข้อมูลข่าวสารของสถาบัน ทางไปรษณีย์ แก่ผู้เรียน (3.37) ด้านมีของขวัญหรือของขวัญตอบแทนแก่ผู้เรียนในรูปแบบต่างๆ ตามโอกาส (เช่น วันปีใหม่ หรือวันเกิด) (3.28) ด้านมีการประชาสัมพันธ์สถาบัน โดยมีบทบาทสัมพันธ์ผู้บริหาร หรือบุคลากรเกี่ยวกับกิจกรรมของสถาบัน (3.26) ซึ่งจะสังเกตได้ว่าเป็นการตัดสินใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หลักสูตรและสถาบัน ส่วนปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านมีการรับชำระเงิน โดยจ่ายผ่านบัตรเครดิต (3.19) และด้านสามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ (3.13) ในขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ต่ำที่สุดนั้น ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านสถาบันร่วมสนับสนุนงานกีฬาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ (3.11) และปัจจัยลำดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านมีการรับชำระเงิน โดยจ่ายผ่านธนาคาร (2.94) ซึ่งจะสังเกตได้ว่าเป็นการตัดสินใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อช่องทางและวิธีในการชำระเงิน (ภาคผนวก ข)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นในการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถามในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ และอาชีพ

3.1 การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

เมื่อจำแนกอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการตัดสินใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

#### 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถาบันได้รับการรับรองจากต่างประเทศ (4.33) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถาบันได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ (3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 16 – 20 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถาบันมีอุปกรณ์และเอกสารประกอบการเรียนการสอนเหมาะสมกับหลักสูตร (เช่น หนังสือเรียน ซีดี) (4.28) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจากการสอน (เช่น บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ) (3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถาบันมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย สามารถสนองความต้องการ ได้ (4.29) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจากการสอน (เช่น บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ) (3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถาบันมีอุปกรณ์ และเอกสารประกอบการเรียนการสอนเหมาะสมกับหลักสูตร (เช่น หนังสือเรียน ซีดี) (4.52) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจากการสอน (เช่น บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ) (3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง (4.45) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจากการสอน (เช่น บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ) (3.85)

## 2) ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก และระดับปานกลางเท่ากัน โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน (3.56) และมีการรับชำระเงินโดยจ่ายผ่านบัตรเครดิต (3.56) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ (3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 16 – 20 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน (4.06) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีการรับชำระเงินโดยจ่ายผ่านธนาคาร (2.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน (4.10) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีการรับชำระเงินโดยจ่ายผ่านธนาคาร (2.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก และระดับปานกลางเท่ากัน โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน (4.36) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีการรับชำระเงินโดยจ่ายผ่านธนาคาร (3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน (4.10) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ (3.15)

## 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หรือย่านการค้า (4.33) และด้านมีช่องทางที่ให้ติดต่อกับทางสถาบันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้สะดวกโดยไม่จำกัดเวลา (4.33) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับโรงเรียน/บ้าน/ที่ทำงานของผู้เรียน (3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 16 – 20 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง (4.26) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับโรงเรียน/บ้าน/ที่ทำงานของผู้เรียน (3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง (4.32) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีช่องทางที่ให้ติดต่อกับทางสถาบันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้สะดวกโดยไม่จำกัดเวลา (3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านการโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรศัพท์ง่าย สายว่าง) (4.28) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หรือย่านการค้า (3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง (4.45) และด้านการโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรศัพท์ง่าย สายว่าง) (4.45) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หรือย่านการค้า (3.85)

#### 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านมีการโฆษณาสถาบันด้วยแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน เพื่อแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ (3.89) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีการส่งเอกสารแนะนำหลักสูตรใหม่และข้อมูลข่าวสารของสถาบัน ทางไปรษณีย์ แก่ผู้เรียน (3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 16 – 20 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านมีการโฆษณาสถาบันด้วยแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน เพื่อแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ (3.83) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถาบันร่วมสนับสนุนงานกีฬาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ (3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน (3.84) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถาบันร่วมสนับสนุนงานกีฬาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ (3.05) และด้านมีการประชาสัมพันธ์สถาบัน โดยมีบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือบทความเกี่ยวกับกิจกรรมของสถาบัน (3.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไป (4.28) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีของสมนาคุณ หรือของขวัญตอบแทนแก่ผู้เรียนในรูปแบบต่างๆ ตามโอกาส (เช่น วันปีใหม่ หรือวันเกิด) (3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านมีการโฆษณาโดยการ ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ (เช่น การส่งข้อความแจ้งเรื่องสิทธิพิเศษ/การรับส่วนลด/กำหนดการลงทะเบียน/อื่นๆ) แก่ผู้เรียนปัจจุบัน (3.75) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีของสมนาคุณ หรือของขวัญตอบแทนแก่ผู้เรียนในรูปแบบต่างๆ ตามโอกาส (เช่น วันปีใหม่ หรือวันเกิด) (2.85)

##### 5) ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคล ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.89) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ (4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 16 – 20 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคล ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (4.52) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ (4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคล ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.60) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ ที่ผู้เรียนต้องการอย่างครบถ้วน รวดเร็วและถูกต้อง (4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคล ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (4.76) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ (4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคล ทุกปัจจัยในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (4.80) และด้านครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.80) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา (4.55)

#### 6) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.78) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสภาพบรรยากาศของสถาบันเหมาะสมต่อการเรียนการสอน (เช่น แสงสว่างเพียงพอ/ไม่มีเสียงรบกวน) (4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 16 – 20 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.47) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านโต๊ะ และเก้าอี้เรียน มีความเหมาะสมต่อการนั่งเรียน (สะดวก สบาย) (4.14) และด้านมีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม (4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.44) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม (3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสภาพบรรยากาศของสถาบันเหมาะสมต่อการเรียนการสอน (เช่น แสงสว่างเพียงพอ/ไม่มีเสียงรบกวน) (4.56) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม (4.08)



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.45) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม (4.15)

#### 7) ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านมีการทดสอบวัดระดับความรู้ในระหว่างเรียน และก่อนการเลื่อนระดับ ทั้งข้อเขียนและสัมภาษณ์กับครูผู้สอน (4.56) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย (3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 16 – 20 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย (4.32) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ (4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านมีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน (4.18) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ (4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย (4.68) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ (4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย (4.55) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ (4.05)

### 3.2 การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

เมื่อจำแนกอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการตัดสินใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

#### 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง (4.23) ด้านสถาบันมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย สามารถสนองความต้องการได้ (4.23) และด้านสถาบันมีอุปกรณ์ และเอกสารประกอบการเรียนการสอนเหมาะสมกับหลักสูตร (เช่น หนังสือเรียน ซีดี) (4.23) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจากการสอน (เช่น บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ) (3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง (4.38) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจากการสอน (เช่น บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ) (3.84)

#### 2) ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน (4.08) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีการรับชำระเงิน โดยจ่ายผ่านธนาคาร (2.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในระดับมาก และระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านราคาค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน (4.13) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสามารถผ่อนชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ (3.02)

#### 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ

ด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง (4.28) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับ โรงเรียน/บ้าน/ที่ทำงานของผู้เรียน (3.83) และด้านมีช่องทางที่ให้ติดต่อกับทางสถาบันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้สะดวกโดยไม่จำกัดเวลา (3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง (4.33) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หรือย่านการค้า (3.96)

#### 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไป (3.76) และด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน (3.76) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถาบันร่วมสนับสนุนงานกีฬาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ (3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน (3.80) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านสถาบันร่วมสนับสนุนงานกีฬาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ (2.98)

#### 5) ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคล ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (4.54) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ (4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ ส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคล ในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ (4.49) และด้านเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

(4.49) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ (4.38)

#### 6) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.47) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม (4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.40) ด้านสภาพบรรยากาศของสถาบันเหมาะสมต่อการเรียนการสอน (เช่น แสงสว่างเพียงพอ/ไม่มีเสียงรบกวน) (4.40) และด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสม ครบถ้วน และทันสมัย (4.40) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม (4.13)

#### 7) ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย (4.27) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ (4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย (4.53) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านมีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ (4.13)

#### ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการศึกษาต่อในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความประสงค์จะลงทะเบียนเรียนต่อ ร้อยละ 70.0 โดยหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสงค์จะลงทะเบียนเรียนต่อ คือ หลักสูตร ภาษาอังกฤษทั่วไป ร้อยละ 43.8 ส่วนสถาบันที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความประสงค์จะลงทะเบียนเรียนต่อ คือ สถาบันเดิม ร้อยละ 95.5

ในขณะที่ความคิดเห็นถึงเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความประสงค์จะเรียนสถาบันใหม่ คือ อยากมีประสบการณ์ด้านภาษา ร้อยละ 50.0 สำหรับข้อเสนอแนะผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถามในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ลำดับแรกได้แก่ ต้องการให้มีการฝึกพูดมากกว่าเดิม จำนวน 3 ราย รองลงมา ได้แก่ ต้องการให้มีบรรยากาศที่สนุกสนานในการเรียน ควรมีหลักสูตรที่หลากหลาย และควรมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ สื่อการเรียน จำนวน 2 รายเท่ากัน

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน 10 ลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจมากที่สุด ได้แก่ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (4.57) ด้านครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.55) และด้านครูผู้สอนปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.54) และด้านครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา (4.49) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจมากที่สุด ได้แก่ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ (4.46) และปัจจัยย่อยด้านเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน (4.43) ด้านครูผู้สอนสอนตรงตามวัตถุประสงค์ และตรงตามหลักสูตร ที่ผู้เรียนต้องการ (4.43) ด้านครูผู้สอนมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้เรียน (4.43) ด้านเจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.40) และด้านเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจมากที่สุด ก็เป็นปัจจัยด้านบุคคลเช่นกัน (ภาคผนวก ข)

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามอย่างยิ่ง ปัจจัยย่อยด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มากที่สุด โดยเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) โดยอคุล์ จาตุรงค์กุล (2546) ในส่วนความสามารถ (Competence) ซึ่งบุคลากรที่ให้บริการต้องมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นอันดับแรก และมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล นั้นสอดคล้องกับการศึกษาของ นลินี เสนาป่า (2544) ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก

สถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุภาพงษ์ นิลเกษ (2551) ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันกวดวิชาเพื่อการสอบข้อสอบภาษาอังกฤษมาตรฐานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และ การศึกษาของ ชนิตา สมวานิช (2549) ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร สำหรับปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานลินี เสนาป่า (2544) เช่นกัน ยกเว้นปัจจัยด้านราคา ที่จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าส่วนใหญ่มีผลการตัดสินใจในระดับปานกลาง ในขณะที่ผลการศึกษานลินี เสนาป่า (2544) มีผลการตัดสินใจในระดับมาก

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบจากการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16 - 20 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ไม่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผู้ปกครองรับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่าย และเรียนสถาบันสอนภาษาเอยูเอ เรียนในหลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป

2. ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุดเป็นลำดับแรกในแต่ละปัจจัยหลัก คือ **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ได้แก่ ด้านสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง **ปัจจัยด้านราคา** ได้แก่ ด้านราคา ค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ได้แก่ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษหากมีการลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไปและ ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน **ปัจจัยด้านบุคคล** ได้แก่ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ได้แก่ ด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ และ **ปัจจัยด้านกระบวนการ** ได้แก่ ด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่สุดในการเลือกเรียน ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน รองลงมา คือ ด้านครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ด้านครูผู้สอนปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม ด้านครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา ด้านครูผู้สอนมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้เรียน ด้านครูผู้สอน สอนตรงตามวัตถุประสงค์ และตรงตามหลักสูตร ที่ผู้เรียนต้องการ ด้านเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ด้านเจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม และด้านเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้

4. ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลำดับสุดท้ายในแต่ละปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านสถาบันมีบริการอื่นนอกเหนือจากการสอน (เช่น บริการแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศ) ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ด้านมีการรับชำระเงิน โดยจ่ายผ่านธนาคาร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ด้านมีช่องทางที่ให้ติดต่อกับทางสถาบันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้สะดวก โดยไม่จำกัดเวลา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ด้านสถาบันร่วมสนับสนุนงานกีฬาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ด้านมีพื้นที่นั่งพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่มและลูกอม ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่ ด้านมีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียน ไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ

5. เมื่อพิจารณาการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านสถาบันมีอุปกรณ์ และเอกสารประกอบการเรียนการสอนเหมาะสมกับหลักสูตร (เช่น หนังสือเรียน ซีดี)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี และอายุ 26 – 30 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านมีการรับชำระเงินโดยจ่ายผ่านบัตรเครดิต

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการ



ลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไป ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการแนะนำผู้เรียนเพิ่มให้สถาบัน และด้านมีการโฆษณาโดยการ ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ (เช่น การส่งข้อความแจ้งเรื่องสิทธิพิเศษ/การรับส่วนลด/กำหนดการลงทะเบียน/อื่นๆ) แก่ผู้เรียนปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านมีการโฆษณาโดยการ ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ (เช่น การส่งข้อความแจ้งเรื่องสิทธิพิเศษ/การรับส่วนลด/กำหนดการลงทะเบียน/อื่นๆ) แก่ผู้เรียนปัจจุบัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านมีการส่งเอกสารแนะนำหลักสูตรใหม่และข้อมูลข่าวสารของสถาบัน ทางไปรษณีย์ แก่ผู้เรียน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มีผลการตัดสินใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อย ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการแนะนำผู้เรียนเพิ่มให้สถาบัน

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี และ อายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มีผลการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านครูผู้สอนมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้เรียน และด้านครูผู้สอนสอนตรงตามวัตถุประสงค์ และตรงตามหลักสูตร ที่ผู้เรียนต้องการ

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ และด้านความสะอาดของสถานที่โดยรวมทั้งในและนอกห้องเรียน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านสภาพบรรยากาศของสถาบันเหมาะสมต่อการเรียนการสอน (เช่น แสงสว่างเพียงพอ/ไม่มีเสียงรบกวน) และด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสม ครบถ้วน และทันสมัย

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านมีการทดสอบวัดระดับความรู้ในระหว่างเรียน และก่อนการเลื่อนระดับ ทั้งข้อเขียนและสัมภาษณ์กับครูผู้สอน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีผลการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย และด้านมีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มีผลการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย

6. เมื่อพิจารณาการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบัน สอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ พบว่า

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ มีผลการตัดสินใจในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านด้านการรับชำระเงินโดยผ่านบัตรเครดิต

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาโดยการ ส่งข้อมูล ข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ (เช่น การส่งข้อความแจ้งเรื่องสิทธิพิเศษ/การรับส่วนลด/กำหนดการ ลงทะเบียน/อื่นๆ) แก่ผู้เรียนปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีผลการตัดสินใจในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ มีผลการตัดสินใจในระดับมาก

**ปัจจัยด้านบุคคล** ปัจจัยย่อยด้านครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา ด้านครูผู้สอนมีบุคลิกภาพ ดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้เรียน และด้านครูผู้สอนสอนตรงตามวัตถุประสงค์ และตรงตาม หลักสูตรที่ผู้เรียนต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีผลการตัดสินใจในระดับ มาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีงานทำ มีผลการตัดสินใจในระดับมากที่สุด

7. เมื่อพิจารณาถึงความตั้งใจในการศึกษาต่อในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะ ภาษาอังกฤษของผู้เรียนในสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความประสงค์จะลงทะเบียนเรียนต่อในเทอมถัดไป ในหลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป โดยมีความ ประสงค์จะลงทะเบียนเรียนต่อสถาบันเดิม

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการตัดสินใจในระดับมาก ในปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะ ภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ด้านลักษณะทาง กายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกล ยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจต่อการเลือกเรียนใน หลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้าน สถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ด้านสถาบันมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย สามารถ สนองความต้องการได้ และด้านสถาบันมีอุปกรณ์ และเอกสารประกอบการเรียนการสอน

เหมาะสมกับหลักสูตร (เช่น หนังสือเรียน ซีดี) แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในสถาบันที่เป็นที่รู้จักแก่ผู้คน โดยทั่วไป ซึ่งในสถาบันนั้นอาจต้องมีผู้สอนที่มีชื่อเสียง มีความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการสอนเมื่อเทียบกับสถาบันอื่น หรือมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย สามารถสนองความต้องการ และควรจัดหาอุปกรณ์หรือวิธีการสอนที่เหมาะสมและโดดเด่นต่างจากสถาบันอื่น ฉะนั้นสถาบันภาษาควรสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับต่อผู้เรียน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เรียนบอกต่อได้ด้วย

**ปัจจัยด้านราคา** จากผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยอดด้านราคาค่าเล่าเรียน แต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงการสอน จะสังเกตได้ว่าเป็นการตัดสินใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคุ้มค่าของค่าเล่าเรียนต่อหลักสูตรที่มีความเหมาะสม ที่ค่าเล่าเรียนที่ราคาไม่สูงมากนัก จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีกำลังสามารถจ่ายได้ ดังนั้น หากสถาบันมีการปรับปรุงหลักสูตรให้เหมาะสมกับราคาให้เป็นที่พอใจคุ้มค่ากับราคา และไม่เอาเปรียบผู้เรียนเกินไป และอาจมีการให้ส่วนลดเฉพาะกรณีซื้อเงินสด มีการแบ่งระดับการให้สิทธิพิเศษกับผู้เรียนแต่ละประเภท โดยทำบัตรสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษ หรือสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของสมนาคุณ โดยสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ เพื่อดึงดูดผู้เรียนรายใหม่ และรักษาสถานที่ผู้เรียนรายเก่าที่เป็นสมาชิกด้วย

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยอดด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมีความสะดวกต่อการเดินทาง ด้านการโทรศัพท์ติดต่อกับสถาบันทำได้ง่าย (โทรติดง่าย สายว่าง) ด้านสถานที่ตั้งติดถนนใหญ่ และมีทางเข้าออกสะดวก ด้านสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หรือย่านการค้า และด้านมีที่จอดรถของสถาบันสะดวกและเพียงพอต่อผู้เรียน แสดงให้เห็นว่า สถานที่ตั้ง ทางเข้าออกของสถาบันภาษา และการเดินทางมาเรียน เป็นเรื่องที่สำคัญ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ฉะนั้นสถาบันภาษาควรตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีที่ตั้งที่เหมาะสม และมีอาณาบริเวณกว้างขวางพอสมควร ให้เพียงพอต่อการจัดระเบียบของที่จอดรถ และเส้นทางจราจรไปมาที่สะดวก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยอดด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องในเทอมถัดไป ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากลงทะเบียนเรียนพร้อมกันหลายคน ด้านมีการโฆษณาสถาบันด้วยแผ่นป้าย โฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน เพื่อแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลด

พิเศษ หากมีการลงทะเบียนเรียนมากกว่า 1 หลักสูตร ด้านมีการแจกเอกสารใบปลิว แผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ (เช่น สถาบันการศึกษา หรือห้างสรรพสินค้า) เพื่อโฆษณาสถาบัน และแจ้งกำหนดการเปิดเทอมใหม่ ด้านผู้เรียนได้รับส่วนลดพิเศษ หากมีการแนะนำผู้เรียนเพิ่มให้สถาบัน และด้านมีการโฆษณาโดยการ ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ (เช่น การส่งข้อความแจ้งเรื่องสิทธิพิเศษ/การรับส่วนลด/กำหนดการลงทะเบียน/อื่นๆ) แก่ผู้เรียนปัจจุบัน โดยสังเกตได้ว่าเป็นการตัดสินใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หลักสูตรในการเรียนภาษาและสถาบัน ฉะนั้น สถาบันควรมีการโฆษณาสถาบันผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือสื่อโฆษณาท้องถิ่นอื่นๆ เพื่อแนะนำสถาบันและหลักสูตรเพื่อสร้าง ภาพลักษณ์สถาบันให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นอย่างแพร่หลาย และเข้าร่วมงานนิทรรศการ จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนการสอนในเทศกาลต่าง ๆ หรือจัดงานประจำปี เพื่อเป็นการเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในด้านภาษาอย่างแท้จริง และมีระบบสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษ หรือสะสมแต้มคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ โดยสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ อีกทั้งควรมีของขวัญที่ระลึกแจกในช่วงเทศกาล เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น

**ปัจจัยด้านบุคคล** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลต่อการตัดสินใจต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียนเป็นอย่างยิ่ง เพราะ ปัจจัยย่อยที่ควรคำนึงมากที่สุด คือ ด้านครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และสามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน ด้านครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เรียน ด้านครูผู้สอนปฏิบัติต่อผู้เรียนทุกคนอย่างเท่าเทียม และด้านครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา ฉะนั้นสถาบันสอนภาษาควรมีการคัดเลือกครูผู้สอนที่มีความรู้ ความสามารถในด้านภาษาอย่างแท้จริง และมีประสบการณ์ในการสอน อีกทั้งหากสถาบันใดมีครูที่เป็นเจ้าของภาษาเป็นผู้สอนจะยิ่งทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจ และใช้ภาษาได้ในสถานการณ์จริง และครูผู้สอนควรมีคุณสมบัติที่พร้อมจะเป็นผู้ให้ความรู้กับผู้เรียนอย่างแท้จริง ควรมีหลักสูตร เอกสาร หรืออุปกรณ์ช่วยสอน เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจบทเรียนได้ง่ายยิ่งขึ้น ฉะนั้นสถาบันภาษาควรที่จะมีอาจารย์ที่สามารถสร้างชื่อเสียง และเสมือนเป็นผู้แทนหรือผู้ส่งเสริมการตลาดให้กับสถาบันได้

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** จากผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ ด้านสภาพบรรยากาศของสถาบันเหมาะสมต่อการเรียนการสอน (เช่น แสงสว่างเพียงพอ/ไม่มีเสียงรบกวน) และด้านความสะอาดของสถานที่โดยรวมทั้งในและนอกห้องเรียน แสดงให้เห็นว่า ในภาวะสภาพอากาศในปัจจุบัน ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของห้องเรียน จะส่งผลให้ผู้เรียนสามารถมีสมาธิในการเรียนได้ดียิ่ง

จีน ฉะนั้นสถาบันภาษาควรพิจารณาจัดสภาพบรรยากาศให้เหมาะสมต่อการเรียนโดยปรับปรุงห้องเรียนให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก มีเครื่องปรับอากาศที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียนอย่างเพียงพอ และควรเน้นความสะอาดทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** จากผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และทันสมัย ด้านมีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน ด้านมีการทดสอบวัดระดับความรู้ในระหว่างเรียน และก่อนการเลื่อนระดับ ทั้งข้อเขียนและสัมภาษณ์กับครูผู้สอน และด้านมีงานหรือการบ้านมอบให้ผู้เรียนไปทบทวนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ ฉะนั้นสถาบันควรมีหลักสูตรที่เป็นเอกลักษณ์และทันสมัย หรือสามารถตอบสนองหลักสูตรที่ผู้เรียนต้องการให้ได้มากที่สุด และควรมีการบริหารจัดการในการติดต่อหรือลงทะเบียนไม่ยุ่งยาก เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียนได้อย่างรวดเร็ว