

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ	กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกหลักสูตรภาษาจีนในกรุงเทพมหานคร
ผู้เขียน	นายธีรวัฒน์ ไชยภาณุวัฒน์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ	อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์
	บทคัดย่อ

การค้าคว่ำแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกหลักสูตรภาษาจีนในกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ที่อยู่ระหว่างเรียนภาษาจีนในสถาบันสอนภาษาจีนเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 420 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมานในการทดสอบความแตกต่างของอายุ โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติไค-สแควร์ (Chi – square test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) ที่ความเชื่อมั่น 95%

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่งบประมาณในการเรียนภาษาจีน คือ 5,000-10,000 บาท

ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกหลักสูตรภาษาจีน พบว่าขั้นตอนการรับรู้ปัญหา เหตุผลที่เลือกเรียนภาษาจีน คือมองว่าภาษาจีนจะกลายเป็นภาษาที่สำคัญเทียบเท่ากับภาษาอังกฤษในอนาคต โดยระยะเวลาในการตัดสินใจเพื่อเลือกเรียนภาษาจีน คือ 1-3 เดือน และเหตุผลในการตัดสินใจเรียนภาษาจีน คือ มีความจำเป็นต้องใช้ภาษาจีน

ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล พบว่าช่องทางในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ โรงเรียนสอนภาษาจีนอันดับแรก คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ เพื่อน ญาติ โดยระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนสอนภาษาจีน คือ 3-6 เดือน

ขั้นตอนการประเมินทางเลือก จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเมินทางเลือกหลักสูตรภาษาจีนทุกปีจ้อยในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เอกสารประกอบการเรียนที่ดี ด้านอัตราค่าเรียน ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับหลักสูตร ด้านสถานที่ตั้ง ได้แก่ อยู่ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ทดลองเรียนฟรี ด้านขั้นตอนการสมัครเรียน ได้แก่ มีเว็บไซต์ให้หาข้อมูล ด้านอาจารย์ผู้สอน ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีเทคนิคการสอนที่ดี ด้านบรรยากาศสถานที่เรียน ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ห้องเรียนโอ่โถ่ง โปร่ง และสะอาด

ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ วิธีการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาจีนคือ เลือกจากหลักสูตร และส่วนใหญ่อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรที่ตัดสินใจเรียน คือ 5,001 - 8,000 บาท

ขั้นตอนความรู้สึกละหลังการซื้อ จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันสอนภาษาจีนสถาบันสอนภาษาจีนที่ตัดสินใจเรียนอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านหลักสูตรในการสอน ด้านทำเลที่ตั้งของสถาบัน ด้านความคุ้มค่าของอัตราค่าเรียน ด้านบรรยากาศสถานที่เรียน ด้านการส่งเสริมการตลาด และขั้นตอนในการสมัครเรียน

สำหรับการแนะนำสถาบันที่ตัดสินใจเรียนให้คนรู้จักหรือผู้สนใจอื่นๆ คือ บอกต่อแน่นอน

นอกจากนั้น ยังพบว่า การตัดสินใจเลือกหลักสูตรภาษาจีน ในขั้นตอนการรับรู้ปัญหา ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล และขั้นการตัดสินใจซื้อ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามอายุ แต่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามอายุในขั้นตอนการประเมินทางเลือก

<b>Independent Study Title</b>	Decision Making Process of Consumers Towards Selecting Chinese Language Programs in Bangkok
<b>Author</b>	Mr. Teerawat Chaipanuwat
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Marketing)
<b>Independent Study Advisor</b>	Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

### **Abstract**

This independent study aimed at understanding the decision making process of consumers towards selecting Chinese language programs in Bangkok. Sample of this study were specified to 420 students in the age of 15 years old or older studying Chinese language in private Chinese language institutes in Bangkok. Questionnaires were used as the tool to collect data and data analysis was conducted by the use of descriptive statistics: frequency, percentage and mean, Chi-square Test for different age groups, and the Analysis of Variance: ANOVA determining the confidence intervals at 95%.

The findings presented that most respondents were female undergraduate students in the age of 21-25 years old. Their budget to be spent for Chinese language program was found between 5,000-10,000 Baht.

The results of the study on decision making process of consumers towards selecting Chinese language programs in Bangkok were shown as follows.

In the stage of Problem recognition, the respondents decided to study Chinese language because they believed that in the near future, Chinese language would be important language comparable to English. They spent 1-3 months to make the decision to study Chinese language program. Their reason in studying the Chinese language was mentioned to the necessity to use it.

In the stage of Information search, it was found that the first channel where the respondents search for the information of Chinese language schools was Internet; followed by personal channel like friends or relatives. They spent 3-6 months in searching for information of the schools.

In the stage of Evaluation of alternative, most respondents evaluated all alternative factors of Chinese language programs at high level. Hereafter were shown the top elements of each factor being evaluated at the high level. In product factor, the top element was for the good textbook. In price factor, the top element was for the appropriate tuition fee comparing to the course of study. In place factor, the top element was for the location near accommodation or workplace. In promotion factor, the top element was for the free-trial session. In registration process factor, the top element was for the availability of website for customers to search for information. In people factor, the top element that the respondents ranked the highest level of importance on was the teacher with the good teaching technique. In physical evidence factor, the top element that the respondents ranked the highest level of importance on was the classroom atmosphere that was wide, airy and clean.

In the stage of Purchase decision, the majority decided to select Chinese language institute by considering the course of study and its tuition fee between 5,001-8,000 Baht.

In the stage of Post-purchase behavior, the respondents satisfied with the following marketing mix factors of the selected Chinese language institute at high level: people (teacher), product (course of study), place, price (worthiness of the tuition fee), physical evidence (atmosphere of the institute), promotion, and process of course application.

Regarding the recommendation of the selected institute to fellows or other interested people, the respondents would certainly recommend it to others.

In addition, the findings presented that the decision making towards Chinese language programs in the following stages: Problem recognition, Information search and Purchase decision did not have difference in statistical significance according to age groups; but the Evaluation of alternative stage did.