

การศึกษาวิจัยที่มีผลต่อชาวต่างประเทศในการเลือกสถาบันสอนภาษาไทย ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิจัยที่มีผลต่อชาวต่างประเทศในการเลือกสถาบันสอนภาษาไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ เป็นชาวต่างประเทศที่เรียนภาษาไทยในสถาบันสอนภาษาไทย 4 สถาบัน ในเขตอำเภอเมืองจำนวน 200 คน

ผลการศึกษาพบว่าชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ตัดสินใจเรียนภาษาไทย เพราะต้องการจะเข้าใจและสื่อสารกับคนไทยได้

เหตุผลที่ชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้ในการเลือกสถาบันสอนภาษาไทย คือ มีคนรู้จักเคยเรียนที่สถาบันดังกล่าวมาก่อน อันดับที่สองเพราะสถาบันมีชื่อเสียง มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกับชาวต่างประเทศ ในการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาไทยมากเป็นอันดับแรกคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะหลักสูตรการเรียนการสอนและอุปกรณ์ในการเรียนการสอน) อันดับที่สองคือปัจจัยด้านบุคลากร (พนักงานและครูผู้สอน)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญกับชาวต่างประเทศมากเป็นอันดับแรก คือ สถาบันมีการสอนพูดภาษาไทย อันดับที่สองคือสถาบันมีการอ่านเขียนภาษาไทย

ปัจจัยด้านบุคลากรที่สำคัญกับชาวต่างประเทศมากเป็นอันดับแรกคือ พนักงานต้อนรับและประชาสัมพันธ์เป็นมิตร อันดับที่สองคือครูผู้สอนเป็นมิตร

ปัจจัยด้านราคาที่สำคัญกับชาวต่างประเทศมากเป็นอันดับแรก คือ สถาบันระบุค่าเรียนให้ชัดเจน อันดับที่สองคือมีการลดราคาหากเรียนหลาย ๆ ชั่วโมง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญกับชาวต่างประเทศมากเป็นอันดับแรก คือ หาเจอง่ายในอินเทอร์เน็ต เช่นหาด้วย google.com อันดับที่สองคือมีแผ่นพับแนะนำสถาบันและหลักสูตร

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่สำคัญกับชาวต่างประเทศมากเป็นอันดับแรก คือ สามารถลงทะเบียนเรียนและจองชั่วโมงเรียนที่สถาบันได้โดยตรงที่สถาบัน อันดับที่สองคือสถาบันตั้งอยู่ในใกล้ชุมชน

ปัจจัยด้านสิ่งเสนอทางกายภาพที่สำคัญกับชาวต่างประเทศมากเป็นอันดับแรก คือ สถานที่สะอาด อันดับที่สองคือสถาบันมีชื่อเสียง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่สำคัญกับชาวต่างประเทศมากเป็นอันดับแรก คือ การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความก้าวหน้าของนักเรียน อันดับที่สองคือแบบฟอร์มต่าง ๆ กรองง่าย

ผลการศึกษาพบว่าปัญหาที่ชาวต่างประเทศพบมากที่สุด คือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (หลักสูตรและอุปกรณ์ในการเรียนการสอน) อันดับที่สองคือปัญหาด้านบุคลากร (ครูและพนักงาน) ปัญหาด้านสิ่งเสนอทางกายภาพ ปัญหาด้านราคา และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

The objective of this study, "Factors Affecting foreigner's Selection of Thai Language Institutes in Mueang Districts, Chiang Mai Province" was to find out the factors affecting foreigner's selection of Thai language institutes in Mueang district, Chiang Mai province.

The study was conducted by analyzing 200 questionnaires which were distributed to foreigners studying the Thai language in four Thai language Institutes.

The study showed that the main reason most foreigners gave to explain their decision to study Thai at a Thai language institutes was to be able to understand and communicate with Thai people.

The main reason they chose the institute in which they were studying was that someone they have known had studied in this school before. The next reason was that the school was well-known more than the other reasons.

The service marketing mix factors which most influenced foreigner's decision in choosing a Thai language institute were products (courses and study materials) and then people (staff and instructors) more than the other reasons.

The product factors that most influenced foreigner's decision in choosing a Thai language institute were that the school has a speaking Thai course, and then the school has Thai reading and writing course more than the other reasons.

The price factors that most influenced foreigner's decision in choosing a Thai language institute were that the study rate was stated clearly, and then the price was cheaper when study for many hours more than the other reasons.

The promotion factors that most influenced foreigner's decision in choosing a Thai language institute were being easily found by searching through search engine (ex: Google), and then there was a brochure of the school more than the other reasons.

The people factors that most influenced foreigner's decision in choosing a Thai language institute were that the reception staffs were friendly, and then instructors were friendly more than the other reasons.

The place factors that most influences foreigner's decision in choosing a Thai language institute were that there was walk-in registration and reservation, and then school was close to the customer's residence more than the other reasons

The physical evidence factors that most influenced foreigner's decision in choosing a Thai language institute were cleanliness and then their reputation more than the other reasons.

The process factors that most influenced foreigner's decision in choosing a Thai language institute were that the school keeps information about the progress of each student and then the registration form was easy and convenient to fill out more than the other reasons.

The study showed that the most problems that the foreigners faced during study in Thai language institutes were the problem about product factors, people factors, place factors, price factors and promotion factors, respectively.