

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปาง โดยใช้แนวทางการศึกษา 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What (ผู้บริโภคซื้ออะไร) Why (ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน) และ How (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร) ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5.1 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H

คำถาม 6Ws และ 1H	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?)	เพศ	หญิง	64.67
	ระดับชั้นที่กำลังศึกษาอยู่	มัธยมศึกษาปีที่ 5	26.00
	เกรดเฉลี่ยสะสม	2.51 - 3.00	35.67
	อาชีพของบิดา	นักธุรกิจ/กิจการส่วนตัว	30.33
	อาชีพของมารดา	นักธุรกิจ/กิจการส่วนตัว	32.00
	รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกัน	20,001 - 30,000 บาท	28.00

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.67 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 26.00 มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.51-3.00 คิดเป็นร้อยละ 35.67 บิดาประกอบอาชีพนักธุรกิจ/กิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 30.33 มารดาประกอบอาชีพนักธุรกิจ/กิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกัน 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปาง

ตารางที่ 5.2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H

คำถาม 6Ws และ 1H	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	วิชาที่เรียน	คณิตศาสตร์	74.67
	ลักษณะการเรียน	จัดกลุ่มย่อยเรียนกับเพื่อน	45.67
	ลักษณะของโรงเรียนกวดวิชาที่เลือกเรียน	สถาบันของอาจารย์ที่โรงเรียน	52.67
	ชำระค่าเรียน	แบบจ่ายต่อเทอม	62.00
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชา	เพื่อทำเกรดให้ดีขึ้น	72.33
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?)	ผู้มีอิทธิพลในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	ตนเอง	79.00
	ผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	ตนเอง	83.00
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	จำนวนวันเรียนต่อสัปดาห์	1-2 วันต่อสัปดาห์	57.67
	วันที่เรียน	เสาร์-อาทิตย์	71.00
	จำนวนเวลาเรียนต่อวัน	1-2 ชั่วโมงต่อวัน	39.00
	ช่วงเวลาที่เรียน	ช่วงเช้า (08.00-11.00 น.)	53.33
	ความถี่ในการเรียน	1 วิชาต่อวัน	51.67
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ทำเลที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชาที่เลือกเรียน	ใกล้โรงเรียน	64.33
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	เหตุผลในการตัดสินใจเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่	ต้องการความรู้และเทคนิคเพิ่มเติม	58.33
	แหล่งการหาข้อมูลฯ	เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก	63.33
	เกณฑ์ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	ชื่อเสียงโรงเรียนกวดวิชา/อาจารย์ผู้สอน	50.33
	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	3,001 – 4,000 บาท/เดือน	30.67
	สถาบันที่เรียน	เดอะ เบรนส์ (The Brain)	26.67
	ความรู้สึกล้างเรียนกวดวิชา	เฉยๆ	45.32
	แนะนำเพื่อนมาเรียนด้วย	แนะนำแน่นอน	51.00
	ในเทอมถัดไปเรียนโรงเรียนกวดวิชาเดิม	เรียนแน่นอน	40.67

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเรียนกวดวิชา คณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 74.67 โดยจัดกลุ่มย่อยเรียนกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45.67 และเลือกโรงเรียนกวดวิชาลักษณะที่เป็นสถาบันของอาจารย์ที่โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 52.67 ส่วนใหญ่ชำระค่าเรียนแบบจ่ายต่อเทอม คิดเป็นร้อยละ 62.00

วัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่เรียนเพื่อทำเกรดให้ดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ 72.33 รองลงมาได้แก่ ทบทวนเนื้อหาที่เรียน คิดเป็นร้อยละ 51.67

ผู้มีอิทธิพลในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 79.00 รองลงมาได้แก่ พ่อแม่/ผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 32.67 ส่วนใหญ่ตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 83.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนกวดวิชา 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 57.67 เรียนกวดวิชาในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 71.00 เรียน 1-2 ชั่วโมงต่อวันคิดเป็นร้อยละ 39.00 เลือกเรียนช่วงเช้า(08.00-11.00น.) คิดเป็นร้อยละ 53.33 และเรียนกวดวิชา 1 วิชาต่อวันคิดเป็นร้อยละ 51.67

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกโรงเรียนกวดวิชาที่ใกล้โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 64.33 รองลงมาได้แก่ ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 22.33

เหตุผลในการตัดสินใจเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ ต้องการความรู้และเทคนิคเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 58.33 มีการหาข้อมูลของโรงเรียนกวดวิชาจากเพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 63.33 มีเกณฑ์ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคือ ชื่อเสียงโรงเรียนกวดวิชา/อาจารย์ผู้สอน คิดเป็นร้อยละ 50.33 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเรียน 3,001 – 4,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 30.67 ส่วนใหญ่เรียนที่สถาบัน เดอะ เบรนส์ (The Brain) คิดเป็นร้อยละ 26.67 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หลังจากเรียนกวดวิชามีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 45.32 จะแนะนำเพื่อนให้มาเรียนกวดวิชาด้วยแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 51.00 และเลือกเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนเดิมแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 40.67

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปาง

ตารางที่ 5.3 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปาง ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยๆ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน	4.08
ด้านราคา	ค่าเรียนแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ ได้	3.51
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชา อยู่ใกล้โรงเรียน	3.68
ด้านส่งเสริมการตลาด	การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.58
ด้านบุคคล	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่	4.07
ด้านกระบวนการ	การสมัครเรียนทำได้ง่าย	4.03
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน	4.03

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในอำเภอเมืองลำปาง สามารถสรุปผลโดยเรียงตามอันดับความสำคัญได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีการรับรองหลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถิตินักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา (ค่าเฉลี่ย 3.86) และชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านราคาโดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ค่าเรียนแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ค่าเรียนถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.48) และสามารถชำระค่าเรียนด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.06) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชา อยู่ใกล้โรงเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ โรงเรียนกวดวิชาที่มีจอรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีส่วนลด เมื่อชำระเงินแบบเหมาจ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีส่วนลด ถ้าสมัครเรียนเป็นกลุ่ม (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีเว็บไซต์ของโรงเรียนกวดวิชา (ค่าเฉลี่ย 3.45) และมีส่วนร่วมช่วยกิจกรรมชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.39) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ จำนวนเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การสมัครเรียนทำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ ตารางเรียนแน่นอนไม่เปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และมีมุมจำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับช่วงชั้น แผนกที่กำลังศึกษา และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกัน

ตารางที่ 5.4 พฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับช่วงชั้น

พฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา	ระดับช่วงชั้น	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย
ลักษณะการเรียนกวดวิชา	เรียนตามคอร์สที่สถาบันจัดไว้ (ร้อยละ 46.00)	จัดกลุ่มย่อยเรียนกับเพื่อน (ร้อยละ 51.33)
ลักษณะของโรงเรียนกวดวิชา	สถาบันของอาจารย์ที่โรงเรียน (ร้อยละ 57.33)	สถาบันของอาจารย์ที่โรงเรียน (ร้อยละ 48.00)
วัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชา	ทำเกรดให้ดีขึ้น (ร้อยละ 72.67)	ทำเกรดให้ดีขึ้น (ร้อยละ 72.00)
ผู้มีอิทธิพลในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	ตนเอง (ร้อยละ 74.00)	ตนเอง (ร้อยละ 84.00)
จำนวนวันที่เรียนกวดวิชาต่อสัปดาห์	1 – 2 วัน (ร้อยละ 64.00)	1 – 2 วัน (ร้อยละ 51.33)
วันที่เรียนกวดวิชา	เสาร์ – อาทิตย์ (ร้อยละ 74.67)	เสาร์ – อาทิตย์ (ร้อยละ 67.33)
จำนวนชั่วโมงที่เรียนกวดวิชาต่อวัน	3 – 4 ชั่วโมง (ร้อยละ 38.67)	1 – 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 42.00)
ทำเลที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา	ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 62.67)	ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 66.00)
แหล่งการหาข้อมูล	เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก (ร้อยละ 59.33)	เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก (ร้อยละ 67.33)
เกณฑ์ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ (ร้อยละ 50.67)	ชื่อเสียงโรงเรียนกวดวิชา/ อาจารย์ผู้สอน(ร้อยละ 58.67)

ตารางที่ 5.5 พฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาใน
อำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษา

พฤติกรรมของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษา	แผนกที่กำลังศึกษา			
	วิทย์-คณิต	ศิลป์คำนวณ	ศิลป์ภาษา	พื้นฐาน ม.ต้น
ลักษณะการเรียนกวดวิชา	จัดกลุ่มย่อยเรียน กับเพื่อน (ร้อยละ 55.13)	จัดกลุ่มย่อยเรียน กับเพื่อน (ร้อยละ 60.00)	จัดกลุ่มย่อยเรียน กับเพื่อน (ร้อยละ 47.37)	เรียนตามคอร์สที่ สถาบันจัดไว้ (ร้อยละ 48.00)
ลักษณะของโรงเรียน กวดวิชา	สถาบันแฟรนไชส์ ที่มีชื่อเสียง (ร้อยละ 46.15)	สถาบันแฟรนไชส์ ที่มีชื่อเสียงและ สถาบันของ อาจารย์ที่โรงเรียน (ร้อยละ 46.67)	สถาบันของ อาจารย์ที่โรงเรียน (ร้อยละ 66.67)	สถาบันของ อาจารย์ที่โรงเรียน (ร้อยละ 58.67)
วัตถุประสงค์ในการ เลือกเรียนกวดวิชา	ทำเกรดให้ดีขึ้น (ร้อยละ 84.62)	ทำเกรดให้ดีขึ้น (ร้อยละ 66.67)	ทบทวนเนื้อหา (ร้อยละ 61.40)	ทำเกรดให้ดีขึ้น (ร้อยละ 72.67)
ผู้มีอิทธิพลในการเลือก โรงเรียนกวดวิชา	ตนเอง (ร้อยละ 81.05)	ตนเอง (ร้อยละ 93.33)	ตนเอง (ร้อยละ 84.21)	ตนเอง (ร้อยละ 74.00)
จำนวนวันที่เรียนกวด วิชาต่อสัปดาห์	3 - 4 วัน (ร้อยละ 48.72)	1 - 2 วัน (ร้อยละ 66.67)	1 - 2 วัน (ร้อยละ 68.42)	1 - 2 วัน (ร้อยละ 64.67)
วันที่เรียนกวดวิชา	จันทร์-ศุกร์ (ร้อยละ 80.77)	เสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 66.67)	เสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 66.67)	เสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 76.00)
จำนวนชั่วโมงที่เรียน กวดวิชาต่อวัน	3 - 4 ชั่วโมง (ร้อยละ 37.18)	1 - 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 60.00)	1 - 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 57.89)	3 - 4 ชั่วโมง (ร้อยละ 38.00)
ทำเลที่ตั้งของโรงเรียน กวดวิชา	ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 75.64)	ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 53.33)	ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 57.89)	ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 62.00)
แหล่งการหาข้อมูล	เพื่อน/ครอบครัว/ คนรู้จัก (ร้อยละ 71.79)	เพื่อน/ครอบครัว/ คนรู้จักและ แผ่นพับ/ใบปลิว (ร้อยละ 53.33)	เพื่อน/ครอบครัว/ คนรู้จัก (ร้อยละ 63.16)	เพื่อน/ครอบครัว/ คนรู้จัก (ร้อยละ 60.00)
เกณฑ์ในการเลือก โรงเรียนกวดวิชา	ชื่อเสียงโรงเรียน กวดวิชา/อาจารย์ ผู้สอน (ร้อยละ 65.38)	ชื่อเสียงโรงเรียน กวดวิชา/อาจารย์ ผู้สอน (ร้อยละ 73.33)	ชื่อเสียงโรงเรียน/ อาจารย์ผู้สอนและ การดูแลเอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่ (ร้อยละ 43.86)	การดูแลเอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่ (ร้อยละ 50.67)

ตารางที่ 5.6 พฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกัน

พฤติกรรมของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษา	รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกัน		
	น้อยกว่า 20,000 บาท	20,001-40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
ลักษณะการเรียน กวดวิชา	จัดกลุ่มย่อยเรียนกับเพื่อน (ร้อยละ 44.44)	จัดกลุ่มย่อยเรียนกับเพื่อน (ร้อยละ 48.99)	เรียนตามคอร์สที่สถาบัน จัดไว้(ร้อยละ 47.73)
ลักษณะของโรงเรียน กวดวิชา	สถาบันของอาจารย์ที่ โรงเรียน (ร้อยละ 57.14)	สถาบันของอาจารย์ที่ โรงเรียน (ร้อยละ 53.02)	สถาบันของอาจารย์ที่ โรงเรียน (ร้อยละ 48.86)
วัตถุประสงค์ในการ เลือกเรียนกวดวิชา	ทำเกรดให้ดีขึ้น (ร้อยละ 65.08)	ทำเกรดให้ดีขึ้น (ร้อยละ 73.83)	ทำเกรดให้ดีขึ้น (ร้อยละ 75.00)
ผู้มีอิทธิพลในการเลือก โรงเรียนกวดวิชา	ตนเอง (ร้อยละ 69.84)	ตนเอง (ร้อยละ 81.88)	ตนเอง (ร้อยละ 80.68)
จำนวนวันที่เรียนกวด วิชาต่อสัปดาห์	1 - 2 วัน (ร้อยละ 63.49)	1 - 2 วัน (ร้อยละ 58.39)	1 - 2 วัน (ร้อยละ 52.27)
วันที่เรียนกวดวิชา	เสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 82.54)	เสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 69.13)	จันทร์-ศุกร์ (ร้อยละ 68.18)
จำนวนชั่วโมงที่เรียน กวดวิชาต่อวัน	1 - 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 47.62)	1 - 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 37.58)	3 - 4 ชั่วโมง (ร้อยละ 40.91)
ทำเลที่ตั้งของโรงเรียน กวดวิชา	ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 50.79)	ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 68.46)	ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 67.05)
แหล่งการหาข้อมูล	เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก (ร้อยละ 65.08)	เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก (ร้อยละ 63.09)	เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก (ร้อยละ 62.50)
เกณฑ์ในการเลือก โรงเรียนกวดวิชา	การดูแล เอาใจใส่ ของ เจ้าหน้าที่ (ร้อยละ 49.21)	ชื่อเสียง โรงเรียนกวดวิชา/ อาจารย์ผู้สอน (ร้อยละ 54.36)	ชื่อเสียง โรงเรียนกวดวิชา/ อาจารย์ผู้สอน (ร้อยละ 57.95)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับช่วงชั้น แผนกที่กำลังศึกษา และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกัน

ตารางที่ 5.7 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับช่วงชั้น

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับช่วงชั้น	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน	ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน
ปัจจัยด้านราคา	ค่าเรียนแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้	ค่าเรียนแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียน	ที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียน
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ	มีส่วนลดค่าเรียน เมื่อชำระเงินเหมาจ่าย
ปัจจัยด้านบุคคล	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่
ปัจจัยด้านกระบวนการ	การสมัครเรียนทำได้ง่าย	การสมัครเรียนทำได้ง่าย
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน	ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ

ตารางที่ 5.8 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการ โรงเรียนกวัดวิชา
ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษา

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	แผนกที่กำลังศึกษา			
	วิทย์-คณิต	ศิลป์คำนวณ	ศิลป์ภาษา	พื้นฐาน ม.ต้น
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ความครบถ้วนของ หลักสูตร ที่เปิดสอน	ความครบถ้วนของ หลักสูตร ที่เปิดสอน	มีการรับรอง หลักสูตรจาก กระทรวงศึกษาฯ	ความครบถ้วนของ หลักสูตร ที่เปิดสอน
ปัจจัยด้านราคา	ค่าเรียนแบ่งจ่าย เป็นงวดๆได้	ค่าเรียนแบ่งจ่าย เป็นงวดๆได้และ ค่าเรียนถูกกว่าที่ อื่น	ค่าเรียนถูกกว่าที่ อื่น	ค่าเรียนแบ่งจ่าย เป็นงวดๆได้
ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	โรงเรียนกวัดวิชามี ที่จอดรถเพียงพอ	ที่ตั้งโรงเรียนกวัด วิชาอยู่ใกล้ โรงเรียน	ที่ตั้งโรงเรียนกวัด วิชาอยู่ใกล้ โรงเรียน	ที่ตั้งโรงเรียนกวัด วิชาอยู่ใกล้ โรงเรียน
ปัจจัยด้านส่งเสริม การตลาด	การลงโฆษณาใน สื่อต่างๆและมี ส่วนลดค่าเรียน เมื่อชำระเงินเหมา จ่าย	การลงโฆษณาใน สื่อต่างๆ	มีส่วนลดค่าเรียน เมื่อชำระเงินเหมา จ่าย	การลงโฆษณาใน สื่อต่างๆ
ปัจจัยด้านบุคคล	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	การสมัครเรียนทำ ได้ง่าย	การจ่ายเงินค่าเรียน กวัดวิชาทำได้ง่าย	การสมัครเรียนทำ ได้ง่าย	การสมัครเรียนทำ ได้ง่าย
ปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ห้องเรียนมี เครื่องปรับอากาศ	ความสะอาดของ อาคารเรียน ห้องเรียน	ความสะอาดของ อาคารเรียน ห้องเรียน	ความสะอาดของ อาคารเรียน ห้องเรียน

ตารางที่ 5.9 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกัน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกัน		
	น้อยกว่า 20,000 บาท	20,001-40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน	ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน	ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน
ปัจจัยด้านราคา	ค่าเรียนถูกกว่าที่อื่น	ค่าเรียนแบ่งจ่ายเป็นงวดได้	ค่าเรียนแบ่งจ่ายเป็นงวดได้
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	โรงเรียนกวดวิชาที่มีจุดรถเพียงพอ	ที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียน	ที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียน
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ	มีส่วนลดค่าเรียน เมื่อชำระเงินเหมาจ่าย	มีส่วนลด ถ้าสมัครเรียนกวดวิชาเป็นกลุ่ม
ปัจจัยด้านบุคคล	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่และจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเพียงพอ	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่
ปัจจัยด้านกระบวนการ	การสมัครเรียนทำได้ง่าย	การสมัครเรียนทำได้ง่าย	การสมัครเรียนทำได้ง่าย
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน	ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียนและห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ	ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปางซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภคจากแนวทาง 6Ws และ 1H

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปาง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.51-3.00 บิดามารดาประกอบอาชีพนักธุรกิจหรือกิจการส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกัน 20,001-30,000 บาทซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และสอดคล้องกับผลการศึกษาของบุญกร ไวพจน์ (2547) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 บิดาและมารดาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีผลการเรียนเฉลี่ย 2.50-2.99 ผู้ปกครองมีรายได้ต่อเดือน 10,000-30,000 บาทซึ่งทำให้เห็นได้ว่ากลุ่มผู้ที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชามีความใกล้เคียงกัน

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปางส่วนใหญ่เรียนแบบจัดกลุ่มย่อยเรียนกับเพื่อน และเรียนในโรงเรียนกวดวิชาที่เป็นสถาบันของอาจารย์ที่โรงเรียน ชำระค่าเรียนแบบจ่ายต่อเทอมเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์มากที่สุดรองลงมาก็คือ ภาษาอังกฤษ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกรวีร์ พึ่งพุ่ม (2546) ที่ศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์ อังกฤษ ฟิสิกส์ วิทยาศาสตร์ ตามลำดับ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของถนิมภรณ์ อินทแก้ว (2553) ที่ศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เลือกเรียนวิชาภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมาก็คือวิชาคณิตศาสตร์ ทั้งนี้อาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้มาจากนักเรียนมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปาง ในขณะที่การศึกษาของ ถนิมภรณ์ อินทแก้ว เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้น จึงอาจมีผลทำให้วิชาที่เลือกเรียนแตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่นักเรียนจะเลือกเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ และภาษาอังกฤษ เป็น 2 อันดับแรก

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปางส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชาเพื่อทำเกรดให้ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงผล (2552) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชา คือ ทำเกรดให้ดีขึ้น และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนในสถาบันกวดวิชาเพื่อให้ผลการเรียนที่โรงเรียนดีขึ้น

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?)จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปางส่วนใหญ่ ตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา รองลงมาคือพ่อแม่ผู้ปกครอง และเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาด้วยตนเอง รองลงมาคือ พ่อแม่ผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปริญญา แก้วไทรนันท์ (2545) ที่ศึกษาพบว่าผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชามากที่สุดคือ ตัวนักเรียนเอง รองลงมา คือ ผู้ปกครอง

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปางส่วนใหญ่ เรียนกวดวิชา 1-2 วันต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่เรียนในวันเสาร์-อาทิตย์ เรียนจำนวน 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนใหญ่เรียนในช่วงเช้า (08.00-11.00 น.) และเรียน 1 วิชาต่อวัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงผล (2552) ที่ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเรียนกวดวิชาในวันเสาร์-อาทิตย์ มากกว่าจันทร์-ศุกร์ และเลือกช่วงเวลาการเรียนกวดวิชา คือช่วงเช้า (08.00-11.00 น.)และยังสอดคล้องกับผลการศึกษากลนิมภรณ์ อินทแก้ว (2553) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเรียนกวดวิชา 2 วันต่อสัปดาห์

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปางส่วนใหญ่ เลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาที่ใกล้โรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงผล (2552) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่อง ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาสะดวกในการเดินทางไปเรียนมากที่สุด และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งสามารถหาพบได้ง่าย การที่โรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียนทำให้นักเรียนสะดวกต่อการเดินทางไปเรียน และสามารถหาพบได้ง่ายอีกด้วย

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปางส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนกวดวิชาคือ ต้องการความรู้และเทคนิคเพิ่มเติม มีการหาข้อมูลของโรงเรียนกวดวิชาจากเพื่อน ครอบครัว และคนรู้จักและมีเกณฑ์ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาคือ ชื่อเสียง โรงเรียนกวดวิชาและอาจารย์ผู้สอน มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเรียน 3,001–4,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เรียนกวดวิชาที่สถาบัน เดอะ เบรนด์ (The Brain) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หลังจากเรียนกวดวิชาที่มีความรู้สึกเฉยๆ แต่จะแนะนำเพื่อนให้มาเรียนกวดวิชาด้วยแน่นอน โดยจะเลือกเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนเดิมแน่นอนซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวงศ์วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่ศึกษาพบว่านักเรียนมีความต้องการมากที่สุดได้แก่ อาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน ต้องการคำรับรองจากรุ่นพี่และเพื่อน และสอดคล้องกับผลการศึกษาวงศ์วิริยะ พิงพุ่ม (2546) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลโดยสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากเพื่อนๆ เมื่อจบแล้วยังต้องการกวดวิชาที่เดิมซ้ำและจะแนะนำผู้อื่นมาเรียนกวดวิชาด้วย และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาวงศ์วิริยะ อินทแก้ว (2553) ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสถาบันกวดวิชาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกวดวิชาของนักเรียน คือ การมีชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาไม่เกิน 5,000 บาทต่อเทอม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวงศ์วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2552) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน เป็นอันดับแรกและยังสอดคล้องกับผลการศึกษาวงศ์วิริยะ วรณันทรินทร์ (2554) ที่ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากต่อ ปัจจัยย่อยด้านเนื้อหาหลักสูตรและเอกสารในเรื่องรูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ มีความสำคัญมากที่สุดซึ่งจะเห็นได้ว่าเรื่องของหลักสูตรการเรียนที่ครบถ้วนและตรงตามความต้องการ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านราคาในเรื่อง ค่าเรียนแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ ได้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ค่าเรียนถูกกว่าที่อื่น และสามารถชำระค่าเรียนด้วยบัตรเครดิตได้ ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวงศ์วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ราคาเรียนถูกกว่าที่อื่นและมีส่วนลดค่าเรียน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียนมากที่สุด รองลงมาคือโรงเรียนกวดวิชาที่มีที่จอดรถเพียงซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือทำเลที่ตั้งสามารถหาพบได้ง่าย การที่โรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียนทำให้นักเรียนสะดวกต่อการเดินทางไปเรียน และสามารถหาพบได้ง่ายอีกด้วย

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในเรื่องการลงโฆษณาในสื่อต่างๆมากที่สุด รองลงมาได้แก่การมีส่วนลดเมื่อชำระเงินแบบเหมาจ่าย การมีส่วนลดถ้าสมัครเรียนเป็นกลุ่ม การมีเว็บไซต์ของโรงเรียนกวดวิชา และการมีส่วนร่วมช่วยกิจกรรมชุมชนตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การมีแผ่นพับเพื่อแนะนำโรงเรียนและการมีส่วนลดราคาค่าเรียน

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยด้านบุคคลในเรื่องการดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการที่ดี เป็นอันดับแรก และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กษิณิศ ใจพาวัง (2548) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยด้านบริการเรียนการสอนและบริการ ในเรื่องการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีระดับความสำคัญมากซึ่งแสดงให้เห็นว่าการดูแลเอาใจใส่ในการบริการของเจ้าหน้าที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องการสมัครเรียนทำได้ง่ายมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเป็นอันดับแรกและยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องการเปิดสอนแต่ละวิชาที่มีหลายช่วงเวลาให้เลือกเรียนมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การสมัครเรียนกวดวิชาที่มีหลายช่วงเวลาให้เลือก เพื่อความสะดวกต่อผู้เรียนมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่อง ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน ห้องน้ำ มากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กษิตศ ใจพวง (2548) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านความสะอาดสบายของห้องเรียน เช่น แสงสว่าง แอร์ ความกว้าง มีระดับความสำคัญมาก และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากต่อ ปัจจัยด้านอาคารและห้องเรียนที่สะอาดสบาย สว่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่องของห้องเรียน มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับช่วงชั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับช่วงชั้นที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีระดับชั้นที่กำลังศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาในแผนกที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเกือบทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้น ปัจจัยด้านบุคคลที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีแผนกที่กำลังศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านบุคลากร มีความแตกต่างกันทั้งนี้อาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้มาจากนักเรียนมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปาง ในขณะที่การศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดสมุทรสาคร ดังนั้นจึงอาจส่งผลให้มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ได้

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปางมีข้อค้นพบดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภคจากแนวทาง 6Ws และ 1H

1. พฤติกรรมส่วนใหญ่ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชา จะเลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์ภาษาอังกฤษ วิทยาศาสตร์ ตามลำดับ เหตุผลในการตัดสินใจเรียนกวดวิชา คือ ต้องการความรู้และเทคนิคเพิ่ม
2. ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเรียนกวดวิชาในสถาบันที่ใกล้โรงเรียน มีการหาข้อมูลโรงเรียนกวดวิชาจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก และใช้ชื่อเสียงของโรงเรียนและอาจารย์ผู้สอนเป็นเกณฑ์ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา
3. นักเรียนที่อยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นส่วนใหญ่เลือกเรียนกวดวิชาตามคอร์สที่สถาบันจัดไว้ แต่นักเรียนที่อยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่เลือกจัดกลุ่มย่อยเรียนกับเพื่อน
4. นักเรียนที่อยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชา 3 อันดับแรก คือ ทำเกรดให้ดีขึ้น ทบทวนเนื้อหาที่เรียน และเรียนล่วงหน้าสำหรับภาคเรียนใหม่ ตามลำดับ ส่วนนักเรียนที่อยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชา 3 อันดับแรก คือ ทำเกรดให้ดีขึ้น เตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย และทบทวนเนื้อหาที่เรียน ตามลำดับ
5. ผู้มีอิทธิพลในการเรียนเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนที่อยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นส่วนใหญ่ คือตนเอง รองลงมาคือ พ่อแม่ผู้ปกครอง ส่วนนักเรียนที่อยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ คือตนเอง รองลงมาคือ เพื่อน รุ่นพี่
6. เกณฑ์ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนที่อยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 3 อันดับแรกคือ การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ที่ตั้งโรงเรียนเดินทางสะดวก และชื่อเสียงโรงเรียนกวดวิชาและอาจารย์ผู้สอน ส่วนนักเรียนที่อยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 3 อันดับแรกคือ ชื่อเสียงโรงเรียนกวดวิชาและอาจารย์ผู้สอน การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ และมีแนะนำการเลือกคณะที่สอบเข้ามหาวิทยาลัย
7. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกเฉยๆหลังจากเรียนกวดวิชา แต่ส่วนใหญ่ก็ยังคงจะเรียนกวดวิชาที่เดิมในเทอมถัดไปแน่นอน และจะแนะนำเพื่อนมาเรียนด้วยแน่นอน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีระดับความสำคัญต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน ปัจจัยด้านบุคคลเรื่องการดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ปัจจัยด้านกระบวนการเรื่องการสมัครเรียนทำได้ง่าย และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพเรื่องความสะดวกของอาคารเรียนห้องเรียนห้องน้ำตามลำดับ

ตารางที่ 5.10 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปาง จากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยใน 10 อันดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
1	ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน	4.08 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
2	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่	4.07 (มาก)	บุคคล
3	การสมัครเรียนทำได้ง่าย และความสะดวกของอาคารเรียน ห้องเรียนห้องน้ำ	4.03 (มาก)	กระบวนการ, ลักษณะทางกายภาพ
4	ตารางเรียนแน่นอนไม่เปลี่ยนแปลง และห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ	3.97 (มาก)	กระบวนการ, ลักษณะทางกายภาพ
5	มีการรับรองหลักสูตร จากกระทรวงศึกษาธิการ	3.96 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
6	จำนวนเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการเพียงพอ	3.95 (มาก)	บุคคล
7	สถิตินักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้	3.92 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
8	มีมุมจำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม	3.89 (มาก)	ลักษณะทางกายภาพ
9	ชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา	3.86 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
10	ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน	3.85 (มาก)	ผลิตภัณฑ์

จากตารางที่ 5.10 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปาง เมื่อนำค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆมาเรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยใน 10 อันดับแรก พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปาง

ข้อเสนอแนะ

จากการสรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลข้างต้น ทำให้ทราบถึงข้อมูลของพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมืองลำปางจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกเฉยๆหลังจากเรียนกวดวิชา แต่ส่วนใหญ่ก็ยังคงจะเรียนกวดวิชาที่เดิมแน่นอน และจะแนะนำเพื่อนมาเรียนด้วยแน่นอน ดังนั้น สถาบันควรให้ความสำคัญกับนักเรียนที่ศึกษาในสถาบันกวดวิชาอยู่เดิม ให้เกิดความประทับใจและหากสถาบันสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักเรียนที่เรียนอยู่เดิมได้มากขึ้นก็จะเกิดเป็นความจงรักภักดีต่อสถาบันและเรียนต่อเนื่องในภาคเรียนต่อไป ทั้งนี้ยังเป็นโอกาสให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้นอีกด้วยเพราะจากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลโรงเรียนกวดวิชาจากเพื่อน ครอบครัวคนรู้จักหากนักเรียนที่ศึกษาในสถาบันกวดวิชาอยู่เดิมเกิดความประทับใจและพึงพอใจก็จะเกิดการบอกต่ออย่างแน่นอน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงให้ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ โรงเรียนกวดวิชา เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนกวดวิชานักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่องความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนมากที่สุด ดังนั้น สถาบันกวดวิชาควรให้ความสำคัญกับการจัดหลักสูตรวิชาให้ครบถ้วน โดยเฉพาะวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษาอังกฤษ เนื่องจากส่วนใหญ่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นเลือกเรียนกวดวิชามากที่สุดและควรมีหลักสูตรการสอนที่เจาะลึกเสริมเทคนิคเพิ่มเติมใหม่ๆให้นักเรียนให้เข้าใจมากขึ้นเสริมคอร์สเรียนพิเศษเพิ่มขึ้นเช่น คอร์สเรียนติวรอบพิเศษสำหรับการสอบกลางภาคและปลายภาค คอร์สเรียนล่วงหน้าภาคเรียน

ถัดไปเพราะจากการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชา คือ ทำเกรดให้ดีขึ้น ทบทวนเนื้อหาที่เรียน และเรียนล่วงหน้าสำหรับภาคเรียนใหม่

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ นักเรียนมัศึกษามีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา 3,001-4,000 ต่อเดือน ส่วนใหญ่ชำระค่าเรียนกวดวิชาต่อเทอม และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่องค่าเรียนแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ ได้มากที่สุด ดังนั้น สถาบันกวดวิชาควรมีการกำหนดราคาค่าเรียนให้สามารถแบ่งชำระเป็นงวดๆ ได้ และในแต่ละคอร์สการเรียนให้สามารถแบ่งจ่ายแล้วมีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 3,001-4,000 บาทต่อเดือน เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักเรียน และเพื่อให้ง่ายต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาอีกด้วย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่องที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียนมากที่สุดและส่วนใหญ่เลือกเรียนกวดวิชาในสถาบันที่มีที่ตั้งใกล้กับโรงเรียน ดังนั้น สำหรับผู้ประกอบการสถาบันกวดวิชารายใหม่ หรือรายเก่าที่ต้องการขยายสาขา ควรให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้โรงเรียนเพื่อความสะดวกในการเดินทางมาเรียนกวดวิชาของนักเรียนง่ายต่อการพบเห็น เข้าถึงได้ง่าย การคมนาคมสะดวก และมีที่จอดรถเพียงพอเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่เด็กนักเรียนที่จะมาเรียนกวดวิชาที่สถาบัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่องการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ มากที่สุดและผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา คือ ตนเอง และพ่อแม่ผู้ปกครอง ดังนั้น สถาบันกวดวิชาควรให้ความสำคัญต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงเรียนกวดวิชา สถิตินักเรียนที่สอบเข้าโรงเรียนมัธยมปลายชื่อดังในจังหวัดได้ นักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วสอบได้เกรดดีๆ ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน โดยทำป้ายโฆษณาเพื่อติดตั้งบริเวณหน้าโรงเรียนมัธยมต่างๆ และบริเวณสถานที่ต่างๆ เพื่อให้นักเรียนและผู้ปกครองที่เดินทางผ่านไปมาได้เห็นอย่างชัดเจน และควรมีการประชาสัมพันธ์หลักสูตรการเรียนการสอนกวดวิชา ให้พ่อแม่ผู้ปกครอง เกิดการรับรู้ด้วย โดยการจัดทำแผ่นพับใบปลิว และเข้าไปจัดบรรยายแนะนำหลักสูตรของโรงเรียนกวดวิชาพร้อมกับสมาคมผู้ปกครองเพื่อให้เข้าถึงตัวผู้ปกครองได้มากยิ่งขึ้นและจากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีแหล่งหาข้อมูลโรงเรียนกวดวิชาจากเพื่อน ครอบครัว และคนรู้จักมากที่สุด ดังนั้น สถาบันควรให้ความสำคัญกับนักเรียนที่เรียนอยู่เดิมให้เกิดความพึงพอใจที่มากขึ้น และให้ความรู้เพิ่มเติมหรือแนะนำหลักสูตรการเรียนในคอร์สอื่นๆ เพิ่ม เพื่อจะสามารถแนะนำเพื่อนๆ ที่สนใจเรียนกวดวิชาที่สถาบันได้

ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่องการดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่มากที่สุด รองลงมา คือ จำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเพียงพอและมีเกณฑ์ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา คือ การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ดังนั้น สถาบันควรมีการอบรมให้เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในเรื่องการให้คำแนะนำในการลงทะเบียนเรียนกวดวิชา การแนะนำช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสมให้แก่ นักเรียน หากสามารถดูแลและแนะนำได้อย่างตรงความต้องการของนักเรียน จะทำให้เกิดความประทับใจในการบริการของสถาบันมากยิ่งขึ้นและควรมีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักเรียน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีระดับสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น

ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่องการสมัครเรียนทำได้ง่ายมากที่สุดและส่วนใหญ่เรียนกวดวิชา 1-2 วันต่อสัปดาห์ เรียน 3-4 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนใหญ่จะเรียนกวดวิชาในวันเสาร์-อาทิตย์ และเรียนตามคอร์สที่สถาบันจัดไว้ให้ ดังนั้น สถาบันควรมีการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นเป็นคอร์สเรียนสำเร็จรูป โดยมีหลักสูตรรายวิชาให้ครบถ้วน โดยเฉพาะ วิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษาอังกฤษ ที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นเรียนมากที่สุด 3 อันดับแรกและมีการกำหนดช่วงเวลาเรียนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมเลือกเรียนของนักเรียน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนอีกด้วย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่องความสะดวกของอาคารเรียนห้องเรียนห้องน้ำ มากที่สุด รองลงมาคือ การมีมุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นสถาบันควรให้ความสำคัญเรื่องการทำความสะดวกรอบๆบริเวณอาคารเรียนและห้องเรียน ควรมีที่วางรองเท้าเพื่อความเป็นระเบียบ มุมสำหรับทิ้งขยะที่ชัดเจน ห้องน้ำก็ควรมีการทำความสะดวกอยู่เสมอมาเสมอในแต่วัน เป็นต้นและควรมีมุมสำหรับจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม หรือขนมขบเคี้ยวต่างๆให้แก่ นักเรียนด้วย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนกวดวิชานักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญต่อบริการปัจจัยย่อยเรื่องความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนมากที่สุด ดังนั้น สถาบันกวดวิชาควรให้ความสำคัญกับการจัดหลักสูตรวิชาให้ครบถ้วน โดยเฉพาะวิชาหลักคณิตศาสตร์ภาษาอังกฤษ และฟิสิกส์ เนื่องจากส่วนใหญ่ักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเลือกเรียนกวดวิชามากที่สุด และควรมีหลักสูตรการสอนที่เจาะลึกเสริมเทคนิคเพิ่มเติมใหม่ๆ ให้กับนักเรียนให้เข้าใจมากขึ้น มีการเสริมคอร์สติวบทวนเนื้อหาเพื่อเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัยให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเพราะจากการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกเรียนกวดวิชา คือ ทำเกรดให้ดีขึ้น เตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย และทบทวนเนื้อหาที่เรียนและควรมีการติดต่อให้อาจารย์จากโรงเรียนชื่อดังในจังหวัดมาเป็นอาจารย์ผู้สอนในสถาบันด้วย การที่ได้อาจารย์ประจำโรงเรียนชื่อดังมาช่วยสอนในสถาบันเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่สถาบันอีกด้วย เพราะจากการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือก โรงเรียนกวดวิชา คือ ชื่อเสียง โรงเรียนกวดวิชาและอาจารย์ผู้สอน

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ักเรียนมัศึกษามีค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา 3,001-4,000 ต่อเดือน ส่วนใหญ่ชำระค่าเรียนกวดวิชาต่อเทอม และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญต่อบริการปัจจัยย่อยเรื่องค่าเรียนแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ ได้มากที่สุด ดังนั้น สถาบันกวดวิชาควรมีการกำหนดราคาค่าเรียนให้สามารถแบ่งชำระเป็นงวดๆ ได้ และในแต่ละคอร์สการเรียนให้สามารถแบ่งจ่ายแล้วมีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 3,001-4,000 บาทต่อเดือน เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักเรียน และเพื่อให้ง่ายต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาอีกด้วย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญต่อบริการปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้ง โรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้โรงเรียนมากที่สุด และส่วนใหญ่เลือกเรียนกวดเรียนวิชาในสถาบันที่มีที่ตั้งใกล้กับโรงเรียน ดังนั้น สำหรับผู้ประกอบการสถาบันกวดวิชารายใหม่ หรือรายเก่าที่ต้องการขยายสาขา ควรให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้โรงเรียนเพื่อความสะดวกในการเดินทางมาเรียนกวดวิชาของนักเรียน ง่ายต่อการพบเห็น เข้าถึงได้ง่าย การคมนาคมสะดวก และมีที่จอดรถเพียงพอเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่เด็กนักเรียนที่จะมาเรียนกวดวิชา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เรื่องการมีส่วนร่วมลดค่าเรียนเมื่อชำระแบบเหมาจ่ายมากที่สุด รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมลดถ้าสมัครเรียนกวดวิชาเป็นกลุ่ม และผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา คือ ตนเอง เพื่อน รุ่นพี่และส่วนใหญ่มีแหล่งหาข้อมูลโรงเรียนกวดวิชาจากเพื่อน ครอบครัว และคนรู้จักมากที่สุด ดังนั้นสถาบันกวดวิชาควรให้ความสำคัญต่อนักเรียนที่เรียนอยู่เดิมให้เกิดความพึงพอใจที่มากขึ้น และให้ความรู้เพิ่มเติมหรือแนะนำหลักสูตรการเรียนในคอร์สพิเศษอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อจะสามารถแนะนำเพื่อนๆ ที่สนใจเรียนกวดวิชามาเรียนที่สถาบันได้และการนำเสนอโปรโมชั่นการมีส่วนร่วมลด ทั้งเมื่อชำระแบบเหมาจ่าย และการสมัครเรียนเป็นกลุ่มให้แก่ักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจะสามารถกระตุ้นการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายได้ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เรื่องการดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่มากที่สุด รองลงมา คือ จำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเพียงพอ ดังนั้นสถาบันควรมีการอบรมให้เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในเรื่องการให้คำแนะนำในการลงทะเบียนเรียนกวดวิชา การแนะนำช่วงเวลาเรียนที่เหมาะสมให้แก่ักเรียน หากสามารถดูแลและแนะนำได้อย่างตรงความต้องการของนักเรียน จะทำให้เกิดความประทับใจในการบริการของสถาบันมากยิ่งขึ้นและควรมีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักเรียน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เรื่องการสมัครเรียนทำได้ง่ายมากที่สุดและส่วนใหญ่เรียนกวดวิชา 1-2 วันต่อสัปดาห์ เรียน 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนใหญ่จะเรียนกวดวิชาในวันเสาร์-อาทิตย์ และจะจัดกลุ่มย่อยเรียนกับเพื่อน ดังนั้นสถาบันควรมีการจัดเวลาเรียนให้มีหลายช่วงเวลาเพื่อให้นักเรียนที่อยากจับกลุ่มย่อยเรียนกับเพื่อนสามารถเลือกลงเรียนตามรายวิชาที่สนใจได้อย่างสะดวกและการกำหนดช่วงเวลาเรียนควรให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเลือกเรียนของนักเรียน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกลงเรียนกวดวิชาของนักเรียนอีกด้วย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่องห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศมากที่สุดรองลงมาคือสะอาดของอาคารเรียนห้องเรียนห้องน้ำ ดังนั้น ห้องเรียนสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายควรมีเครื่องปรับอากาศ และควรมีการทำความสะอาดรอบๆบริเวณอาคารเรียนและห้องเรียนอยู่เสมอ ควรมีที่วางรองเท้าเพื่อความเป็นระเบียบ มุมสำหรับทิ้งขยะที่ชัดเจน ห้องน้ำก็ควรมีการทำความสะอาดอยู่เสมอในแต่วัน เป็นต้นเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษากครั้งต่อไป

ควรศึกษาถึงความพึงพอใจของนักเรียนที่มาใช้บริการโรงเรียนกวดวิชา โดยศึกษาถึงความคาดหวังและการรับรู้จริง ในแต่ละปัจจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของโรงเรียนกวดวิชาต่อไป