

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยการเก็บข้อมูลจากนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 540 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

จากนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 540 คนพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 65.9 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ศึกษาปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 35.4 ศึกษาอยู่ในแผนกวิทย์คิดเป็นร้อยละ 46.3 และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองอยู่ในระหว่าง 11,000 – 50,000 บาท ต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 54.8

#### 2. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการเรียนใน โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เรียน โรงเรียนรัชดาวิทยา คิดเป็นร้อยละ 19.3 โดยนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ศึกษาปีที่ 4 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อทำเกรดที่โรงเรียน นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ศึกษาปีที่ 5 และนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ศึกษาปีที่ 6 เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance) และนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจในโรงเรียนกวดวิชาระดับปานกลาง

#### 3. ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลที่ได้สามารถสรุปได้ว่า สำหรับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัยอันได้แก่ ด้านเนื้อหาหลักสูตรเอกสารและสถานที่เรียนราคาค่าเรียน ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญแก่

ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 3.82 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพเป็นอันดับที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.80 ซึ่งอยู่ในระดับ

สำคัญมาก

ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตรเป็นอันดับที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 3.79 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นอันดับที่ 4 มีคะแนนเฉลี่ย 3.64 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านสถานที่เป็นอันดับที่ 5 มีคะแนนเฉลี่ย 3.31 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านค่าเรียนเป็นอันดับที่ 6 มีคะแนนเฉลี่ย 3.26 อยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับที่ 7 มีคะแนนเฉลี่ย 2.91 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัย	ความสำคัญ	
	อันดับ 1	อันดับ 2
3.1 ปัจจัยด้านบุคลากร	อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง	การบริการของเจ้าหน้าที่ของโรงเรียน
3.2 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ทางกายภาพ	การมีคำรับรองจากคนใกล้ชิด	การมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัย
3.3 ปัจจัยด้านเนื้อหา หลักสูตร	รูปแบบหลักสูตร	คุณภาพของเอกสารประกอบการสอน
3.4 ปัจจัยด้านกระบวนการ	การเปิดสอนหลายช่วงเวลา	การมีการสอนที่ทันสมัย
3.5 ปัจจัยด้านสถานที่	สถานที่หาพบบาง	อาคารและห้องเรียน
3.6 ปัจจัยด้านราคา	ราคาค่าเรียนถูกกว่าที่อื่น ๆ	ส่วนลดในค่าเรียน
3.7 ปัจจัยด้านการส่งเสริม ทางการตลาด	ด้านสื่อโฆษณา แผ่นพับเพื่อ แนะนำโรงเรียน ด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อน หรือรุ่นพี่แนะนำ ด้านการส่งเสริมการขาย มีการ ลดราคาค่าเรียน	ใบปลิว  คำแนะนำจากโรงเรียน  การแจกของแถมและแจกอุปกรณ์ การเรียน

#### 4. ข้อมูลความต้องการด้านต่าง ๆ ในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา

จากข้อมูลที่ได้สรุปว่าความต้องการด้านต่าง ๆ ทั้ง 7 ปัจจัยของนักเรียนมีดังนี้คือ

##### 4.1 ด้านบุคลากร

จากการศึกษาด้านบุคลากรพบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการอาจารย์ผู้สอนที่มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจง่ายเป็นอันดับที่ 1 เทคนิคการสอนที่ทำให้ไม่น่าเบื่อเป็นอันดับที่ 2 เป็นอาจารย์ที่มีประสบการณ์ตัวในโรงเรียนกวดวิชาเป็นอันดับที่ 3

จากการศึกษาด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการพบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดีเป็นอันดับที่ 1 การมีมนุษยสัมพันธ์เป็นอันดับที่ 2

##### 4.2 ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

จากการศึกษาด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพพบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการการมีคำรับรองจากรุ่นพี่หรือคนใกล้ชิดเป็นอันดับที่ 1 การมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นอันดับที่ 2 การมีชื่อเสียงมานานเป็นอันดับที่ 3

##### 4.3 ด้านเนื้อหาหลักสูตร

จากการศึกษาด้านเนื้อหาหลักสูตรพบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการในด้านรูปแบบหลักสูตรเป็นอันดับที่ 1 คุณภาพของเอกสารประกอบการสอนเป็นอันดับที่ 2 และการมีหลักสูตรให้เรียนหลายหลักสูตรเป็นอันดับที่ 3

##### 4.4 ด้านกระบวนการ

จากการศึกษาด้านกระบวนการหลักพบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเป็นอันดับที่ 1 การมีสื่อการสอนที่ทันสมัยเป็นอันดับที่ 2 ด้านกระบวนการเสริมพบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีบริการแนะแนว เป็นอันดับ 1 มีการสอนเสริมเป็นอันดับ 2

##### 4.5 ด้านสถานที่

จากการศึกษาด้านสถานที่พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการในเรื่องสถานที่ที่มีการคมนาคมสะดวกเป็นอันดับที่ 1 การมีอาคารเรียนและห้องเรียนที่ทันสมัยเป็นอันดับที่ 2 การมีชื่อเสียงมานานเป็นอันดับที่ 3

##### 4.6 ด้านราคา

จากการศึกษาด้านราคาพบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการค่าเรียนซึ่งถูกกว่าที่อื่น ๆ เป็นอันดับที่ 1 การมีส่วนลดค่าเรียนเป็นอันดับที่ 2 และการแบ่งชำระค่าเรียนเป็นงวดได้ เป็นอันดับที่ 3

#### 4.7 ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านสื่อโฆษณา โดยให้ความสำคัญมากในเรื่องเอกสารแนะนำโรงเรียนเป็นอันดับที่ 1 ในเรื่องแผ่นพับ ใบปลิวเป็นอันดับที่ 2 และโฆษณาทางวิทยุเป็นอันดับที่ 3

ด้านการประชาสัมพันธ์นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ ในเรื่องเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำเป็นอันดับที่ 1 คำแนะนำจากโรงเรียนเป็นอันดับที่ 2 และการส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์เป็นอันดับที่ 3

ด้านการส่งเสริมการขายนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายในเรื่องการมีส่วนลดค่าเรียนเป็นอันดับที่ 1 การแจกของแถมและแจกอุปกรณ์การเรียนเป็นอันดับที่ 2

#### 5. ข้อมูลแนวโน้มของนักเรียนในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของปีการศึกษาต่อไป จากข้อมูลที่ได้สรุปได้ดังนี้

5.1 นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะเรียนในโรงเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไปโดยนักเรียน มัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 82.5 มัธยมศึกษาปีที่ 5 ร้อยละ 89.0 ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีแนวโน้มในการเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป ร้อยละ 23.8

5.2 สาเหตุที่ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเรียนโรงเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไปคืออาจารย์ สอนเข้าใจ

5.3 โรงเรียนกวดวิชา ที่นักเรียนจะเลือกเรียนในปีการศึกษาต่อไปอันดับ 1 โรงเรียนรัชดาวิทยา อันดับ 2 โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์ อันดับ 3 โรงเรียนครุณีกวดวิชา

5.4 วิชาที่นักเรียนจะเลือกเรียนในปีการศึกษาต่อไป อันดับ 1 วิชาคณิตศาสตร์ อันดับ 2 ภาษาอังกฤษ อันดับ 3 เคมี

#### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมากเช่นกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ

2. **ปัจจัยด้านราคา** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้ในระดับปานกลางในขณะที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่น ๆ ในระดับมากแสดงถึงการรับรู้ความแตกต่างของบริการที่ได้รับจากโรงเรียนกวดวิชาจึงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้น้อยกว่าด้านอื่น

3. **ปัจจัยด้านสถานที่** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านสถานที่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านสถานที่เห็นได้ว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากต่อสถานที่ซึ่งหาพบได้ง่าย ส่วนทำเลที่ตั้ง สถานที่ที่จอดรถนักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

4. **ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ การที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้น้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น แสดงว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาน้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น

5. **ปัจจัยด้านบุคลากร** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับมาก โดยนักเรียนกลุ่มตัวอย่างต้องการอาจารย์ผู้สอนที่มีเทคนิคการสอน สนุกสนาน เข้าใจง่ายและมีประสบการณ์ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างต้องการพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ และมีการให้บริการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการที่อธิบายไว้ว่า บุคลากร หมายถึง ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ ความสามารถและทักษะในการให้บริการ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

6. **ปัจจัยด้านกระบวนการ** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการหลักในระดับมาก คือ มีการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเรียน มีการจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง มีสื่อการสอนที่ทันสมัยและมีการสอบวัดผลการเรียนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ

7. **ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยภาพลักษณ์ทางกายภาพในระดับมาก ได้แก่ มีคำรับรองจากคนใกล้ชิด เพื่อนๆ หรือพี่ๆ มีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก มีชื่อเสียงมานาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ

นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายได้ด้วยโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

1. **สิ่งกระตุ้นทางการตลาด** นักเรียนกลุ่มตัวอย่างได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านต่าง ๆ คือ
  - 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ เนื้อหาหลักสูตรที่เหมาะสม
  - 1.2 ด้านราคา สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ การลดราคาค่าเรียน
  - 1.3 ด้านสถานที่ สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ ท่าเลที่มีกรรมนาคมสะดวก
  - 1.4 ด้านส่งเสริมทางการตลาด สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ คำแนะนำจากเพื่อนหรือรุ่นพี่
  - 1.5 ด้านกระบวนการให้บริการ สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ การเปิดสอนหลายช่วงเวลา
  - 1.6 ด้านบุคลากร สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ อาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน
  - 1.7 ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลมากที่สุดคือ โรงเรียนได้รับการรับรองจากผู้เคยเรียน
  
2. **กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Black box)**
  - 2.1 **ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristic)** จากการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ปลายกลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยส่วนบุคคลที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงมีการตอบสนองไม่ต่างกันมากนัก
  - 2.2 **กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process)**
    - การรับรู้ความต้องการ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเรียนเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย
    - การค้นหาข้อมูล นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หาข้อมูลโดยการปรึกษาเพื่อน
    - การประเมินผลทางเลือก นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประเมินผลทางเลือกจากคำแนะนำของเพื่อน
    - การตัดสินใจซื้อ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา โดยให้ความสำคัญมากจากปัจจัยทางการตลาดด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปานกลาง

พฤติกรรมหลังการซื้อ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจในการรับบริการจากโรงเรียนกวดวิชาในระดับปานกลาง และมีแนวโน้มจะใช้บริการต่อไป

### 2.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาดังนี้

- 2.3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างใหญ่เลือกหลักสูตรเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย
- 2.3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกโรงเรียนรัชดาวิทยา
- 2.3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอนและมีประสบการณ์
- 2.3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเลือกเรียนในช่วงเวลาต่าง ๆ กัน
- 2.3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (purchase Amount) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเรียนคาบละ ชั่วโมงครึ่งและ 30 ชั่วโมงต่อหลักสูตร

### ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชามากที่สุด คือปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งนักเรียนต้องการบุคลากรคืออาจารย์ที่มีเทคนิคการสอนที่ทำให้เข้าใจบทเรียนง่าย มีการสอนที่สนุกสนาน และมีประสบการณ์ในการติวในโรงเรียนกวดวิชา
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลน้อยที่สุดในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งพบว่านักเรียนให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในด้านนี้น้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์นักเรียนให้ความสำคัญมากต่อการมีคำแนะนำจากเพื่อนหรือรุ่นพี่
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาน้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด โดยการประชาสัมพันธ์ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลางทุก ๆ ปัจจัยย่อย ยกเว้นการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต นักเรียนให้ความสำคัญในระดับน้อย

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทุก ๆ ปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยที่ตั้งสถานที่ ซึ่งหาพบได้ง่าย นักเรียนให้ความสำคัญในระดับมาก

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ปลายในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะจากผู้ศึกษาดังนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาควรให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ เพราะปัจจัยดังกล่าวมีผลมากต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกใช้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือด้านบุคลากร ควรมีการสรรหาบุคลากรทั้ง 2 ด้านคือด้านอาจารย์ควรเป็นอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอนที่สนุกสนานและประสบการณ์ ในการกวดวิชา ด้านเจ้าหน้าที่ควรมีการจัดอบรมเพื่อให้เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ และให้การบริการที่ดี

ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ควรมีการจัดทำสถิตินักเรียนที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ มีการจัดทำคำนิยมจากรุ่นพี่ที่เคยเรียน เผยแพร่สิ่งพิมพ์แนะนำโรงเรียนหรือติดบอร์ดแสดงภายในโรงเรียน

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีรูปแบบหลักสูตรที่หลากหลายและเหมาะสมต่อผู้เรียน จัดทำเอกสารประกอบการสอนที่มีคุณภาพและเปิดสอนหลายช่วงเวลาเรียน เพื่อให้นักเรียนได้เลือกเรียนในช่วงเวลาที่เหมาะสม

ด้านกระบวนการ ควรมีการเปิดสอนหลายช่วงเวลาเรียน มีสื่อการสอนที่ทันสมัยและมีการจัดทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ ซึ่งมีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา น้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ มีข้อเสนอแนะดังนี้คือ

ด้านสถานที่ ควรจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาในสถานที่ที่เข้าถึงได้ง่าย การคมนาคมสะดวกมีที่จอดรถเพียงพอ



ด้านราคา ปัจจัยด้านราคามีผลน้อยเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการน่าจะเลือกใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรใช้งบประมาณอย่างจำกัดในการส่งเสริมการตลาดและนำงบประมาณเพื่อพัฒนาปัจจัยด้านอื่นซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนมากกว่าเลือกการส่งเสริมการตลาดที่ควรทำ เช่น ด้านประชาสัมพันธ์ควรมีการประชาสัมพันธ์จากเพื่อน หรือรุ่นพี่ด้านการโฆษณาควรจัดทำแผ่นพับเพื่อแนะนำโรงเรียนและหลักสูตร ด้านการส่งเสริมการขายควรมีการลดค่าเรียนในบางโอกาส