

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
ในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชา

Services Marketing Mix Affecting High School Students in Lamphun

Province Towards Selecting Tutorial Schools

อินธิดา อินทนิเวศน์* และก้องภู่ นิมานันท์**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชา การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนในสถาบันกวดวิชาจำนวน 300 ราย ใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบโควตา โดยแบ่งสัดส่วนการเก็บตัวอย่างตามจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่อยู่ในอำเภอเมืองจำนวน 147 ราย และนอกอำเภอเมืองจังหวัดลำพูนจำนวน 153 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม จำแนกตามอำเภอของโรงเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวจำแนกตามระดับชั้น แผนก รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 แผนกที่ศึกษาคือ วิทยาศาสตร์-คณิต มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์ เลือกเรียนในวันจันทร์-ศุกร์ เลือกช่วงเวลาการเรียนกวดวิชา 10.00 น.-11.59 น. ค่าเรียนกวดวิชาต่อเทอมอยู่ระหว่าง 3,001-6,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชา คือ เพื่อทำเกรดในโรงเรียนมากที่สุด

ผลการศึกษารวมประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาทุกปัจจัยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแต่ละด้านมีดังต่อไปนี้ ด้านบุคคล คือ อาจารย์ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักเรียน ด้านกระบวนการ คือ ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจน และขั้นตอนการสมัครเรียนชัดเจน ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ คือ มีสถานที่นั่งพัก และรอรับนักเรียนของผู้ปกครองอย่างสะดวกเพียงพอ และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนที่เหมาะสมและเพียงพอ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย เพิ่มประสบการณ์ในการ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ทำใจหทัย ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การชำระค่าเรียนสามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆได้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และด้านราคา คือ มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนพบว่า

นักเรียนที่เรียนอยู่เขตอำเภอที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ แตกต่างกัน แต่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏไม่แตกต่างกัน

นักเรียนที่เรียนอยู่ในระดับชั้นที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน แต่ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

นักเรียนที่เรียนอยู่ในแผนกที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน แต่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

นักเรียนที่มีรายได้ของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ แตกต่างกัน แต่ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ ไม่แตกต่างกัน

ABSTRACT

The objective of this independent study aims to explore services marketing mix affecting high school students in Lamphun province towards selecting tutorial schools. The respondents of this study were Lamphun secondary school's students who had experience with tutorial schools. This study used 300 samples with quota sampling method, 147 samples of Muang district secondary school's students and 153 samples from out of Muang district secondary school's students. The data were collected by using a set of questionnaires. The data were processed by descriptive statistics which are consisting of frequency, percentage, and mean while the inferential statistics are consisting of Independent-Sample t-Test which informations are classified by district and One-Way ANOVA which informations are classified by classes program and parents earned monthly income.

Based upon the findings, most respondents were female students. They are studying in secondary 4in science-math program, grade per average (GPA) about 3.01-3.50. Their parents earned monthly income at 10,001-20,000 bath. The tutorial expenditure was 3,001-6,000 bath. The objective of taking tutorial school was for their better school record.

The result of services marketing mix affecting high school students in Lamphun province towards selecting tutorial schools, the respondents gave high priority to the factors as followed, people, process, physical evidence,

product, promotion, place, price, respectively. The sub-factor that respondents gave highest priority to for each marketing mix factor were as followed, In people factor, instructors provide a friendly atmosphere during the class. In process factor, there is a clear description about the courses that the students are undertaking and clear application process. In physical evidence factor, there is a relax area for students, parents and enough equipment in the facility that can support the learning. In product factor, the lesson in the course meets with that demands by the student such as advance study, emphasis on entrance examination and solving problems. In promotion factor, the tuition fee can be paid by installments. In place factor, the location of the tutorial school should be relatively easy to travel. In price factor, the detail of the payment should be clearly stated.

The results of Independent-Sample t-Test and One-Way ANOVA revealed that:

The students of different district have a different services marketing mix in term of product, price, people, process, but not of place promotion, and physical evidence.

The students of different classes have a different services marketing mix in term of product, but not of price, place, promotion, people, physical evidence, and process.

The students of different program have a different services marketing mix in term of place, and physical evidence, but not of product, price, promotion, people, and process.

The students of different parents earned monthly income have a different services marketing mix in term of product, price, place, people, and process, but not of promotion, and physical evidence.

บทนำ

ทรัพยากรมนุษย์ เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ประเทศใดมีทรัพยากรมนุษย์ที่ดีและมีคุณภาพ จะมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศนั้นได้อย่างยั่งยืน การศึกษาถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เนื่องจากการศึกษาถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์ความรู้ ก่อให้เกิดปัญญา มีทักษะ รวมไปถึงการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น และยังช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของประชากรให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เนื่องจากสังคมในปัจจุบันนี้ให้การยอมรับ การยกย่องผู้ที่ได้รับการศึกษาสูงว่าเป็นผู้ที่มีโอกาสในการแสวงหาความก้าวหน้าในการทำงาน รวมไปถึงการหารายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าผู้ที่ได้รับการศึกษาน้อย (ถนิมภรณ์ อินทแก้ว, 2553: ออนไลน์) จึงทำให้เกิดการแข่งขันในเรื่องของการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายนั้นได้ให้ความสำคัญกับการสอบเข้าสถาบันอุดมศึกษาของรัฐเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นเพื่อสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของรัฐ

ปัจจุบัน การสอบคัดเลือกนักเรียนเพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของรัฐได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมนับตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา โดยได้มีการนำเอาผลการเรียนใน 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ซึ่งได้แก่ วิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม วิชาการงานและเทคโนโลยีอาชีพ วิชาวิทยาศาสตร์ วิชาภาษาไทย วิชาคณิตศาสตร์ วิชาภาษาอังกฤษ วิชาศิลปะ วิชาพลศึกษา มาคิดคำนวณเป็นน้ำหนักในการสอบคัดเลือกเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา (การคัดเลือก

บุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในระบบกลาง, 2555: ออนไลน์) ส่งผลให้เกิดการแข่งขันภายในชั้นเรียนเพื่อให้ได้ผลการเรียนแต่ละวิชาเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากนักเรียนต้องทำผลการเรียนให้ดีขึ้นตั้งแต่มัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคการเรียนที่ 1 เป็นต้นไป ส่งผลให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมุ่งเน้นการกวาดวิชามากขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถและสร้างโอกาสในการทำผลการเรียนในโรงเรียนให้ดีขึ้นและเพื่อการแข่งขันเข้าสถาบันอุดมศึกษามากขึ้น จึงทำให้จำนวนสถาบันกวาดวิชาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปัจจุบันพบว่า มีสถาบันกวาดวิชาทั่วประเทศที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) มีจำนวนทั้งหมด 1,983 แห่ง (ไทยพับลิก้า, 2556: ออนไลน์)

จังหวัดลำพูนในปัจจุบัน มีสถาบันกวาดวิชาที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) ทั้งหมด 30 แห่ง (ไทยพับลิก้า, 2556: ออนไลน์) และยังมีโรงเรียนกวาดวิชาที่ยังไม่ได้จดทะเบียน ได้ทำการเปิดสอน นอกจากนี้ยังมีการรวมตัวของกลุ่มนักเรียนเพื่อให้อาจารย์สอนตามบ้าน และ ยังมีกลุ่มนักเรียนที่ให้ความสำคัญกับการเรียนตามสถาบันกวาดวิชาในจังหวัดเชียงใหม่ อีกจำนวนหนึ่ง อันเนื่องจากว่า จังหวัดเชียงใหม่มีที่ตั้งอยู่ใกล้กับจังหวัดลำพูน ซึ่งมีการเดินทางที่สะดวก และ รวดเร็วจากการที่มีการตั้งสถาบันกวาดวิชาเป็นจำนวนมากจึงทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดลำพูน จำนวน 7,806 คน จากโรงเรียนต่างๆทั้งหมด 15 โรงเรียน ซึ่งได้แก่ โรงเรียนจักรคำคณาทร โรงเรียนสวนบุญญูปถัมภ์ โรงเรียนบ้านแป้นพิทยาคม โรงเรียนอนุโม่งศรีพิทยาคม โรงเรียนธีรภานุบ้านไผ่ โรงเรียนบ้านไผ่รัตนวิทยา โรงเรียนเวียงเจดีย์วิทยา โรงเรียนแม่ต๋นวิทยา โรงเรียนป่าซาง โรงเรียนน้ำดิบพิทยาคม โรงเรียนวรวิธาป่าซาง โรงเรียนแม่ทาพิทยาคม โรงเรียนท่าขุมเงินวิทยาคาร โรงเรียนปาดาลบ้านธิพิทยา โรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยา (กลุ่มสารสนเทศ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2556: ออนไลน์)มีทางเลือกในการเลือกสถาบันกวาดวิชาเพิ่มขึ้น จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาในขั้นต้น จึงทำให้นักศึกษามีความสนใจที่จะทำการศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวาดวิชา เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ผู้ที่มีสนใจจะประกอบกิจการสถาบันกวาดวิชาต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาดังนี้ ผู้ศึกษาใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (วิเชียร วงศ์ณิชากุล, 2550) ส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix) หรือ 7P's เป็นสิ่งที่ต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด คือลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยแต่ละองค์ประกอบมีดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process)

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาดังนี้ ประกอบด้วย การศึกษาเกี่ยวกับ ส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวาดวิชา มีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริม

การตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process)

2. ขั้นตอนการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชา มีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

- 2.1 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
- 2.2 สร้างแบบสอบถาม
- 2.3 เก็บรวบรวมข้อมูล
- 2.4 วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล
- 2.5 จัดทำและนำเสนอรายงาน

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายใน จังหวัดลำพูนที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนในสถาบันกวดวิชาซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยทำการอ้างอิงจากการเปิดตารางของ Seymour Sudman (กุณฑลี รื่นรมย์, 2549) และทำการเก็บตัวอย่าง แบบโควตา (Quota Sampling) จากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งศึกษาอยู่ในจังหวัดลำพูนที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนในสถาบันกวดวิชา โดยจะแบ่งสัดส่วนตัวอย่างตามจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่อยู่ในอำเภอเมือง และนอกอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ดังนี้ (กลุ่มสารสนเทศ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2556: ออนไลน์)

ตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนตัวอย่างตามจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่อยู่ในอำเภอเมือง และนอกอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

อำเภอ	จำนวนนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1. ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน	3821	49	147
2. นอกอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน	3985	51	153
รวม	7806	100	300

4.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษา และรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) จำนวน 300 รายการโดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ เขตอำเภอของโรงเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ ระดับชั้น แผนก เกรดเฉลี่ยสะสม รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง วิชาที่เลือกเรียนที่กวดวิชา วันที่เลือกเรียนกวดวิชา ช่วงเวลาที่เรียนกวดวิชา ค่าเรียนกวดวิชาต่อเทอม วัตถุประสงค์ ในการเรียนกวดวิชา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ และด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะจากประสบการณ์ในการเรียนในสถาบันกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม จำแนกตามอำเภอของโรงเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวจำแนกตามระดับชั้น แผนก รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยกำหนดตามสัดส่วนของจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูน ซึ่งมีทั้งสิ้น 2 เขตอำเภอ ได้แก่ เขตอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน และนอกเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.30 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 34.00 แผนกที่ศึกษาคือ วิทยาศาสตร์-คณิต ร้อยละ 47.30 มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 ร้อยละ 37.70 และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง 10,001-20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์มากที่สุด โดยที่เลือกเรียนกวดวิชาในวัน เสาร์-อาทิตย์ มากกว่าวัน จันทร์-ศุกร์ และเลือกช่วงเวลาที่เรียนกวดวิชา 10.00 น.-11.59 น. มากที่สุด ค่าเรียนกวดวิชาต่อเทอมอยู่ระหว่าง 3,001-6,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชา คือ เพื่อทำเกรดในโรงเรียน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชา

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้า อย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย เพิ่มประสบการณ์ในการทำโจทย์ ค่าเฉลี่ย 4.22 สถาบันกวดวิชาได้รับการรับรองมาตรฐาน จากกระทรวงศึกษาธิการ ค่าเฉลี่ย 4.14 ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน ค่าเฉลี่ย 4.13 มีจำนวน

และสถิติของผู้ที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก ค่าเฉลี่ย 4.07 มีการประกันผลการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย ค่าเฉลี่ย 4.00 จำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.99 จำนวนชั่วโมงต่อคาบ ที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.94 จำนวนนักเรียนที่เหมาะสมต่อห้องเรียน ค่าเฉลี่ย 3.84 ชื่อเสียงของสถาบันกวดวิชา ค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ด้านราคาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.63 และปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจนค่าเฉลี่ย 4.14 มีอัตราค่าเรียนที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.03ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่สามารถชำระค่าเรียนด้วยบัตรเครดิตได้ ค่าเฉลี่ย 2.73

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78และปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ค่าเฉลี่ย 4.03 ทำเลที่ตั้งสามารถหาได้ง่าย มองเห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.81 มีที่จอดรถเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนมัธยมที่ศึกษาอยู่ ค่าเฉลี่ย 3.49

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.85 และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่การชำระค่าเรียนสามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆได้ ค่าเฉลี่ย 4.02 มี เฟสบุ๊คแฟนเพจหรือ เว็บไซต์ ของโรงเรียนกวดวิชาที่ให้ข้อมูล รายละเอียดครบถ้วน ค่าเฉลี่ย 3.99 มีการแจกตำราเรียน หรืออุปกรณ์การเรียน โดยไม่คิดมูลค่า ค่าเฉลี่ย 3.96 มีการแนะนำผ่านบุคคล เช่น อาจารย์ รุ่นพี่ เพื่อน ค่าเฉลี่ย 3.90 มีส่วนลดค่าเรียน เช่น เป็นนักเรียนเก่ามา มาสมัครเรียนเป็นกลุ่ม เรียนหลายๆวิชา ชำระเงินแบบเหมาจ่าย เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.87 การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ ค่าเฉลี่ย 3.62 มีการให้ทดลองเรียนฟรีก่อนสมัคร ค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ด้านบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16และปัจจัยย่อยด้านบุคคลทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ อาจารย์ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักเรียน ค่าเฉลี่ย 4.33 อาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคในการสอนดี ค่าเฉลี่ย 4.32 เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ เอาใจใส่และช่วยเหลือ ค่าเฉลี่ย 4.17 อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิทางการศึกษาสูง ค่าเฉลี่ย 4.16 การบริการของเจ้าหน้าที่ให้รายละเอียดข้อมูลด้านหลักสูตรการเรียนในสถาบันกวดวิชาถูกต้อง และรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.07 อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02และปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนที่เหมาะสมและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.06 มีสถานที่นั่งพักและรอรับนักเรียนของผู้ปกครองอย่างสะดวกและ

เพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.06 สภาพแวดล้อมอาคารสถานที่ภายนอกดี ค่าเฉลี่ย 4.04 มีการออกแบบห้องเรียนให้น่าเรียน ค่าเฉลี่ย 4.03 มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับนักเรียน ค่าเฉลี่ย 4.02 ภายในห้องเรียนมีการจัดโต๊ะเรียนได้อย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.02 ภายในอาคารเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่ดี ค่าเฉลี่ย 3.99 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีฟรีอินเทอร์เน็ต ให้บริการ มีร้านขายของ ร้านอาหาร อยู่ใกล้สถาบันกวดวิชา ค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.12 และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.18 ขั้นตอนการสมัครเรียนชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.18 แนวทางการทดสอบความรู้ที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.14 สามารถที่จะสอนครบหลักสูตรได้ตามกำหนดเวลา ค่าเฉลี่ย 4.10 ตารางเรียนที่แน่นอน ไม่เปลี่ยนแปลง ค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาจำแนกตาม เขตอำเภอของโรงเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ ระดับชั้น แผนก และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง

จำแนกตามอำเภอที่ตั้งของโรงเรียน

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย เพิ่มประสบการณ์ในการทำโจทย์ข้อเสียของสถาบันกวดวิชาความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนจำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรที่เหมาะสมจำนวนชั่วโมงต่อคาบที่เหมาะสมจำนวนนักเรียนที่เหมาะสมต่อห้องเรียนสถาบันกวดวิชาได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงศึกษาธิการและมีการประกันผลการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยโดยอำเภอเมืองให้ความสำคัญมากกว่านอกอำเภอเมือง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่มีจำนวนและสถิติของผู้ที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก

ด้านราคาพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่มีอัตราค่าเรียนที่เหมาะสมและสามารถชำระค่าเรียนด้วยบัตรเครดิตได้โดยอำเภอเมืองให้ความสำคัญมากกว่านอกอำเภอเมือง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม อำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนมัธยมที่ศึกษาอยู่โดยอำเภอเมืองให้ความสำคัญมากกว่านอกอำเภอเมือง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ทำเลที่ตั้งสามารถหาได้ง่าย มองเห็นได้ชัดเจนและมีที่จอดรถเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ บัณฑิตโฆษณา แผ่นพับและมีการแนะนำผ่านบุคคล เช่น อาจารย์ รุ่นพี่ เพื่อนโดยอำเภอเมืองให้ความสำคัญมากกว่านอกอำเภอเมือง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่มีเฟซบุ๊กแฟนเพจหรือ เว็บไซต์ ของโรงเรียนกวดวิชาที่ให้ข้อมูลรายละเอียดครบถ้วนมีการให้ทดลองเรียนฟรีก่อนสมัครมีส่วนลดค่าเรียน เช่น เป็นนักเรียนเก่ามา มาสมัครเรียนเป็นกลุ่มเรียนหลายๆวิชา ชำระเงินแบบเหมาจ่าย เป็นต้นการชำระค่าเรียนสามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆได้และมีการแจกตำราเรียนหรืออุปกรณ์การเรียนโดยไม่คิดมูลค่า

ด้านบุคคลพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่การบริการของเจ้าหน้าที่ให้รายละเอียดข้อมูลด้านหลักสูตรการเรียนในสถาบันกวดวิชาถูกต้อง และรวดเร็วเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ เอาใจใส่และช่วยเหลืออาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิทางการศึกษาสูงอาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคในการสอนดีและอาจารย์ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักเรียนโดยอำเภอเมืองให้ความสำคัญมากกว่านอกอำเภอเมือง

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีฟรีอินเทอร์เน็ตให้บริการ มีร้านขายของ ร้านอาหาร อยู่ใกล้สถาบันกวดวิชาโดยนอกอำเภอเมืองให้ความสำคัญมากกว่าอำเภอเมือง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่มีการออกแบบห้องเรียนให้น่าเรียนภายในห้องเรียนมีการจัดโต๊ะเรียนได้อย่างเหมาะสม ภายในอาคารเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่ดีสภาพแวดล้อมอาคารสถานที่ภายนอกดี มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับผู้เรียนมีสถานที่นั่งพักและรอรับนักเรียนของผู้ปกครองอย่างสะดวกและเพียงพอ และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนที่เหมาะสมและเพียงพอ

ด้านกระบวนการพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจน ขั้นตอนการสมัครเรียนชัดเจน ขั้นตอนการชำระเงินชัดเจนและสามารถที่จะสอนครบหลักสูตรได้ตามกำหนดเวลาโดยอำเภอเมืองให้ความสำคัญมากกว่านอกอำเภอเมือง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอำเภอเมืองและนอกอำเภอเมือง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ตารางเรียนที่แน่นอนไม่เปลี่ยนแปลงและแนวทางการทดสอบความรู้ที่ชัดเจน

จำแนกตามระดับชั้น

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับชั้น แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ จำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรที่เหมาะสมและ สถาบันกวดวิชาได้รับการรับรองมาตรฐาน จากกระทรวงศึกษาธิการ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย เพิ่มประสบการณ์ในการทำโจทย์ (ม.6>ม.4) ชื่อเสียงของสถาบันกวดวิชา (ม.4,ม.6>ม.5) ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนแตกต่างกัน(ม.6>ม.4,ม.5) จำนวนชั่วโมงต่อคาบที่เหมาะสม(ม.6>ม.5) จำนวนนักเรียนที่เหมาะสมต่อห้องเรียน(ม.6>ม.5)มีจำนวนและสถิติของผู้ที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก(ม.6>ม.4,ม.5)และมีการประกันผลการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย (ม.6>ม.4,ม.5)

ด้านราคาพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับชั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่มีอัตราค่าเรียนที่เหมาะสมสามารถชำระค่าเรียนด้วยบัตรเครดิตได้และมีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับชั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนมัธยมที่ศึกษาอยู่ทำเลที่ตั้งสามารถหาได้ง่ายมองเห็นได้ชัดเจนและมีที่จอดรถเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับชั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ มี เฟสบุ๊คแฟนเพจหรือ เว็บไซต์ ของโรงเรียนกวดวิชาที่ให้ข้อมูล รายละเอียดครบถ้วน มีการแนะนำผ่านบุคคล เช่น อาจารย์ รุ่นพี่ เพื่อน มีการให้ทดลองเรียนฟรีก่อน

สมัคร มีส่วนลดค่าเรียน เช่น เป็นนักเรียนเก่ามา มาสมัครเรียนเป็นกลุ่ม เรียนหลายๆวิชา ชำระเงินแบบเหมาจ่าย เป็นต้น และมีการแจกตำราเรียน หรืออุปกรณ์การเรียน โดยไม่คิดมูลค่า และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ การชำระค่าเรียนสามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆได้ (ม.6>ม.5)

ด้านบุคคลพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับชั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ การบริการของเจ้าหน้าที่ให้รายละเอียดข้อมูลด้านหลักสูตรการเรียนในสถาบันกวดวิชาถูกต้อง และรวดเร็วเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ เอาใจใส่และช่วยเหลืออาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคในการสอนดีและอาจารย์ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักเรียน และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก(ม.6>ม.5) และอาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิทางการศึกษาสูง (ม.6>ม.5)

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับชั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ มีการออกแบบห้องเรียนให้น่าเรียนภายในห้องเรียนมีการจัดโต๊ะเรียนได้อย่างเหมาะสมภายในอาคารเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่ดีสภาพแวดล้อมอาคารสถานที่ภายนอกดีมีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับผู้เรียนมีสถานที่นั่งพักและรอรับนักเรียนของผู้ปกครองอย่างสะดวกและเพียงพอและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนที่เหมาะสมและเพียงพอ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีฟรีอินเทอร์เน็ตให้บริการ มีร้านขายของร้านอาหาร อยู่ใกล้สถาบันกวดวิชา (ม.5, ม.6>ม.4)

ด้านกระบวนการพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับชั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจนขั้นตอนการสมัครเรียนชัดเจนขั้นตอนการชำระเงินชัดเจนตารางเรียนที่แน่นอนไม่เปลี่ยนแปลงแนวทางการทดสอบความรู้ที่ชัดเจนและสามารถที่จะสอนครบหลักสูตรได้ตามกำหนดเวลา

จำแนกตามแผนก

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มแผนก ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย เพิ่มประสบการณ์ในการทำโจทย์ชื่อเสียงของสถาบันกวดวิชาความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนจำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรที่เหมาะสมจำนวนชั่วโมงต่อคาบที่เหมาะสมจำนวนนักเรียนที่เหมาะสมต่อห้องเรียนสถาบันกวดวิชาได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงศึกษาธิการและมีจำนวนและสถิติของผู้ที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก และปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ มีการประกันผลการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย (ศิลป์คำนวณ>วิทย์-คณิต, ศิลป์ภาษา)

ด้านราคาพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มแผนก ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ มีอัตราค่าเรียนที่เหมาะสมสามารถชำระค่าเรียนด้วยบัตรเครดิตได้และมีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มแผนก แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนมัธยมที่ศึกษาอยู่ทำเลที่ตั้งสามารถหาได้ง่ายมองเห็นได้ชัดเจนและมีที่จอดรถเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มแผนก ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ มีเฟสบุ๊คแฟนเพจหรือ เว็บไซต์ ของโรงเรียนกวตริษาที่ให้ข้อมูล รายละเอียดครบถ้วนมีการแนะนำผ่านบุคคล เช่น อาจารย์ รุ่นพี่ เพื่อนมีการให้ทดลองเรียนฟรีก่อนสมัครมีส่วนลดค่าเรียน เช่น เป็นนักเรียนเก่ามา มาสมัครเรียนเป็นกลุ่ม เรียนหลายๆวิชา ชำระเงินแบบเหมาจ่าย เป็นต้นการชำระค่าเรียนสามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆได้และมีการแจกตำราเรียน หรืออุปกรณ์การเรียน โดยไม่คิดมูลค่า และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ (ศิลป์คำนวณ, ศิลป์ภาษา>วิทย์-คณิต)

ด้านบุคคลพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มแผนก ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ การบริการของเจ้าหน้าที่ให้รายละเอียดข้อมูลด้านหลักสูตรการเรียนในสถาบันกวตริษาถูกต้อง และรวดเร็วเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ เอาใจใส่และช่วยเหลืออาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคในการสอนดีและอาจารย์ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักเรียน และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิทางการศึกษาสูง (ศิลป์คำนวณ>วิทย์-คณิต, ศิลป์ภาษา)

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มแผนก แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ ภายในอาคารเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่ดีสภาพแวดล้อมอาคารสถานที่ภายนอกดี มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับผู้เรียนมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีฟรีอินเทอร์เน็ตให้บริการ มีร้านขายของ ร้านอาหาร อยู่ใกล้สถาบันกวตริษาและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนที่เหมาะสมและเพียงพอ

และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ มีการออกแบบห้องเรียนให้น่าเรียน (ศิลป์คำนวณ, ศิลป์ภาษา>วิทย์-คณิต) ภายในห้องเรียนมีการจัดโต๊ะเรียนได้อย่างเหมาะสม (ศิลป์คำนวณ, ศิลป์ภาษา>วิทย์-คณิต) และมีสถานที่นั่งพัก และรอรับนักเรียนของผู้ปกครองอย่างสะดวกและเพียงพอ (ศิลป์คำนวณ>วิทย์-คณิต, ศิลป์ภาษา)

ด้านกระบวนการพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มแผนก ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจนขั้นตอนการสมัครเรียนชัดเจนขั้นตอนการชำระเงินชัดเจนแนวทางการทดสอบความรู้ที่ชัดเจน และสามารถที่จะสอนครบหลักสูตรได้ตามกำหนดเวลา และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มแผนกต่างๆ ได้แก่ ตารางเรียนที่แน่นอนไม่เปลี่ยนแปลง (ศิลป์ภาษา>วิทย์-คณิต)

จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนจำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรที่เหมาะสมและจำนวนนักเรียนที่เหมาะสมต่อห้องเรียน และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียดเน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย เพิ่มประสบการณ์ในการทำโจทย์ (20,001-30,000 บาท>ไม่เกิน 10,000บาท, 10,001-20,000บาท) ชื่อเสียงของสถาบันกวดวิชา (20,001-30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท>10,001-20,000 บาท) จำนวนชั่วโมงต่อคาบที่เหมาะสม (20,001-30,000 บาท>ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001-20,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท>ไม่เกิน 10,000 บาท) สถาบันกวดวิชาได้รับการรับรองมาตรฐาน จากกระทรวงศึกษาธิการ(20,001-30,000 บาท>ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท) มีจำนวนและสถิติของผู้ที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก (20,001-30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท>ไม่เกิน 10,000 บาท) และมีการประกันผลการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย (20,001-30,000 บาท>ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001-20,000บาท)

ด้านราคาพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ สามารถชำระค่าเรียนด้วยบัตรเครดิตได้ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ มีอัตราค่าเรียนที่เหมาะสม (20,001-30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท >ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท)และมีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน (20,001-30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท > 10,001-20,000 บาท)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทาง

สถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท, 20,001–30,000 บาท)ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียนมัธยมที่ศึกษาอยู่ (มากกว่า 30,000 บาท > 10,001–20,000 บาท, 20,001–30,000 บาท) ทำเลที่ตั้งสามารถหาได้ง่ายมองเห็นได้ชัดเจน (มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท)และมีที่จอดรถเพียงพอ (20,001–30,000 บาท > 10,001–20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท)

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่มีการให้ทดลองเรียนฟรีก่อนสมัครมีส่วนลดค่าเรียน เช่น เป็นนักเรียนเก่ามา มาสมัครเรียนเป็นกลุ่ม เรียนหลายๆวิชา ชำระเงินแบบเหมาจ่าย เป็นต้นการชำระค่าเรียนสามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆได้และมีการแจกตำราเรียน หรืออุปกรณ์การเรียนโดยไม่คิดมูลค่า และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ (มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท) มีเฟสบุ๊คแฟนเพจหรือ เว็บไซต์ ของโรงเรียนกวดวิชาที่ให้ข้อมูล รายละเอียดครบถ้วน (มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท, 20,001–30,000 บาท) และมีการแนะนำผ่านบุคคล เช่น อาจารย์ รุ่นพี่ เพื่อน (มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท)

ด้านบุคคลพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05เมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ เอาใจใส่และช่วยเหลือและอาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคในการสอนดี และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ การบริการของเจ้าหน้าที่ให้รายละเอียดข้อมูลด้านหลักสูตรการเรียนในสถาบันกวดวิชาถูกต้อง และรวดเร็ว (มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท, 20,001–30,000 บาท) อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (20,001–30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท) อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิทางการศึกษาสูง (20,001–30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท) และอาจารย์ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักเรียน (20,001–30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท > 10,001–20,000 บาท)

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05เมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ภายในห้องเรียนมีการจัดโต๊ะเรียนได้อย่างเหมาะสม สภาพแวดล้อมอาคารสถานที่ภายนอกดี มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีฟรีอินเทอร์เน็ตให้บริการ มีร้านขายของ ร้านอาหาร อยู่ใกล้สถาบันกวดวิชา และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนที่เหมาะสมและเพียงพอ

และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ มีการออกแบบห้องเรียนให้น่าเรียน (มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท) ภายในอาคารเรียนมีสิ่งแวดล้อมที่ดี (มากกว่า 30,000 บาท > 10,001–20,000 บาท) มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับผู้เรียน (20,001–30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท) และมีสถานที่นั่งพักและรอรับนักเรียนของผู้ปกครองอย่างสะดวกและเพียงพอ (20,001–30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท)

ด้านกระบวนการพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ ตารางเรียนที่แน่นอนไม่เปลี่ยนแปลง และแนวทางการทดสอบความรู้ที่ชัดเจน และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่างๆ ได้แก่ ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจน (10,001–20,000 บาท > มากกว่า 30,000 บาท และ 20,001–30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท) ขั้นตอนการสมัครเรียนชัดเจน (20,001–30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท) ขั้นตอนการชำระเงินชัดเจน (มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท) และสามารถที่จะสอนครบหลักสูตรได้ตามกำหนดเวลา (20,001–30,000 บาท > 10,001–20,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท > ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001–20,000 บาท)

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชา ของผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับแรกคือ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทรงกลด แสงวงผล(2552)ได้ทำการศึกษาศวส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่านพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับแรกคือ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงษ์เพชร อินตายนว (2553) ที่ได้ทำการศึกษปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นอันดับแรกคือ ส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งพบว่าส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นอันดับแรกคือ ด้านเนื้อหาหลักสูตรและเอกสาร

ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เรียนเนื้อหาล่วงหน้าอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย เพิ่มประสบการณ์ในการทำโจทย์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงวงผล(2552) ที่ได้ทำการศึกษาร่วมประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่าน ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพวงเพชร อินตายุว (2553) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีจำนวนและสถิติของผู้เรียนที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาร่วมประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ

ด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงวงผล(2552) ที่ได้ทำการศึกษาร่วมประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่าน ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพวงเพชร อินตายุว (2553) ที่ได้ทำการศึกษาร่วมประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีอัตราค่าเรียนที่เหมาะสม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาร่วมประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถชำระค่าเรียนได้หลายทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ตโดยผ่านบัญชีธนาคาร เงินสด ฯลฯ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงวงผล (2552) ที่ได้ทำการศึกษาร่วมประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่าน ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาสะดวกในการเดินทางไปเรียน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพวงเพชร อินตายวง (2553) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาสะดวกต่อการเดินทาง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้ง ที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งที่สามารถหาพบได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การชำระค่าเรียนสามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงวงผล(2552) ที่ได้ทำการศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่าน ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการแจกตำราเรียนหรืออุปกรณ์การเรียนโดยไม่คิดมูลค่า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพวงเพชร อินตายวง (2553) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีโฆษณาทางเว็บไซต์ของโรงเรียน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การแนะนำจากเพื่อนและรุ่นพี่

ด้านบุคคล จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อาจารย์ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักเรียน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงวงผล(2552) ที่ได้ทำการศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่าน ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพวงเพชร อินตายวง (2553) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครใน

การเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อาจารย์ผู้สอนมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจได้ดี

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนที่เหมาะสมและเพียงพอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงวงผล(2552) ที่ได้ทำการศึกษาร่วมประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่าน ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพวงเพชร อินตายวง (2553) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการออกแบบห้องเรียนให้น่าเรียน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การมีชื่อเสียงด้านการศึกษามานาน

ด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงกลด แสงวงผล(2552) ที่ได้ทำการศึกษาร่วมประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่าน ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพวงเพชร อินตายวง (2553) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีกระบวนการให้บริการแนะนำในการเลือกคณะที่สอบเข้ามหาวิทยาลัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร วงษ์นครินทร์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การเปิดสอนแต่ละวิชาหลายช่วงเวลาเพื่อให้เลือกเรียน

จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดลำพูนในการเลือกสถาบันกวดวิชาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะต่อสถาบันกวดวิชาในภาพรวมดังนี้

สถาบันกวดวิชาโดยทั่วไป ผู้ประกอบการควรอาจารย์ผู้สอน และเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับนักเรียน มีความเอาใจใส่และช่วยเหลือต่อผู้เรียน อาจารย์ผู้สอนควรมีเทคนิคในการสอนที่ทำให้ นักเรียนสามารถเรียนแล้วเข้าใจได้ง่าย และเลือกอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณวุฒิทางการศึกษาสูง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ให้กับสถาบันกวดวิชา ควรมีการจัดการอบรม และประเมินผลเพื่อพัฒนาศักยภาพของอาจารย์ผู้สอน และเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง มีการสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนที่มาเรียนสถาบันกวดวิชาที่มีต่ออาจารย์ผู้สอน และเจ้าหน้าที่ เพื่อทำการปรับปรุงคุณภาพ วิธีการสอน ของอาจารย์ผู้สอนและวิธีทำงานของพนักงานให้ดีขึ้นต่อไป ควรมีการจัดทำเอกสารเกี่ยวกับการแนะนำหลักสูตรแต่ละหลักสูตรแยกไว้อย่างชัดเจน ควรมีการตรวจสอบ และแก้ไขข้อมูลในเอกสารอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ เกิดความถูกต้อง และทันสมัย และต้องสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับหลักสูตรได้อย่างชัดเจนหากมีข้อสงสัยจากนักเรียน และขั้นตอนการสมัครเรียนนั้นต้องมีการจัดทำเอกสาร และแจ้งรายละเอียดของขั้นตอนการสมัครเรียนให้กับนักเรียนอย่าง ชัด มีการกำหนดแนวทางการทดสอบความรู้ที่ชัดเจน ไม่มีการเปลี่ยนแปลง และแจ้งให้กับผู้เรียนทราบตั้งแต่ครั้งแรก ควรทำการวางหลักสูตรให้มีความหลากหลาย สอดคล้อง และครอบคลุมกับเนื้อหาที่โรงเรียนได้ทำการสอน และเนื้อหาที่ใช้ สอนเข้ามหาวิทยาลัย โดยเน้นการสอนเนื้อหาพื้นฐาน ประกอบกับการแนะนำเทคนิคในการทำข้อสอบเพื่อเตรียมความ พร้อมให้กับนักเรียนสามารถสอบทำคะแนนได้ดี และสามารถสอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัยได้ โดยมีหลักสูตรต่างๆ ให้ นักเรียนสามารถเลือกเรียนหลักสูตรต่างๆได้ตามความต้องการ เช่น หลักสูตรเรียนล่วงหน้าช่วงซัมเมอร์ (Summer) หลักสูตรติวเข้มของแต่ละระดับชั้น หลักสูตรเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย เป็นต้นควรทำการขออนุญาตจัดตั้งสถาบันกวด วิชาเป็นโรงเรียนเอกชนนอกระบบ ภายใต้สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยอาคารสถานที่ ห้องเรียน อุปกรณ์การเรียนการสอน บุคลากร และหลักสูตรที่ใช้ในการจัดตั้งโรงเรียนนั้นต้องเป็นไปตามข้อกำหนดจากกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อสร้าง ความน่าเชื่อถือให้กับนักเรียนหรือผู้ปกครอง และควรจัดทำเอกสารเพื่อแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่างๆให้กับนักเรียนหรือ ผู้ปกครองอย่างชัดเจน เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกเรียนได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะจำแนกตามกลุ่มที่ให้ความสำคัญแตกต่างกันในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสรุปได้ ดังนี้

อำเภอที่ตั้งของโรงเรียน

สถาบันกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง ผู้ประกอบการควรเน้นการสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันกวดวิชา โดยการลงค่านิยมจากเพื่อน หรือรุ่นพี่ที่เคยเรียน ควรพิจารณาการตั้งราคาค่าเรียนให้เหมาะสมกับหลักสูตร และรายได้ของผู้ปกครอง โดยผู้ประกอบการต้องทำการสำรวจราคาจากสถาบันกวดวิชาอื่นๆที่เป็นคู่แข่ง เช่นเป็นกวดวิชาที่อยู่ในทำเลที่เดียวกันหรือ มีคุณภาพ ชื่อเสียงที่ใกล้เคียงกันหรืออยู่ในระดับเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ ว่ามีการตั้งราคาค่าใช้จ่ายในการเรียน ในระดับใดบ้าง เพื่อปรับค่าเรียนให้เหมาะสม และไม่มากกว่าหรือต่ำกว่าคู่แข่งจนเกินไป ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ใน เขตชุมชนที่มีการคมนาคมสะดวก เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักเรียนสามารถเดินทางมาเรียนได้ด้วยตนเอง และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ปกครองในการเดินทางมารับ-ส่งนักเรียนอีกด้วย ควรทำการตลาดผ่านบุคคล เช่น อาจารย์ รุ่นพี่ เพื่อน เพื่อแนะนำให้นักเรียน รุ่นน้อง หรือเพื่อน รู้จักและทำให้สนใจมาเรียน เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับสถาบันกวด วิชามากยิ่งขึ้น ควรเลือกอาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยอาจจะเป็นอาจารย์ที่สอนอยู่ในโรงเรียนที่นักเรียนกำลัง ศึกษาอยู่

สถาบันกวดวิชาในเขตนอกอำเภอเมือง ผู้ประกอบการควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น มีฟรีอินเทอร์เน็ต ให้บริการ เพื่อให้นักเรียนสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม ควรมีร้านขายของอยู่ในสถาบันกวดวิชา หรือมีร้านขายของ ร้านอาหารอยู่ใกล้ๆสถาบันกวดวิชา เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักเรียนที่เดินทางมาเรียน

ระดับชั้น

สถาบันกวดวิชาระดับชั้นม.6 เนื่องจากนักเรียนระดับชั้นม.6 อยู่ในช่วงของการเตรียมตัวเพื่อจะทำการสอบเข้า มหาวิทยาลัยผู้ประกอบการควรเน้นเรื่องของ ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน โดยในแต่ละหลักสูตรที่เปิดสอนใน สถาบันกวดวิชาต้องมีเนื้อหาที่จะทำการเรียนการสอนครบถ้วน และครอบคลุมกับวิชาที่จะใช้ในการสอบ ควรมีการติดตามจำนวนและสถิติของนักเรียนที่เรียนแล้วสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัย และควรมีการรับประกันผลการสอบคัดเลือกเข้า มหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้นักเรียนที่สนใจมาเรียนที่สถาบันกวดวิชาว่าเมื่อมาเรียนแล้วจะมาสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้อย่างที่นักเรียนตั้งใจไว้

แผนก

สถาบันกวดวิชาสำหรับแผนกศิลป์ (ศิลป์คำนวณ และศิลป์ภาษา) ควรมีการออกแบบห้องเรียนให้มีบรรยากาศที่น่าเรียน และมีการจัดโต๊ะเรียนได้ให้มีความเหมาะสมกับขนาดของห้องเรียนให้นักเรียนสามารถนั่งเรียนได้อย่างสบาย ไม่แออัด

รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง

สถาบันกวดวิชาสำหรับกลุ่มของรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง มากกว่า 20,000 บาท เป็นกลุ่มผู้มั่งคั่งสูง ผู้ประกอบการควรเน้นการสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันกวดวิชา โดยการลงคำนิยมจากเพื่อน หรือรุ่นพี่ที่เคยเรียนที่สถาบันกวดวิชา ควรมีการรับประกันผลการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้นักเรียนที่สนใจมาเรียนที่สถาบันกวดวิชาว่าเมื่อมาเรียนแล้วจะมาสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้อย่างที่นักเรียนตั้งใจไว้ ควรทำการขออนุญาตจัดตั้งสถาบันกวดวิชาเป็นโรงเรียนเอกชนนอกระบบ ภายใต้สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยอาคารสถานที่ ห้องเรียน อุปกรณ์การเรียนการสอน บุคลากร และหลักสูตรที่ใช้ในการจัดตั้งโรงเรียนนั้นต้องเป็นไปตามข้อกำหนดจาก กระทรวงศึกษาธิการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักเรียนหรือผู้ปกครอง ควรเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชน ที่มีการคมนาคมสะดวก ควรมีที่จอดรถเพียงพอ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักเรียนสามารถเดินทางมาเรียนได้ด้วยตนเอง และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ปกครองในการเดินทางมารับ-ส่งนักเรียนอีกด้วย ควรพิจารณาเลือกใช้อินเทอร์เน็ตสร้างเว็บไซต์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟสบุ๊ก เป็นต้น เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสถาบันกวดวิชานั้นๆ และกระตุ้นความสนใจของผู้ที่เข้ามาดูและเข้ามาติดตาม รวมทั้งเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างนักเรียน และบุคลากรประจำสถาบันกวดวิชา เพื่อให้คำแนะนำ และคำปรึกษาในการเลือกเรียน และเลือกหลักสูตร เลือกอาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยอาจจะเป็นอาจารย์ที่สอนอยู่ในโรงเรียนที่นักเรียนกำลังศึกษาอยู่ และเลือกอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณวุฒิทางการศึกษาสูง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสถาบันกวดวิชา ควรมีการจัดการอบรม และประเมินผลเพื่อพัฒนาศักยภาพของอาจารย์ผู้สอน มีการสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนที่มาเรียนสถาบันกวดวิชาที่มีต่ออาจารย์ผู้สอน เพื่อทำการปรับปรุงคุณภาพ วิธีการสอน ของอาจารย์ผู้สอนให้ดีขึ้นต่อไปควรมีห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอกับผู้เรียน

ควรมีอย่างน้อย 2 ห้อง แยกชาย-หญิงควรมีการจัดสถานที่โดยมีเก้าอี้และโต๊ะ เพื่อเป็นที่นั่งพักและรอรับนักเรียนให้มีความสะดวกและเพียงพอแก่ผู้ที่ต้องการใช้

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2555). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- การคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในระบบกลาง: ความเป็นมาในองค์ความรู้ของการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาระบบคัดเลือกรวม. (2555). ค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.cuas.or.th/info.html>
- กฤษณ์ รื่นรมย์. (2549). การวิจัยการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โชคชัย ทวีเจริญพันธ์. (2556). *ใครๆ ก็ทำกวดวิชาให้รวยได้ง่ายๆ*. นนทบุรี: ชิงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์.
- ถนิมภรณ์ อินทแก้ว. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย*. (การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ทรงกลด แสงวงผล. (2552). *ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ไทยพับลิก้า. (2556). *กวดวิชา มาตรฐานการศึกษาไทย เรียน เพื่อสอบ หรือเรียน เพื่อรู้*. ค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2556, จาก <http://thaipublica.org/2013/03/tutorial-critical-study-of-thailand/>
- พวงเพชร อินตายนว. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วิเชียร วงศ์ณิชากุล. (2550). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ฐานบัณฑิต.
- ศิริพร วงษ์นครินทร์. (2554). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกสถาบันกวดวิชา*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 10. (2555). *สพฐ. ชงเกณฑ์ใหม่ย้ายผู้บริหาร แบ่งขนาดสถานศึกษา ระดับประถม-มัธยมใหม่ อิงคะแนนจากองค์ประกอบ 5 ด้าน*. ค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2556, จาก <http://www.sesa10.go.th/sesa10/index.php/component/content/article/17-educationnews/686-----5->
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. กลุ่มสารสนเทศเพื่อการบริหารการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 35. ค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2556, จาก http://data.bopp-obec.info/emis/index_area.php?Area_CODE=101735
- อรชร มณีสงส์. (2555). บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภค. ใน *วรัท วิมิจ และนิตยา ไชยชนะ (บรรณาธิการ), หลักการตลาด*. (51-75). เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.