

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ บังคับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือก
โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายวิริยะ ฤาชัยพาณิชย์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์	กรรมการ
อาจารย์เรณีส เสริมบุญสร้าง	กรรมการ

บทคัดย่อ

ค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง บังคับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบังคับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่เคยเรียนกวดวิชา โดยเก็บรวบรวมจากโรงเรียน 12 โรงเรียน และใช้ขนาดตัวอย่าง 540 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 65.9 กำลังศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 35.4 ศึกษาอยู่ในแผนกวิทย์คิดเป็นร้อยละ 46.3 และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองอยู่ในระหว่าง 11,001-50,000 บาท ต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 54.8

ผลการศึกษาบังคับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าบังคับด้านบุคลากร บังคับด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ บังคับด้านเนื้อหาหลักสูตร บังคับด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน

กวดวิชาในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านค่าเรียน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาด้านความต้องการพบว่า นักเรียนมีความต้องการมากที่สุด ได้แก่ ต้องการอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน ต้องการคำรับรองจากรุ่นพี่และเพื่อน ต้องการรูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม ต้องการสถานที่ที่มีการคมนาคมสะดวก ต้องการความหลากหลายของช่วงเวลาที่ใช้บริการ ต้องการได้รับส่วนลดค่าเรียนและ ต้องการเอกสารแนะนำหลักสูตรและโรงเรียน

ผลการศึกษาด้านแนวโน้มพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะไปใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting the Selection of the Tutorial Schools of Secondary School Students in Mueang District , Chiang Mai Province

Author Mr. Wiriya Ruechaipanitch

M.B.A. Business Administration

Examining Committee :

Assoc. Prof.	Sirikiat Ratchusanti	Chairman
Asst. Prof.	Orachorn Maneesong	Member
Lect.	Renus Sermboonsang	Member

Abstract

The objective of the independent study “Marketing Mix Factors Affecting the Selection of the Tutorial Schools of Secondary School Students in Mueang District, Chiang Mai Province” was to study marketing mix factors effecting the secondary school’s student selection on tutorial school.

The respondents of this study are mueang district Chiang Mai province secondary school’s students who have experience with tutorial schools. This study uses 540 samples from 12 schools and the results of this study are;

Most of the respondents are female, which are 65.9 percent of the respondents, 35.4 percent of the respondents are studying in Matthayom 5, 46.5 percent of the respondents are studying in science – math study program and the monthly income of their parent is between 11,001 and 50,000 Baht.

The result of the study of marketing mix factors affecting the secondary school’s students decision on a tutorial schools of muang district Chiang Mai province secondary school’s students founded the factors affected the respondents in high level were people, physical evidence, product and process. However this study founded three factors affected the respondents in middle level were place, price and promotion.

The results of study about the respondents' need are; the respondents need good technical tutors. They need the response and commend from their seniors or friends. They need the comfortable transportation. They need the variety time of service. They need the discount of fees and they need the bulletin of study.

The result of the study in tendency founded that most of the student desire to study in tutorial school in their next academic years.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University