

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี และปัญหาของผู้ใช้บริการโรงเรียนดนตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้ค่าสถิติ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลของการศึกษาสามารถสรุปได้ 3 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. ปัญหาของการใช้บริการโรงเรียนดนตรี

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.5 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 39.5 มีอายุต่ำกว่า 30-39 ปี ร้อยละ 38.5 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.5 เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 40 มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,001-20,000 บาทต่อเดือน

วันที่เลือกมาเรียนดนตรีเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 48.5 โรงเรียนที่เลือกเรียนดนตรีได้แก่ โรงเรียนดนตรียามาฮ่า (เจริญเมือง) เชียงใหม่ โรงเรียนดนตรียามาฮ่า (นครพิงค์) เชียงใหม่ โรงเรียนดนตรีคีตา เชียงใหม่ และโรงเรียนดนตรีเชียงใหม่แลนด์ เชียงใหม่ ร้อยละ 25 โดยให้เหตุผล ที่เลือกเรียนดนตรีที่โรงเรียนดังกล่าวว่า มีความสะดวกในการเดินทางไปเรียนและใกล้บ้าน ผู้ที่มาเรียนดนตรีไม่เคยเรียนดนตรีจากที่อื่นมาก่อน ร้อยละ 86.5 และไม่เคยมีความรู้ด้านดนตรีมาก่อน ร้อยละ 62

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

โดยภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนดนตรี มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ โดยปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านสถานที่ โดยปัจจัยในแต่ละด้านมีรายละเอียดที่สำคัญดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากซึ่งได้แก่ บรรยากาศในโรงเรียนสนใจในการเรียนดนตรี โรงเรียนมีความเป็นระเบียบและมีการจัดวางผังอย่างเหมาะสม โรงเรียนมีการประกันผลของการเรียนการสอน โรงเรียนมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการบริการ และโรงเรียนจัดให้มีขนม เครื่องดื่มไว้จำหน่ายหรือบริการเพื่อความสะดวกของลูกค้า

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านบุคลากร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานของโรงเรียนให้คำแนะนำปรึกษาอย่างดี พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย

ปัจจัยด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านสถานที่ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งได้แก่ โรงเรียนมีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ ท่าเลที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกในการเดินทางมาเรียน และโรงเรียนจัดให้มีสถานที่ไว้สำหรับให้ผู้ปกครองนั่งรอบุตรหลาน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งได้แก่ โรงเรียนมีการจัดกระบวนการในการให้บริการที่ดี สร้างความสะดวกแก่ท่านและบุตรหลานของท่าน คือ การจัดตารางเรียน ตารางนัดหมาย การจัด ชดเชย และ โรงเรียนมีระบบการดำเนินงานต่างๆที่มีคุณภาพถูกต้องรวดเร็ว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับสำคัญมากซึ่งได้แก่ คุณภาพของเครื่องดนตรีที่ใช้ในการเรียนการสอน คือ เครื่องดนตรีอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ไม่มีส่วนใดชำรุดเสียหายซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการเรียนการสอน ครูสอนดนตรีเป็นครูซึ่งมีคุณวุฒิสามารถเป็นครูสอน (จบการศึกษาทางด้านดนตรีโดยตรง) เครื่องดนตรีมีเพียงพอต่อความต้องการของนักเรียน 1 คนต่อ 1 ชิ้น ครูสอนดนตรีมีเทคนิคการสอนและการจูงใจให้บุตรหลานของท่านชื่นชอบ โรงเรียนมีการสอนครบทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ การตรงต่อเวลาในการสอน โรงเรียนมีหลักสูตรการเรียนการสอนให้เลือกหลายประเภท โรงเรียนสามารถจัดวันและเวลาเรียนตามที่ท่านต้องการ โรงเรียนมีสื่อการสอนอย่างครบถ้วน โรงเรียนจัดให้มีการเรียนการสอนแบบตัวต่อตัว โรงเรียนมีการรับประกันผลของการเรียนการสอน โรงเรียนจัดให้มีการสอบเกรดแก่นักเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียนดนตรีเป็นที่รู้จัก โรงเรียนจัดให้มีการแสดงหรือการแข่งขันของนักเรียน หลักสูตรการสอนมีมาตรฐาน หลักสูตรการสอนเป็นหลักสูตรของยุโรปหรืออเมริกา หลักสูตรการสอนเป็นของญี่ปุ่น ชื่อเสียงของเจ้าของโรงเรียนเป็นที่รู้จัก

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านราคา ในระดับสำคัญมาก ซึ่งได้แก่ ราคาค่าเล่าเรียนชั่วโมงไม่เกิน 200 บาท อัตราค่าเล่าเรียนถูกเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนดนตรีอื่น และ โรงเรียนรับชำระเงินเป็นบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับสำคัญมาก ซึ่งได้แก่ การนำเสนอการบริการ

โดยพนักงานโดยตรง การให้ข้อมูลต่าง ๆ ของโรงเรียน ผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ การให้ข้อมูลต่าง ๆ ของโรงเรียน ผ่านสื่อต่าง ๆ ทางวิทยุ การแจกของชำร่วยหรือของขวัญแก่ลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ การให้ข้อมูลต่างๆของโรงเรียนผ่านสื่อต่างๆทางหนังสือพิมพ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายผ้า

ตารางที่ 39 ตารางสรุปปัจจัยแต่ละด้านที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (เรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เรื่อง
1.ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	บรรยากาศในโรงเรียนจูงใจในการเรียน
2.ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
3.ปัจจัยด้านสถานที่	โรงเรียนมีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ
4.ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	โรงเรียนมีการจัดกระบวนการให้บริการที่ดี
5.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของเครื่องดนตรีที่ใช้ในการสอน
6.ปัจจัยด้านราคา	ราคาค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมงไม่เกิน 200 บาท
7.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การนำเสนอบริการ โดยพนักงานโดยตรง

ปัญหาของการให้บริการโรงเรียนดนตรี

ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาของการให้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นปัญหาด้านเครื่องดนตรี มีไม่เพียงพอต่อการเรียนการสอน ครูผู้สอนไม่ตรงต่อเวลาในการนัดหมาย (การสอน การชดเชย ชั่วโมงที่ขาดสอน) และครูผู้สอน ไม่สามารถจูงใจให้นักเรียนตั้งใจเรียนได้

ด้านราคา

ปัญหาของการให้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านราคา พบว่า เป็นปัญหาด้านอัตราค่าเล่าเรียน และโรงเรียนไม่รับชำระด้วยบัตรเครดิต

ด้านสถานที่

ปัญหาของการให้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านสถานที่ พบว่า เป็นปัญหาด้านโรงเรียนมีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ท่าเลที่ตั้งของโรงเรียนไม่สะดวกต่อการเดินทางมาเรียน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาของการให้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เป็นปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ทำให้การแจ้งข่าวสารของโรงเรียนมีไม่ทั่วถึง การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ น้อย ทำให้ไม่สามารถทราบข้อมูลของทางโรงเรียน และขาดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา การแจกของชำร่วย

ด้านบุคลากร

ปัญหาของการให้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านบุคลากร พบว่า เป็นปัญหาด้านพนักงานให้คำแนะนำปรึกษาไม่ชัดเจน พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาได้ และพนักงานไม่สุภาพ

ด้านนำการเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาของการให้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านนำการเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า เป็นปัญหาด้านห้องเรียนคับแคบเกินไป บรรยากาศของโรงเรียนไม่จูงใจในการเรียนการสอน และโรงเรียนไม่มีสถานที่สำหรับให้ผู้ปกครองนั่งรอหรือมานั่งไม่เพียงพอ

ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาของการให้บริการโรงเรียนดนตรี ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า เป็นปัญหาด้านพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ และไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ

ตารางที่ 40 แสดงปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในการใช้บริการโรงเรียนดนตรี

ปัญหาของส่วนประสมทางการตลาด	ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบ
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เครื่องดนตรีไม่เพียงพอต่อการเรียนการสอน
2. ปัญหาด้านราคา	อัตราค่าเล่าเรียนไม่เป็นที่น่าพอใจ
3. ปัญหาด้านสถานที่	โรงเรียนมีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	การประชาสัมพันธ์มีไม่ทั่วถึง
5. ปัญหาด้านบุคลากร	พนักงานให้คำแนะนำปรึกษาไม่ชัดเจน
6. ปัญหาด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ห้องเรียนคับแคบเกินไป
7. ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

การอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากคำจำกัดความกลยุทธ์การตลาดของ E. Jerome Mc Carthy หมายถึง วิธีการใช้ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย และจาก คำจำกัดความกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการของ Philip Kotler ที่ว่า ธุรกิจบริการนั้นจะนำเอาแต่เฉพาะกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ยังไม่เพียงพอ ต้องนำเครื่องมืออย่างอื่นมาใช้ร่วมด้วย ได้แก่ การจัดการตลาดภายใน การตลาดภายนอก และการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ นั่นก็คือ บุคคล การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ จากการวิจัยพบว่า โรงเรียนสอนดนตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการทั้ง 7 ด้าน เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ ประกอบด้วยตัวผลิตภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ ความภาคภูมิใจ บริการกิจกรรม สิ่งสำคัญของผลิตภัณฑ์ คือ หลักสูตรวิชาทางดนตรี อุปกรณ์การเรียนการสอน ครูผู้สอน และชื่อเสียงของโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ผู้ใช้บริการมีความต้องการเกี่ยวกับคุณภาพของเครื่องดนตรีที่ใช้ในการเรียนการสอน คือ เครื่องดนตรีต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย ซึ่งจะส่งผลต่อการเรียนการสอน และครูสอนดนตรีต้องเป็นครูซึ่งมีวุฒิสามารถเป็นครูสอน (จบการศึกษาทางด้านดนตรีโดยตรง) และสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ E. Jerome Mc Carthy ที่กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ว่า ผลิตภัณฑ์ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ราคา (Price)

เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตรา ต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสมในเรื่องราคา เพราะราคาเป็นกลไกที่จะสามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ผู้ใช้บริการกล่าวว่า ราคาค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมงไม่เกิน 200 บาท อัตราค่าเล่าเรียนถูกเมื่อมีการเปรียบเทียบกับโรงเรียนดนตรีอื่น และโรงเรียนรับชำระเงินเป็นบัตรเครดิต (กรณีจ่ายค่าวิชาเรียนล่วงหน้า) ซึ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้าน

ราคาของ E.Jerome Mc Carthy ที่ว่า การตั้งราคาต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม ต้องมีการพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมายและปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่าง

สถานที่ (Place)

การเลือกสถานที่ตั้งของโรงเรียน เป็นสิ่งสำคัญต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการ จะต้องมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาเรียน มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ที่มาใช้บริการ มีสถานที่ให้นั่งพักรอสำหรับผู้ปกครองที่มารอบูตรหลาน และการจัดให้มีสิ่งสะดวกสบายต่าง ๆ สำหรับผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ได้ศึกษาในข้างต้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ E. Jerome Mc Carthy ที่ว่าด้านสถานที่ต้องพิจารณาถึงสถานที่ เวลา แลความสะดวกของผู้ที่จะเดินทางมาใช้บริการ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากทฤษฎีกลยุทธ์ทางการตลาดของ E.Jerome Mc Carthy ที่กล่าวถึงการส่งเสริมการตลาดว่า เกี่ยวข้องกับวิธีการต่าง ๆ ที่ใช้สื่อความให้ถึงตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่ามีจำหน่าย ณ ที่ใด ณ ราคาใด ในด้านของโรงเรียนดนตรี ควรการส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการนำเสนอ บริการโดยพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะทางด้านดนตรีโดยตรง การให้ข้อมูลต่าง ๆ ของโรงเรียน ผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือการประชาสัมพันธ์ด้วยแผ่นพับและป้ายผ้า เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ที่จะนำเสนอให้มาใช้บริการ

บุคลากร (People)

บุคลากร หรือ พนักงาน ต้องมีการคัดเลือก ฝึกอบรม เพื่อให้สามารถสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้ มีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัทได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานของโรงเรียนให้คำแนะนำปรึกษาอย่างดี และสามารถแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจบริการของ Kotler เรื่องการจัดการบุคลากร หรือการจัดการกับการตลาดภายใน

กระบวนการให้บริการ (Process)

กระบวนการให้บริการเพื่อการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า โดยโรงเรียนมีการจัดกระบวนการในการให้บริการที่ดี สร้างความสะดวกแก่ท่านและบุตรหลานของท่าน คือ การจัดตารางเรียน ตารางนัดหมาย การนัดชดเชย เป็นต้น และโรงเรียนควรมีระบบการดำเนินงานต่าง ๆ ที่มีคุณภาพ ถูกต้อง รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดของ

ธุรกิจบริการของ Philip Kotler ที่ว่าใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ

การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation)

การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ การพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ สำหรับในด้านของโรงเรียนดนตรีควรจัดให้มีบรรยากาศในโรงเรียนจูงใจในการเรียนดนตรี มีความเป็นระเบียบและมีการจัดวางผังอย่างเหมาะสม และควรมีการรับประกันผลของการเรียนการสอนซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจบริการของ Philip Kotler ที่ว่า ต้องสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือ และยอมรับของลูกค้า

ข้อค้นพบ

1. ช่วงเวลาที่ลูกค้านิยมมาเรียนมากกว่าช่วงอื่นๆ คือ วันเสาร์-อาทิตย์
2. โรงเรียนที่มีการสอนเป็นกลุ่มมักมีเครื่องดนตรีไม่เพียงพอกับจำนวนนักเรียน เช่น กรณีที่เรียนอิเล็กทรอนิกส์ จะใช้เครื่องดนตรี 1 เครื่องต่อนักเรียน 2 คน
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนดนตรีคือ บรรยากาศในโรงเรียน พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี โรงเรียนมีสถานที่จอดรถเพียงพอ โรงเรียนมีการจัดกระบวนการให้บริการที่ดี คุณภาพของเครื่องดนตรีอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ราคาค่าเล่าเรียนไม่เกิน 200 บาทต่อชั่วโมง และโรงเรียนมีการนำเสนอโดยพนักงานโดยตรง
4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของโรงเรียนดนตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือเครื่องดนตรีไม่เพียงพอต่อการเรียนการสอน อัตราค่าเล่าเรียนแพง โรงเรียนมีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ โรงเรียนขาดการประชาสัมพันธ์ทำให้การแจ้งข่าวสารของโรงเรียนไม่ทั่วถึง พนักงานให้คำแนะนำปรึกษาไม่ชัดเจน ห้องเรียนคับแคบเกินไป และพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ
5. โรงเรียนดนตรีในจังหวัดเชียงใหม่มีหลักสูตรการสอนเล่นเครื่องดนตรี ที่เหมือนกันหมด ยังไม่มีโรงเรียนใดที่มีหลักสูตรการสอนที่จะก่อให้เกิดความแตกต่าง หรือเป็นทางเลือกใหม่แก่ผู้ที่ต้องการจะเรียนเครื่องดนตรีที่นอกเหนือจากเครื่องดนตรีสากลของชาติตะวันตก
6. โรงเรียนดนตรีในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีมีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะโดยสรุปจากผลการศึกษาของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการในแต่ละด้าน มีดังนี้

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะเริ่มต้นเปิดดำเนินการโรงเรียนสอนดนตรี

- ควรวางแผนในการจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องดนตรีที่จะใช้ในการเรียนการสอน โดยคำนึงความสามารถในการให้บริการนักเรียนได้อย่างเพียงพอ
- ในการเลือกหลักสูตรที่จะนำมาใช้เป็นหลักสูตรการสอนของโรงเรียน ควรเลือกหลักสูตรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล
- ควรจัดให้มีการสอนเล่นเครื่องดนตรีที่หลากหลาย เพื่อสนองความต้องการของผู้ที่จะมาเรียนได้อย่างครบถ้วน และควรเพิ่มการสอนเล่นเครื่องดนตรีบางชนิดที่ยังไม่มีโรงเรียนดนตรีใดสอน เช่น ในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีโรงเรียนดนตรีใดสอนเล่นเครื่องดนตรีประเภท พิณ แจ๊ซซึ่งเป็นเครื่องดนตรีของชาติตะวันออก เป็นต้น
- ในการคัดเลือกผู้ที่จะมาเป็นครูสอน ดนตรี นอกจากจะพิจารณาจากคุณวุฒิแล้ว ควรพิจารณาว่าผู้นั้นมีจิตวิทยาในการที่จะสอน การถ่ายทอดการสอน และความสามารถในการจูงใจเด็กนักเรียนหรือไม่ เนื่องจากปัจจัยเรื่องการถ่ายทอดการสอนเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการเป็นครูสอนดนตรี

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนดนตรีที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน

- ควรมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีอยู่ให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ พร้อมแก่การเรียนการสอนตลอดเวลา และควรพิจารณาถึงความต้องการใช้เครื่องดนตรีของนักเรียนด้วยว่าเพียงพอหรือไม่ หากไม่เพียงพอควรวางแผนการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับจำนวนเครื่องดนตรี หรือวางแผนการจัดซื้อเครื่องดนตรีเพิ่มเติมในอนาคต
- ควรมีการปรับปรุงหลักสูตรการสอนให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อประโยชน์แก่ตัวนักเรียนและเพื่อพัฒนาหลักสูตรของโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง
- ครูสอนดนตรีควรพัฒนาและ ฝึกฝนตัวเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประสิทธิภาพในการสอนและการถ่ายทอดแก่เด็กนักเรียน

ข้อเสนอแนะด้านราคา

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะเริ่มต้นเปิดดำเนินการโรงเรียนสอนดนตรี

- ควรตั้งราคาค่าเล่าเรียน โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของกิจการ การวางตำแหน่งทางการตลาดของกิจการ และควรพิจารณาราคาของกลุ่มคู่แข่งประกอบด้วย

- ควรมีการรับชำระเงินเป็นบัตรเครดิตเพื่อความสะดวกของผู้ปกครอง
- ไม่ควรใช้กลยุทธ์การตัดราคาเพราะจะทำให้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนไม่ดี
- ควรจัดให้มีโปรแกรมการชำระค่าเล่าเรียนเป็นงวดๆ ได้เพื่อลดภาระของผู้ปกครอง

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนดนตรีที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน

- ควรเพิ่มการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เพื่ออำนวยความสะดวกมากขึ้นแก่ผู้ปกครอง

ข้อเสนอแนะด้านสถานที่

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะเริ่มต้นเปิดดำเนินการโรงเรียนสอนดนตรี

- ควรเลือกทำเลที่ตั้งของ โรงเรียนให้ตั้งอยู่ในทำเลที่การคมนาคมสะดวก และสะดวกต่อการเดินทางมาเรียน

- ควรมีพื้นที่สำหรับจอดรถอย่างเพียงพอ

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนดนตรีที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน

- ควรจัดให้มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ

ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะเริ่มต้นเปิดดำเนินการโรงเรียนสอนดนตรี

- ควรเน้นการส่งเสริมการตลาดในการนำเสนอบริการ โดยพนักงานโดยตรง

- ควรทำการประชาสัมพันธ์โดยสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายรวมถึงการเข้าไปประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเพื่อให้ข้อมูลอย่างละเอียดแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- ควรมีการส่งเสริมการขายเมื่อมีผู้มาสมัครเรียนดนตรีกับทางโรงเรียน เช่น

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนดนตรีที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน

- ควรเข้าไปทำการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเพื่อขยายจำนวนลูกค้าให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะด้านบุคลากร

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะเริ่มต้นเปิดดำเนินการโรงเรียนสอนดนตรี

- ควรจัดให้มีพนักงานไว้คอยบริการอย่างน้อย 2 คน เพื่อการให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

- ควรทำการฝึกอบรมพนักงานที่จะให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า เพื่อที่จะสามารถให้คำแนะนำได้อย่างดี

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนดนตรีที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน

- ควรทำการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อมาตรฐานในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการให้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะเริ่มต้นเปิดดำเนินการโรงเรียนสอนดนตรี

- โรงเรียนควรสร้างระบบฐานข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักเรียน และควรนำระบบคอมพิวเตอร์มาเพื่อใช้ในกระบวนการให้บริการ เช่น โปรแกรมตารางเรียน การนัดหมาย การชำระเงิน เพื่อความถูกต้องรวดเร็วและสะดวกทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนดนตรีที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน

- โรงเรียนควรพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อลดปัญหาในด้านต่าง ๆ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ข้อเสนอแนะด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะเริ่มต้นเปิดดำเนินการโรงเรียนสอนดนตรี

- ในการก่อสร้างควรมีการวางผังทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอย่างเหมาะสม ควรคำนึงถึงห้องเรียน ที่นั่งรอ และจุดให้บริการลูกค้า นอกจากนี้ห้องเรียนแต่ละห้องควรมีการทำฉนวนกันเสียงไม่ให้เกิดเสียงรบกวนกัน และสิ่งสำคัญคือ ขนาดของห้องดนตรีควรมีขนาดพอดีไม่คับแคบ

- ควรจัดให้มีบรรยากาศที่ดีทั้งภายในภายนอก และควรมีอากาศถ่ายเทสะดวก

- ควรจัดจุดจำหน่ายขนมและเครื่องดื่มไว้บริการเด็กนักเรียน

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนดนตรีที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน

- ควรมุ่งมั่นอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการให้บริการ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University