

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลของการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 หน่วยตัวอย่าง โดยการกำหนดวิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบ โกวตา จากนักเรียนที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนกวดวิชา ซึ่งศึกษาอยู่ในโรงเรียนที่มีนักเรียนมากกว่า 200 คน ซึ่งมีทั้งหมด 20 โรงเรียน โดยส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนในเขตอำเภอเมืองและโรงเรียนใหญ่ๆ ในอำเภอรอบนอก. ในบทนี้กล่าวถึงเรื่อง สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษาและ ข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.25 กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 35.25 ศึกษาอยู่ในแผนกวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 68.25 มีผลการเรียนอยู่ในช่วง 3.00 ขึ้นไป 32.75 และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองอยู่ในระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40.00

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมศึกษา

ตอนปลาย ในจังหวัดนครสวรรค์

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างมีจุดประสงค์เพื่อสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย (Entrance) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.50 ซึ่งเคยหรือกำลังเรียนกวดวิชาฟิสิกส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.00 โรงเรียนที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างเคยหรือกำลังเรียนกวดวิชา คือโรงเรียนกวดวิชาหิมพานต์ (Edtech) มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.50 ส่วนโรงเรียนที่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างมีความพอใจในการเรียนมากที่สุด คือโรงเรียนกวดวิชา I Learn (อ.ลิลลี่) โดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของความพอใจจำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษาพบว่า โรงเรียนที่มีค่าเฉลี่ยความพอใจสูงสุดของ

นักเรียนแผนกวิทยาศาสตร์และ ศิลป์-คำนวณ คือ โรงเรียนกวควิชา I Leam (อ.ลิลลี่) ส่วนนักเรียนแผนกศิลป์-ภาษา คือ โรงเรียนกวควิชารัชดาวิทยา (RAC)

3. ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวควิชาของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

จากปัจจัยการตลาดทั้ง 7 ปัจจัยอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) หรือ เนื้อหาหลักสูตรและเอกสาร ราคา (Price) หรือ ราคาการเรียนและ วิธีการชำระค่าเรียน การจัดจำหน่าย (Place) หรือทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และ สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยนักเรียนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญแก่ปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ เนื้อหาหลักสูตรและเอกสาร
กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือปัจจัยด้านรูปหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการเช่น เนื้อหา เจาะลึก รายวิชา เนื้อหาที่จะเรียกล่วงหน้าตรงกับแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย

ปัจจัยด้านราคา (Price) หรือ ราคาการเรียนและ วิธีการชำระค่าเรียน
กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาการเรียนและวิธีการชำระค่าเรียน ในระดับปานกลางเกือบทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านราคาเรียนที่ถูกกว่าที่อื่นๆ ในคุณภาพที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ให้ความสำคัญระดับมาก

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (Place)
กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ในระดับปานกลางเกือบทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งสามารถหาพบได้ง่าย ให้ความสำคัญระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้
ด้านการประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้ในระดับมากและปานกลาง เท่าๆ กัน โดยปัจจัยย่อย ที่ให้ความสำคัญระดับมาก คือ การจัดบรรยายพิเศษเพื่อเตรียม

ตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัย และการแนะนำจากเพื่อนๆ และรุ่นพี่ และปัจจัยย่อย ที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ การส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์ และการแนะนำผ่านอาจารย์ในโรงเรียน

ด้านสื่อโฆษณา กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านนี้ ในระดับปานกลางเกือบทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นปัจจัยด้านใบปลิว และแผ่นพับแนะนำโรงเรียนและหลักสูตร ให้ความสำคัญระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านนี้ ในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์

ปัจจัยด้านบุคลากร (People)

กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากร ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจได้ดีมากที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการเปิดสอนแต่ละวิชา มี หลายช่วงเวลาเพื่อให้เลือกเรียน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical evidence and presentation)

กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการมีสื่อการสอนที่ทันสมัย

4. ข้อมูลแนวโน้มของนักเรียนในการเลือกเรียนกวดวิชาของปีการศึกษาต่อไป

จากการศึกษาข้อมูลแนวโน้มของนักเรียนในการเลือกเรียนกวดวิชาของปีการศึกษาต่อไป สามารถสรุปได้ ดังนี้

1) นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจที่จะเรียนในโรงเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป คิดเป็นร้อยละ 44.00 และ ตั้งใจที่จะเรียน คิดเป็นร้อยละ 37.25

2) สาเหตุที่ทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะไม่เรียนในการศึกษาต่อไปคือ ไม่มีเวลา รองลงมาคืออยากอ่านหนังสือเอง และ ไม่มีเงินเรียน ตามลำดับ

3) เมื่อทำการศึกษาแนวโน้มของนักเรียนในการเลือกเรียนกวดวิชา ของปีการศึกษาต่อไป โดยจำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ

เลขหมู่.....

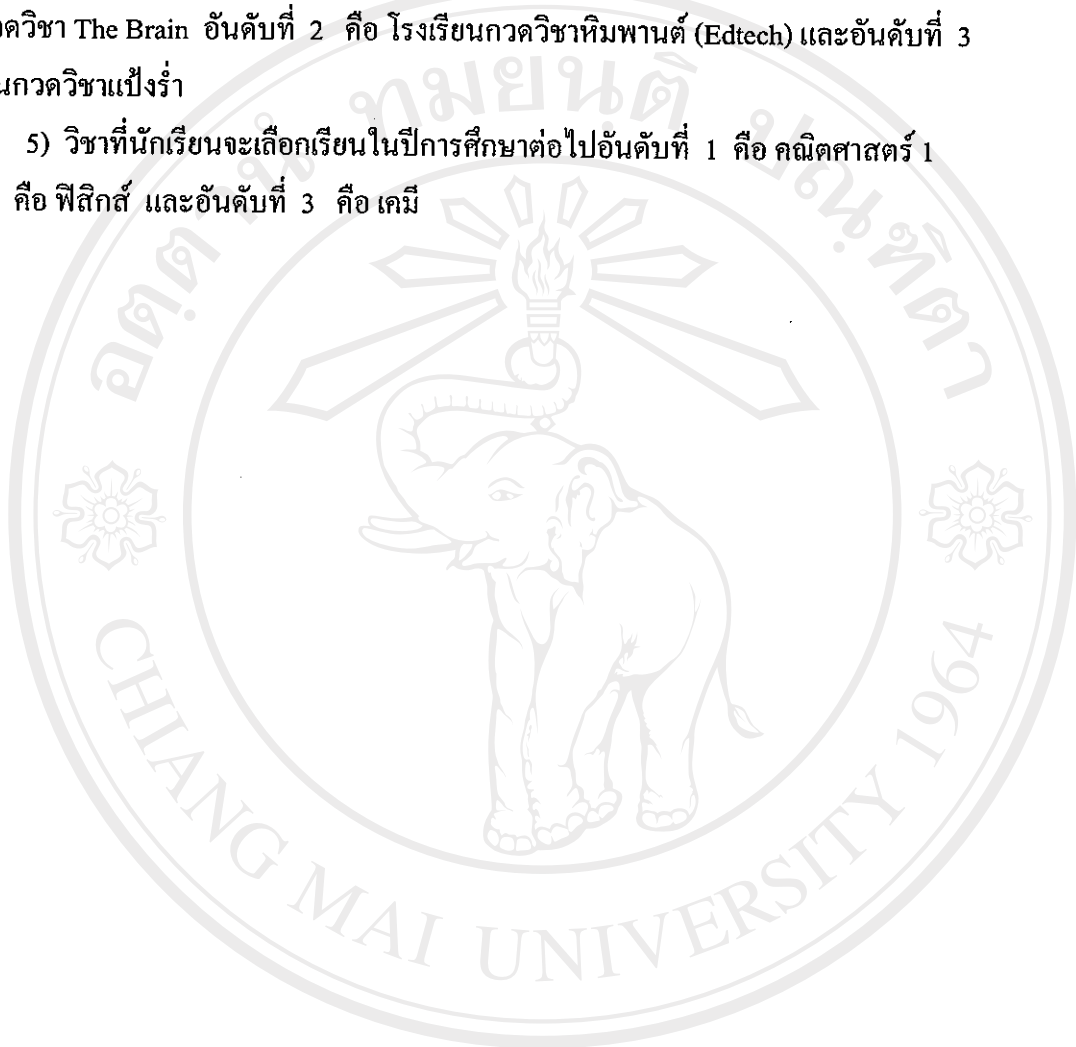
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๑/๗๔
381
W 973 ✓
c.2

44.30 รองลงมาคือมัธยมศึกษาปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 42.95 โดยในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 12.75 เท่านั้น

4) โรงเรียนกวดวิชาที่นักเรียนจะเลือกเรียนในปีการศึกษาต่อไปอันดับที่ 1 คือ โรงเรียนกวดวิชา The Brain อันดับที่ 2 คือ โรงเรียนกวดวิชาหิมพานต์ (Edtech) และอันดับที่ 3 คือ โรงเรียนกวดวิชาแข่งร่ำ

5) วิชาที่นักเรียนจะเลือกเรียนในปีการศึกษาต่อไปอันดับที่ 1 คือ คณิตศาสตร์ 1 อันดับที่ 2 คือ ฟิสิกส์ และอันดับที่ 3 คือ เคมี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนครสวรรค์ ได้นำแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมาก 5 ด้าน คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายรวมถึงให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านราคาค่าเรียนและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ประการ ตามแนวคิดของ Kotler (2000) ที่ให้ความสำคัญต่อแนวคิดนี้ในการให้บริการลูกค้า

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจุดประสงค์เพื่อสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย (Entrance) มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมาก คือ ด้านปัจจัยบุคลากรซึ่งเกี่ยวกับอาจารย์ผู้สอน และ ปัจจัยสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บริษัท ศูนย์วิจัย ไทยพาณิชย์ จำกัด (2546) ได้วิเคราะห์ว่า สาเหตุของการเรียนกวดวิชานั้นมีหลากหลาย ตั้งแต่ต้องการเรียนรู้จริงๆ เพื่อเสริมความรู้และความเข้าใจ ในเนื้อหาวิชาให้มากขึ้นกว่าการเรียนในระบบ ต้องการที่จะรู้แนวและหลักในการทำข้อสอบเพื่อสอบเข้าเรียนในที่ต่างๆ โดยเฉพาะการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย (Entrance) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เรียน ได้แก่ อาจารย์ผู้สอน ชื่อเสียงของสถาบัน ระยะทางจากบ้าน ค่าใช้จ่าย และการบอกต่อจากคนรู้จัก

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัย มีดังนี้คือ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ได้แก่ ด้านรูปหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ด้านราคาค่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่นๆ ในคุณภาพที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งสามารถหาพบได้ง่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดบรรยายพิเศษเพื่อเตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัย และ การแนะนำจากเพื่อนๆ และรุ่นพี่ ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจได้ดีมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สายจิต ลิลิต ในปัจจัยด้านการบริการหรือผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับด้านหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ ปัจจัยด้านราคาค่าเล่าเรียนให้ความสำคัญมากที่สุดกับด้านการตั้งราคาโดยคำนึง ถึงบริการ และคุณภาพ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน นักเรียนสามารถไปมาสะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่แนะนำ ปัจจัย

ด้านการตลาดภายใน การเลือกสรรบุคลากร ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการมีทักษะ และประสบการณ์ ปัจจัยด้านการสร้างคุณภาพการบริการ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับบุคลากรมีประสบการณ์ และชำนาญในการสอน

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านค่าเรียนและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญปานกลาง ซึ่งส่วนใหญ่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ (2544) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งโดยสรุปได้ว่า ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านค่าเรียน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญปานกลาง ยกเว้นปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญมาก ซึ่งในขณะที่ผลการศึกษาของวิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญปานกลาง นอกจากนี้ในการศึกษารั้งนี้ยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มที่จะเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไปมีจำนวนมากกว่าที่มีแนวโน้มที่จะไม่เรียน ซึ่งก็สอดคล้องกับการศึกษาของวิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ ที่ได้สรุปผลการศึกษาด้านแนวโน้มพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะไปใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในปีการศึกษาต่อไป

ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนครสวรรค์ มีข้อเสนอแนะจากผู้ศึกษาสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านเนื้อหาหลักสูตรและเอกสาร ด้านกระบวนการ ด้านทำเลที่ตั้ง เพราะปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญมาก ต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ควรมีรูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เนื้อหา เจาะลึกรายวิชา เนื้อหาที่จะเรียนล่วงหน้า ตรงกับแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย รวมถึงการจัดทำเอกสารประกอบการสอนที่มีคุณภาพ เพื่อให้นักเรียนได้สังเกตเห็นว่า มาเรียนแล้วได้ความรู้ในเนื้อหาวิชาการจริงๆ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ควรก่อตั้งโรงเรียนในสถานที่ สามารถเดินทางโดยรถสาธารณะสะดวก และหาพบบ้าง เพราะนักเรียนส่วนใหญ่ไม่มียานพาหนะเป็นของตนเอง ต้องอาศัยรถโดยสารในการเดินทาง

ปัจจัยบุคลากร ควรมีการสรรหาบุคลากรทั้ง 2 ด้านคือ ด้านอาจารย์ผู้สอน ซึ่งต้องมีความสามารถในการสอนให้เข้าใจได้ดี ให้ความเอาใจใส่นักเรียนเท่าๆ กัน และด้านเจ้าหน้าที่ควรมีการจัดการอบรมเจ้าหน้าที่เพื่อให้เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี และสามารถให้ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องและทันสมัย เพื่อรอให้บริการนักเรียนได้เต็มที่ และเพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องควรมีการประเมินผลอาจารย์และเจ้าหน้าที่เป็นระยะ จากนักเรียนเพื่อจะได้ทราบว่าบุคลากรทั้ง 2 ด้านมีความสม่ำเสมอในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ และมีข้อบกพร่องที่ต้องแก้ไข หรือไม่ ถ้าพบข้อบกพร่องจะได้แก้ไขได้ทันท่วงที เพราะปัจจัยนี้มีความสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกใช้บริการ ถ้าไม่จัดการดูแลควบคุมคุณภาพในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และปล่อยให้เกิดความบกพร่องบ่อยๆ และไม่แก้ไขได้ทันท่วงที แล้วจะทำให้นักเรียนเกิดความไม่ประทับใจและเลิกใช้บริการโดยง่าย

ปัจจัยกระบวนการ ควรมีการเปิดสอนแต่ละวิชา มีหลายช่วงเวลาเพื่อให้เลือกเรียน เพราะนักเรียนแต่ละคนมีเวลาที่เหมาะสมจะเรียนกวดวิชา ไม่เหมือนกัน และควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการเรียนและการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อกระตุ้นให้นักเรียนสนใจการเรียน และอ่านหนังสือ เช่น การแนะนำแนวเรื่องการเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดทดสอบเพื่อวัดผลการเรียน และการติวเสริม เป็นต้น

ปัจจัยสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ควรมีการสรรหาสื่อการสอนที่ทันสมัยสะดวกต่อการจัดการเรียนการสอน เช่น การใช้ เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ (Overhead projector) รวมถึงการจัดอาคารและห้องเรียนให้สะดวกสบาย สว่าง และติดเครื่องปรับอากาศ ซึ่งจะเป็นสิ่งจูงใจให้นักเรียนมาใช้บริการ ประกอบกับการจัดบอร์ดหรือติดประกาศเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเรื่องสถิติ และผลงานที่ผ่านมา เช่น นักเรียนที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ คำนิยมของรุ่นพี่ที่เคยเรียน เพื่อทำให้นักเรียนเชื่อมั่นและรู้สึกภูมิใจที่ได้มาเรียน

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชา น้อยกว่า ได้แก่

ปัจจัยราคา ควรมีการกำหนดราคาเท่าๆ กับที่อื่น ไม่ควรแพงกว่ามาก ถ้ามีที่อื่นที่ยังมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน เพราะนักเรียนยังให้ความสำคัญ ในระดับมาก ในปัจจัยด้านนี้

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ควรใช้งบประมาณอย่างจำกัดในการส่งเสริมการตลาด และควรนำงบประมาณ ไปใช้เพื่อพัฒนาปัจจัยด้านอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนมากกว่า ส่วนเรื่องการส่งเสริมการตลาดที่จำเป็นที่ควรทำ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ โดยการจัดบรรยายพิเศษเพื่อเตรียมตัวเข้ามหาวิทยาลัย และการแนะนำจากเพื่อนๆ และรุ่นพี่ และ เลือกใช้สื่อโฆษณาที่จำเป็นเช่น ใบปลิวและ แผ่นพับแนะนำโรงเรียนและหลักสูตร ก็เพียงพอสำหรับการใช้งบประมาณด้านนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved