

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่านครั้งนี้ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน เพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาและสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาตลาดโรงเรียนกวดวิชาแก่ผู้ที่สนใจจะประกอบกิจการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน มีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่ศึกษาอยู่ในจังหวัดน่าน จำนวนทั้งหมด 10,145 ราย โดยศึกษาเฉพาะนักเรียนที่เรียนกวดวิชาตามโรงเรียนกวดวิชาทั้งในจังหวัดน่านและจังหวัดใกล้เคียง ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 385 ราย เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ในการเลือกจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 135 ตัวอย่าง นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 130 ตัวอย่าง นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 120 ตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 ราย โดยกำหนดตามสัดส่วนของจำนวนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ซึ่งมีทั้งสิ้น 3 ระดับการศึกษา ตั้งแต่มัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึง มัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.9 กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนสตรีศรีน่าน ร้อยละ 35.1 แผนกที่ศึกษาคือ วิทยาศาสตร์ ร้อยละ 77.9 มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 ร้อยละ 33.8 บิดาประกอบอาชีพข้าราชการ ร้อยละ 41.3 มารดาประกอบอาชีพข้าราชการ ร้อยละ 30.1 และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองรวมกันระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์มากที่สุด โดยที่เลือกเรียนกวดวิชาในวัน เสาร์ – อาทิตย์ มากกว่าวัน จันทร์ – ศุกร์ และเลือกช่วงเวลาที่เรียนกวดวิชา ช่วงเช้า (08.00 น. – 11.00 น.) มากที่สุด ค่าเรียนกวดวิชาต่อเทอมอยู่ระหว่าง 4,001 – 6,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการเรียนกวดวิชา คือ ทำเกรดให้ดีขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเรียนกวดวิชาในจังหวัดน่านกับ สถาบันกวดวิชา RAC (รัชดาวิทยาน่าน) และ เคยเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในต่างจังหวัดกับ โรงเรียนกวดวิชา เคมี อาจารย์อู๋ เชียงใหม่ มากที่สุด

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน

### ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน (ค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.685) รองลงมาคือ เรื่องความสามารถของอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.706) และเรื่องมีสถิติจำนวนนักเรียนที่ผ่านการคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก (ค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.700)

### ด้านราคา

ด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.761) รองลงมาคือ เรื่องความรู้ที่ได้คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป (ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.763) และเรื่องสามารถแบ่งชำระค่าเรียนกวดวิชาเป็นงวดๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.930)

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจกตำราเรียน หรืออุปกรณ์การเรียน โดยไม่คิดมูลค่า (ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.792) รองลงมาคือ เรื่องมีส่วนลด ถ้ามาสมัครเรียนกวดวิชาเป็นกลุ่ม (ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.908) และเรื่องมีส่วนลด เมื่อเรียนต่อในเทอมถัดไป (ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.969)

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา สะดวกในการเดินทางไปเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.847) รองลงมาคือ เรื่องที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาสามารถหาได้ง่าย มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.807) และเรื่องสามารถติดต่อกับทางโรงเรียนได้สะดวก เช่น โทรศัพท์ อีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.813)

### ด้านบุคคล

ด้านบุคคล พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องการดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.808) รองลงมาคือ เรื่องความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.739) และเรื่องเจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.823)

### ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.769) รองลงมาคือเรื่องความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.791) และเรื่องห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.773)

#### ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.700) รองลงมาคือ เรื่องสามารถที่จะสอนครบหลักสูตรได้ตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.786) และเรื่องขั้นตอนการสมัครเรียนชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.692)

#### ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยหลักของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเรียง ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก
2. ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก
3. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก
4. ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) ค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก
5. ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.09) ค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก
6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.86) ค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก
7. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 42 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน (ค่าเฉลี่ย 4.28, ระดับมาก)	ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ย 4.28, ระดับมาก)	มีสถิติจำนวนนักเรียนที่ผ่านการคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก (ค่าเฉลี่ย 4.18, ระดับมาก)
2. ด้านราคา	มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18, ระดับมาก)	ความรู้ที่ได้คุ้มค่างับจำนวนเงินที่จ่ายไป (ค่าเฉลี่ย 4.17, ระดับมาก)	สามารถแบ่งชำระค่าเรียนกวดวิชาเป็นงวดๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.02, ระดับมาก)
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการแจกตำราเรียน หรืออุปกรณ์การเรียน โดยไม่คิดมูลค่า (ค่าเฉลี่ย 4.06, ระดับมาก)	มีส่วนลด ถ้ามาสมัครเรียนกวดวิชาเป็นกลุ่ม (ค่าเฉลี่ย 3.97, ระดับมาก)	มีส่วนลด เมื่อเรียนต่อในเทอมถัดไป (ค่าเฉลี่ย 3.97, ระดับมาก)
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา สะดวกในการเดินทางไปเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.03, ระดับมาก)	ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาสามารถหาได้ง่ายมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98, ระดับมาก)	สามารถติดต่อกับทางโรงเรียนได้สะดวก เช่น โทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.97, ระดับมาก)
5. ด้านบุคคล	การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.21, ระดับมาก)	ความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.20, ระดับมาก)	เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.07, ระดับมาก)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ	ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 4.16, ระดับมาก)	ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.16, ระดับมาก)	ห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.15, ระดับมาก)

ตารางที่ 42 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียน  
กวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ  
สูงสุด 3 ลำดับแรก

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อการ เลือกโรงเรียนกวดวิชา	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
7. ด้านกระบวนการ	ขั้นตอนการแนะนำ หลักสูตรชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18, ระดับมาก)	สามารถที่จะสอนครบ หลักสูตรได้ตาม กำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.17, ระดับมาก)	ขั้นตอนการสมัครเรียน ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.15, ระดับมาก)
8. ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27, ระดับ มาก)	ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.16, ระดับ มาก)	ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพที่ปรากฏ (ค่าเฉลี่ย 4.14, ระดับ มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา  
ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน จำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษาและ  
จำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษา

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยส่วนประสม  
การตลาดบริการจำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา แสดงในตารางที่ 43 ดังนี้

ตารางที่ 43 สรุปปัจจัยย่อยและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวด  
วิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด  
จำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อการ เลือกโรงเรียนกวดวิชา	จำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา		
	ม.4	ม.5	ม.6
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ความสามารถของ อาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ย 4.35, ระดับมาก)	ความครบถ้วนของ หลักสูตรที่เปิดสอน (ค่าเฉลี่ย 4.25, ระดับมาก)	ความสามารถของ อาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ย 4.28, ระดับมาก)
2. ด้านราคา	ความรู้ที่ได้คุ้มค่ากับ จำนวนเงินที่จ่ายไป (ค่าเฉลี่ย 4.21, ระดับมาก)	มีการแจ้งรายละเอียด ค่าใช้จ่ายในการเรียน อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.22, ระดับมาก)	มีการแจ้งรายละเอียด ค่าใช้จ่ายในการเรียน อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.22, ระดับมาก)
3. ด้านการส่งเสริม การตลาด	มีส่วนลดเมื่อเรียนต่อใน เทอมถัดไป (ค่าเฉลี่ย 4.04, ระดับมาก)	มีการแจกตำราเรียนหรือ อุปกรณ์การเรียนโดยไม่ คิดมูลค่า (ค่าเฉลี่ย 4.05, ระดับมาก)	มีการแจกตำราเรียนหรือ อุปกรณ์การเรียนโดยไม่ คิดมูลค่า (ค่าเฉลี่ย 4.16, ระดับมาก)
4. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ที่ตั้งของโรงเรียนกวด วิชาสะดวกในการ เดินทางไปเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.03, ระดับมาก)	ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา สามารถหาได้ง่าย มองเห็น ได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.12, ระดับมาก)	สามารถติดต่อกับทาง โรงเรียนได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.06, ระดับมาก)
5. ด้านบุคคล	ความเป็นกันเองของ เจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.02, ระดับมาก)	ความเป็นกันเองของ เจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.36, ระดับมาก)	การดูแล เอาใจใส่ ของ เจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.30, ระดับมาก)

ตารางที่ 43 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ สูงสุด จำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อการ เลือกโรงเรียนกวดวิชา	จำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา		
	ม.4	ม.5	ม.6
6. ด้านลักษณะทาง กายภาพที่ปรากฏ	ห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.16, ระดับมาก)	สภาพแวดล้อมภายนอก อาคารเรียน สะอาด เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.18, ระดับมาก)	ห้องเรียนมี เครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 4.23, ระดับ มาก)
7. ด้านกระบวนการ	สามารถที่จะสอนครบ หลักสูตรได้ตาม กำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.28, ระดับมาก)	ขั้นตอนการแนะนำ หลักสูตรชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.26, ระดับมาก)	ขั้นตอนการชำระเงิน ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.06, ระดับมาก)
8. ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30, ระดับมาก)	ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18, ระดับมาก)	ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.33, ระดับมาก)

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการจำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษา แสดงในตารางที่ 44 ดังนี้



ตารางที่ 44 สรุปปัจจัยย่อยและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษา

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อการ เลือกโรงเรียนกวดวิชา	จำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษา		
	วิทย์-คณิต	ศิลป์คำนวณ	ศิลป์ภาษา
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ความครบถ้วนของ หลักสูตรที่เปิดสอน (ค่าเฉลี่ย 4.31, ระดับมาก)	ชื่อเสียงของโรงเรียนกวด วิชา (ค่าเฉลี่ย 4.24, ระดับ มาก)	ความสามารถของอาจารย์ ผู้สอนและมีสถิติจำนวน นักเรียนที่ผ่านการคัดเลือก เข้ามหาวิทยาลัยได้มาก (ค่าเฉลี่ย 4.29, ระดับมาก)
2. ด้านราคา	ความรู้ที่ได้คุ้มค่ากับ จำนวนเงินที่จ่ายไป (ค่าเฉลี่ย 4.20, ระดับมาก)	มีการแจ้งรายละเอียด ค่าใช้จ่ายในการเรียน อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.12, ระดับมาก)	มีการแจ้งรายละเอียด ค่าใช้จ่ายในการเรียน อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18, ระดับมาก)
3. ด้านการส่งเสริม การตลาด	มีการแจกตำราเรียนหรือ อุปกรณ์การเรียน โดยไม่ คิดมูลค่า (ค่าเฉลี่ย 4.05, ระดับมาก)	การลงโฆษณาในสื่อ ต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 4.12, ระดับมาก)	มีเว็บไซต์ของโรงเรียน กวดวิชาที่ให้ข้อมูล รายละเอียด ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.24, ระดับมาก)
4. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ที่ตั้งของโรงเรียนกวด วิชาสะดวกในการ เดินทางไปเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.02, ระดับมาก)	ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา สามารถหาได้ง่าย มองเห็น ได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98, ระดับมาก)	ที่ตั้งของโรงเรียนกวด วิชาสะดวกในการ เดินทางไปเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.24, ระดับมาก)
5. ด้านบุคคล	การดูแลเอาใจใส่ของ เจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.23, ระดับมาก)	ความเป็นกันเองของ เจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.12, ระดับมาก)	ความเป็นกันเองของ เจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.50, ระดับมากที่สุด)
6. ด้านลักษณะทาง กายภาพที่ปรากฏ	ห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.20, ระดับมาก)	ห้องเรียนมี เครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 4.14, ระดับมาก)	ห้องเรียนมี เครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 4.44, ระดับมาก)
7. ด้านกระบวนการ	ขั้นตอนการแนะนำ หลักสูตรชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18, ระดับมาก)	สามารถที่จะสอนครบ หลักสูตรได้ตาม กำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.16, ระดับมาก)	ขั้นตอนการแนะนำ หลักสูตรชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.44, ระดับมาก)

ตารางที่ 44 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษา

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อการ เลือกโรงเรียนกวดวิชา	จำแนกตามแผนกที่กำลังศึกษา		
	วิทย์-คณิต	ศิลป์คำนวณ	ศิลป์ภาษา
8. ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.31, ระดับมาก)	ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06, ระดับมาก)	ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.24, ระดับมาก)

#### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน ในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ (2544) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชามากที่สุด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาที่สุดในส่วนของรายละเอียดของความไม่สอดคล้องนั้น พบว่า ได้มีการระบุถึงปัจจัยย่อยทางด้านอาจารย์ผู้สอนไว้แตกต่างกันในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยที่ผลการศึกษาของ วิริยะ ฤชชัยพาณิชย์ (2544) และผลการศึกษาของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ได้ระบุปัจจัยย่อยที่เกี่ยวข้องกับอาจารย์ผู้สอน เช่น เทคนิคการสอนของอาจารย์ เป็นอาจารย์ที่มีประสบการณ์ดีในโรงเรียนกวดวิชา อาจารย์มีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี และสามารถถ่ายทอดให้นักเรียนเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน อาจารย์มีความเป็นกันเอง เป็นต้น ให้อยู่ในส่วนของปัจจัยด้านบุคคล ในส่วนของผู้ศึกษานั้น ได้ระบุปัจจัยย่อยที่เกี่ยวข้องกับอาจารย์ผู้สอน

เช่น ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน ความตรงต่อเวลาของอาจารย์ผู้สอน และความสามารถของอาจารย์ผู้สอน อยู่ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณ์ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณ์ในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะรายได้ที่แตกต่างกันระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดน่าน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ แต่จะมีความสอดคล้องกันกับผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดพะเยาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีใกล้เคียงกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง เนื่องจากมีเพียงปัจจัยย่อยในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ ที่มีระดับความสำคัญมาก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง เนื่องจากมีเพียงปัจจัยย่อยในเรื่องของการมีคำแนะนำจากอาจารย์ที่โรงเรียน เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ และมีการลดค่าเล่าเรียน ที่มีความสำคัญระดับมาก ความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้นอาจเกิดจาก ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดน่านให้ความสนใจกับการส่งเสริมการตลาดในทุกๆ เรื่องของโรงเรียนกวศามากกว่า เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการ โรงเรียนกวศวิชาในจังหวัดน่านมีจำนวนน้อยและเพิ่งเริ่มกิจการได้ไม่นาน ดังนั้นจึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพื่อทำการเปรียบเทียบกับกรกวศแบบดั้งเดิมตามบ้านอาจารย์ ซึ่งจะแตกต่างกับจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดพะเยาที่มีจำนวนผู้ประกอบการ โรงเรียนกวศวิชามากกว่า และดำเนินกิจการมานาน จึงทำให้ผู้ตอบแบบจังหวัดเชียงใหม่หรือจังหวัดพะเยาที่จะให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำเป็นปัจจัยสำคัญ ว่าโรงเรียนกวศวิชาใดมีความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้

ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง เนื่องจากมีเพียงปัจจัยย่อยเรื่องสถานที่หาพบได้ง่าย มีความสำคัญระดับมาก แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้นอาจเกิดจาก ลักษณะของการขนส่งและการเดินทางที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดน่าน ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนอาศัยอยู่ในต่างอำเภอ และจะต้องเดินทางเข้ามาเรียนกวดวิชาในตัวเมือง จึงทำให้ต้องเดินทางไกลกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ที่สามารถจะเดินทางไปโรงเรียนกวดวิชาได้สะดวกกว่า แต่จะมีความสอดคล้องกันกับผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดพะเยาที่มีลักษณะของการขนส่งและการเดินทางที่ใกล้เคียงกัน

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัฐกร แผ่นทอง (2547) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก

#### ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเรียนกวดวิชาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดอื่นนอกเหนือจากจังหวัดน่าน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และโรงเรียนที่ได้รับความนิยม 5 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้แก่ เคมิ อาจารย์อู๋, The Brain, Lycuem, Davance และ Enconcept ตามลำดับ

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.4 และ ม.5 ให้ความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่อง ค่าเรียนกวดวิชาที่ถูกลงกว่าที่อื่น อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.6 ให้ความสำคัญในระดับมาก

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.4 ให้ความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง มีการจัดบู๊ทแนะนำให้รายละเอียดของโรงเรียนกวดวิชา และอาจารย์ที่โรงเรียนแนะนำ อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.5 และ ม.6 ให้ความสำคัญในระดับมาก

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.4 และ ม.5 ให้ความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่อง โรงเรียนกวดวิชาที่มีจอครดเพียงพอ และที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้บ้าน อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.6 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.4 ให้ความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏในเรื่อง ความสวยงามของเครื่องแบบสำหรับเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.5 และ ม.6 ให้ความสำคัญในระดับมาก

6. เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจากมากไปหาน้อย ใน 10 อันดับแรก พบว่าส่วนใหญ่เป็นปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน มีสถิติจำนวนนักเรียนที่ผ่านการคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย ได้มาก มีการรับรองหลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ และมีการรับประกันผลการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านบุคคล ได้แก่ การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ และความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ ปัจจัยย่อยด้านราคา ได้แก่ มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายเรียนอย่างชัดเจน ความรู้ที่ได้คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ได้แก่ ตามลำดับ ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจน ดังแสดงในตารางที่ 45

ตารางที่ 45 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยหลัก
1	ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน	4.28	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
2	ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน	4.28	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
3	การดูแล เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่	4.21	มาก	ด้านบุคคล
4	ความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่	4.20	มาก	ด้านบุคคล
5	มีสถิติจำนวนนักเรียนที่ผ่านการคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยได้มาก	4.18	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
6	มีการรับรองหลักสูตร จากกระทรวงศึกษาธิการ	4.18	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
7	มีการรับประกันผลการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย	4.18	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
8	มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน	4.18	มาก	ด้านราคา
9	ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรชัดเจน	4.18	มาก	ด้านกระบวนการ
10	ความรู้ที่ได้คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป	4.17	มาก	ด้านราคา
11	สามารถที่จะสอนครบหลักสูตร ได้ตามกำหนดเวลา	4.17	มาก	ด้านกระบวนการ
12	ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ	4.16	มาก	ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ
13	ความสะอาดของอาคารเรียน ห้องเรียน	4.16	มาก	ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ
14	ห้องน้ำสะอาด	4.15	มาก	ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ
15	ขั้นตอนการการสมัครเรียนชัดเจน	4.15	มาก	ด้านกระบวนการ
16	ขั้นตอนการการชำระเงินชัดเจน	4.15	มาก	ด้านกระบวนการ
17	สภาพแวดล้อมภายนอกอาคารเรียน สะอาดเรียบร้อย	4.14	มาก	ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ
18	ชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา	4.11	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
19	จำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรมีความเหมาะสม	4.10	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 45 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียน  
กวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยระดับ  
ความสำคัญสูงสุด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยหลัก
20	ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน เช่น ตำแหน่ง ประสบการณ์	4.10	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
21	มีการแจกตำราเรียน	4.09	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
22	เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	4.07	มาก	ด้านบุคคล
23	มีการแจกตำราเรียน หรืออุปกรณ์การเรียน โดยไม่คิดมูลค่า	4.06	มาก	ด้านการส่งเสริม การตลาด
24	ความถูกต้องในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.06	มาก	ด้านบุคคล
25	อุปกรณ์ในการเรียนการสอน ทันสมัย	4.06	มาก	ด้านลักษณะทาง กายภาพที่ปรากฏ
26	แนวทางการทดสอบความรู้ที่ชัดเจน	4.05	มาก	ด้านกระบวนการ
27	ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา สะดวกในการ เดินทางไปเรียน	4.03	มาก	ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย
28	สามารถแบ่งชำระค่าเรียนกวดวิชาเป็นงวดๆ ได้	4.02	มาก	ด้านราคา
29	จำนวนห้องน้ำมีเพียงพอ	4.02	มาก	ด้านลักษณะทาง กายภาพที่ปรากฏ
30	ความตรงต่อเวลาของอาจารย์ผู้สอน	4.01	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
31	มีพื้นที่พักผ่อนระหว่างรอเรียนเพียงพอ	4.01	มาก	ด้านลักษณะทาง กายภาพที่ปรากฏ
32	จำนวนผู้เรียนต่อห้องที่เหมาะสม ไม่แออัด เกินไป	3.98	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
33	ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาสามารถหาได้ง่าย มองเห็นได้ชัดเจน	3.98	มาก	ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย
34	ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน	3.97	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
35	มีส่วนลด ถ้ามาสมัครเรียนกวดวิชาเป็นกลุ่ม	3.97	มาก	ด้านการส่งเสริม การตลาด
36	มีส่วนลด เมื่อเรียนต่อเนื่องมถัดไป	3.97	มาก	ด้านการส่งเสริม การตลาด

ตารางที่ 45 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญสูงสุด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยหลัก
37	สามารถติดต่อกับทางโรงเรียน ได้สะดวก เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์	3.97	มาก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
38	ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.97	มาก	ด้านบุคคล
39	จำนวนเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการเพียงพอ	3.97	มาก	ด้านบุคคล
40	บริการเสริมอื่นๆ เช่น แนะนำการเลือกคณะกรรมการทำ portfolio	3.96	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
41	ตารางเรียนที่แน่นอน ไม่เปลี่ยนแปลง	3.94	มาก	ด้านกระบวนการ
42	เพื่อนหรือรุ่นที่แนะนำ	3.93	มาก	ด้านการส่งเสริมการตลาด
43	มีเว็บไซต์ของโรงเรียนกวดวิชาที่ให้ข้อมูลรายละเอียด ครบถ้วน	3.86	มาก	ด้านการส่งเสริมการตลาด
44	มีส่วนลดค่าเล่าเรียนกวดวิชา เมื่อเลือกชำระเงินแบบเหมาจ่าย	3.82	มาก	ด้านการส่งเสริมการตลาด
45	การลงโฆษณา ในสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ วิทยุ	3.78	มาก	ด้านการส่งเสริมการตลาด
46	มีร้านขายอาหารอยู่ใกล้บริเวณที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา	3.75	มาก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
47	การจราจรไม่ติดขัด ในช่วงก่อนและหลังเลิกเรียนกวดวิชา	3.74	มาก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
48	มีการจัดบู๊ท แนะนำ ให้รายละเอียดของโรงเรียนกวดวิชา	3.68	มาก	ด้านการส่งเสริมการตลาด
49	โรงเรียนกวดวิชาที่มีจุดรถเพียงพอ	3.63	มาก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
50	ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้บ้าน	3.57	มาก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
51	ความสวยงามของเครื่องแบบสำหรับเจ้าหน้าที่	3.57	มาก	ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ



ตารางที่ 45 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยหลัก
52	อาจารย์ที่โรงเรียนแนะนำ	3.54	มาก	ด้านการส่งเสริมการตลาด
53	ค่าเรียนกวดวิชาที่ถูกกว่าที่อื่น	3.51	มาก	ด้านราคา
54	สามารถชำระค่าเรียนด้วยบัตรเครดิตได้	3.15	ปานกลาง	ด้านราคา

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่านครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะเรียงลำดับตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ดังต่อไปนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

หลักสูตรของการเรียนกวดวิชา เป็นสิ่งสำคัญที่กลุ่มนักเรียนจะนำมาพิจารณาเป็นอันดับแรกถึงความน่าสนใจต่อสถาบันกวดวิชาแต่ละแห่ง ดังนั้นในการวางหลักสูตรการเรียนจะต้องครอบคลุมและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ และระบบการรับตรงจากมหาวิทยาลัย รวมไปถึงการเตรียมการเอกสารประกอบการเรียนต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของโรงเรียนกวดวิชา ที่บรรจุเนื้อหาโดยละเอียด พร้อมทั้งมีบันทึกย่อช่วยจำ เพื่อให้นักเรียนเกิดความเข้าใจมากขึ้น และจดจำในส่วนที่สำคัญได้

สำหรับอาจารย์ผู้สอนนั้น จากการศึกษาพบว่ากลุ่มนักเรียนให้ความสำคัญกับความสามารถของอาจารย์ผู้สอนมาเป็นอันดับสอง ดังนั้นในการคัดเลือกบุคคลที่จะมาเป็นอาจารย์ผู้สอน ควรที่จะทำระบบการวัดและประเมินผลก่อนที่จะให้มีการสอนจริงสำหรับอาจารย์ใหม่ที่ยังไม่มีชื่อเสียงมากนัก ส่วนอาจารย์กวดวิชาที่สอนเป็นประจำอยู่แล้วควรมีวิธีการสอนที่สนุกและเป็นกันเอง มีจิตวิทยาในการพูดคุยกับเด็กและรู้ธรรมชาติความแตกต่างของเด็กแต่ละคน ทำเรื่องยากๆ ให้เป็นเรื่องง่าย มีเทคนิค วิธีคิดลัด เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกเบื่อในการเรียน

### ด้านกระบวนการ

เพื่อที่จะเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มนักเรียนที่จะมาสมัครเรียนนั้น ขั้นตอนการแนะนำหลักสูตรจะต้องชัดเจน สามารถที่จะตอบคำถามในกรณีที่เกิดความสงสัยได้ โดยการจัดทำเอกสารระบุขั้นตอน และข้อมูลที่ใช้ประกอบอื่นๆ ที่ใช้ในการแนะนำหลักสูตร จัดเก็บเอาไว้ให้เป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน แยกตามระดับชั้นการศึกษา ตั้งแต่ชั้น ม.4 ถึง ม.6 เอกสารเหล่านี้ควรที่จะมีการตรวจสอบ แก้ไขเสมอ หลังจากที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดความถูกต้องและทันสมัยตลอดเวลา

นอกจากนี้ การสอนได้ครบตามกำหนดเวลา เป็นสิ่งที่ควรจะต้องปฏิบัติให้ได้อย่างสม่ำเสมอ เพราะถือว่าเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อมาตรฐานที่ได้กำหนดเอาไว้ เพราะถ้าเกิดเหตุการณ์การสอนไม่ครบตามกำหนดเวลาเกิดขึ้น อาจจะทำให้ชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชาเสียหายได้ ดังนั้นในการวางตารางเรียนควรที่จะพิจารณาถึงเนื้อหาที่จะสอนว่าสอดคล้องกับเวลาที่วางเอาไว้หรือไม่ ควรจะตัดหรือเพิ่มเนื้อหาส่วนไหน และมีการแจ้งให้กับนักเรียนทราบถึงเนื้อหาที่จะสอนเพื่อที่จะให้นักเรียนมีการเตรียมตัวล่วงหน้า จะเป็นการช่วยลดเวลาการสอนของอาจารย์ไปได้มาก ในกรณีที่อาจารย์ที่มีหน้าที่ในการสอนไม่สามารถมาสอนในวันที่กำหนดได้ควรจะมีการจัดหาอาจารย์มาสอนแทนหรือมีการนัดสอนชดเชยในเวลาอื่น

### ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ

โรงเรียนกวดวิชาควรจะให้ความสำคัญแก่สภาพแวดล้อมของโรงเรียน เพื่อที่จะทำให้กลุ่มนักเรียนมีความรู้สึกสบายในการที่จะมาเรียน ดังนั้น การติดตั้งเครื่องปรับอากาศสำหรับนักเรียนในช่วงที่มีอากาศร้อน การมีระบบการระบายอากาศที่ดีไม่อึดอัด การรักษาสภาพของห้องเรียน อาคารเรียน และห้องน้ำ ให้สะอาดอยู่เสมอ เป็นสิ่งสำคัญที่โรงเรียนกวดวิชาจะต้องมีการดำเนินการและปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ

ในส่วนของเจ้าหน้าที่ ควรจะมีการตรวจสอบสภาพของโรงเรียนเป็นประจำทุกวัน เพื่อให้มีความมั่นใจว่าอุปกรณ์ เครื่องใช้ ยังอยู่ในสภาพดี ห้องเรียน อาคารเรียน และห้องน้ำมีความสะอาดเพียงพอหรือไม่ โดยที่อาจจะมีการจัดทำแบบฟอร์มตรวจเช็ค เพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบ และเป็นมาตรฐานเดียวกัน

### ด้านราคา

ในการกำหนดรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา จะต้องมีความชัดเจน เพื่อที่จะช่วยให้นักเรียนหรือผู้ปกครองสามารถที่จะตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ควรจะมีการจัดทำเอกสารเปรียบเทียบราคาค่าใช้จ่ายกับโรงเรียนกวดวิชาอื่นๆ และแสดงให้เห็นถึงข้อได้เปรียบที่เหนือกว่า

ผู้ปกครองทั้งบิดาและมารดาของกลุ่มนักเรียนประกอบอาชีพข้าราชการมากที่สุด และมีรายได้ของผู้ปกครองรวมกันระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท ดังนั้น เจือใจในการชำระเงินค่าเรียน ควรที่จะมีทางเลือกให้สามารถแบ่งจ่ายออกเป็นงวดๆ ได้

### ด้านบุคคล

การให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ ที่ให้การต้อนรับ แนะนำและประสานงานกับกลุ่มนักเรียน เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเจ้าหน้าที่จะเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับนักเรียนมากกว่าอาจารย์ผู้สอน ดังนั้น การดูแล เอาใจใส่ ความเป็นกันเอง ของเจ้าหน้าที่ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับงานบริการ ในการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกวดวิชากับนักเรียนและผู้ปกครอง ดังนั้นควรที่จะมีการอบรมเจ้าหน้าที่ก่อนที่จะมีการปฏิบัติงาน และมีการทบทวนอยู่เสมอ รวมไปถึงการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ ที่ควรสุภาพเรียบร้อย จะส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือและความเป็นกันเองให้กับนักเรียนและผู้ปกครองในการเข้ามาติดต่อในครั้งแรกได้

นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ควรที่จะเพิ่มบทบาทในการเป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่นักเรียน ให้คำแนะนำ และให้ความช่วยเหลือด้านการเรียน แนวทางการสอบตรง เป็นต้น

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

โรงเรียนกวดวิชาควรมีการจัดทำตำราประกอบการเรียนและอุปกรณ์ในการเรียน เช่น สมุด ปากกา แจกให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งอุปกรณ์การเรียนนั้นควรมีชื่อหรือสัญลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชา เพื่อที่เป็นการเพิ่มสื่อในการโฆษณาให้มากขึ้น

นอกจากนี้ควรที่จะมีการจัดหาของรางวัลเล็กๆ น้อยๆ ให้แก่นักเรียน เมื่อสามารถที่จะทำคะแนนได้ตามที่กำหนดไว้ หรือมอบให้ในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ โดยที่รูปแบบของรางวัลควรที่จะเน้นไปในด้านที่ลูกค้าผู้หญิงชื่นชอบ เพราะกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาเรียนโรงเรียนกวดวิชาเป็นเพศหญิง

โรงเรียนกวดวิชาควรให้ความสำคัญในการสื่อสารภายใน สำหรับการแจ้งข่าวสาร วันหยุด การเลื่อนการสอน การเปลี่ยนแปลงตารางเรียน หรือการเรียนชดเชย ให้นักเรียนทราบอย่างทั่วถึงและทันต่อเวลา

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาควรที่จะสะดวกในการเดินทางมาเรียน สามารถมองเห็นโรงเรียนกวดวิชาได้ชัดเจน ดังนั้นในการพิจารณาที่จะเปิดกิจการโรงเรียนกวดวิชานั้น ควรจะเลือกทำเลที่อยู่ในเขตชุมชน การที่จะรวมกลุ่มกับโรงเรียนกวดวิชาอื่นๆ เพื่อที่จะเปิดสอนในละแวกเดียวกัน ก็เป็นทางเลือกที่ดี เพราะจะทำให้ให้นักเรียนไม่ต้องเสียเวลามากในการเดินทางไปเรียนกับโรงเรียนกวดวิชาหลายๆ ที่ แต่ควรพิจารณาถึงองค์ประกอบเรื่องการจราจรและที่จอดรถด้วย

สำหรับโรงเรียนกวดวิชาที่มีอยู่แล้ว การที่จะให้เกิดความสะดวกในการเดินทางมาเรียนควรมีป้ายบอกสถานที่ตั้งที่ชัดเจน และจัดทำช่องทางในการติดต่อกับทางโรงเรียนกวดวิชาได้ง่าย เช่น โทรศัพท์ หรืออีเมล เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม โดยที่แบ่งออกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา ดังต่อไปนี้

**ลูกค้าใหม่ (นักเรียนระดับชั้น ม.4)** เป็นกลุ่มนักเรียนที่เริ่มเข้าสู่โรงเรียนกวดวิชา ดังนั้น การค้นหาข้อมูลของโรงเรียนกวดวิชาต่างๆ ในวงกว้าง เพื่อที่จะให้ได้ทำการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาต่อไป ดังนั้นโรงเรียนกวดวิชาควรที่จะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในรายละเอียดนักเรียนชั้น ม.4 จะให้ความสำคัญในปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยเฉพาะในเรื่อง ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน ความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอน ความน่าเชื่อถือของอาจารย์ผู้สอน มีการแจกตำราเรียน ความตรงต่อเวลาของอาจารย์ผู้สอน และมีจำนวนผู้เรียนต่อห้องเหมาะสมไม่แออัดเกินไป ดังนั้น ในขั้นตอนของการให้ข้อมูลแก่นักเรียน จะต้องมีการแนะนำหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาจารย์ผู้สอน โดยละเอียด ประวัติ ประสบการณ์ความสามารถ ถ้าสามารถหาอาจารย์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของกลุ่มนักเรียน ก็จะทำให้กลุ่มนักเรียนมีความเชื่อมั่นมากขึ้น นอกจากนี้ในตัวของหลักสูตรของการสอน ก็ควรที่จะมีความครบถ้วน ครอบคลุมถึงเนื้อหาทั้งหมดของกลุ่มนักเรียนที่เรียนอยู่ในปัจจุบัน

ปัจจัยข้อต่อไปที่นักเรียนชั้น ม.4 ให้ความสำคัญในอันดับที่รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ โดยเฉพาะเรื่อง โรงเรียนกวดวิชาที่มีที่จอดรถเพียงพอ และที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้บ้าน ห้องน้ำสะอาด จะเห็นได้ว่ากลุ่มนักเรียนต้องการความสะดวกในการที่จะเดินทางไปเรียน ดังนั้นการเลือกทำเล ที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาจึงเป็นเรื่องสำคัญ จะต้องมีการดำเนินการในส่วนนี้ให้เหมาะสม ในส่วนของลักษณะทั้งภายในและภายนอกของตัวอาคาร สถานที่ ควรที่จะมีการตกแต่งให้สวยงาม สะอาด เพื่อที่จะให้ดูน่าเรียน สำหรับกลุ่มนักเรียนที่เพิ่งเข้ามาติดต่อหาข้อมูลในขั้นแรก

นอกจากนี้ กระบวนการ ขั้นตอนการทำงาน ก็จะต้องมีความชัดเจน ทั้งขั้นการสมัครเรียน ขั้นตอนการชำระเงิน แนวทางการทดสอบความรู้ ตารางเรียนที่แน่นอน เพื่อให้กลุ่มนักเรียนมีความมั่นใจว่าจะสามารถสอนครบหลักสูตรได้ตามกำหนดเวลาและได้ความรู้ตามที่ต้องการ การไม่รู้สึกลัวถูกเอาเปรียบจากโรงเรียนกวดวิชา

นอกจากนี้เพื่อให้กลุ่มลูกค้าใหม่สามารถที่จะตัดสินใจได้ง่ายขึ้น การส่งเสริมการตลาดจะมีบทบาทสำคัญ ดังนั้น การพิจารณาให้มีส่วนลดในสำหรับลูกค้าใหม่ การลดราคาเมื่อมีการเรียนหลายหลักสูตร หรือการให้ทดลองเรียนฟรีในระยะเวลาสั้นๆ เป็นวิธีการที่น่าสนใจ

ในส่วนของการสร้างการรับรู้หรือการทำความรู้จักกับโรงเรียนกวดวิชา ควรจะผ่านทางเพื่อนหรือรุ่นพี่ที่กำลังเรียนอยู่ในโรงเรียนกวดวิชาที่เป็นลูกค้าปัจจุบันเป็นผู้แนะนำโดยการบอกต่อ และอาจจะให้ส่วนลดค่าเล่าเรียนหรือให้ของรางวัลแก่ลูกค้าปัจจุบันที่สามารถพาลูกค้าใหม่เข้ามาใช้บริการได้

**ลูกค้าปัจจุบัน (นักเรียนระดับชั้น ม.5 และ ม.6)** ควรที่จะมีการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) โดยการเพิ่มผลประโยชน์ในระยะยาว ลดภาระและต้นทุน สร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ ในรายละเอียด นักเรียนชั้น ม.5 และ ม.6 ให้มีความสำคัญกับปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน ดังนั้นนอกเหนือไปจากหลักสูตรจะครบถ้วนและครอบคลุมเนื้อหาที่เรียนแล้ว ควรที่จะมีการเพิ่มในส่วนของการทำข้อสอบ หรือทดสอบเพิ่มเติม เพราะนักเรียนกลุ่มนี้ จะเริ่มมีการสอบเพื่อเก็บคะแนนที่จะนำไปใช้ในการคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย

หลังจากที่กลุ่มนักเรียนได้เข้ามาเรียนในโรงเรียนกวดวิชาและมีความคุ้นเคยกับสถานที่ดีแล้ว เจ้าหน้าที่พนักงานจะเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการที่จะติดต่อสื่อสารกับกลุ่มนักเรียน ดังนั้นควรที่จะให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่ ความเป็นกันเอง ความถูกต้องในการให้บริการ การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย ความรวดเร็วในการให้บริการ ดังนั้นลักษณะของการให้พนักงานทำหน้าที่คล้ายกับพี่เลี้ยง จะเป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าปัจจุบัน นอกจากนี้ การเก็บข้อมูลเป็นรายบุคคลจะช่วยให้สามารถแนะนำ หรือให้คำปรึกษาได้ดีขึ้น ไม่ต้องให้กลุ่มลูกค้าที่จะต้องไปหาข้อมูลมาด้วยตัวเอง เป็นการช่วยลดต้นทุนทางด้านเวลา เมื่อกลุ่มลูกค้ารู้สึกว่าได้รับความสนใจ และได้คำแนะนำที่พึงพอใจ ก็จะทำให้ลูกค้ากลุ่มปัจจุบันยังคงที่จะใช้บริการต่อไปในช่วงเวลาที่เหลือ นอกจากนี้ควรที่จะมีการจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้อย่างเพียงพอ

ปัจจัยที่ควรจะมีการพิจารณาในด้านต่อไป ได้แก่ปัจจัยด้านราคา เพราะกลุ่มนักเรียนปัจจุบันเป็นกลุ่มนักเรียนที่เรียนมาแล้วอย่างน้อย 1-2 เทอม ดังนั้นจำนวนค่าใช้จ่ายสะสมต่อบุคคล

จะเริ่มสูงมากขึ้น ในการที่จะช่วยลดภาระทางด้านค่าใช้จ่ายของลูกค้ากลุ่มนี้ได้ควรที่จะพิจารณาถึง การสามารถแบ่งชำระค่าเรียนกวดวิชาเป็นงวดๆได้ หรือมีการให้ส่วนลดเป็นขั้นบันไดเมื่อเรียน ต่อเนื่องมากขึ้น ค่าเรียนก็จะปรับลดลงตามลำดับ แต่อาจจะไปหารายได้ในส่วนอื่นๆเข้ามาชดเชย เช่น การออกหลักสูตรแบบเข้มข้น ที่เน้นการสอบเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น

ในด้านการส่งเสริมการตลาด ควรที่จะมีการแจกตำราเรียนหรืออุปกรณ์การเรียนโดยไม่คิดมูลค่า เพื่อเป็นการลดต้นทุนในด้านค่าใช้จ่ายของกลุ่มนักเรียน นอกจากนี้การจัดทำเว็บไซต์ของโรงเรียนกวดวิชาที่ให้ข้อมูลรายละเอียดครบถ้วนก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะสามารถที่จะใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการติดต่อกับกลุ่มนักเรียนได้ อาจจะมีการเก็บข้อมูล รายละเอียดเนื้อหาการสอนที่ผ่านมา แบบฝึกหัด หรือข้อสอบเก่า ไว้ให้นักเรียนของโรงเรียนที่มีความสนใจสามารถเข้าไปอ่าน ทบทวน หรือทดลองทำข้อสอบได้ โดยการเข้าสู่ระบบผ่านระบบสมาชิก และข้อมูลในเว็บไซต์ควรที่จะบอกรายละเอียด การติดต่อกับทางโรงเรียนได้สะดวก เช่น หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น เพื่อที่จะให้กลุ่มนักเรียนสามารถที่จะติดต่อได้ตลอดเวลา

การจัดการข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะ เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะการปล่อยให้เกิด ปัญหาหรือข้อข้องใจของลูกค้า เมื่อไม่ได้รับการแก้ไขที่ทันทีและถูกต้องแล้ว จะทำให้เกิดการ สูญเสียลูกค้าขึ้น ดังนั้น ควรที่จะมีการสร้างระบบจัดการกับข้อร้องเรียนที่ดี และสร้างความเป็น กันเองระหว่างเจ้าหน้าที่กับกลุ่มนักเรียน ผ่านการทำกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อที่จะให้กลุ่ม นักเรียนมีความกล้าที่จะบอกปัญหาที่กำลังได้รับอยู่ในปัจจุบัน

โปรแกรม CRM ที่ออกแบบอย่างเหมาะสมย่อมสามารถช่วยในการรักษาลูกค้า ปัจจุบัน และหาลูกค้าใหม่ ที่สำคัญคือต้องเริ่มด้วยการเลือกลูกค้าที่เหมาะสม หาความต้องการของ ลูกค้าที่แท้จริง สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และมีการติดตามประเมินผลอยู่ ตลอดเวลา