

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัย เรื่องกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดที่โรงเรียนกวดวิชาใช้ในการดำเนินธุรกิจ กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้ในการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่

1. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีขนาดใหญ่ เปิดสอนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีนักเรียนตั้งแต่ 100 คนขึ้นไปมีจำนวน 4 โรงเรียน

1.1 โรงเรียนสุเทพกวดวิชา

1.2 โรงเรียนรัชดาวิทยา

1.3 โรงเรียนจิตติกวดวิชา

1.4 โรงเรียนข้างเพือกวิชาการ

2. นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนกวดวิชาทั้ง 4 โรงเรียน จำนวน 280 คน จากสัดส่วนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาตามข้อที่ 1 การเลือกตัวอย่างใช้วิธี Proportion to size ตามจำนวน นักเรียนในแต่ละโรงเรียน ได้จำนวนตัวอย่าง

2.1 โรงเรียนสุเทพกวดวิชา 21 คน

2.2 โรงเรียนรัชดาวิทยา 70 คน

2.3 โรงเรียนจิตติกวดวิชา 77 คน

2.4 โรงเรียนข้างเพือกวิชาการ 112 คน

ได้ตัวอย่างในแต่ละโรงเรียน โดยวิธี Accidental Sampling เครื่องมือที่ใช้ใน

การวิจัยแบ่งเป็น 2 แบบ ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป และการใช้กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการ

2. แบบสอบถาม นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั้ง 4 โรงเรียน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป และ ปัจจัยที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้ในการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS/PC โดยการแจกแจงความถี่ การหาอัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าไควร์สแควร์

สรุปผลการวิจัย

การศึกษากลยุทธ์การตลาดที่โรงเรียนกวดวิชา ให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชา

โรงเรียนกวดวิชาทั้ง 4 โรงเรียน คือ โรงเรียนสุเทพกวดวิชา (Enta) โรงเรียนรัชดาวิทยา (R.A.C.) โรงเรียนจิตติกวดวิชา (AD.ED) และโรงเรียนช่างเพื่อวิชาการ (P.E.C.) เริ่มเปิดสอนในปี พ.ศ. 2528 พ.ศ. 2532 พ.ศ. 2533 และ พ.ศ. 2534 ตามลำดับ มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ตั้งแต่ 3 ถึง 4 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาเอก 2 คน และระดับปริญญาตรี 2 คน รับกวดวิชาเฉพาะนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สาขาวิทยาศาสตร์ 2 โรงเรียน และรับกวดวิชานักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งสาขาวิทยาศาสตร์ และสายศิลป์ 2 โรงเรียน และโรงเรียนกวดวิชาสามารถรับกวดวิชา นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายได้ตั้งแต่ 300 ถึง 800 คน

กลยุทธ์ทางการตลาดที่โรงเรียนกวดวิชา ให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เน้นทั้ง 4 ด้านเท่ากัน โดย

1.1 ด้านการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญต่อ หลักสูตรเนื้อหาวิชาการเป็นอันดับหนึ่ง ห้องเรียนปรับอากาศ เป็นอันดับสอง และเอกสารประกอบการเรียน เป็นอันดับสาม

1.2 ด้านราคาค่าเล่าเรียน ให้ความสำคัญต่อการตั้งราคาค่าเล่าเรียนโดยคำนึงถึงคุณภาพการบริการ เป็นอันดับหนึ่ง การตั้งราคาจากต้นทุนการดำเนินงาน เป็นอันดับสอง และการจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสาม

1.3 ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ให้ความสำคัญต่อการตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เป็นอันดับหนึ่ง นักเรียนสามารถไป มาสะดวก เป็นอันดับสอง และการจราจรไม่ติดขัด เป็นอันดับสาม

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ โดยเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ เป็นอันดับหนึ่ง การแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ เป็นอันดับสอง และ การแจ้งสถิตินักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ เป็นอันดับสาม

2. กลยุทธ์การตลาดธุรกิจบริการ เน้นทั้ง 3 ด้านเท่ากัน โดย

2.1 ด้านการตลาดภายใน การเลือกสรรบุคลากร ให้ความสำคัญต่อการมีทักษะ และประสบการณ์ เป็นอันดับหนึ่ง ความมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นอันดับสอง และความมีบุคลิกภาพ เป็นอันดับสาม

2.2 ด้านการสร้างคุณภาพการบริการ ให้ความสำคัญต่อการมีประสบการณ์ และชำนาญในการสอน เป็นอันดับหนึ่ง ความมีน้ำใจ และเป็นกันเอง เป็นอันดับสอง และการสร้าง การบริการให้เข้าถึงถือทางวิชาการ และเป็นไปตามที่นักเรียนคาดหวัง เป็นอันดับสาม

2.3 ด้านการให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ให้ความสำคัญต่อการให้ข้อมูลในการ สมัครสอบในสถาบันต่าง ๆ เป็นอันดับหนึ่ง การบริการแนะแนวทางการศึกษา เป็นอันดับสอง และการจัดโครงการรับรองผลการเรียน สอบไม่ได้ยืมตติเงิน

การศึกษาถึงปัจจัยที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้ในการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา

ส่วนที่ 1: วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายกลุ่มตัวอย่าง ที่เรียนใน โรงเรียนกวดวิชาทั้ง 4 โรงเรียน

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายกลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 280 คน เป็น ชาย 131 คน เป็นหญิง 136 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 และ 53.2 ตามลำดับ ส่วนมากเรียนอยู่ในชั้นมัธยมปีที่ 6 จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงไปคือ มัธยมปีที่ 4 จำนวน 90 คน คิดเป็น ร้อยละ 32.1 และมัธยมปีที่ 5 จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 เป็นนักเรียนที่เรียนใน โรงเรียนของรัฐบาล 183 คน โรงเรียนของเอกชน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 และ 34.6 ตามลำดับ และเคยเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนอื่น ก่อนมาเรียนในโรงเรียนกวดวิชาในปัจจุบัน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 54.6 ไม่เคยเรียน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 45.4

ปัจจัยที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายกลุ่มตัวอย่าง ใช้ในการตัดสินใจเลือกเรียนใน โรงเรียนกวดวิชา

1. ด้านการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญการแนะนำเทคนิควิธีการแก้ปัญหา โจทย์ เป็นอันดับหนึ่ง การบริการทดสอบความพร้อมของนักเรียนก่อนการสอบจริง เป็นอันดับสอง และ อุปกรณ์และสื่อการสอนที่ทันสมัย เป็นอันดับสาม

2. ด้านราคาค่าเล่าเรียน โดยให้ความสำคัญต่อราคาค่าเล่าเรียน เปรียบเทียบกับ โรงเรียนกวดวิชาอื่น เป็นอันดับหนึ่ง การจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสอง และการ จ่ายค่าเล่าเรียนโดยสามารถผ่อนชำระได้ เป็นอันดับสาม

3. ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน โดยให้ความสำคัญอยู่ในแหล่งชุมชน เดินทางไป มา สะดวก เป็นอันดับหนึ่ง การจราจรไม่ติดขัด เป็นอันดับสอง และการมีที่จอดรถสะดวกเป็น อันดับสาม

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ความสำคัญการประชาสัมพันธ์ โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่แนะนำ เป็นอันดับหนึ่ง การแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ เป็นอันดับสอง และ การโฆษณาโดยป้าย โฆษณา หรือคัทเอ้าท์ เป็นอันดับสาม

การใช้กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการแต่ละโรงเรียน เปรียบเทียบกับการให้ความสำคัญปัจจัยในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

โรงเรียนสหเทพกวดวิชา

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ หลักสูตรเนื้อหาวิชาการ เป็นอันดับหนึ่ง อาคารสถานที่ เป็นอันดับสอง อุปกรณ์และสื่อการสอน เป็นอันดับสาม ในขณะที่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การแนะนำเทคนิควิธีการแก้ปัญหาโจทย์ คืออยู่ในหลักสูตรเนื้อหา วิชาการ เป็นอันดับหนึ่ง อุปกรณ์ และสื่อการสอนเป็นอันดับสามเช่นกัน แต่ความสำคัญอันดับสอง เป็นบริการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง

2. ด้านราคาค่าเล่าเรียน ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ การตั้งราคาค่าเล่าเรียนโดยคำนึงถึงบริการและคุณภาพ เป็นอันดับหนึ่ง จากต้นทุนการดำเนินงาน เป็นอันดับสอง และการจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสาม ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ ราคาค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น เป็นอันดับหนึ่ง การจ่ายค่าเล่าเรียนโดยสามารถผ่อนชำระได้ เป็นอันดับสอง และ การจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสาม

3. ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ผู้ประกอบการ และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน นักเรียนสามารถไปมาสะดวก เป็นอันดับหนึ่งและสองเหมือนกัน และนักเรียนให้ความสำคัญ การมีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย เป็นอันดับสาม

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการ และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การประชาสัมพันธ์ โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่แนะนำ การโฆษณาโดยการแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ เป็นอันดับหนึ่งและสองเหมือนกัน ส่วนอันดับสาม ผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญ การโฆษณา ด้วยป้ายโฆษณา หรือคัทเอ้าท์ แต่นักเรียนให้ความสำคัญ การส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์

โรงเรียนราชดำวิทยา

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ หลักสูตรเนื้อหาวิชาการ เป็นอันดับหนึ่ง อาคารสถานที่ เป็นอันดับสอง อุปกรณ์และสื่อการสอน เป็นอันดับสาม ในขณะที่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การแนะนำเทคนิควิธีการแก้ปัญหาโจทย์ คืออยู่ในหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ เป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน แต่อันดับสองเป็น บริการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง และอันดับสามเป็น ชื่อเสียงของโรงเรียนจากสถิตินักเรียนสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้

2. ด้านราคาค่าเล่าเรียน ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ การตั้งราคาค่าเล่าเรียนโดยคำนึงถึงบริการและคุณภาพ เป็นอันดับหนึ่ง จากต้นทุนการดำเนินงาน เป็นอันดับสอง และการจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสาม ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ ราคาค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น เป็นอันดับหนึ่ง การจ่ายค่าเล่าเรียนโดยสามารถผ่อนชำระได้ เป็นอันดับสอง และ การจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสาม

3. ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ การจราจรไม่ติดขัด นักเรียนไป มาสะดวก เป็นอันดับหนึ่ง การตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เป็นอันดับสอง ในขณะที่ นักเรียนให้ความสำคัญ การตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เดินทางไปมาสะดวก เป็นอันดับหนึ่ง การจราจรไม่ติดขัด เป็นอันดับสอง แต่อันดับสามเป็น การมีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย เป็นอันดับสามเหมือนกันทั้ง ผู้ประกอบการ และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการ และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การประชาสัมพันธ์ โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่แนะนำ การโฆษณาโดยการแจกใบปลิว หรือ แผ่นพับ เป็นอันดับหนึ่งและสองเหมือนกัน ส่วนอันดับสาม ผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญ การลดราคาค่าเล่าเรียนในกรณีที่เป็นักเรียนเก่า แต่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การโฆษณา ด้วยป้ายโฆษณา หรือคัทเอ๊าท์

โรงเรียนจิตติกวติวิชา

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญ หลักสูตรเนื้อหาวิชาการ เป็นอันดับหนึ่ง อาคารสถานที่ เป็นอันดับสอง ชื่อเสียงและภาพพจน์ของผู้บริหาร เป็นอันดับสาม ในขณะที่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การแนะนำเทคนิควิธีการแก้ปัญหาโจทย์ คืออยู่ในหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ เป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน แต่อันดับสองเป็น บริการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง และอันดับสามเป็น ชื่อเสียงของโรงเรียนจากสถิตินักเรียนสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้

2. ด้านราคาค่าเล่าเรียน ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญ การตั้งราคาค่าเล่าเรียนโดยคำนึงถึงบริการและคุณภาพ เป็นอันดับหนึ่ง การจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสอง และ การตั้งราคาค่าเล่าเรียนจากต้นทุนการดำเนินงาน เป็นอันดับสาม ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญราคาค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น เป็นอันดับหนึ่ง การจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสอง และ การจ่ายค่าเล่าเรียนโดยสามารถผ่อนชำระได้ เป็นอันดับสาม

3. ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ผู้ประกอบธุรกิจ และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน นักเรียนสามารถไปมาสะดวก และการมีที่จอดรถสะดวกปลอดภัย เป็นอันดับหนึ่ง สอง และสาม เหมือนกัน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจ ให้ความสำคัญการโฆษณาโดยใช้สื่อวิทยุ ใบบลิว ป้ายโฆษณา และการส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์ เป็นอันดับหนึ่ง การแจ้งสถิตินักเรียนนักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วสอบเข้าได้ เป็นอันดับสอง การประชาสัมพันธ์ โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่ เป็นอันดับสาม ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การประชาสัมพันธ์ โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่ เป็นอันดับหนึ่ง การแจกใบบลิว หรือแผ่นพับ เป็นอันดับสอง และ การโฆษณาโดยป้ายโฆษณา หรือคัทเอ้าท์ เป็นอันดับสาม

โรงเรียนช่างฝีมือวิชาการ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญ อาคารสถานที่ เป็นอันดับหนึ่ง หลักสูตรเนื้อหาวิชาการ เป็นอันดับสอง อุปกรณ์และสื่อการสอน เป็นอันดับสาม ในขณะที่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การแนะนำเทคนิควิธีการแก้ปัญหาโจทย์ คืออยู่ในหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ เป็นอันดับหนึ่ง บริการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง เป็นอันดับสอง และห้องเรียนปรับอากาศ คืออยู่ในอาคารสถานที่ เป็นอันดับสาม

2. ด้านราคาค่าเล่าเรียน ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญ การตั้งราคาค่าเล่าเรียนโดยคำนึงถึงบริการและคุณภาพ เป็นอันดับหนึ่ง จากต้นทุนการดำเนินงาน เป็นอันดับสอง และการจ่ายค่าเล่าเรียนโดยสามารถผ่อนชำระได้ เป็นอันดับสาม ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การจ่ายค่าเล่าเรียน โดยสามารถผ่อนชำระได้ เป็นอันดับหนึ่ง ราคาค่าเล่าเรียนเปรียบเทียบกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น เป็นอันดับสอง และการจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสาม

3. ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ผู้ประกอบธุรกิจ และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน นักเรียนสามารถไปมาสะดวก เป็นอันดับหนึ่งและสองเหมือนกัน ส่วนอันดับสาม ผู้ประกอบธุรกิจ ให้ความสำคัญ การสามารถขยายออกไปได้อีกในอนาคต แต่นักเรียนให้ความสำคัญที่ การมีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจ และนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การประชาสัมพันธ์ โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่แนะนำ เป็นอันดับหนึ่งเหมือนกัน ส่วนอันดับสอง ผู้ประกอบธุรกิจ ให้ความสำคัญ การจัดค่ายวิชาการก่อนการสอบโควต้า และเอนทรานซ์ อันดับสาม เป็นการลดราคา ในกรณีที่แก่นักเรียนเก่า ในขณะที่นักเรียน ให้ความสำคัญอันดับสอง เป็นการแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ และอันดับสามเป็นการประชาสัมพันธ์ โดยอาจารย์ที่โรงเรียน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ทดสอบข้อสมมุติฐาน

สมมุติฐานข้อที่ 1 ผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบ : พบว่าปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้กลยุทธ์การตลาดที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบ : พบว่าปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดย นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อมีการศึกษาปัจจัยที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายใช้แต่ละตัว พบว่าด้านราคา ค่าเล่าเรียน และทำเลที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่ ด้านการให้บริการ หรือผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้ เพราะนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายแต่ละโรงเรียน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยแต่ละเรื่องในระดับที่ต่างกัน

ด้านการให้บริการ หรือผลิตภัณฑ์

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนสุเทพกวดวิชา ให้ความสำคัญอันดับหนึ่ง เป็นการแนะนำเทคนิคการแก้ปัญหาโจทย์แบบต่าง ๆ รองลงไปเป็นการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง และอุปกรณ์และสื่อการสอนที่ทันสมัย

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนราชดาวิทยา ให้ความสำคัญอันดับหนึ่งเป็นการแนะนำเทคนิคการแก้ปัญหาโจทย์แบบต่าง ๆ รองลงไปเป็นการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง และชื่อเสียงของโรงเรียนจากสถิตินักเรียนสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนจิตติกวัดวิชา ให้ความสำคัญอันดับหนึ่งเป็นการแนะนำเทคนิคการแก้ปัญหาโจทย์แบบต่าง ๆ รองลงไปเป็นการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง และชื่อเสียงของโรงเรียนจากสถิตินักเรียนสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนช่างเผือกวิชาการ ให้ความสำคัญอันดับหนึ่งเป็นการแนะนำเทคนิคการแก้ปัญหาโจทย์แบบต่าง ๆ รองลงไปเป็นการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง และการมีห้องเรียนปรับอากาศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนสุเทพวิทยาคม ให้ความสำคัญอันดับหนึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่ รองลงไปเป็นการโฆษณาโดยการแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ และ การส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนรัชดาภิเษกวิทยาลัย ให้ความสำคัญอันดับหนึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่ รองลงไปเป็นการโฆษณาโดยการแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ และการโฆษณาโดยป้ายโฆษณา หรือคัทเอ้าท์

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนจิตตภาวัตวิทยาลัย ให้ความสำคัญอันดับหนึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่ รองลงไปเป็นการโฆษณาโดยการแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ และการประชาสัมพันธ์ โดยอาจารย์ที่โรงเรียนแนะนำ

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนช่างฝีมือการช่าง ให้ความสำคัญอันดับหนึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่ รองลงไปเป็นการโฆษณาโดยการแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ และการประชาสัมพันธ์ โดยอาจารย์ที่โรงเรียนแนะนำ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาและทำการวิจัย ในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวทววิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย ตามสมมุติฐาน และทฤษฎี ดังนี้

1. จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ของ E. Jerome McCarthy ที่ว่าธุรกิจมีการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยให้ความสำคัญกลยุทธ์ทุกด้านนั้น ผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนกวทววิชา ได้ตระหนักถึงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านเท่ากัน และนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

1.1 ด้านการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การจัดอาคารสถานที่ มีความสะดวกสบาย และเหมาะสม มีห้องเรียนปรับอากาศ อุปกรณ์และสื่อการสอนที่ทันสมัย มีหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ แนวทางการวิเคราะห์ข้อสอบ เทคนิควิธีการแก้ปัญหาใจหาย เอกสารประกอบการเรียน และ บริการทดสอบความพร้อมของนักเรียนก่อนการสอบจริง ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจเน้นเป็นอันดับหนึ่งในเรื่องหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ ซึ่งตรงกับปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง คือ เรื่อง เทคนิควิธีการแก้ปัญหาใจหาย ซึ่งอยู่ในเรื่องของหลักสูตรเนื้อหาวิชาการเช่นกัน แต่อันดับที่สอง ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญกับ ห้องเรียนปรับอากาศ และอันดับสามเป็น เอกสารประกอบการเรียน ในขณะที่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การบริการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริง เป็นอันดับสอง และ อุปกรณ์และสื่อการสอนทันสมัยเป็นอันดับสาม

1.2 ด้านราคาค่าเล่าเรียน ได้แก่ การตั้งราคาค่าเล่าเรียนจากต้นทุนการดำเนินงาน การจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน การจ่ายค่าเล่าเรียนโดยสามารถผ่อนชำระได้ และการกำหนดราคาโดยคำนึงถึงบริการ และคุณภาพ ซึ่งผู้ประกอบการก็นับเป็นอันดับหนึ่ง ในการตั้งราคาค่าเล่าเรียนโดยคำนึงถึงบริการ และคุณภาพ อันดับสองเป็นราคาค่าเล่าเรียนจากต้นทุนการดำเนินงาน และอันดับสามการจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน ในขณะที่ นักเรียนจะให้ความสำคัญราคาค่าเล่าเรียนโดยเปรียบเทียบกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น เป็นอันดับหนึ่ง การจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน เป็นอันดับสอง และ การจ่ายค่าเล่าเรียนโดยสามารถผ่อนชำระได้ เป็นอันดับสาม

1.3 ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ได้แก่ การตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน การจราจรไม่ติดขัด นักเรียนสามารถเดินทางไป มาสะดวก ซึ่งผู้ประกอบการก็นับเป็นอันดับหนึ่ง คือ การอยู่ในแหล่งชุมชน ตรงกับปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง เป็นการตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เช่นกัน แต่อันดับที่สองผู้ประกอบการให้ความสำคัญ การที่นักเรียนไปมาสะดวก และอันดับสาม เป็นการจราจรไม่ติดขัด ในขณะที่นักเรียน ให้ความสำคัญ การจราจรไม่ติดขัด เป็นอันดับสอง และการมีที่จอดรถสะดวก เป็นอันดับสาม

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาด้วยสื่อ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ป้ายโฆษณา หรือคัทเออร์ การแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ การส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์ การประชาสัมพันธ์ โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่แนะนำ การลดราคาค่าเล่าเรียนในกรณีที่ เป็นนักเรียนเก่า การแจ้งลิตินักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วสอบเข้าได้ และการจัดค่ายวิชาการ ก่อนการสอบโควต้า และเอนทรานซ์ ซึ่งผู้ประกอบการก็นับเป็นอันดับหนึ่ง คือ การประชาสัมพันธ์โดยเพื่อน หรือรุ่นพี่แนะนำ อันดับสอง การโฆษณาโดย การแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ ตรงกับปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง และอันดับสอง เช่นกัน แต่อันดับสามผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญการแจ้งลิตินักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การโฆษณาโดยป้ายโฆษณา หรือคัทเออร์ เป็นอันดับสาม

2. จากกลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ ของ Philip Kotler ซึ่งธุรกิจบริการจะใช้เฉพาะส่วนประสมทางตลาดไม่เพียงพอ ต้องใช้เครื่องมือเพิ่ม คือ

2.1 การตลาดภายใน เป็นการเลือกสรรบุคลากร จากวุฒิการศึกษา ทักษะ และประสบการณ์ บุคลิกภาพ ประวัติส่วนตัว และความมีมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการเลือกสรรบุคลากร ที่มีทักษะ และประสบการณ์ เป็นอันดับหนึ่ง ความมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นอันดับสอง และ ความมีบุคลิกภาพเป็นอันดับสาม เพราะบุคลากรเป็นผู้สร้างภาพพจน์ของธุรกิจ

2.2 การสร้างคุณภาพการบริการ คือ การเอาใจใส่และเข้าใจในพื้นฐานของนักเรียน บุคลากรมีความชำนาญในการสอน และการทำงาน มีน้ำใจ และเป็นกันเอง ความน่าเชื่อถือด้าน ชื่อเสียงของโรงเรียน จากจำนวนนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาแล้ว สอบเข้ามหาวิทยาลัย ของรัฐได้ในคณะที่มีชื่อเสียง และการสร้างบริการให้เป็นไปตามที่นักเรียนคาดหวัง ซึ่งผู้ประกอบการ ศึกษาคู่มือให้ความสำคัญต่อการมีประสบการณ์ และชำนาญในการสอน เป็นอันดับหนึ่ง ความมีน้ำใจ และเป็นกันเอง เป็นอันดับสอง และ การสร้างการบริการให้น่าเชื่อถือทางวิชาการ และเป็นไปตามที่นักเรียนคาดหวัง เป็นอันดับสาม

2.3 การทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่ง คือ การสอนเสริมในวิชาต่าง ๆ ที่นักเรียนต้องการฟรี การให้บริการข้อมูลสำหรับนักเรียน ในการสมัครสอบในสถาบันต่าง ๆ การบริการแนะนำแนวทางการศึกษา การจัดโครงการรับรองผลการเรียน สอบไม่ได้ยินดีคืนเงิน และการให้ทุนการศึกษา นักเรียนที่มีปัญหาด้านการเงิน ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการให้ข้อมูลในการสมัครสอบในสถาบันต่าง ๆ เป็นอันดับหนึ่ง การบริการแนะนำแนวทางการศึกษา เป็นอันดับสอง และ การจัดโครงการรับรองผลการเรียน สอบไม่ได้ยินดีคืนเงิน เป็นอันดับสาม

ข้อเสนอแนะ

แนวทางในการประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการควรเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านการบริการ ควรจะเน้นในเรื่องหลักสูตรเนื้อหาวิชาการที่ดี โดยเฉพาะการแนะนำเทคนิควิธีการแก้ไขปัญหาโจทย์ ในแบบต่าง ๆ
2. ด้านราคาค่าเล่าเรียน ควรจะเน้นการตั้งราคาค่าเล่าเรียนโดยคำนึงถึงบริการและคุณภาพ โดยเปรียบเทียบกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น
3. ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ควรจะเน้นการตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน นักเรียนสามารถไปมาสะดวก และการจราจรไม่ติดขัด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด เน้นการประชาสัมพันธ์ ในลักษณะปากต่อปาก โดยอาศัยเพื่อน หรือรุ่นพี่ ของนักเรียน
5. ด้านการตลาดภายใน ควรจะเน้นที่การเลือกสรรบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ในการสอน
6. ด้านการสร้างคุณภาพการบริการ เน้นความมีประสบการณ์และความชำนาญในการสอน
7. ด้านการทำบริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง เน้นการให้ข้อมูล เกี่ยวกับการสมัครสอบในสถาบันต่าง ๆ เช่น วิชาที่จะต้องสอบ วัน เวลาและสถานที่สอบ