

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียน  
คนตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงเรียน  
คนตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาของผู้ใช้บริการ โรงเรียนคนตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาจากประชากรคือ ผู้ปกครองของนักเรียนที่เรียนคนตรีกับโรงเรียน  
คนตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ  
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้  
โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for window ด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ย อัตราร้อยละ ค่าความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
และรายงานผลการวิจัยโดยการบรรยายความเชิงพรรณนาวิเคราะห์ปรากฏผลดังนี้

ในการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ นักเรียนจะเรียนคนตรีในวันเสาร์-อาทิตย์ ผู้ปกครองของนักเรียน  
เปรียบคนตรีกับโรงเรียนคนตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการนำ  
เสนอลักษณะทางกายภาพเป็นอันดับแรก ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ  
ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับรองลงมา ปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มี  
ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ คุณภาพของเครื่องคนตรีที่ใช้ในการเรียนการสอน คือ เครื่องคนตรีอยู่ใน  
สภาพสมบูรณ์ไม่มีส่วนใดชำรุดเสียหายซึ่งจะส่งผลต่อการเรียนการสอน

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ปัจจัยด้านราคา  
ที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ราคาค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมงไม่เกิน 200 บาท

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ปัจจัยด้าน  
สถานที่ที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ โรงเรียนมีสถานที่จอดรถเพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญ  
มาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ การนำเสนอการบริการโดยใช้พนักงาน  
ของโรงเรียนคนตรีโดยตรง

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ปัจจัยด้าน  
บุคลากรที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ พนักงานของโรงเรียนคนตรีมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญ  
มาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ โรงเรียนมีการจัดกระบวนการให้  
บริการที่ดี เช่น การจัดตารางเรียน การทำตารางนัดหมาย การนัดชดเชย เป็นต้น

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ  
มาก ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ บรรยากาศในโรงเรียน  
จุใจในการเรียน

ปัญหาของการใช้บริการโรงเรียนคนตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาเครื่อง  
คนตรีไม่เพียงพอต่อการเรียนการสอน ปัญหาด้านอัตราค่าเล่าเรียน ปัญหาสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ  
ปัญหาการขาดการประชาสัมพันธ์และการแจ้งข่าวสารของโรงเรียนมีไม่ทั่วถึง ปัญหาการที่พนักงาน  
ให้คำแนะนำปรึกษาไม่ชัดเจน ปัญหาเรื่องห้องเรียนคนตรีที่คับแคบเกินไป และปัญหาพนักงานไม่  
เพียงพอต่อการให้บริการ

The objectives of the independent study on Marketing Mix Factors Affect Choosing Musical Schools in Mueang District, Chiang Mai Province as follow.

1. To study the mixed marketing factors which influence music school preference of customers in Mueang District , Chiang Mai.
2. To determine problems on the customers using service of the music school in Mueang District , Chiang Mai , in order to improve the service.

The population of this study is the parents of the students who study at music schools which are legally established under the approval of Ministry of Education in Chiang Mai. The device used to collect data was questionnaires. Which were given out to 200 people. The data was analyzed by a ready-made statistics program called SPSS for window . The analysis included the calculation of mean , percentage and frequency. The result of the research was analyzed and described as follows.

It was found in this study that generally the students take classes on Saturdays and Sundays. Most of the parents of students are between 30 - 39 years old , entrepreneurs, and hold Bachelor's degrees. Their salaries ranged from 10,001-20,000 baht .

The marketing factor that influences the parents the most in choosing a music school is the physical evidence and presentation. The other factors are people , place , process , product , price , promotion , respectively.

The most important product factor is the In Product factor , the questionnaire respondents pay attention quality of the musical instrument ; the instruments should be in good condition because this affects the teaching-learning process.

In Price factor ,tuition fee , the questionnaire respondents pay attention to it at a high level. The most important price factor is that it does not exceed 200 baht/hour.

In Place factor , the questionnaire respondents pay attention to it at a high level. The most important place factor is adequate parking lot.

In Promotion factor , the questionnaire respondents pay attention to it at a high level. The most important marketing promotion factor is that the services are promote by the school staff themselves.

In People factor , the questionnaire respondents pay attention to it at a high level. The most important people factor is that the staff is friendly.

In Process factor , the questionnaire respondents pay attention to them at a high level. The most important process factor is the efficiency of the services, such as class schedules, appointment scheduling , made-up class scheduling , etc.

In Physical evidence and presentation , the questionnaire respondents pay attention to it at a high level. The most important physical evidence factor is the school's atmosphere which motivates learning.

The problems in studying at musical schools in Mueang District are not enough musical instrument for the students, expensive tuition fee, not enough parking space inefficient public relations and school message announcements, inadequate and unclear information and suggestions from school staff, Small cassroom, not enough staff for the services.