

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีในสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคพายัพ วิทยาลัยพลศึกษาเชียงใหม่ วิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น วิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ และวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ และข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการเรียนคอมพิวเตอร์และข้อเสนอแนะต่าง ๆ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และค่าสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

### สรุปผลการศึกษา

#### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปี 1 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักโรงเรียนศูนย์บรมคอมพิวเตอร์เชียงใหม่มากเป็นอันดับ 1 รองลงมารู้จักโรงเรียนรัตนผลคอมพิวเตอร์ และโรงเรียนศิริเทพคอมพิวเตอร์ ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 84.80 ไม่เคยเรียนคอมพิวเตอร์จากโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์มาก่อน และส่วนใหญ่ร้อยละ 69.30 ยังไม่แน่ใจว่าอยากเรียนที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ใด รองลงมาร้อยละ 19.50 และร้อยละ 2.80 อยากเรียนที่โรงเรียนศูนย์บรมคอมพิวเตอร์เชียงใหม่ และโรงเรียนรัตนผลคอมพิวเตอร์ ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
ในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์**

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญมากอันดับ 1 ในเรื่องปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่/ทำเลที่ตั้ง)**

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ความเพียงพอของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (1 คน ต่อ 1 เครื่อง) และ ความทันสมัยของอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการเรียนการสอนตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ห้องเรียนมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ห้องน้ำสะอาด ห้องเรียนมีการติดเครื่องปรับอากาศ มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ใกล้สถาบันการศึกษา สถานที่ตั้งไม่มีการจราจรติดขัด และใกล้แหล่งชุมชน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยเรื่อง สถานที่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ระดับความสำคัญปานกลาง

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ในปัจจัยเรื่องหลักสูตรที่เปิดสอน อาจารย์ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญทางด้านคอมพิวเตอร์ จำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตร วันและเวลาเรียน ใบประกาศนียบัตรรับรองโดยกระทรวงศึกษาธิการ และอาจารย์ผู้สอนมาจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยให้ระดับความสำคัญมากในปัจจัยเรื่องการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และให้ระดับความสำคัญปานกลางกับปัจจัยด้านการโฆษณาตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามสายวิทยาศาสตร์ให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการอธิบายหลักสูตร การมีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การให้บริการอย่างสุภาพ และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง การที่พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และ การสื่อสารชัดเจน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามสายวิทยาศาสตร์ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การสื่อสารที่ชัดเจน ความรวดเร็วในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ การเข้าใจความต้องการของลูกค้า และความมีน้ำใจ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามสายสังคมศาสตร์ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการอย่างสุภาพ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดหลักสูตร และความมีน้ำใจ ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ในปัจจัยเรื่อง การฝึกปฏิบัติคอมพิวเตอร์นอกเวลาเรียนฟรี การแจกชั่วโมงเรียน การแจกเอกสารประกอบการเรียน การแจกซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการเรียนการสอน การลดราคาค่าเรียน การทดลองเรียนฟรี และการแจกแผ่นดิสก์เก็ต ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ในปัจจัยเรื่อง การจัดสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับความรู้ทางคอมพิวเตอร์ร่วมกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ และ การให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมของนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เช่น การให้สปอนเซอร์ ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการโฆษณา** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการโฆษณาโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามสายสังคมศาสตร์ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยในเรื่อง ใบปลิวหรือแผ่นพับ ป้ายโฆษณา วิทยุ และนิตยสารคอมพิวเตอร์ ตามลำดับ และให้ระดับความสำคัญปานกลางในปัจจัยเรื่อง หนังสือพิมพ์ ป้ายผ้า ไปรษณียบัตร และสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามสายวิทยาศาสตร์ให้ระดับความสำคัญปานกลางกับปัจจัยในเรื่อง ใบปลิวหรือแผ่นพับ ป้ายโฆษณา วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายผ้า นิตยสารคอมพิวเตอร์ ไปรษณียบัตร และสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามสายวิทยาศาสตร์ให้ระดับความสำคัญมากในปัจจัยเรื่อง ราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรต่ำกว่าที่อื่น ๆ ทดลองเรียนแล้วจึงจ่ายเงิน ราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรใกล้เคียงกับที่อื่น ๆ และการผ่อนชำระค่าเรียน ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามสายสังคมศาสตร์ให้ระดับความสำคัญมากในปัจจัยเรื่อง ราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรใกล้เคียงกับที่อื่น ๆ ราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรต่ำกว่าที่อื่น ๆ ทดลองเรียนแล้วจึงจ่ายเงิน และการผ่อนชำระค่าเรียนตามลำดับ ยกเว้นปัจจัยเรื่องการจ่ายค่าเรียนด้วยบัตรเครดิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ให้ระดับความสำคัญปานกลาง

### ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการเรียนคอมพิวเตอร์และข้อเสนอแนะต่าง ๆ

กลุ่มหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเรียนมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มหลักสูตรโปรแกรมสำเร็จรูป โดยหลักสูตร 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามสายวิทยาศาสตร์ส่วนใหญ่ต้องการเรียนมากที่สุด ได้แก่ Internet รองลงมา ได้แก่ Excel และ Visual Basic ตามลำดับ ส่วนหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามสายสังคมศาสตร์ส่วนใหญ่ต้องการเรียนมากที่สุด ได้แก่ Internet รองลงมา ได้แก่ PhotoShop และ WebPages Design ตามลำดับ

จำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ต้องการมากที่สุด ได้แก่ 30 ชั่วโมงต่อหลักสูตร รองลงมา ได้แก่ 20 ชั่วโมงต่อหลักสูตร และ 25 ชั่วโมงต่อหลักสูตร ตามลำดับ และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเรียนในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ มากกว่า วันจันทร์ - ศุกร์ และต้องการเรียนในช่วงเวลา 17:00 - 19:00 น. มากกว่าช่วงเวลาอื่น ๆ

ส่วนรูปแบบการคิดราคาค่าเรียนที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ส่วนใหญ่ต้องการมากที่สุด คือ การคิดราคาค่าเรียนแบบรายหลักสูตร รองลงมา คือ แบบรายชั่วโมง และ แบบรายวัน ตามลำดับ

## อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ สามารถอภิปรายผลการศึกษาดำเนินการตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

จากการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์" พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ในระดับสำคัญมากตามลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution Channel) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยด้านราคา (Price) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 P's) ของ Philip Kotler ที่กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด คือ ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution Channel) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีสอดคล้องกับรายงานการศึกษาแบบอิสระเรื่อง "กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" ของ เพชรมณี ประจวบพันธุ์ศรี ซึ่งพบว่าโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อกกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัย แต่การศึกษาทั้งสองแตกต่างกันในเรื่องของการให้ระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัย โดยนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะผู้บริโภคเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution Channel) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยด้านราคา (Price) ตามลำดับ ในขณะที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ในฐานะผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์(Product) เป็นอันดับแรก ราคา(Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) เป็นอันดับรอง ๆ ลงมา

จากการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์" พบว่า จำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุดได้แก่ 30 ชั่วโมงต่อหลักสูตร และต้องการเรียนในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ มากกว่า วันจันทร์ - ศุกร์ และต้องการเรียนในช่วงเวลา 17:00 - 19:00 น. มากกว่าช่วงเวลาอื่น ๆ ซึ่งมีสอดคล้องกับรายงานการศึกษาแบบอิสระเรื่อง "ความต้องการเข้าเรียนคอมพิวเตอร์ของนักศึกษาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่" ของ สาริมล เรื่องศิริ ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการกำหนดระยะเวลาของหลักสูตรประมาณ 30 ชั่วโมง และต้องการเรียนในเวลา 16:00 - 19:00 น. ในวันจันทร์ - ศุกร์ และ 09:00 - 12:00 น. ในวันเสาร์ - อาทิตย์

#### ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักโรงเรียนศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์เชียงใหม่มากเป็นอันดับ 1 รองลงมา รู้จักโรงเรียนรัตนผลคอมพิวเตอร์ และ โรงเรียนศิริเทพคอมพิวเตอร์ ตามลำดับ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยเรียนคอมพิวเตอร์จากโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์มาก่อนเลยนั้น ร้อยละ 69.30 ยังไม่แน่ใจว่าจะเรียนที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ใด และร้อยละ 30.70 มีความแน่ใจต่อการอยากเรียนคอมพิวเตอร์ โดยอยากเรียนที่โรงเรียนศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์เชียงใหม่มากที่สุด เนื่องมาจากราคาค่าเรียนจัดอยู่ในระดับราคาค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์อื่น ๆ (ดูภาคผนวก ก ประกอบ)
3. ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักโรงเรียนรัตนผลคอมพิวเตอร์มากเป็นอันดับ 2 แต่การศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยเรียนที่โรงเรียนรัตนผลคอมพิวเตอร์เลย เนื่องมาจากราคาค่าเรียนจัดอยู่ในระดับราคาค่อนข้างสูง อีกทั้งสถานที่ตั้งของโรงเรียนไกลจากสถาบันการศึกษาในแหล่งนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ในถนนสายเดียวกัน(ดูภาคผนวก ก ประกอบ)
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ โดยปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ
5. หลักสูตร 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามสายวิทยาศาสตร์ส่วนใหญ่ต้องการเรียนมากที่สุด ได้แก่ Internet รองลงมาได้แก่ Excel และ Visual Basic ตามลำดับ ส่วนหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามสายสังคมศาสตร์ส่วนใหญ่ต้องการเรียนมากที่สุดได้แก่ Internet

- รองลงมาได้แก่ PhotoShop และ WebPages Design ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเรียนนั้นจะเป็นไปตามความนิยมในช่วงนั้น ๆ
6. จำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุด ได้แก่ 30 ชั่วโมงต่อหลักสูตร รองลงมา ได้แก่ 20 ชั่วโมงต่อหลักสูตร และ 25 ชั่วโมงต่อหลักสูตร ตามลำดับ
  7. ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเรียนในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ มากกว่า วันจันทร์ - ศุกร์ และต้องการเรียนในช่วงเวลา 17:00 - 19:00 น. มากกว่าช่วงเวลาอื่น ๆ
  8. ส่วนรูปแบบการคิดราคาค่าเรียนที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการมากที่สุด คือ การคิดราคาค่าเรียนแบบรายหลักสูตร รองลงมา คือ แบบรายชั่วโมง และ แบบรายวัน ตามลำดับ
  9. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์พบว่าส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันระหว่างนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์ และสายสังคมศาสตร์

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้การแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ที่รุนแรงมากขึ้น และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ดังนั้นโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ควรมีการขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มตลาดอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากกลุ่มนักศึกษา และควรใช้กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เพื่อสร้างจุดเด่นให้แตกต่างจากคู่แข่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product differentiation)** โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ควรเปิดสอนหลักสูตรคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และอยู่ในความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยชื่อหลักสูตรคอมพิวเตอร์นั้นจะต้องแปลกและน่าสนใจ เพื่อสร้างจุดเด่นให้แตกต่างจากคู่แข่ง อาจารย์ผู้สอนจะต้องมีความเชี่ยวชาญทางด้านคอมพิวเตอร์สูงมาจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง มีทักษะและมีประสบการณ์ในการสอนคอมพิวเตอร์ โดยจะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้เรียนเกิดเชื่อมั่นและมั่นใจในการเรียน อีกทั้งจำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตรจะต้องเหมาะสมกับราคาค่าเรียนและผู้เรียนสามารถกำหนดวันและเวลาเรียนได้ โดยทางโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์จะ

ต้องมีการออกใบประกาศนียบัตรรับรอง โดยกระทรวงศึกษาธิการให้สำหรับผู้เรียนที่เรียนจบหลักสูตรทุกคน และต้องระลึกเสมอว่าโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ไม่เพียงแต่ผลิตผู้เรียนที่มีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องความสามารถในการประกอบอาชีพ หลังสำเร็จการศึกษาไปแล้วด้วย

**ความแตกต่างด้านบริการ (Service differentiation)** โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ควรมีบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเรื่องคอมพิวเตอร์หลังจากผู้เรียนเรียนจบหลักสูตรไปแล้วโดยไม่คิดมูลค่า อีกทั้งแนะนำอาชีพหลังจากเรียนจบหลักสูตร สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความแตกต่างด้านบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง และลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ

**ความแตกต่างกันด้านบุคลากร (Personal differentiation)** โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ควรให้ความสำคัญกับการจ้างและฝึกพนักงานที่ดีกว่าคู่แข่ง โดยเน้นในเรื่องการที่พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และ ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดหลักสูตร การให้บริการอย่างสุภาพ การสื่อสารที่ชัดเจน ความรวดเร็วในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ ความมีน้ำใจ และการเข้าใจความต้องการของลูกค้า

**ความแตกต่างกันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel differentiation)** โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ควรให้ความสำคัญมากในเรื่องการมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่เพียงพอในการเรียน (1 คน ต่อ 1 เครื่อง) และ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการเรียนการสอนจะต้องทันสมัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า และการเลือกทำเลที่ตั้งก็มีความสำคัญเช่นกัน โดยควรมีการเลือกทำเลที่ตั้งโรงเรียนในสถานที่ที่มีที่จอดรถสะดวกสบาย ใกล้สถาบันการศึกษา ไม่มีการจราจรติดขัด ใกล้แหล่งชุมชน ควรมีการจัดห้องเรียนให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยดูทันสมัย อีกทั้งควรมีการติดเครื่องปรับอากาศ และห้องน้ำจะต้องสะอาด เพื่อมอบความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าทุกคน

**ความแตกต่างกันด้านภาพลักษณ์ (Image differentiation)** โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ควรมีส่วนร่วมกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในการจัดสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับความรู้ทางคอมพิวเตอร์ และการให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมของนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เช่น การให้สปอนเซอร์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ที่มีความสนใจด้านคอมพิวเตอร์ได้ ซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์

นอกจากนั้น โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ควรสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเน้นที่ด้านการส่งเสริมการขายโดยเฉพาะอย่างยิ่งควรจัดให้มีการฝึกปฏิบัติคอมพิวเตอร์นอกเวลาเรียนฟรีโดยทางโรงเรียน สอนคอมพิวเตอร์ควรจัดให้มีแบบฝึกหัดสำหรับผู้เรียนด้วย ในกรณีที่มีปัญหาระหว่างการฝึกปฏิบัติควรมีพนักงานที่สามารถให้ความช่วยเหลือได้ การฝึกปฏิบัติคอมพิวเตอร์นอกเวลาเรียนนี้จะทำให้ผู้เรียนเกิดความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และก่อให้เกิดการสัมฤทธิ์ผลทางการเรียนอีกด้วย

โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ควรมีการจัดทำฐานข้อมูล เกี่ยวกับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ให้เป็นประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่เคยเรียนกับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ สามารถนำมาใช้ในการวางแผนทางการตลาด และนำเสนอข่าวสารไปยังลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรมีการทำวิจัยสำรวจความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาปรับปรุงข้อบกพร่อง และสามารถค้นพบความต้องการใหม่ๆ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด

สำหรับผู้ที่มีความสนใจจะศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์นั้น จะเห็นได้จากโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันจะเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักศึกษา ซึ่งกลุ่มนี้เริ่มจะเปลี่ยนไปเรียนคอมพิวเตอร์จากสถาบันการศึกษามากกว่าเรียนที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ ผู้เขียนขอแนะนำให้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มองค์กร เป็นต้น โดยผลการศึกษาจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการวางแผนขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มตลาดอื่น ๆ ต่อไปและจะช่วยลดความเสี่ยงให้แก่ธุรกิจได้