

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน ใน  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวเพชรณิ ประจวบพันธ์ศรี

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์ บุญเจือย ประธานกรรมการ

อาจารย์ อรชร์ มณีสงฆ์ กรรมการ

อาจารย์ นิตยา วัฒนคุณ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์  
เอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนใช้ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการดำเนินงานของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ศึกษาจากประชากรทั้งหมด คือ โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์  
เอกชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามระเบียบของกระทรวง  
ศึกษาธิการซึ่งมีทั้งหมด 11 แห่งแบ่งเป็นประเภทศูนย์อบรมโปรแกรมอย่างเป็นทางการ  
2 แห่งและโรงเรียนที่ไม่ได้เป็นศูนย์อบรมโปรแกรมอย่างเป็นทางการ ( โรงเรียนทั่วไป )

9 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำ  
การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ABSTAT ด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ย อัตราร้อยละ ค่า  
ความถี่ และรายงานผลการวิจัยโดยการบรรยายความเชิงพรรณนาวิเคราะห์ ปรากฏผลดังนี้

ในการศึกษาพบว่า โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนส่วนใหญ่เปิดดำเนินงานมา  
แล้ว 1-3 ปี โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มบุคคลทั่วไป โดยแต่ละแห่งพบว่าลูกค้า  
ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน โรงเรียนได้จัดให้มีเครื่องคอมพิวเตอร์  
สำหรับใช้ในการเรียนการสอนประมาณ 11-15 เครื่อง มีห้องที่ใช้ในการเรียนเพียง  
1 ห้อง มีผู้สอนอยู่ 4-6 คน วัตถุประสงค์การศึกษาของผู้สอนส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี  
ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมเลือกเรียนในวันธรรมดา เวลา 17.30-20.00 น. โรงเรียนส่วนใหญ่

หยุดวันอาทิตย์ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของโรงเรียนส่วนใหญ่อยู่ในระดับน่าพอใจ

โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์์ส่วนประสมการตลาดในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับรอง ๆ ลงมา

กลยุทธ์ในด้านผลิตภัณฑ์นั้น โรงเรียนส่วนใหญ่มีการจัดการด้านหลักสูตรวิชาหรือ การเลือกเปิดสอนหลักสูตรวิชาต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้าและความพร้อมด้านผู้สอน ซึ่งกลุ่มหลักสูตรวิชาที่มีผู้นิยมเรียนมากที่สุด คือ กลุ่มหลักสูตรโปรแกรมสำเร็จรูปและกลุ่ม หลักสูตรภาษาโปรแกรม อุปกรณ์และสื่อการสอนที่ใช้มีทั้งอุปกรณ์พื้นฐานและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สอดคล้องกับหลักสูตรวิชาที่สอน เน้นใช้ผู้สอนที่มีความรู้และมีความสามารถในการถ่ายทอด ด้วยการจ้างอาจารย์จากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ และผู้เชี่ยวชาญที่ทำงานในสายงานคอมพิวเตอร์ สำหรับบริการในด้านอื่นๆ ได้แก่ การรับเขียนโปรแกรม การให้เข้าใช้เครื่อง คอมพิวเตอร์ การขายเครื่องและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ด้านการสร้างภาพพจน์ชื่อเสียง ส่วนใหญ่เน้นที่กระทรวงศึกษาธิการรับรอง สร้างบริการให้เป็นที่ประทับใจและการใช้ วิทยากรผู้สอนที่มีชื่อเสียง

กลยุทธ์ในด้านราคานั้น โรงเรียนส่วนใหญ่กำหนดราคาค่าเรียนโดยดูจาก คู่แข่งขันเป็นหลักประกอบกับคุณภาพของบริการที่ให้กับลูกค้า กรณีสอนเป็นกลุ่มคิดค่าเรียน เป็นรายวิชา สำหรับกรณีสอนเดี่ยวหรือสอนตัวต่อตัวนิยมคิดค่าเรียนเป็นรายชั่วโมง โดย ค่าเรียนทั้งหมดผู้เรียนต้องชำระก่อนเริ่มเรียน

กลยุทธ์ในด้านสถานที่นั้น โรงเรียนส่วนใหญ่เลือกตั้งโรงเรียนในทำเลที่ติด ถนนใหญ่ ใกล้แหล่งชุมชนที่บริเวณใกล้เคียงมีทั้งสำนักงานและ/หรือสถานศึกษา มีที่จอดรถ เพียงพอ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางโรงเรียนจัดมีไว้ให้ ได้แก่ ห้องเรียนปรับอากาศ ห้องเรียนที่สะดวกสบาย ห้องน้ำสะอาด ที่จอดรถสะดวก

กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดนั้น โรงเรียนส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อโฆษณาทาง ใบปลิว ป้ายผ้า การโฆษณาทางไปรษณีย์ ด้านการส่งเสริมการขายใช้กลยุทธ์การแจกแถม และการลดราคา ด้านการประชาสัมพันธ์มีการให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมของ นักเรียน นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงของโรงเรียนให้เป็นที่ รู้จักในหมู่นักเรียน นักศึกษา

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ปัญหาด้านคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น จำนวนผู้เรียนมีน้อยและไม่สม่ำเสมอ การจัดกลุ่มเรียนยาก เนื่องจากผู้เรียนมีเวลาว่างไม่ตรงกัน ปัญหาการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีของซอฟต์แวร์ ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายและทุนดำเนินงานที่มีจำกัด ปัญหาการหาผู้สอนยากในบางหลักสูตร

ปัญหาด้านทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม      ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์จะทำให้กลุ่มเป้าหมาย  
รับทราบข้อมูลได้ทั่วถึงในเวลาที่ต้องการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** : Marketing Strategy for Private Computer  
Schools in Amphoe Muang, Changwat  
Chiang Mai

**Author** : Miss Petmanee Prajuabpansri

**M.B.A** : Business Administration

**Examining Committee** :

Assist. Prof.	Dararatana	Boonchaliew	Chairman
Lecturer	Orachorn	Maneesong	Member
Lecturer	Nittaya	Wattanakun	Member

#### Abstract

The objectives of the independent study on " Marketing Strategy for Private Computer Schools in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai." were to study :

1. The marketing strategy of private computer schools.
2. The problems on operating private computer schools.

This study was done among all the 11 private computer schools in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai and which were legally established in line with the policy of the Ministry of Education. There were 2 Authorized Training Centers, 9 Non Authorized Training Centers. The device used to collect the data was a questionnaire. The data was analyzed by a statistic package program (ABSTAT). 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 most of the private computer schools had opened for 1-3 years. Their target customers were general persons and most of their customers in each school were student group and working group. The schools had approximately 11-15 computers for training, 1 classroom and

4-6 instructors. Most instructors graduated with a bachelor degree. The period that the customers prefer to study was on the work day between 17.30 pm. - 20.00 pm. Most private computer schools closed on sunday. Most of them were satisfied with their operation.

As for component of marketing mix; the private computer schools gave the first priority to products, then price, place and promotion respectively.

In their product strategy, most private computer schools normally open classes that were best fit to their customers' need and the availability of their instructors. The courses that most customers like to study were software package and programming language. The schools might have basic facilities for their classes or more advanced facilities necessary for some courses. The schools emphasized on knowledge and teaching ability of instructors. Good instructors were university college instructors and computer professionals. Most schools have other services provided with their courses such as computer programming, computer for rent and selling computer and its device. The schools' image could be improved by certificates conferred by the Ministry of Education. Excellent service and wellknown instructors would also impress customers.

In their price strategy, most schools set up the fees by comparing the training fees with the competitors and considering the quality of service which was offered to their customers. For group lesson, there were fixed fees for each course but the rate of individual or private lesson was determined by the number of studying hours. The fees had to be paid in advance.

In their place strategy, most schools chose their lacion on main streets, close to business area or education institutes, and with enough parking facilities. The schools

provided such facilities as air-conditioners, comfortable classrooms, clean toilets and convenient parking areas.

In their promotion strategy; advertisements were in form of leaflets, sign boards, and direct mails; sales promotion in form of discount and premium; and publicity in form of supporting student's activities so that the schools would be well-known among students.

The most important problems and threats on operating the private computer schools were the increasing number of competitors, unstable number of students, difficulty in setting up a class, development of technology for new software, limited funds as well as capital, difficulty in recruiting instructors for some courses, inappropriate location and the problem of publicity for target market within a proper time.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved