

แผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนนักเรียนของสถาบันกวดวิชาและภาษาเคนศวร
จังหวัดขอนแก่น
MARKETING PLAN TO INCREASE STUDENTS NUMBER OF KANESUAN
ACADEMIC CENTER, KHON KAEN

พลอยไพลิน สมอเนื้อ¹
อำพน ห่อนาค²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาและภาษาเคนศวร จังหวัดขอนแก่น 2.) เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขัน และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสถาบันกวดวิชาและภาษาเคนศวร จังหวัดขอนแก่น 3.) เพื่อวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดจำนวนนักเรียนสถาบันกวดวิชาและภาษาเคนศวร จังหวัดขอนแก่น การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นนักเรียนที่เรียนที่สถาบันกวดวิชาและภาษาเคนศวร จำนวน 360 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม รวมทั้งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปของธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด และส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่าสถาบันมีจุดอ่อนในด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาดังกล่าวจึงได้นำเสนอ 6 โครงการ โครงการระยะสั้นคือ 1.)มอบทุนการศึกษา 2.)แนะนําน้อง 3.)ติวฟรีจากรุ่นพี่สู่น้อง โครงการระยะยาว คือ 4.)พัฒนาบุคลากรทางการศึกษา 5.)ปรับปรุงเว็บไซต์ 6.)สร้างแอปพลิเคชันเคนศวร

คำสำคัญ : แผนการตลาด สถาบันกวดวิชา

Abstract

This study aimed to 1.) Study of consumer behavior and Marketing mix factors that influence the decision of the students who choose to study at Kanesuan Academic Center, Khon Kaen 2.) Study Competition And internal and external environment within Kanesuan Academic Center, Khon Kaen 3.) The marketing plan to increase the number of students in Kanesuan Academic Center, Khon Kaen. The questionnaire was used in gathering data from 360 samples. (The student population of Kanesuan Academic Center, Khon Kaen.) The General Environment Analysis, Competitive Analysis, SWOT and TOWS Matrix were applied in order to plan the Marketing Plan Kanesuan Academic Center's weaknesses are marketing and promotional strategies, and also the lack of appropriate and attractive public relations channels. Therefore, both short-term and long-term projects for marketing plan were set as follow; 1) Scholarships 2) Counseling activities, 3) Free tutoring course (by the former students), 4) Development of educational personnel 5) Kanesuan Application and 6) Updating the website

Keywords : Marketing Plan, Tutor

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² รองศาสตราจารย์ สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ในอดีตสถาบันกวตวิชาในประเทศไทยนั้น ถือว่าได้รับความนิยมจากเด็กนักเรียนเป็นอย่างมาก เนื่องจากสังคมเน้นการสอบ การแข่งขันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสอบเข้าเรียนในระดับมัธยมต้น-มัธยมปลาย และการสอบเข้ามหาวิทยาลัย ในขณะที่ไผ่ฝืน เพราะเทคนิคการสอนที่ไม่เหมือนกับในโรงเรียน เป็นอีกทางเลือกที่ช่วยเพิ่มความเข้าใจและช่วยให้ทำคะแนนได้ดีขึ้น แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันการเรียนพิเศษที่สถาบันกวตวิชาได้เปลี่ยนไป ด้วยปัจจัยด้านการเมืองและเศรษฐกิจ ส่งผลให้การขยายสาขาและการตลาดของกวตวิชานั้นชะลอตัวลงและจำนวนเด็กที่เรียนกวตวิชาที่มีจำนวนลดลง จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นอีกหนึ่งสถาบันที่เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศไทย มีอัตราการสอบแข่งขันเข้าเรียนมากที่สุด ในภูมิภาค ในทุกช่วงปิดภาคการศึกษา จะมีนักเรียนทั้งในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัดเข้ามาเรียนพิเศษเป็นจำนวนมาก เพื่อเตรียมความพร้อมกับการสอบเข้ามหาวิทยาลัย สถาบันกวตวิชาและภาษาคณศรเป็นสถาบันหนึ่งที่เป็นทางเลือกของนักเรียนนักศึกษา เพราะได้รับการยอมรับจากผู้ปกครองและนักเรียนกว่า 21 ปี ซึ่งสถาบันกวตวิชาและภาษาคณศรจดทะเบียนตั้งเป็นโรงเรียนเอกชน อยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงศึกษาธิการ [1] ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 สถาบันกวตวิชาและภาษาคณศรประสบกับปัญหาจำนวนเด็กที่มาเรียนลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการเปิดสอนกวตวิชาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนต่างๆ หลายโรงเรียนยังเปิดสอนพิเศษเอง เด็กนักเรียนนิยมเรียนกับครูตามที่โรงเรียนมากขึ้น และผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนพิเศษที่บ้าน โดยจ้างครูไปสอนที่บ้านเพื่อเป็นการดูแลบุตรหลานไปในตัวด้วย ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัญหาและสาเหตุต่างๆ เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาและวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดจำนวนนักเรียนกวตวิชาของสถาบันให้เพิ่มมากขึ้น โดยมีเป้าหมายในปี 2558 ให้มีจำนวนนักศึกษาเพิ่มมากขึ้นอีกร้อยละ 10 จากปีที่ผ่านมา ดังภาพที่ 1

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวตวิชาและภาษาคณศร จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขัน และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสถาบันกวตวิชาและภาษาคณศร จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดจำนวนนักเรียนสถาบันกวตวิชาและภาษาคณศร จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินงาน

1. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวตวิชาและภาษาคณศร จังหวัดขอนแก่น

1.1 ประชากร คือ นักเรียนนักศึกษาของสถาบันกวตวิชาคณศร จังหวัดขอนแก่น ประจำปี 2557 โดยมีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 3,413 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาโร ยามาเน (Yamane Taro, 1973) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือก นักเรียนที่เลือกเรียนที่สถาบันกวตวิชาและภาษาคณศร จังหวัดขอนแก่น การคำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างดังนี้

แทนค่าดังนี้
$$n = \frac{3,413}{1+3,413(0.05)^2} = 358 \quad (1)$$

ผลการคำนวณ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คน

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา แบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนเลือกเรียน มี 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อสถาบันกวดวิชาโดยใช้มาตรวัดระดับความสำคัญ

5 ระดับ	1.00 -1.80	คะแนน	หมายถึง	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับสำคัญน้อยสุด
	1.81 -2.60	คะแนน	หมายถึง	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญน้อย
	2.61-3.40	คะแนน	หมายถึง	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับสำคัญปานกลาง
	3.41-4.20	คะแนน	หมายถึง	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับสำคัญมาก
	4.20-5.00	คะแนน	หมายถึง	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับสำคัญมากที่สุด

นำแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อถือ (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของ Cronbach ผลการทดสอบความเชื่อถือในแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.91

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและจากแบบสอบถามนักเรียนของสถาบันกวดวิชาและภาษาคณศร จังหวัดขอนแก่น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ วารสารเอกสารต่าง

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษานำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (version 17) ในการวิเคราะห์ผล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ศึกษาสภาพการแข่งขันและสภาพแวดล้อมภายในภายนอกของสถาบันกวดวิชาและภาษาคณศร จังหวัดขอนแก่น

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน จากนั้นนำมาวิเคราะห์สภาพในการแข่งขัน โดยใช้หลักทฤษฎี Five Force Model ประกอบด้วยภาวะคุกคามจากผู้เข้ามาใหม่ การแข่งขันกับคู่แข่งปัจจุบัน สินค้าทดแทน อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจต่อรองผู้ขาย วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด

3. ศึกษาการวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดจำนวนนักเรียนสถาบันกวดวิชาและภาษาคณศร จังหวัดขอนแก่น

หลังจากศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนเลือกเรียนแล้วนำข้อมูลมาทำการแล้วการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด ของสถาบัน การวิเคราะห์สภาพในการแข่งขันธุรกิจกวดวิชา เพื่อนำข้อมูลมากำหนดแนวทางการวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดจำนวนนักเรียนสถาบันกวดให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในปี 2558

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาและภาษาเคนศร จังหวัดขอนแก่น

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.20) กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ร้อยละ 43.30) ศึกษาในแผนกสายวิทย์ – คณิต (ร้อยละ 76.90) เกรดเฉลี่ย 3.50 ขึ้นไป (ร้อยละ 40.60) อาชีพผู้ปกครองรับราชการ (ร้อยละ 36.40) รายได้ต่อครอบครัว 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 25.60)

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจของนักเรียนต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันกวดวิชาและภาษาเคนศร จังหวัดขอนแก่น 1)ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ สถาบันมีการสอนทันสมัยและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) สถาบันมีการสอนอย่างมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ชื่อเสียงของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.91) 2.)ด้านราคา ระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ สถาบันแสดงจำนวนค่าเล่าเรียนชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.97) สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 3.86) สถาบันมีอัตราค่าเรียนที่เหมาะสมกับคุณภาพการสอน (ค่าเฉลี่ย 3.80) 3.) ด้านสถานที่ ระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีรถประจำทางผ่านตลอดสาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.70) 4.) ด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ สถาบันแจกเอกสารการเรียนฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.93) สถาบันให้ส่วนลดกับนักเรียนเก่า (ค่าเฉลี่ย 3.87) 5.) ด้านบุคลากร ระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ สถาบันมีอาจารย์ที่มีชื่อเสียงและคุณวุฒิที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.01) อาจารย์มีเทคนิคและวิธีการสอนที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเอาใจใส่ (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.88) 6.) ด้านกระบวนการให้บริการ ระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระยะเวลาสอนเหมาะสมกับเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.20) ระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ความตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.07) การอธิบายเป็นลำดับขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.97) 7.) ด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ภายในห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.07) บรรยากาศภายในห้องเรียนอากาศถ่ายเทได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความสะดวกของห้องเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ขนาดของห้องเรียนต่อจำนวนนักเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.74)

1.3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักเรียนที่เลือกเรียนสถาบันกวดวิชาและภาษาเคนศร จังหวัดขอนแก่น

ด้านการเข้าใช้บริการ พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยเรียน (ร้อยละ 61.90) เลือกเรียนคอร์สสำหรับนักเรียน ม.6 (ร้อยละ 18.10) สาเหตุที่ทำให้เลือกเรียน มีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย (ร้อยละ 64.70) บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกเรียนกวดวิชา คือตัวท่านเอง (ร้อยละ 56.10) ช่วงเวลาในการเรียนกวดวิชา คือ ปิดเทอม (ร้อยละ 84.20) ค่าใช้จ่ายในการเรียนโดยเฉลี่ย 5,000 – 10,000 บาท (ร้อยละ 43.30) ช่องทางชำระเงิน คือสถาบันโดยตรง (ร้อยละ 72.80)

2. ผลการศึกษาสภาพการแข่งขัน และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสถาบันกวดวิชาและภาษาเคนศร จังหวัดขอนแก่น

2.1 การวิเคราะห์สภาพในการแข่งขัน (Five Forces Model)

ด้านภาวะคุกคามจากผู้เข้ามาใหม่พบว่าปัจจุบันนักเรียนสนใจการเรียนพิเศษกับครูที่โรงเรียนมาก

ขึ้น เป็นการเรียนพิเศษหลังเลิกเรียนและให้ครูที่โรงเรียนสอนพิเศษเอง จึงทำให้ความรุนแรงในการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ด้านการแข่งขันกับคู่แข่งปัจจุบัน มีการเปิดสอนพิเศษอย่างต่อเนื่อง เขตพื้นที่ขอนแก่นเขต 1มีทั้งหมด 52 สถาบัน ทำให้การแข่งขันอยู่ในระดับมาก [2] ด้านสินค้าทดแทน พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตต่างๆ เช่น การเรียนออนไลน์ ดิวออนไลน์ ดิวข้อสอบ เฉลยข้อสอบ ตามเว็บไซต์ต่างๆ ที่เปิดให้เรียนฟรี ทำให้ส่งผลกระทบต่อในด้านลบระดับน้อย ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ มีอำนาจการต่อรองค่อนข้างต่ำ เพราะทางสถาบันได้ระบุอัตราค่าเรียนไว้เรียบร้อยแล้ว ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ขาย การจัดหาบุคลากรทางการศึกษาหรือครู อาจารย์ที่ปัจจุบันบุคลากรทางการศึกษามีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการของสถาบันกวดวิชา จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อในด้านบวกในระดับปานกลาง

2.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths) มีหลักสูตรให้เลือกเรียนที่หลากหลาย มีรถประจำทางผ่านตลอดสาย มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ปกครอง

จุดอ่อน (Weaknesses) ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและโดดเด่น ยังไม่เป็นที่รู้จักมากพอสำหรับเด็กต่างจังหวัด และยังขาดการทำการตลาดแบบใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักเรียน

โอกาส (Opportunities) จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการศึกษา ทำให้สถาบันกวดวิชาเป็นที่ต้องการในการเตรียมพร้อมสอบเข้าศึกษาต่อ และการเรียนพิเศษกลายเป็นวัฒนธรรมของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา

ข้อจำกัด (Threats) การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553-2583 ประชากรช่วงอายุ 15-19 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชา จะส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของโรงเรียนกวดวิชาในระยะยาว [3]

3. ผลการศึกษาการวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดจำนวนนักเรียนสถาบันกวดวิชาและภาษา คณศร จังหวัดขอนแก่น

การจัดทำการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดจำนวนนักเรียนกวดวิชาของสถาบันกวดวิชาคณศร จังหวัดขอนแก่น ให้เพิ่มมากขึ้น โดยมีเป้าหมายในปี 2558 ให้มีจำนวนนักศึกษาเพิ่มมากขึ้นอีกร้อยละ 10 จากปีที่ผ่านมา โดยแบ่งการเป็น 6 โครงการ ดังนี้ 1.) โครงการมอบทุนการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมนักเรียนที่เรียนดี นักเรียนที่มีความสามารถในด้านต่าง ๆ ให้ได้รับทุนการศึกษา 2.) โครงการ แนะนำน้องมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ ข่าวสาร สาระในการเตรียมตัวเข้ามหาวิทยาลัยสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 3.) โครงการติวฟรีจากรุ่นพี่สู่น้อง มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทางสถาบัน 4.) โครงการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา เพื่อปรับปรุงการสอนให้ดีขึ้น เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดเติบโต และมั่นคง 5.) โครงการปรับปรุงเว็บไซต์มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ทราบถึง หลักสูตร โปรแกรม การเรียนการสอนของทางสถาบันกวดวิชา 6.) โครงการสร้างแอปพลิเคชันคณศร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้จดจำแบรนด์ได้ง่ายขึ้น ดังตารางที่ 1

สรุปและอภิปรายผล

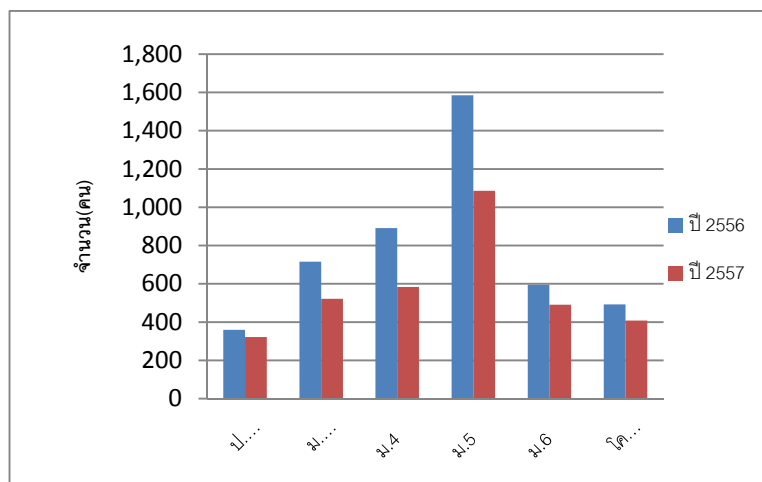
จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า แผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนนักเรียน ให้เพิ่มจำนวนนักเรียนร้อยละ 10 ในปี 2558 มีแผนการตลาดเป็น 2ระยะคือ ระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งประกอบด้วย 6 โครงการ ดังนี้ 1.) โครงการมอบทุนการศึกษา 2.) โครงการแนะนำน้อง 3.) โครงการติวฟรีจากรุ่นพี่สู่น้อง 4.) โครงการพัฒนาบุคลากรทางการ

ศึกษา 5.) โครงการปรับปรุงเว็บไซต์ 6.)โครงการสร้างแอปพลิเคชัน โดยใช้งบประมาณทั้งหมด จำนวน 73,100 บาท

เอกสารอ้างอิง

- [1] สถาบันกวดวิชาและภาษาคณศร. (2553). ข้อมูลทั่วไปของโรงเรียน. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2558, จาก http://www.kckk.com/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=111
- [2] สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมเอกชน. (2557). ระบบฐานข้อมูลโรงเรียนเอกชน. ค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2558, จาก <http://edoc.opec.go.th/pdc/index.php?index=search>
- [3] ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. (2558). โรงเรียนกวดวิชาปี 58 แข่งขันรุนแรงขึ้นคาดจำนวนนักเรียนไม่ลดลงส่งผลให้ตลาดยังคงเติบโต 6.8%. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2558, จาก[http://www.manager.co.th/iBiz Channel/ViewNews.aspx?NewsID=958000_0030501](http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=958000_0030501)

ภาพที่ 1 เปรียบเทียบจำนวนนักเรียนกวดวิชาในแต่ละคอร์สในปี 2556-255



ที่มา : สถาบันกวดวิชาและภาษาคณศร (2557)

ตารางที่ 1 แผนการดำเนินงานโครงการ 2558

โครงการ	ระยะเวลาดำเนินงาน											งบประมาณ (บาท)
	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย.	พ.ค.	ก.ค	ส.ค	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย	ธ.ค	
โครงการระยะสั้น												
1. มอบทุนการศึกษา												5,200
2. แนะนำหนังสือ												7,000
3. ตีพิมพ์จากฐานข้อมูลที่ฐานข้อมูล												10,000
รวมค่าใช้จ่ายโครงการระยะสั้น												20,200
โครงการระยะยาว												
4. พัฒนาบุคลากรทางการศึกษา												20,000
5. ปรับปรุงเว็บไซต์												22,900
6. สร้างแอปพลิเคชันคนแคว												10,000
รวมค่าใช้จ่ายโครงการระยะยาว												52,900
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด												73,100