

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	3
1.3.1 บริเวณที่ทำการศึกษา.....	4
1.3.2 ช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา.....	5
1.4. วิธีการศึกษา	5
1.5 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล.....	6
1.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data).....	6
1.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data).....	7
1.6 ข้อจำกัดของการศึกษา.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7

2	กรอบแนวคิดทางทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1	การนำเสนอแนวคิดทางทฤษฎี	10
2.1.1	แนวคิดทางทฤษฎีเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโรงเรียนกวดวิชา.....	10
1)	ความหมายของตลาด	10
2)	ทฤษฎีโครงสร้างการตลาด	10
3)	ทฤษฎีตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด	11
3.1)	จำนวนของโรงเรียนกวดวิชาและลักษณะการกระจายของตลาด.....	12
3.2)	การให้บริการความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษของแต่ละโรงเรียน.....	15
3.3)	ความยากง่ายของการเข้าสู่ตลาด (Barrier to entry).....	16
2.1.2	แนวคิดทางทฤษฎีเพื่อศึกษาพฤติกรรมการแข่งขัน.....	19
2.1.2.1	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา	20
2.1.2.2	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ด้านราคา	23
2.1.3	แนวคิดทางทฤษฎีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด.....	25
2.2	งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง.....	26
2.2.1	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนกวดวิชา.....	26
2.2.2	เทคนิคของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างและพฤติกรรมตลาด.....	30
3	ระเบียบวิธีการศึกษา	33
3.1	กรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโรงเรียนกวดวิชา.....	33
3.2	กรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขัน	39
3.2.1	พฤติกรรมแข่งขันทางด้านราคา	39
3.2.2	พฤติกรรมแข่งขันและไม่ใช่ราคา	39
3.3	กรอบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกวดวิชา.....	39

4	ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา	40
4.1	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา.....	41
4.1.1	ศึกษาถึงลักษณะบริการความรู้ภาษาอังกฤษ.....	41
4.1.2	ศึกษาถึงจำนวนผู้ซื้อ จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ อำนาจทางการตลาด และการวัดกระจุกตัว	43
4.1.3	ความสามารถในการทดแทนความรู้ภาษาอังกฤษจากการเรียนกวดวิชา.....	57
4.1.4	การเข้าออกจากตลาด.....	59
4.1.5	ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร	62
4.2	การวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา.....	64
4.2.1	พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา	65
4.2.1.1	รูปแบบการใช้อำนาจจากการผูกขาดในการกำหนดราคา	65
4.2.1.2	ทัศนคติของผู้บริหารกิจการต่อการตั้งราคา.....	81
4.2.1.3	การเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียน	86
4.2.2	พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา	91
4.3	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกวดวิชากับสภาพแวดล้อม.....	93
4.3.1	กลุ่มที่มีอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	93
4.3.2	กลุ่มที่มีอัตราการเติบโตของรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง	96
4.3.3	กลุ่มที่มีอัตราการเติบโตของรายได้คงที่	100
4.4	ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่	102
4.5	ทัศนคติของนักเรียนนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนกวดวิชา	104
4.6	ทัศนคติของนักเรียนนักศึกษาที่มีต่อการปรับปรุงคุณภาพหลักสูตร.....	105
5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	107
5.1	บทสรุป.....	107
5.1.1	สภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา.....	108
5.1.2	พฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา.....	109

5.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจโรงเรียนกวดวิชากับสภาพแวดล้อม.....	110
5.1.4 ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารกิจการหรือเจ้าหน้าที่.....	111
5.1.5 ทักษะคตินักเรียนนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนกวดวิชา.....	112
5.1.6 ทักษะคตินักเรียนที่มีต่อการปรับปรุงหลักสูตร.....	112
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	113
5.3 ข้อจำกัดทางการศึกษา.....	114
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป.....	114
บรรณานุกรม.....	116
ภาคผนวก.....	119
ก. ประเด็นที่จะถามผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ในสถาบันกวดวิชา.....	120
ข. แบบสอบถาม (ในส่วนของนักเรียน).....	125

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนโรงเรียนกวดวิชาในประเทศไทย ปี 2528- 2550.....	2
1.2 จำนวนโรงเรียนกวดวิชาในประเทศไทย จำแนกตามเขต ปี 2547.....	4
4.1 รายชื่อโรงเรียนกวดวิชาที่ตั้งไว้ในแต่ละเขตพื้นที่.....	46
4.2 การกระจุกตัวของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยใช้มูลค่าซื้อขาย.....	47
4.3 ส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนนักศึกษาของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อ ต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ.....	48
4.4 การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นสองของสถาบันกวดวิชา Inlingua.....	68
4.5 การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นสองของโรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษา.....	69
4.6 การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นสองของสถาบันภาษาและคอมพิวเตอร์อีซีซี.....	70
4.7 การแบ่งแยกราคาขายระดับที่สามของสถาบันกวดวิชา BB&C Language School....	71
4.8 การแบ่งแยกราคาขายระดับที่สามของสถาบันกวดวิชา Inlingua.....	72
4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมงกับอัตราการกระจุก (โดยใช้ส่วนแบ่งรายได้) ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อต่อระดับอุดมศึกษา ในต่างประเทศ ในปี 2551 และครึ่งปีแรกของปี 2552 (ถึงเดือนกรกฎาคม).....	72
4.10 การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อของสถาบันกวดวิชา Inlingua.....	77
4.11 การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อของโรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษา.....	77
4.12 การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อของโรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษา.....	78
4.13 ตั้งราคาขายแบบการขายควบแบบผสมของโรงเรียนดวงใจภาษาต่างประเทศ.....	79
4.14 ตั้งราคาขายแบบการขายควบแบบผสมของโรงเรียนกวดวิชาบ้านความรู้.....	80
4.15 สรุปทิศทางการปรับราคาค่าเล่าเรียนต่อต้นทุนที่เกิดขึ้น.....	85
4.16 การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร IELTS ในเขตปทุมวัน.....	87
4.17 การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร TOEFL ในเขตปทุมวัน.....	88
4.18 การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร IELTS ในเขตพระนคร.....	89
4.19 การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร TOEFL ในเขตพระนคร.....	90
4.20 การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร IELTS ในเขตบางกอกน้อย.....	90

4.21 การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร TOEFL ในเขตบางกอกน้อย.....	91
--	----

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 การแข่งขันของตลาดประเภทต่างๆ	11
2.2 ต้นทุนต่อหน่วยของธุรกิจเดิมต่ำกว่าธุรกิจใหม่.....	17
2.3 การประหยัดต่อขนาดก่อให้เกิดอุปสรรคในการแข่งขัน.....	18
2.4 การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นสอง.....	21
2.5 การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อ.....	22
2.6 การเลื่อนระดับของอุปสงค์อันเนื่องมาจากความแตกต่างของบริการ.....	24
2.7 การวิเคราะห์ SWOT.....	26
4.1 การประยุกต์ใช้การตั้งราคาแบบปฏิบัติขั้นสอง.....	66
4.2 การประยุกต์ใช้การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อ.....	76