

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมการแข่งขันของโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ การนำเสนอการวิเคราะห์ดังกล่าวจะใช้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการและแบบสอบถาม) และทุติยภูมิ (จากอินเทอร์เน็ต บทความ และหนังสือ) โดยเริ่มการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ซึ่งเป็นการวัดจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา อำนาจทางการตลาด และการวัดการกระจุกตัว รวมทั้งอธิบายถึงการทดแทนกันของบริการความรู้ภาษาอังกฤษ การเข้าออกจากตลาด ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร (หัวข้อ 4.1) แล้วจึงวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศทั้งทางด้านราคาและไม่ใช้ราคา (หัวข้อ 4.2) ต่อจากนั้นจะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของโรงเรียนกวดวิชา โดยใช้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ (หัวข้อ 4.3) รวมทั้งสรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนกวดวิชาในด้านการดำเนินธุรกิจ (หัวข้อ 4.4) ตลอดจนสรุปประเด็นที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักเรียนนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนกวดวิชา (หัวข้อ 4.5) และสุดท้ายประเด็นที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักเรียนนักศึกษาที่มีต่อการปรับปรุงคุณภาพของหลักสูตร (หัวข้อ 4.6)

4.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

ธุรกิจการกวดวิชาภาษาอังกฤษที่ศึกษาในครั้งนี้ เป็นธุรกิจที่มีการก่อตั้งเป็นโรงเรียนที่เรียกว่าโรงเรียนกวดวิชา¹ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า โรงเรียนกวดวิชาเป็นการศึกษาในโรงเรียนที่มีการสอนนอกเหนือจากหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อให้นักเรียนนักศึกษาได้รับประโยชน์จากศึกษาในการสอบผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่จะใช้ในการศึกษาต่อระดับสูงหรือทำงานในต่างประเทศได้ หากพิจารณาถึงสภาพทั่วไปของตลาดตามหลักของโครงสร้างการตลาด ซึ่งประกอบด้วย (1) ลักษณะบริการความรู้ภาษาอังกฤษ (2) จำนวนผู้ซื้อผู้ขาย (3) การทดแทนของบริการอื่น (4) อุปสรรคในการเข้าออกจากตลาด และ (5) ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสารสามารถสรุปได้ ดังนี้

4.1.1 ศึกษาถึงลักษณะบริการความรู้ภาษาอังกฤษ

ความรู้ที่ได้รับจากการเรียนภาษาอังกฤษจากโรงเรียนกวดวิชาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นความรู้ทั่วไปไม่ใช่ศาสตร์ชั้นสูงเหมือนการเรียนระดับปริญญาในสาขาวิชาอักษรศาสตร์ หรือสาขาวิชาศิลปศาสตร์ อย่างไรก็ตาม หากมองเนื้อหาภาษาอังกฤษที่มีการสอนในแต่ละโรงเรียนเป็นเสมือนบริการหนึ่งนั้น เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่า เป็นบริการทั่วไปที่ไม่ได้มีลักษณะพิเศษอะไร แต่คุณภาพของบริการที่ได้รับจากแต่ละโรงเรียนนั้นกลับพบว่าแตกต่างกัน ทั้งจากความเชื่อของนักเรียนนักศึกษาที่เชื่อว่าแตกต่างกันกับความรู้ที่ได้รับที่แตกต่างกันจริง ซึ่งความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้รับแตกต่างกันนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้สอนในการถ่ายทอด ทั้งนี้การเปรียบเทียบรูปแบบและเนื้อหาของบริการถ่ายทอดความรู้ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ไม่ควรทำการเปรียบเทียบในช่วงเวลาที่แตกต่างกันมาก เนื่องจากศิลปะในการถ่ายทอดให้แก่เรียนนักศึกษาในแต่ละยุคสมัยมีความ

¹ โดยจะไม่ทำการศึกษาในการสอนตัวต่อตัว ตามบ้าน มหาวิทยาลัยและศูนย์การค้า เนื่องจากมีจำนวนที่น้อยในระดับการกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ซึ่งแตกต่างจากการกวดวิชาระดับประถมและมัธยมศึกษาที่มีการกวดวิชาในลักษณะนี้ที่มีจำนวนมาก เนื่องจากจากผู้สอนกวดวิชาเพื่อเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศจะต้องมีคุณสมบัติ นอกจากนี้ ยังยากต่อการตรวจสอบแหล่งกวดวิชาที่ไม่มีสถานที่ที่แน่นอน

ดังนั้น การศึกษาลักษณะของบริการที่แตกต่างกันของแต่ละโรงเรียนจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งช่วงเวลาที่เหมาะสมในการดำเนินการ คือ ช่วงระยะเวลาปัจจุบัน เหตุที่กล่าวว่าลักษณะของบริการให้ความรู้ที่ได้รับจากแต่ละโรงเรียนที่ต่างกันนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถหรือศิลปะในการสอนของอาจารย์ผู้สอน ลักษณะของครูผู้สอน เช่น หากเป็นอาจารย์ชาวไทยก็จะมีความสามารถในการเข้าใจจุดอ่อนของนักเรียนนักศึกษาชาวไทย ขณะที่อาจารย์ชาวต่างชาติก็สามารถให้บริการความรู้ที่แตกต่างด้านคุณภาพในระดับที่ดีกว่า โดยเฉพาะสำเนียงของชาวต่างชาติ

นอกจากนี้ คุณลักษณะของบริการหรือความคุ้นเคยสำเนียงที่ต่างกัน ทำให้นักเรียนนักศึกษามองว่าบริการความรู้ที่ได้รับไม่เหมือนกัน เช่น โรงเรียนกวดวิชา 2 โรงเรียนสอนด้วยอาจารย์ชาวต่างชาติเหมือนกัน แต่นักเรียนนักศึกษาก็จะมองว่าแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติที่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์ ซึ่งบางครั้งนักเรียนนักศึกษาจะเรียกว่าชาวต่างชาติแท้ สำหรับชาวต่างชาติที่มาสอนอีกกลุ่มหนึ่งที่เรียกว่า ชาวต่างชาติเทียม คือ อาจารย์ผู้สอนที่ไม่ได้มาจาก 4 กลุ่มประเทศดังกล่าวข้างต้น ซึ่งชาวต่างชาติเทียมที่มาสอนในประเทศไทยจำนวนมาก ได้แก่ ชาวฟิลิปปินส์ ชาวไต้หวัน เป็นต้น

คุณภาพการเรียนการสอนที่นักเรียนนักศึกษามองว่ามีความแตกต่างกันอีกประการหนึ่ง คือ รูปแบบการสอน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การสอนสด ซึ่งอาจารย์ผู้สอนจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ให้กับนักเรียนนักศึกษาโดยตรง และสอนโดยเทป ซึ่งเป็นการเรียนการสอนโดยทางอ้อม กล่าวคือ การเรียนการสอนจะคล้ายกับการเรียนสด แต่มีความแตกต่างกันที่ไม่มีอาจารย์มายืนให้นักเรียนซักถามได้ทันที แต่เป็นการเรียนโดยผ่านสื่อทีวี ที่มีการบันทึกเทป VDO ไว้ ปัจจุบันการบันทึกเทปดังกล่าวได้เริ่มมีการบันทึกในรูปแบบของ DVD ซึ่งมีคุณสมบัติ คือ ต้นทุนในการบันทึกที่ต่ำ และได้ภาพคมชัด เมื่อเวลาผ่านไป

สภาพและบรรยากาศการเรียนการสอน (ห้องเรียน) ก็มีความแตกต่างกันจนอาจทำให้บริการหรือความรู้ที่ได้รับมีความแตกต่างกัน เช่น การสอนภาษาภายในห้องเรียนของมหาวิทยาลัย เช่น สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จะมีสภาพห้องเรียนที่เก่า ห้องเรียนกว้างเกินไปเพราะไม่ได้ออกแบบไว้

ทั้งนี้ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจการสอนกวดวิชา นอกจากอาจารย์ผู้สอนและสถานที่ในการทำการเรียนการสอนแล้ว ยังมีอีกหลายปัจจัยที่ทำให้การผลิตความรู้ภาษาอังกฤษของแต่ละโรงเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน เช่น ในบางโรงเรียนกวดวิชามีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้นักเรียนใช้ประกอบการเรียน เช่น โรงเรียนกวดวิชา British Council ในสาขาเซ็นทรัลปิ่นเกล้า ที่มีการใช้ Laptop 2 คนต่อ 1 เครื่องในการประกอบการเรียน นอกจากนี้ ยังมีเทคโนโลยีที่ใช้ประกอบสำหรับการผลิตความรู้ที่ทำให้แต่ละสถาบันกวดวิชานั้นมีคุณภาพของการเรียนที่แตกต่างกัน เช่น British council มีกระดานดำแสงที่ทำให้อาจารย์ผู้สอนสามารถเขียนสรุปหรือเปิดภาพประกอบจาก Internet ให้นักเรียนนักศึกษาเข้าใจและจดจำได้มากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากบางโรงเรียนที่ใช้เพียงกระดาน White Board ซึ่งมีกลิ่นเหม็นและไม่มีสีสันทาสิ่งที่ผู้สอนสรุปนั้น ไม่เป็นที่ดึงดูดความสนใจและจดจำได้ง่ายของนักเรียนนักศึกษา ทำให้การเรียนมีความแตกต่างกัน

โดยสรุปในส่วนของบริษัทที่ทำการวิเคราะห์ พบว่า บริการความรู้ที่ได้รับจากแต่ละสถานศึกษานั้นมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านประเภทของครูผู้สอน (จำแนกเป็นอาจารย์ชาวไทย อาจารย์ชาวต่างชาติแท้ และอาจารย์ชาวต่างชาติเทียม) ศิลปะในการถ่ายทอดความรู้ รวมทั้งสภาพและบรรยากาศห้องเรียนในการเรียนการสอน

4.1.2 ศึกษาถึงจำนวนผู้ซื้อ จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ อำนาจทางการตลาด และการวัดกระแสจุกตัว

จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ มีความสำคัญต่อการกำหนดลักษณะพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ กล่าวคือ จำนวนผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาค่าเล่าเรียนหรือปริมาณการให้บริการความรู้ภาษาอังกฤษ ตลอดจนกำหนดพฤติกรรมการแข่งขันด้วย เช่น หากมีโรงเรียนกวดวิชา

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนผู้ที่มีความประสงค์ที่จะเรียนและมีกำลังเพียงพอในการจ่ายค่าเล่าเรียนนั้น พบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อุปสงค์ (Demand) เพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศสามารถทำได้ง่ายและสะดวก เพราะมีตัวแทน (Agency) แนะนำการศึกษาต่อต่างประเทศของมหาวิทยาลัยจากต่างประเทศมาตั้งในประเทศไทย และมีโรงเรียนกวดวิชาสาขามาตั้งในประเทศไทยจำนวนมากด้วย

หากพิจารณากำลังซื้อของผู้ซื้อ พบว่า ผู้ปกครองบางส่วนเป็นผู้ให้การสนับสนุนเงินทุนเพื่อศึกษาต่อทั้งค่าเล่าเรียนในการศึกษาต่อต่างประเทศและค่าใช้จ่ายในการเตรียมความพร้อมทางด้านภาษา ในขณะที่นักเรียนนักศึกษาบางส่วนเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเตรียมความพร้อมทางด้านภาษาด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจในสถานที่เรียนส่วนใหญ่จะเลือกตัดสินใจเข้าเรียนที่โรงเรียนกวดวิชาแห่งใด เป็นการตัดสินใจของนักเรียนนักศึกษาไม่ใช่ของผู้ปกครอง เนื่องจากหลักสูตร TOEFL และ IELTS เป็นหลักสูตรของนักเรียนที่เป็นวัยรุ่นและผู้ใหญ่ ซึ่งไม่เหมือนกับหลักสูตรสำหรับเด็กเล็กที่ผู้ปกครองเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนที่จะศึกษา

สำหรับการพิจารณาผู้ให้บริการ หรือโรงเรียนกวดวิชาแล้ว พบว่า มีจำนวนมากขึ้นกว่า 30 ปีก่อน ซึ่งปัจจุบันโรงเรียนกวดวิชาใน 3 เขตที่ทำการศึกษา คือ เขตพระนคร เขตปทุมวัน และเขตบางกอกน้อยมีโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเฉพาะหลักสูตร TOEFL และ IELTS รวม 41 โรงเรียน (โดยไม่เน้นการสอนกวดวิชาที่เป็นไม่อยู่ในรูปสถาบันการศึกษา เช่น การสอนตามบ้าน มหาวิทยาลัย และศูนย์อาหารในศูนย์การค้า เป็นต้น) หากพิจารณาถึงโรงเรียนในเขตอื่นๆ ด้วยแล้วก็จะมีจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม จำนวนโรงเรียนที่มีมากขึ้นนั้น ส่วนใหญ่มาจากการขยายสาขา เช่น BB&C, Enconcept ฯลฯ หรือ การซื้อแฟรนไชส์จากต่างประเทศเพื่อมาตั้งโรงเรียนกวดวิชาในประเทศไทย เช่น EF และ ECC เป็นต้น

ด้วยปรากฏการณ์ข้างต้น จึงสรุปได้ว่า นักเรียนนักศึกษาที่มีจำนวนมากขึ้นและมีจำนวนโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

ข้อมูลจากการสำรวจจำนวนผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม พบว่า มีผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชาหลักสูตร IELTS ในเขตปทุมวัน เขตพระนคร และเขตบางกอกน้อย จำนวน 12, 3 และ 5 ราย ตามลำดับ ในขณะที่มีผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชาหลักสูตร TOEFL ในเขตปทุมวัน เขตพระนคร และเขตบางกอกน้อย จำนวน 13, 4 และ 4 ราย ตามลำดับ โดยรายละเอียดได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1
รายชื่อโรงเรียนกวดวิชาที่ตั้งไว้ในแต่ละเขตพื้นที่
ระหว่างปี 2551 – ปี 2552 (กรกฎาคม 2552)

หลักสูตร	เขตปทุมวัน	เขตพระนคร	เขตบางกอกน้อย
IELTS	มีจำนวน 12 โรงเรียน คือ (1) inlingua (2) SIAM (3) BB&C (4) New Cambridge (5) British Council (6) EF (7) บ้านความรู้ (8) AIM (9) KAPLAN (10) อาจารย์สระรัช (11) สถาบันภาษา จุฬาฯ (12) ECC	มีจำนวน 3 โรงเรียน คือ (1) คณะศิลปศาสตร์ มธ. (2) สถาบันภาษา มธ. (3) อาจารย์ดวงใจ	มีจำนวน 5 โรงเรียน คือ (1) ECC (2) inlingua (3) British Council (4) SIAM (5) BB&C
TOEFL	มีจำนวน 13 โรงเรียน คือ (1) inlingua (2) SIAM (3) BB&C (4) อาจารย์สระรัช (5) บ้านความรู้ (6) EF (7) Fast English (8) Entrance Concept (9) AUA (10) Kaplan (11) AIM (12) สถาบัน ภาษา จุฬาฯ (13) ECC	มีจำนวน 4 โรงเรียน คือ (1) เสริมหลักสูตร (2) สถาบันภาษา มธ. (3) อาจารย์ดวงใจ (4) คณะศิลปศาสตร์ มธ.	มีจำนวน 4 โรงเรียน คือ (1) inlingua (2) SIAM (3) ECC (4) BB&C

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริงและการเก็บแบบสอบถาม

ด้านอำนาจการผูกขาดทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ สามารถวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม โดยในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้อัตราส่วนการกระจุกตัวของตลาด (Concentration Ratio) ของจำนวนผู้ผลิต ที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 1, 2, 3 อันดับแรก หรือ CR_1 CR_2 CR_3 โดยนำข้อมูลส่วนแบ่งการตลาดของมูลค่ายอดขายและส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียน

ตารางที่ 4.2

การกระจุกตัวของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ
โดยใช้มูลค่ายอดขาย ในปี 2551 และครึ่งปีแรกของปี 2552 (ถึงเดือนกรกฎาคม)

หลักสูตร IELTS

พื้นที่	ค่า CR ₁		ค่า CR ₂		ค่า CR ₃		เปรียบเทียบ CR ของ 7 เดือนแรก ปี 2552 ของปี 2551
	ปี 2551	ปี 2552 (ม.ค.-ก.ค.)	ปี 2551	ปี 2552 (ม.ค.-ก.ค.)	ปี 2551	ปี 2552 (ม.ค.-ก.ค.)	
เขตปทุมวัน	0.47	0.37	0.63	0.59	0.79	0.73	ลดลง
เขตพระนคร	0.74	0.58	0.93	0.92	1.00	1.00	ลดลง
เขตบางกอกน้อย	0.70	0.74	0.80	0.92	0.88	0.93	เพิ่มขึ้น

ที่มา : จากการคำนวณ

หลักสูตร TOEFL

พื้นที่	ค่า CR ₁		ค่า CR ₂		ค่า CR ₃		เปรียบเทียบ CR ของ 7 เดือนแรก ปี 2552 ของปี 2551
	ปี 2551	ปี 2552 (ม.ค.-ก.ค.)	ปี 2551	ปี 2552 (ม.ค.-ก.ค.)	ปี 2551	ปี 2552 (ม.ค.-ก.ค.)	
เขตปทุมวัน	0.35	0.32	0.39	0.56	0.68	0.75	เพิ่มขึ้น
เขตพระนคร	0.57	0.36	0.76	0.68	0.93	0.88	ลดลง
เขตบางกอกน้อย	0.72	0.63	0.86	0.84	0.94	0.94	ค่อนข้างคงที่

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 4.3

ส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนนักศึกษาของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ในปี 2551 และครึ่งปีแรกของปี 2552 (ถึงเดือนกรกฎาคม)

เขตปทุมวัน หลักสูตร IELTS

อันดับที่	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	New Cambridge	896	30.79	BB&C	576	29.63
2	British Council	646	22.20	New Cambridge	523	26.90
3	BB&C	577	19.79	British Council	377	19.39
4	สถาบันภาษา จุฬาฯ	288	9.90	สถาบันภาษา จุฬาฯ	168	8.64
5	อื่นๆ	503	17.28	อื่นๆ	300	15.43
รวม		2,910	100.00	รวม	1,944	100.00

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตปทุมวัน หลักสูตร TOEFL

อันดับที่	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	BB&C	864	38.35	Fast English	640	32.62
2	KAPLAN	455	20.20	BB&C	504	25.69
3	อาจารย์สระวัช	240	10.65	KAPLAN	265	13.51
4	AUA	174	7.72	อาจารย์สระวัช	140	7.14
5.	อื่นๆ	520	23.08	อื่นๆ	413	21.04
รวม		2,253	100.00	รวม	1,962	100.00

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตพระนคร หลักสูตร IELTS

อันดับที่	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	อาจารย์ดวงใจ	96	61.94	สถาบันภาษา มธ.	84	45.65
2	สถาบันภาษา มธ.	42	27.10	อาจารย์ดวงใจ	77	41.85
3	คณะศิลปศาสตร์ มธ.	17	10.97	คณะศิลปศาสตร์ มธ.	23	12.50
รวม		155	100.00	รวม	184	100.00

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตพระนคร หลักสูตร TOEFL

อันดับที่	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	สถาบันภาษา มธ.	246	36.07	สถาบันภาษา มธ.	251	47.18
2	เสริมหลักสูตร	222	32.55	คณะศิลปศาสตร์ มธ.	108	20.30
3	อาจารย์ดวงใจ	115	16.86	เสริมหลักสูตร	88	16.54
4	คณะศิลปศาสตร์ มธ.	99	14.52	อาจารย์ดวงใจ	85	15.98
รวม		682	100.00	รวม	532	100.00

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตบางกอกน้อย หลักสูตร IELTS

อันดับที่	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	British Council	344	84.73	British Council	201	83.40
2	BB&C	34	8.37	BB&C	21	8.71
3	ECC	10	2.46	inlingua	8	3.32
4	inlingua	10	2.46	ECC	6	2.49
5	SIAM	8	1.97	SIAM	5	2.07
รวม		406	100.00	รวม	241	100.00

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตบางกอกน้อย หลักสูตร TOEFL

อันดับที่	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ	โรงเรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	BB&C	128	79.50	BB&C	75	73.53
2	ECC	12	7.45	ECC	10	9.80
3	SIAM	11	6.83	inlingua	10	9.80
4	inlingua	10	6.21	SIAM	7	6.86
รวม		161	100.00	รวม	102	100.00

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

1) สำหรับหลักสูตร IELTS

1.1) **ในเขตปทุมวัน** จากการศึกษาการกระจายตัวของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยใช้มูลค่ายอดขาย พบว่า ตั้งแต่ปี 2551 จนถึงเดือนกรกฎาคม 2552 นั้น อัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่รายเดียว (CR_1) นั้น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.37-0.47 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศของการคำนวณนี้ คือ New Cambridge และจากการคำนวณดังกล่าวทำให้เห็นถึงอำนาจในการผูกขาดที่มีอยู่ในระดับสูงในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศนี้ และเมื่อพิจารณาอัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายแรก (CR_2) นั้น พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.59–0.63 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายแรกในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศของการคำนวณนี้ คือ New Cambridge และ British Council ซึ่งจากการคำนวณค่า CR_2 นี้พบว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่เพียง 2 รายในอุตสาหกรรมนี้ก็มีขนาดของมูลค่าขายสูงถึงเกินกึ่งหนึ่งของมูลค่ารวมทั้งตลาด และเมื่อพิจารณาอัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรก (CR_3) นั้นก็พบว่ามีค่าสูงถึง 0.73-0.79 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรกนี้นั้นคือ New Cambridge, British Council และ BB&C

ในทำนองเดียวกัน หากพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนแล้ว พบว่า New Cambridge ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุด ในปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 30.79 และมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 2 ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 คิดเป็นร้อยละ 26.90 สำหรับ BB&C ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 3 ในปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 19.79 แต่ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 กลับมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.63 และ British Council ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 2 ในปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 22.20 แต่ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 กลับมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 19.39

1.2) **ในเขตพระนคร** จากการศึกษาการกระจายตัวของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยใช้มูลค่ายอดขาย พบว่า ตั้งแต่ปี 2551 จนถึงเดือนกรกฎาคม 2552 นั้น อัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่รายเดียว (CR_1) นั้น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.58-0.74 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ของธุรกิจ

ในทำนองเดียวกัน หากพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนแล้ว พบว่า โรงเรียนกวดวิชาอาจารย์ดวงใจสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุด ทั้งในปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 61.94 และมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 2 ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 คิดเป็นร้อยละ 41.85 สำหรับสถาบันภาษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 2 ในปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 27.10 แต่ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 กลับมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 45.65 และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 3 ทั้งในปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 มีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียน คิดเป็นร้อยละ 10.97 และ 12.50 ตามลำดับ

1.3) ในเขตบางกอกน้อย จากการศึกษาการกระจุกตัวของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยใช้มูลค่ายอดขาย พบว่า ตั้งแต่ปี 2551 จนถึงเดือนกรกฎาคม 2552 นั้น อัตราการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่รายเดียว (CR_1) นั้น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.70-0.74 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศของการคำนวณนี้ คือ British Council ซึ่งมีขนาดของมูลค่ายอดขายรวมสูงเกินกึ่งหนึ่งของมูลค่ายอดขายรวมทั้งตลาด ทำให้เห็นถึงอำนาจในการผูกขาดที่มีอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาอัตราการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายแรก (CR_2) นั้น พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.80 – 0.92 ของ

ในทำนองเดียวกัน หากพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนแล้ว พบว่า British Council ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุดในอันดับ 1 ทั้งในปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 คิดเป็นร้อยละ 84.73 และ 83.40 ตามลำดับ สำหรับ BB&C ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 2 ในปี 2551 และ ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 คิดเป็นร้อยละ 8.37 และ 8.71 ตามลำดับ และโรงเรียนกวดวิชา inlingua ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 3 ทั้งในปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 คิดเป็นร้อยละ 2.46 และ 3.32 ตามลำดับ

ดังนั้น จากผลการศึกษาด้านจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ หลักสูตร IELTS ทั้ง 3 เขตพื้นที่ที่กล่าว มาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า จำนวนผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อ ระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ มีค่อนข้างน้อย และเป็นตลาดที่มีการกระจุกตัวมาก ซึ่งการกระจุก ตัวจะอยู่ใน 3 รายแรกที่เป็นธุรกิจรายใหญ่เท่านั้น

หากทำการเปรียบเทียบทั้ง 3 เขตแล้ว พบว่า เขตบางกอกน้อยมีการกระจุกตัวของ ผู้ประกอบการรายใหญ่มากที่สุด รองลงเป็นเขตพระนคร และเขตปทุมวัน ตามลำดับ สาเหตุที่เขต บางกอกน้อยและเขตพระนครมีการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่มากกว่าเขตปทุมวันนั้น เนื่องมาจากเขตบางกอกน้อยและเขตพระนครมีสภาพตลาดค่อนข้างอึดอัดตัวประกอบกับมีจำนวน นักเรียนที่ต้องการเรียน (อุปสงค์) น้อยกว่า จึงไม่จูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีต้นทุนในการ ประกอบการที่สูงกว่าเข้ามาแข่งขันในพื้นที่ เพราะอาจทำให้ทั้งผู้ประกอบการรายเดิมและ ผู้ประกอบการรายใหม่อาจประสบกับวิกฤตทั้งคู่เช่นเดียวกัน สำหรับเขตปทุมวันที่มีจำนวน นักเรียนนักศึกษาจำนวนมาก เนื่องจากเป็นศูนย์รวมแห่งเรียนกวดวิชาและศูนย์การค้า มีเส้นทาง การคมนาคมสะดวก ทั้งรถไฟฟ้า รถรับจ้าง(รถตู้ รถแท็กซี่ และมอเตอร์ไซด์) และเรือโดยสาร ทำให้ เป็นโอกาสกับผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ หาก ผู้ประกอบการรายเดิมยังคงได้รับส่วนเกินทางเศรษฐกิจ

2) สำหรับหลักสูตร TOEFL

2.1) ในเขตปทุมวัน จากการศึกษาการกระจายตัวของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยใช้มูลค่ายอดขาย พบว่า ในปี 2551 อัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่รายเดียว (CR_1) มีค่าร้อยละ 0.35 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ของธุรกิจ คือ BB&C แต่ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 อัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่รายเดียว (CR_1) มีค่าร้อยละ 0.32 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ของธุรกิจ คือ Fast English โดยเป็นธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่มีชื่อเสียงอยู่เดิมที่สาขาสีลม แต่เริ่มเปิดสาขาใหม่ที่ศูนย์การค้า Zen ในเขตปทุมวัน ในเดือนธันวาคม 2551 ซึ่ง Fast English มีการประชาสัมพันธ์อย่างรุนแรงโดยการแจกแผ่นพับเป็นหลัก และมีการลดราคาค่าเล่าเรียนในสาขานี้ที่มีราคาถูกกว่าสาขาอื่น ประกอบกับให้นักเรียนที่เรียนอยู่ในสาขาอื่น เช่น สาขาสีลม สามารถเปลี่ยนสถานที่เรียนมาเรียนที่ศูนย์การค้า Zen ได้ จึงทำให้สามารถครองส่วนแบ่งยอดขายทางการตลาดและเป็นผลให้มียอดขายรวมมากกว่า BB&C ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 และเมื่อพิจารณาอัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายแรก (CR_2) นั้น พบว่า ในปี 2551 มีค่าร้อยละ 0.39 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายแรกในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศของการคำนวณนี้ คือ BB&C และ KAPLAN แต่ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 มีค่าร้อยละ 0.56 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด อัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายแรกในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศของการคำนวณนี้ คือ Fast English และ BB&C และเมื่อพิจารณาอัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรก (CR_3) นั้นก็พบว่า ในปี 2551 มีค่าสูงถึงร้อยละ 0.68 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรกนั้นคือ BB&C KAPLAN และอาจารย์สระรัช แต่ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 มีค่าสูงถึงร้อยละ 0.75 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรกนั้นคือ Fast English, BB&C และ KAPLAN

ในทำนองเดียวกัน หากพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนแล้ว พบว่า ในปี 2551 ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศที่ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ BB&C , KAPLAN และอาจารย์สระรัช โดยมีส่วนครองตลาด คิดเป็นร้อยละ 38.35 , 20.20 และ 10.65 ตามลำดับ ส่วนในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อ

2.2) **ในเขตพระนคร** จากการศึกษาการกระจุกตัวของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยใช้มูลค่ายอดขาย พบว่า ในปี 2551 และ ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 อัตราการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่รายเดียว (CR_1) มีค่าร้อยละ 0.57 และ 0.36 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด ตามลำดับ ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศของการ คำนวณนี้ คือ โรงเรียนเสริมหลักสูตร และเมื่อพิจารณาอัตราการกระจุกตัวของผู้ประกอบการ รายใหญ่ 2 รายแรก (CR_2) นั้น พบว่า ในปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 มีค่า เท่ากับ 0.76 และ 0.68 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด ตามลำดับ ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายแรกในธุรกิจ คือ โรงเรียนเสริมหลักสูตร และสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และเมื่อ พิจารณาอัตราการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรก (CR_3) นั้น พบว่าในปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 มีค่าเท่ากับ 0.93 และ 0.88 ของมูลค่าขาย รวมทั้งตลาด ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรกนั้นคือ โรงเรียนเสริมหลักสูตร, สถาบันภาษา (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) และอาจารย์ดวงใจ

ในทำนองเดียวกัน หากพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนแล้ว พบว่า ตั้งแต่ปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อ ศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศที่ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง คือ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวน นักเรียน เท่ากับร้อยละ 36.07 และ 47.18 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุด แต่ก็ไม่ได้เป็น ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดหากใช้เกณฑ์ของมูลค่ายอดขายเป็นตัวชี้วัด เนื่องจากสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ตั้งราคาค่าเล่าเรียนต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของโรงเรียนกวดวิชาแห่งอื่น สำหรับ โรงเรียนกวดวิชาเสริมหลักสูตรมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเป็นอันดับ 2 ในปี 2551 หรือคิดเป็นร้อยละ 32.55 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด และมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวน นักเรียนเป็นอันดับ 3 ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 หรือคิดเป็นร้อยละ 16.54 ของจำนวน นักเรียนทั้งหมด สำหรับโรงเรียนกวดวิชาอาจารย์ดวงใจมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียน

2.3) ในเขตบางกอกน้อย จากการศึกษาการกระจายตัวของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ในหลักสูตร TOEFL โดยใช้มูลค่ายอดขายพบว่า ตั้งแต่ปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 อัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่รายเดียว (CR_1) มีค่าร้อยละ 0.72 และ 0.63 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด ตามลำดับ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่เพียง 1 รายในอุตสาหกรรมนี้มีขนาดของมูลค่ายอดขายสูงเกินกึ่งหนึ่งของมูลค่ายอดขายรวมทั้งตลาด ทำให้เห็นถึงอำนาจในการผูกขาดที่มีอยู่ในระดับสูงในธุรกิจ คือ BB&C และเมื่อพิจารณาอัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายแรก (CR_2) ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด นั้น พบว่า ในปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 มีค่าร้อยละ 0.86 และ 0.84 ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายแรกในธุรกิจ คือ BB&C และ Inlingua และเมื่อพิจารณาอัตราการกระจายตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรก (CR_3) พบว่า ในปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 มีเท่ากับร้อยละ 0.94 ของมูลค่าขายรวมทั้งตลาด โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรกนั้นคือ BB&C, Inlingua และ ECC

ในทำนองเดียวกัน หากพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนแล้วพบว่า ในปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศที่ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุดคือ BB&C โดยมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนร้อยละ 79.50 และ 73.53 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด สำหรับธุรกิจที่ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 2 ในปี 2551 คือ ECC มีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียน เท่ากับ 7.45 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 คือ Inlingua และ ECC ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนเท่ากัน เท่ากับร้อยละ 9.80 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด ส่วนธุรกิจที่ครองส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 3 ในปี 2551 และในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 คือ SIAM

ดังนั้น จากผลการศึกษาด้านจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ หลักสูตร TOEFL ทั้ง 3 เขตพื้นที่ที่กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า จำนวนผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศมีค่อนข้างน้อยและเป็นตลาดที่มีการกระจุกตัวมาก และหากเปรียบเทียบระหว่าง 3 เขต ที่ได้ทำการศึกษาถึงอัตราการกระจุกตัวของตลาดแล้ว พบว่า เขตบางกอกน้อยมีอัตราการกระจุกตัวของตลาดมากที่สุด รองลงมาคือ เขตพระนคร และเขตปทุมวัน ตามลำดับ ซึ่งสาเหตุที่เขตบางกอกน้อยมีอัตราการกระจุกตัวมากที่สุด เนื่องจากมีจำนวนผู้เรียนไม่มาก ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่สนใจที่จะเข้ามาลงทุนในเขตนี้ ซึ่งข้อสมมติฐานในตอนแรกที่ประเมินว่าเขตบางกอกน้อยอยู่ใกล้สถานีขนส่งสายใต้ใหม่อาจเป็นการขยายโอกาสให้นักเรียนนักศึกษาที่อยู่ต่างจังหวัดและชนเมืองเข้ามาศึกษาในเขตบางกอกนั้น พบว่า ในหลักสูตรอื่นๆ ของนักเรียนระดับมัธยม เช่น การเตรียมตัวสอบ Entrance เข้าเรียนมหาวิทยาลัยในประเทศ มีนักเรียนระดับมัธยมจากต่างจังหวัดเข้ามาศึกษาในเขตนี้ แต่ในหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศกลับพบว่า ไม่มีนักเรียนจากต่างจังหวัดเข้ามาเรียนนักศึกษาในเขตนี้ มีเพียงนักเรียนนักศึกษาที่อยู่ในบริเวณชนเมืองขับรถเข้ามาเรียนในเขตนี้ สำหรับเขตพระนครถึงแม้จะมีการคมนาคมผ่านทางรถประจำทางได้หลายสาย แต่ก็ไม่มีความสะดวกในเรื่องที่จอดรถ ซึ่งต่างจากเขตปทุมวันที่มีการคมนาคมสะดวกด้วยทั้งการเดินทางรถไฟฟ้ามหานคร รถโดยสารประจำทาง รถรับจ้าง(แท็กซี่) รวมทั้งการเดินทางเรือรับจ้าง (ท่าเรือประตูน้ำ)

ทั้งนี้ หากทำการเปรียบเทียบการกระจุกตัวของทั้ง 3 เขต ระหว่างหลักสูตร IELTS กับหลักสูตร TOEFL แล้ว พบว่า เหมือนกัน กล่าวคือ เขตบางกอกน้อยมีอัตราการกระจุกตัวมากที่สุด รองลงมา คือ เขตพระนคร และเขตปทุมวัน ตามลำดับ

4.1.3 ความสามารถในการทดแทนความรู้ภาษาอังกฤษจากการเรียนกวดวิชา

สำหรับในหัวข้อนี้จะอธิบายถึงความสามารถในการทดแทนความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ เพื่อทราบถึงอิทธิพลต่ออำนาจในการผูกขาดทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศ กล่าวคือ หากมีสินค้าหรือบริการทดแทนอื่น เช่น หนังสือภาษาอังกฤษหลักสูตร TOEFL หรือ IELTS DVD ภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ หรือ DVD การสอนภาษาอังกฤษหลักสูตร TOEFL และ IELTS ตลอดจน สถานีโทรทัศน์ อาทิ BBC และ CNN

สำหรับผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาถึงสิ่งทดแทนการเรียนกวดวิชาเพื่อให้ได้รับความรู้ และทักษะด้านภาษาอังกฤษ โดยการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ที่เรียนหรือเคย เรียนในช่วงปีที่ผ่านมาในหลักสูตร TOEFL และ IELTS จำนวน 240 คน พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามให้การประเมินด้วยร้อยละของความสามารถในการทดแทนความรู้ภาษาอังกฤษเพื่อ ศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ภายใต้ความพยายามและความขยันของผู้ตอบ แบบสอบถาม ในช่วงปี 2551-2552 สรุปได้ดังนี้ คือ

1) การซื้อหรือยืมหนังสือ TOEFL หรือ IELTS มาศึกษาด้วยตนเอง สามารถทดแทน ความรู้ที่ได้รับจากการเรียนหลักสูตร TOEFL หรือ IELTS ได้ร้อยละ 48.23 เมื่อเปรียบเทียบกับ การเรียนในห้องเรียนของการเรียนกวดวิชา

2) การดู DVD ภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ สามารถทดแทนความรู้ที่ได้รับจากการเรียน หลักสูตร TOEFL หรือ IELTS ได้ร้อยละ 37.43 เมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนในห้องเรียนของการ เรียนกวดวิชา

3) การดูสถานีโทรทัศน์ภาษาอังกฤษ สามารถทดแทนความรู้ที่ได้รับจากการเรียน หลักสูตร TOEFL หรือ IELTS ได้ร้อยละ 30.73 เมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนในห้องเรียนของการ เรียนกวดวิชา

4) การอ่านหนังสือที่เป็นภาษาอังกฤษ อาทิ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือเรียน สามารถทดแทนความรู้ที่ได้รับจากการเรียนหลักสูตร TOEFL หรือ IELTS ได้ร้อยละ 32.30 เมื่อ เปรียบเทียบกับการเรียนในห้องเรียนของการเรียนกวดวิชา

5) การฟังสถานีวิทยุ หรือฟังเพลงภาษาอังกฤษ สามารถทดแทนความรู้ที่ได้รับจากการเรียนหลักสูตร TOEFL หรือ IELTS ได้ร้อยละ 31.49 เมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนในห้องเรียนของการเรียนกวดวิชา

6) อื่นๆ เช่น การสนทนาในสถานการณ์จริง อาทิ เจอชาวต่างชาติถามเส้นทาง การติดต่อประสานงานกับชาวต่างชาติในเรื่องที่เกี่ยวกับงานประจำที่ทำอยู่ การสนทนากับเพื่อนชาวต่างชาติ โดยการพูดคุยโดยตรงหรือผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น MSN กับชาวต่างชาติ รวมทั้งการสนทนาโดยให้อาจารย์ชาวต่างชาติช่วยแก้ไขข้อพร่องในเวลาสนทนา สามารถทดแทนความรู้ที่ได้รับจากการเรียนหลักสูตร TOEFL หรือ IELTS ได้ร้อยละ 2.03 เมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนในห้องเรียนของการเรียนกวดวิชา

จึงสรุปได้ว่า ถึงแม้จะมีช่องทางอื่นที่สามารถทดแทนบริการความรู้ภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศได้บ้าง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ประเมินแล้วว่าความสามารถในการทดแทนกันของช่องทางอย่างอื่น ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอเท่ากับการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษจากสถาบันกวดวิชา

4.1.4 การเข้าออกจากตลาด

อำนาจผูกขาดทางการตลาดเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการกิจการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศต้องการ เนื่องจากมีผลต่อการกำหนดราคาและปริมาณการให้บริการความรู้ภาษาอังกฤษ และส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ ดังนั้น ผู้ประกอบการรายเดิมจึงมีความจำเป็นต้องรักษาอำนาจการผูกขาดทางการตลาดเอาไว้ โดยสร้างความแตกต่างของบริการความรู้ภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ด้วยการลงทุนในอุปกรณ์เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ ตลอดจนสร้างความแตกต่างของบริการและคุณภาพการสอนเพื่อกีดกันผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะรายเล็กที่จะเข้ามาแข่งขัน ซึ่งไม่มีอำนาจทางการตลาดและไม่มีเงินลงทุนมากพอที่จะพัฒนารูปแบบการสอนที่ทันสมัย

อย่างไรก็ตาม การลงทุนพัฒนาการเรียนการสอน เพื่อสร้างความแตกต่างการให้บริการความรู้ภาษาอังกฤษ ก็มีผลทำให้เกิดต้นทุนจม (Sunk Cost) ของกิจการนั้นหมายความว่า การเข้าออกจากตลาดก็ทำได้ยากขึ้น เพราะผู้ประกอบการรายใหม่หรือรายเล็ก

สำหรับอุปสรรคในการเข้าออกจากตลาดของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยการประเมินรายการต้นทุนจмที่ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาแต่ละแห่งได้ลงทุนไป ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการหรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนกวดวิชา ประกอบกับการลงพื้นที่สำรวจ สรุปได้ ดังนี้

1) เขตปทุมวัน พบว่า เป็นเขตที่มีการลงทุนในอุปกรณ์เสริม เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนมากกว่าเขตอื่นๆ เนื่องจากในเขตนี้มีการแข่งขันมากกว่าในเขตอื่น โรงเรียนกวดวิชาที่มาตั้งค่อนข้างมีสายป่านยาวเพราะส่วนใหญ่เป็นการลงทุนจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ (ข้อมูลจากอาจารย์ ดร.ศุภชัย สุภาไวย์ ซึ่งเคยวางแผนจะลงทุนในเขตนี้) ประกอบกับเพื่อให้โรงเรียนได้มีมาตรฐานในด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกจากบริษัทแม่ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ต้นทุนจмของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศ ได้แก่ การลงทุนซื้อที่ดิน (มีน้อยมาก) หรือเช่าอาคาร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเช่าช่วงและจะมีต้นทุนจмในค่าเช่ากิจการ คูหาละประมาณ 3 ล้านบาท ค่าเช่าเดือนละ 1.2 แสนบาท (หากตัวอาคารไม่ได้อยู่บนตึก) และ 5 แสนบาท (หากตัวอาคารอยู่บนตึก) อย่างไรก็ตาม หากไม่ได้เช่าเป็นคหุ แต่เลือกเช่าเพียงห้องเดียวก็จะเสียค่าเช่าประมาณ 1 แสนบาท การลงทุนตกแต่งภายในตัวอาคาร มีค่าใช้จ่ายประมาณร้อยละ 7 ของค่าใช้จ่ายในการลงทุน หรือคิดเป็นประมาณ 2.1 แสนบาท การลงทุนในระบบคอมพิวเตอร์ ห้องสมุด i-Zone การลงทุนในระบบเสียง การลงทุนในระบบกระดานล้แสง การลงทุนในระบบวิดีโอ การลงทุนในโต๊ะเก้าอี้และอุปกรณ์ การลงทุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยผ่านสื่อต่าง เช่น แผ่นพับ ใบปลิว การลงทุนการสร้าง web site เป็นต้น

2) เขตพระนคร พบว่า มีเพียงโรงเรียนกวดวิชาเสริมหลักสูตรเท่านั้น ที่ได้เคยมีการลงทุนจํานวนมาก ได้แก่ ระบบบันทึกภาพและเสียงในการเรียนการสอน การตกแต่งอาคารภายในเป็นห้องกระจกทั้ง 4 ด้าน พื้นหินอ่อนและพรม ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบ Web site ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เครื่องพิมพ์เอกสาร เป็นต้น แต่ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ก็ไม่ได้มีการลงทุนใหญ่ มีเพียงการลงทุนในเอกสารประกอบการสอนและห้องสอนสดเท่านั้น ในขณะที่โรงเรียนกวดวิชาแห่งอื่น คือ โรงเรียนกวดวิชาอาจารย์ดวงใจ และโรงเรียนกวดวิชาที่ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (สถาบันภาษาและคณะศิลปศาสตร์) นั้น ไม่ได้มีการลงทุนในต้นทุนจมมากนัก มีเพียงแต่ลงทุนในอุปกรณ์ที่เป็นต้นทุนจมเพียงระบบเสียง โต๊ะเก้าอี้ เครื่องฉาย Projector เท่านั้น นอกจากนี้ สถาบัน

3) เขตบางกอกน้อย พบว่า กิจกรรมที่การลงทุนในต้นทุนจมที่มาก คือ British Council ที่ได้มีการลงทุนในต้นทุนจม ได้แก่ กระดานลำแสง ห้องสมุด i-Zone ระบบเสียง ระบบคอมพิวเตอร์ (โดยในปี 2551 มีการสั่งซื้อ Note book ยี่ห้อ Dell ประมาณ 10-20 เครื่อง) เพื่อมาแทน Note book ที่มีการใช้งานอยู่เดิม การออกแบบวางแผนในระบบการเรียนการสอน โต๊ะเก้าอี้ที่นั่ง เป็นต้น ซึ่งการลงทุนของ British Council ดังกล่าว ไม่ใช่เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งในเขตนี้ แต่เป็นการลงทุนเพื่อสร้างมาตรฐาน ในระบบการเรียนการสอนของ British Council สำหรับโรงเรียนกวดวิชาแห่งอื่นนั้น ได้มีการลงทุนในต้นทุนจมเช่นเดียว ได้แก่ การตกแต่งภายในห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ระบบเสียงภายในห้องเรียน ระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ประกอบการสอน เป็นต้น

จึงสรุปได้ว่า การเข้าออกจากตลาดของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชานั้น ไม่สามารถเข้าออกจากตลาดได้อย่างเสรีเหมือนกับการเข้าออกจากตลาดในการตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้าออกจากตลาดพอสมควร เนื่องจากธุรกิจโรงเรียนกวดวิชานั้นมีต้นทุนที่เรียกว่า ต้นทุนจมดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และต้นทุนจากการสร้างชื่อเสียง ในบางครั้งผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องมีการลงทุนค่าโฆษณาจำนวนมาก เพื่อให้โรงเรียนของตนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นแก่นักเรียนนักศึกษาว่าโรงเรียนกวดวิชาดังกล่าวจะทำให้นักเรียนนักศึกษาประสบความสำเร็จในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ตัวอย่างของโรงเรียนกวดวิชาที่มีการทุ่มงบประมาณจำนวนมาก เพื่อให้โรงเรียนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก โดยมีรูปแบบการโฆษณาหลากหลาย ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ การทำแผ่นป้ายโฆษณา ซึ่งติดตามศูนย์การค้า เรือข้ามฟากแม่น้ำเจ้าพระยา การแจกใบปลิว การส่งข้อความสั้น (SMS) การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (email) การโทรศัพท์ไปหานักเรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และอื่นๆ อีกมากมาย

นอกจากงบประมาณที่ต้องใช้ลงทุนในการโฆษณาแล้ว ยังจำเป็นต้องใช้งบประมาณจำนวนมากลงทุนในสื่อการสอน เพื่อให้นักเรียนนักศึกษาเชื่อมั่นได้ว่าโรงเรียนแห่งนี้มีประสิทธิภาพในการเรียนการสอนที่ดีกว่า เช่น โรงเรียนกวดวิชา British Council ที่มีการลงทุนซื้อ Laptop เพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนในห้องเรียน มีกระดานลำแสง (Magic white board) เพื่อให้นักเรียนเรียนได้เข้าใจง่ายเพราะมีสีสันสวยงาม ประกอบการสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในการสอนนักเรียนค้นหาข้อมูล รวมทั้งเป็นผลดีต่อสุขภาพของนักเรียนเพราะกระดานดังกล่าว ไม่

เมื่อลำดับความสำคัญของต้นทุนของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชานั้น พบว่า ต้นทุนที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ธุรกิจไม่ประสงค์ที่จะให้ข้อมูล คือ ต้นทุนในการบริหารจัดการ หรือ กำไร สำหรับต้นทุนที่สามารถหาได้จากการสอบถามข้อมูล พบว่า ต้นทุนที่มีสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ต้นทุนที่เกี่ยวกับอาคารสถานที่ทำการเรียนการสอน รองลงมาก็คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ ต้นทุนที่เป็นผลตอบแทนที่ให้กับอาจารย์ผู้สอน ตามลำดับ โดยธุรกิจโรงเรียนกวดวิชามีอุปสรรคบ้างในการใช้เงินทุนจำนวนมากในการแข่งขัน เนื่องจากธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาไม่มีการกีดกันทางการค้าของคู่แข่งอย่างเด่นชัด ประกอบกับวัตถุดิบหรือทุนที่นำมาลงทุนสามารถหาได้ง่ายในท้องตลาด ซึ่งการลงทุนในที่นี้หมายถึง การก่อสร้างตัวอาคาร การตกแต่งห้องเรียน อุปกรณ์ในการเรียนการสอน ได้แก่ Laptop กระดานลำแสง รวมทั้งวัสดุที่ใช้ในการเรียนการสอนก็สามารถหาได้ง่าย เช่น ตำราที่ใช้ประกอบการสอนจะเป็นหนังสือจากต่างประเทศ ตลอดจน CD หรือ เทปที่ใช้ในการประกอบการฟังในการเรียนการสอน ก็สามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาด (ศูนย์หนังสือ ร้านจำหน่ายหนังสือ) เป็นต้น

4.1.5 ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร

ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดสภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ หากผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศและนักเรียนนักศึกษาที่จะสมัครเรียนต่างมีข้อมูลข่าวสารที่สมบูรณ์แล้ว นั้นหมายความว่า ความจงรักภักดีต่อสถาบันกวดวิชา (Band Royalty) ของนักเรียนนักศึกษาจะหมดไป ดังนั้น ผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งที่ต้องการกำหนดราคาให้สูงกว่าผู้ประกอบการรายอื่นก็จะต้องสร้างความแตกต่างของการให้บริการความรู้ภาษาอังกฤษอื่นเนื่องจากปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่ความรู้ลึก เช่น เทคนิคการสอนที่ดีกว่า อุปกรณ์และเนื้อหาสาระที่สอนมีความพร้อมกว่า

สำหรับตลาดโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ พบว่า เป็นตลาดที่มีข้อมูลข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ เนื่องจากความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากการศึกษาเล่าเรียนในโรงเรียนกวดวิชามีความแตกต่างกัน เพราะนักเรียนนักศึกษาแต่ละคนมี

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการบริการที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวบุคคล นั่นคือ นักเรียน นักศึกษาแต่ละคนจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ประกอบการนักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่จะไม่เรียนซ้ำในโรงเรียนกวดวิชาแห่งเดิมในหลักสูตรเดิม จึงทำให้นักเรียนนักศึกษาไม่สามารถทราบถึงลักษณะของบริการได้อย่างแท้จริงจนกว่าจะได้เข้าศึกษาเล่าเรียนในหลักสูตรของแต่ละโรงเรียน ถึงกระนั้นนักเรียนนักศึกษาอาจจะพิจารณาลักษณะบริการและทราบในเบื้องต้นจากรูปแบบการสอน (สอนสด หรือ DVD) หรือ เอกสารประกอบการสอนที่เป็นเอกสารจากการถ่ายสำเนามาสอน หรือหนังสือจากต่างประเทศมาสอน รวมทั้งอาจารย์ผู้สอนที่เป็นชาวไทย ชาวต่างชาติแท้และเทียม

2

จึงสรุปได้ว่า ถึงแม้ว่าแต่ละโรงเรียนจะมีการประชาสัมพันธ์จำนวนมาก ทำให้นักเรียน นักศึกษาที่ประสงค์จะเรียนกวดวิชา เพื่อไปศึกษาต่อต่างประเทศได้ทราบถึงข้อมูลข่าวสารที่ว่า มีโรงเรียนใดบ้างที่เปิดทำการเรียนการสอน อย่างไรก็ตาม นักเรียนนักศึกษาก็ยังคงไม่ได้รับข้อมูล ข่าวสารที่สมบูรณ์ เพราะบางโรงเรียนกวดวิชา มีงบประมาณจำนวนน้อย ทำให้มีการประชาสัมพันธ์ไม่มาก ประกอบกับข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเรียนของนักเรียนนักศึกษานั้น ไม่สามารถทราบถึงคุณภาพของบริการทางการศึกษาที่จะได้รับจนกว่าจะเข้ารับการศึกษานั้น ดังนั้น การซื้อบริการการศึกษาที่ไม่เห็นถึงบริการก่อนที่จะซื้อหรือลงทะเบียนเรียน ก็ทำให้นักเรียน นักศึกษาไม่มีข้อมูลข่าวสารที่สมบูรณ์ในการเลือกโรงเรียน อย่างไรก็ตาม นักเรียนนักศึกษา

² ชาวต่างชาติแท้ คือ ชาวต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก เช่น ชาวอังกฤษ หรือชาวอเมริกา ในขณะที่ชาวต่างชาติเทียม คือ ชาวต่างชาติที่มีการใช้อังกฤษเป็นภาษารอง เช่น ชาวไต้หวัน ชาวฟิลิปปินส์ เป็นต้น

4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

ในหัวข้อที่ผ่านมาได้วิเคราะห์แล้วว่าลักษณะโครงสร้างทางการตลาดของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ สรุปได้ว่า ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาทั้ง 3 เขต มีการกระจุกตัวสูงมากในผู้ประกอบการรายแรก ดังนั้น จึงมีโครงสร้างการตลาดโน้มเอียงไปทางตลาดผูกขาด โดยเขตปทุมวันมีโครงสร้างตลาดเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย แต่เขตพระนครและเขตบางกอกน้อยมีโครงสร้างตลาดเป็นตลาดผูกขาด ดังนั้น พฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศบางส่วนมีลักษณะโน้มเอียงไปทางตลาดผูกขาดเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม แม้โครงสร้างตลาดมีความโน้มเอียงไปสู่ตลาดผูกขาด แต่พบว่ายังมีการใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาและไม่ใช้ราคาอยู่ เพื่อกระตุ้นให้นักเรียนนักศึกษาที่อยู่ระหว่างการลงเินในการสมัครมาสมัครเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของสถาบันกวดวิชานั้นๆ เร็วขึ้น รวมทั้งยังมีความแตกต่างของบริการกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ในการศึกษาครั้งนี้จะเริ่มวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา ซึ่งกลยุทธ์ที่มีการแข่งขันทางด้านราคา ได้แก่ การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติชั้นสอง การแบ่งแยกราคาขายระดับสาม การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อ การขายควบชุด แล้วจึงวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาใน 4 ประเด็น คือ รูปแบบการเรียนการสอน/อาจารย์ผู้สอน เอกสารที่ใช้ประกอบการสอน สถานที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชา และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

³ แต่ข้อมูลที่ได้รับไม่เหมาะสมสำหรับผู้ตัดสินใจที่จะเรียน เนื่องจากนักเรียนนักศึกษาแต่ละคนมีความชอบที่แตกต่างกัน และมีความสามารถในการรับรู้หรือการถ่ายทอดจากอาจารย์ผู้สอนที่แตกต่างกัน ทำให้ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามนักเรียนนักศึกษาที่เคยเรียนมาก่อนหน้า เป็นเพียงข้อมูลที่ใช้ประกอบการจินตนาการว่าการเรียนการสอนของโรงเรียนกวดวิชาที่นักเรียนมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาเป็นอย่างไร

4.2.1 พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา

พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา พบว่า ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่แล้ว จะไม่ทำสงครามราคากัน (Price War) เนื่องจากราคาไม่ใช่ปัจจัยหลักที่นักเรียนนักศึกษาใช้ในการตัดสินใจเรื่องของการเรียนกวดวิชา แต่สิ่งที่นักเรียนนักศึกษาต้องการ คือ ความคาดหวังที่จะประสบความสำเร็จในการสอบมากกว่า ดังนั้น หากราคาที่กำหนดขึ้นเป็นราคาที่นักเรียนนักศึกษา มีความสามารถในการจ่ายแล้ว การลดราคาก็ไม่ได้ก่อให้เกิดกำไรของกิจการมากขึ้น ถึงกระนั้นก็ตาม จากการรวบรวมแผ่นพับของโรงเรียนกวดวิชาแล้วกลับพบว่าการลดราคาค่าเล่าเรียนในหลายโรงเรียน ซึ่งการลดราคาของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศแห่งนี้ ผลของการลดราคาอาจไม่ได้ทำให้ราคาค่าเล่าเรียนของโรงเรียนนั้นถูกกว่าคู่แข่งที่เปิดโรงเรียนกวดวิชาในบริเวณใกล้เคียงกัน แต่การลดราคาทำให้มีผู้เรียนมีความรู้สึกว่าราคาถูกลง โดยเปรียบเทียบกับช่วงเวลาในอดีต นอกจากนี้ การลดราคาในแต่ละช่วงเวลามีผลต่อการตัดสินใจในการสมัครเรียนของนักเรียนนักศึกษาที่มีความประสงค์ที่จะเรียนอยู่ก่อนแล้ว กล่าวคือนักเรียนนักศึกษาจะมีความต้องการในการสมัครเรียนเร็วขึ้น

สำหรับรูปแบบการลดราคาที่พบ ได้แก่ การลดค่าเล่าเรียนเนื่องจากครบรอบวันก่อตั้งโรงเรียนกวดวิชา การขายพ่วงโดยการสมัคร 1 หลักสูตร แถม 1 หลักสูตร เป็นต้น ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

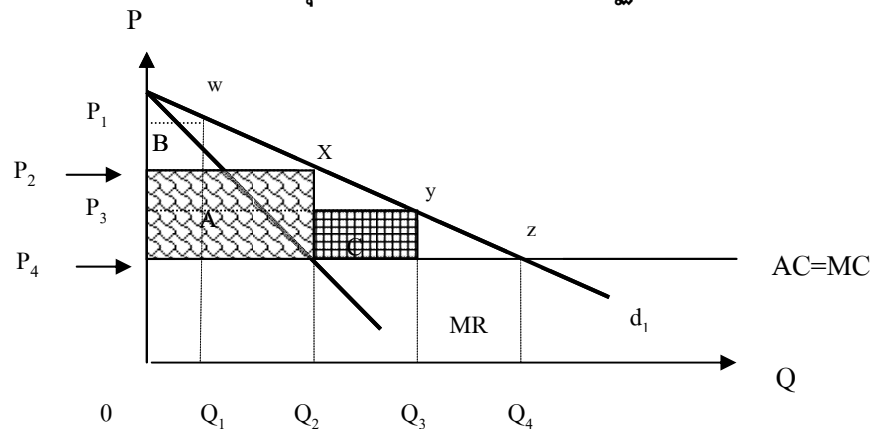
4.2.1.1 รูปแบบการใช้อำนาจจากการผูกขาดในการกำหนดราคา (โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ คือ แผ่นพับโฆษณาของโรงเรียนกวดวิชา)

1) การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นสอง

ในตลาดธุรกิจโรงเรียนกวดวิชามีลักษณะโครงสร้างการตลาดที่โน้มเอียงไปทางตลาดผูกขาดนั้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศสามารถเพิ่มกำไรจากขายบริการความรู้ภาษาอังกฤษได้ ด้วยการตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นสองแทนการตั้งราคาขายเพียงระดับเดียว ดังภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1

การประยุกต์ใช้การตั้งราคาแบบปฏิบัติขั้นสอง



ที่มา : ชัยนธ์ ต้นติ้วสาดการ, 2550 หน้า 217.

โดยการแบ่งแยกราคาขายระดับที่สอง เป็นการคิดค่าเล่าเรียนเฉลี่ยต่อชั่วโมง ที่แตกต่างกันสำหรับแต่ละปริมาณชั่วโมงเรียนที่สมัครเรียนในแต่ละครั้ง ซึ่งจำนวนชั่วโมงเรียนที่แบ่งออกเป็นช่วงๆ แล้วตั้งราคานั้น ช่วงชั่วโมงแรกๆ จะตั้งราคาสูง และคิดราคาค่าเล่าเรียนในช่วง ชั่วโมงถัดไปลดหลั่นลงไป เช่น ในรูปที่ 8 ชั่วโมงที่ 0-Q₁ จะคิดค่าเล่าเรียนที่ชั่วโมงละ P₁ บาท ซึ่งมีค่าเล่าเรียนที่สูงกว่าชั่วโมงที่ Q₁-Q₂, Q₂-Q₃, Q₃-Q₄ ซึ่งจะคิดค่าเล่าเรียนที่ชั่วโมงละ P₂, P₃, P₄ บาท ตามลำดับ การแบ่งแยกราคาขายโดยวิธีนี้โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศจะสามารถดึงดูดส่วนเกินผู้บริโภค (นักเรียนนักศึกษา) มาได้ส่วนหนึ่ง แต่ไม่ทั้งหมด ซึ่งเท่ากับผลบวกของรูปสี่เหลี่ยม A รวมกับรูปสี่เหลี่ยม B และรูปสี่เหลี่ยม C ดังรูปที่ 8

สำหรับเงื่อนไขการตั้งราคาของผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาจะต้องปฏิบัติตาม ทั้ง 3 ข้อ คือ

1.1) เงื่อนไขที่ 1 หน่วยผลิตจะต้องมีอำนาจผูกขาดอยู่บ้าง พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่มีอำนาจทางการตลาดพอสมควร เนื่องจากโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศบางแห่งมีความแตกต่างของบริการ ความรู้ภาษาอังกฤษจากโรงเรียนกวดวิชาแห่งอื่น ซึ่งความแตกต่างของบริการนั้นอาจมาจากความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อผู้สอนหรือสถาบันกวดวิชา ตลอดจนการให้บริการและการประชาสัมพันธ์

1.2) **เงื่อนไขที่ 2 อุปสงค์ของนักเรียนนักศึกษาที่มีความยืดหยุ่นที่ไม่เท่ากัน** โดยผู้ประกอบการทราบเป็นอย่างดีว่าความต้องการของแต่ละกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ นักเรียนนักศึกษาบางคนต้องการเรียนน้อยชั่วโมง ในขณะที่นักเรียนนักศึกษาบางคนต้องการเรียนมากชั่วโมง ดังนั้น โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ จึงได้กำหนดราคาที่แตกต่างกันตามชั่วโมงที่เรียน ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาชั่วโมงเรียนแรกๆ สูง และชั่วโมงเรียนต่อๆ กำหนดให้มีราคาที่ลดต่ำลง ให้เป็นไปตามระดับความพึงพอใจที่ลดน้อยถอยลงของการบริโภคบริการ (การเรียนการสอน)

1.3) **เงื่อนไขที่ 3 โรงเรียนกวดวิชาสามารถแยกแยะปริมาณการให้บริการความรู้ภาษาอังกฤษ ช่วงเวลาที่มีการเรียนการสอน และกลุ่มผู้บริโภคแต่ละส่วนออกจากกัน** ดังนั้น ผู้ประกอบการบางส่วนจึงจำกัดสิทธิในการเรียนของนักเรียนนักศึกษาที่ได้สมัครเรียนในโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศไม่ให้นำไปขายต่อได้ (Resell) เพราะโรงเรียนได้กำหนดให้ผู้สมัครเรียนไม่สามารถโอนสิทธิ์ได้

ตัวอย่างการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นที่ 2 เนื่องจากการสมัครเรียนเพียงคนเดียวจะต้องเสียค่าเล่าเรียนในอัตราหนึ่ง อย่างไรก็ตาม หากมีการสมัครเรียนมากกว่า 1 คน จะทำให้อัตราค่าเล่าเรียนเฉลี่ยต่อคนมีจำนวนลดลง ในขณะที่ต้นทุนของโรงเรียนระหว่างนักเรียนเรียน 1 คน กับ 2-3 คน พบว่า ต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal Cost) ของสถาบันการศึกษานั้นแทบจะไม่เปลี่ยนแปลง

(1) สถาบันกวดวิชา The International School of Language (Inlingua) ที่มีการตั้งราคาแบ่งตามคาบเรียน สำหรับการชวนเพื่อนมาเรียนเพิ่มอีก 1 คน ในหลักสูตร TOEFL/IELTS ดังนี้

ตารางที่ 4.4

การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นสองของสถาบันกวดวิชา Inlingua

คาบเรียนที่	อัตราค่าเรียนเฉลี่ยต่อคน (บาท/ชั่วโมง)			
	เมื่อสมัครเรียน 1 คน	เมื่อสมัครเรียน 2 คน	เมื่อสมัครเรียน 3 คน	เมื่อสมัครเรียน 4 คน
0-20	สมัครเรียนคนแรก	937.50	658.35	518.75
21-30	บังคับเรียน 50 คาบ	658.33	461.10	370.83
31-40	เรียน ราคาค่าเล่าเรียน	518.75	362.50	296.87
41-50	เฉลี่ย 35,500 บาท	435.00	303.34	252.5

หมายเหตุ : คาบเรียนละ 50 นาที

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

จากตารางข้างต้น พบว่า มีการตั้งค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมงที่ค่อยๆ ลดลงตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้เรียนเสริม และจำนวนชั่วโมงเรียนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจได้ เพราะความต้องการเรียนกวดวิชาในชั่วโมงแรกๆ จะมีความต้องการที่สูงกว่าชั่วโมงต่อไป นั้นแสดงให้เห็นว่า เส้นอุปสงค์มีความชันติดลบ ดังนั้น การตั้งราคาแบบปฏิบัติขั้นที่สอง คือ การตั้งราคาที่แตกต่างกันออกเป็นช่วง โดยชั่วโมงแรกๆ จะมีราคาค่าเล่าเรียนที่สูงกว่าชั่วโมงต่อมา เพราะอุปสงค์ต่อสินค้าในหน่วยแรกๆ จะสูงกว่าหน่วยหลังๆ ตามกฎความพึงพอใจที่ลดน้อยถอยลงของอุปสงค์ ดังนั้น ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะไม่ทราบระดับความพึงพอใจของแต่ละคนที่จะยินดีจ่ายในแต่ละระดับราคาค่าเล่าเรียน จึงไม่สามารถตั้งราคาที่แตกต่างกันให้กับนักเรียนนักศึกษาแต่ละคนได้ แต่ผู้ประกอบการทราบอย่างคร่าวๆ ว่านักเรียนนักศึกษามีระดับความพึงพอใจในคาบเรียนแรกมากกว่าคาบเรียนหลัง ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงเลือกตั้งราคาแบ่งออกเป็นช่วงๆ แทนการตั้งราคาเดียว จะทำให้กิจการสามารถดึงดูดส่วนเกินผู้บริโภคออกมาได้ เป็นผลให้กิจการสามารถเพิ่มรายได้จากการดึงดูดส่วนเกินผู้บริโภคออกไปดังกล่าว นอกจากนี้ หากพิจารณาถึงต้นทุนจากการที่มีนักเรียนนักศึกษาเข้ามาเรียนเพิ่มขึ้นในแต่ละรอบเพียง 1-2 คนนั้น แทบไม่ได้ทำให้ต้นทุนส่วนเพิ่มของกิจการเพิ่มขึ้น

(2) โรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษา ที่มีการตั้งราคาแบ่งตามชั่วโมงเรียน
ในหลักสูตร TOEFL/IELTS ดังนี้

ตารางที่ 4.5
การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นสองของโรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษา

ชั่วโมงที่	อัตราค่าเล่าเรียน (บาท)	ค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมง (บาท/ชั่วโมง)
0-20	14,000	700.00
21-40	13,500	675.00
41-60	12,500	625.00
61-80	13,000	650.00
81-100	9,000	450.00

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

จากตารางดังกล่าวข้างต้น พบว่า ค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมงแนวโน้มจะลดลง ตามปริมาณชั่วโมงเรียนที่เรียนเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการตั้งราคาแบบที่สองที่มีการตั้งราคามากกว่าราคาเดียว หรือ ตามความต้องการของผู้เรียนที่ต้องการเรียนในชั่วโมงแรกสูงกว่าชั่วโมงต่อมา ดังนั้น การตั้งราคาค่าเล่าเรียนหลายระดับราคาจะสามารถดูดซับส่วนเกินของนักเรียนนักศึกษาได้

(3) สถาบันภาษาและคอมพิวเตอร์อีซีซี (ประเทศไทย) ที่มีการตั้งราคาแบ่งตามชั่วโมงเรียน ในหลักสูตร TOEFL/IELTS ดังนี้

ตารางที่ 4.6

การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติขั้นสองของสถาบันภาษาและคอมพิวเตอร์อีซีซี

ระยะเวลา (ชั่วโมงที่)	อัตราค่าเล่าเรียน (บาท/20ชั่วโมง)	ค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมง (บาท/ชั่วโมง)
0-20	16,000	800.00
21-40	13,900	747.50
41-60	13,100	716.67
61-100	11,100	655.00

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

จากตารางดังกล่าวข้างต้น พบว่า ค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมงจะลดลง ตามปริมาณ ชั่วโมงเรียนที่เรียนเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการตั้งราคาแบบที่สองที่มีการตั้งราคาต่ำกว่าหนึ่ง ราคาหรือ ตามความต้องการของผู้เรียนที่ต้องการเรียนในชั่วโมงแรกสูงกว่าชั่วโมงต่อมา ดังนั้น การตั้งราคาค่าเล่าเรียนหลายระดับราคาจะสามารถดูดซับส่วนเกินของนักเรียนนักศึกษาได้

2) การแบ่งแยกราคาขายระดับที่สาม

ผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา ในต่างประเทศบางแห่งได้มีการตั้งราคาขายระดับที่สาม เนื่องจาก ผู้ประกอบการบางรายทราบถึง ลักษณะการให้บริการความรู้ภาษาอังกฤษว่ามีลักษณะเหมือนกัน ประกอบกับทราบถึงความ ต้องการของนักเรียนนักศึกษาที่ประสงค์จะสมัครเรียนมีความแตกต่างกัน

(1) สถาบันกวดวิชา BB&C Language School ที่มีการตั้งราคาแบ่งตาม ชั่วโมงเรียน ในหลักสูตร TOEFL ดังนี้

ตารางที่ 4.7

การแบ่งแยกราคาขายระดับที่สามของสถาบันกวดวิชา BB&C Language School

หลักสูตร	จำนวนชั่วโมงเรียนรวม		ค่าเล่าเรียน
TOEFL	6.5 สัปดาห์	รวม 104 ชั่วโมง	6,900 บาท
	13 สัปดาห์	รวม 104 ชั่วโมง	9,900 บาท

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

จากตารางข้างต้น ไม่ว่านักเรียนนักศึกษาจะเลือกเรียนแบบใดระหว่าง 6.5 สัปดาห์และ 12 สัปดาห์ พบว่า นักเรียนนักศึกษาได้รับปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการสอนในปริมาณที่เท่ากัน และความครบถ้วนของเนื้อหาเท่ากัน แต่โรงเรียนกวดวิชา BB&C ทราบดีว่า นักเรียนนักศึกษามี 2 กลุ่ม คือ ผู้ที่มีอาชีพประจำกับผู้ที่ยังไม่มีงานทำ (มีเวลาที่จะทำกิจกรรมอย่างอื่นมาก) สำหรับผู้ที่ยังไม่มีงานทำนั้นก็เลือกช่วง 6.5 สัปดาห์ เพราะมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลงกว่า สำหรับการเรียนการสอนแบบ 13 สัปดาห์จะเหมาะสมกับผู้ที่มีงานทำประจำ เพราะไม่สามารถมาเรียนในเวลาราชการหรือเวลาทำงานปกติได้

ทั้งนี้ การเรียน 6.5 สัปดาห์ หรือ 13 สัปดาห์ก็จะได้รับปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการสอนในปริมาณที่เท่ากัน และความครบถ้วนของเนื้อหาเท่ากัน แต่การสมัครแบบระยะเวลาเรียนที่สั้นกว่าจะต้องมาเรียนในจำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่มากกว่าและระยะเวลาในการทบทวนน้อยกว่า

นักเรียนนักศึกษาสามารถเลือกปริมาณชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ตามที่นักเรียนนักศึกษาต้องการ กล่าวคือ ช่วง 6.5 สัปดาห์แรกจะมีราคาค่าเรียนเฉลี่ย สัปดาห์ละประมาณ 1,061.54 บาท ในขณะที่หากเลือกเรียนจำนวนสัปดาห์ที่มากกว่านี้ เช่น ระยะเวลา 13 สัปดาห์ จะมีค่าใช้จ่ายสัปดาห์ละ 761.54 บาท ดังนั้น จะเห็นได้ว่าแทนที่โรงเรียนกวดวิชา BB&C จะมีการตั้งราคาเดียว แต่กลับพบว่าการแบ่งแยกราคาแบบที่สาม โดยแบ่งแยกราคาเป็นสองระดับที่แตกต่างกัน ตามจำนวนสัปดาห์ที่นักเรียนนักศึกษาประสงค์จะเรียนที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ โรงเรียนกวดวิชา BB&C ทำการสอนด้วยการถ่ายทอดจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งภายในห้องเรียนจะมีนักเรียนนั่งเรียนในแต่ละช่วงเวลาประมาณครึ่งหนึ่ง โดยในวันหยุดราชการจะมีนักเรียนมากกว่าในวันธรรมดา

(2) สถาบันกวดวิชา The International School of Language (Inlingua) สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.8
การแบ่งแยกราคาขายระดับที่สามของสถาบันกวดวิชา Inlingua

ช่วงเวลาเรียน	อัตราค่าเล่าเรียนรวม	อัตราค่าเล่าเรียนชั่วโมงละ	ระยะเวลา (หลักสูตร)
วันธรรมดา 08.00-21.00 น.	28,500 บาท	950.00	30 คาบ
วันสัปดาห์ 09.00-19.30 น.	42,500 บาท	850.00	50 คาบ

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

จะเห็นได้ว่า โรงเรียนกวดวิชาให้ความสนใจเกี่ยวกับอุปสงค์และความยินดีจ่ายค่าเล่าเรียนของผู้เรียน ดังนั้น โรงเรียนวิชาจึงได้เลือกตั้งราคาแบบที่สาม เพื่อดึงดูดส่วนเกินทางเศรษฐกิจ เช่น ลักษณะการให้บริการที่เหมือนกัน แต่เส้นอุปสงค์มีความยืดหยุ่นไม่เท่า เนื่องจากอุปสงค์ของบริการมีความแตกต่างกันตามช่วงเวลา

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ทั้ง 3 เขตพื้นที่ จากการพิจารณาด้วยส่วนแบ่งของรายได้กิจการที่มีค่า CR สูง ไม่พบว่า การตั้งราคาค่าเล่าเรียนมีความสัมพันธ์กับอัตราการกระจุกตัวของตลาดในแต่ละเขตพื้นที่

ตารางที่ 4.9
ความสัมพันธ์ระหว่างราคาค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมงกับอัตราการกระจุก
(โดยใช้ส่วนแบ่งรายได้) ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อต่อระดับอุดมศึกษา
ในต่างประเทศ ในปี 2551 และครึ่งปีแรกของปี 2552 (ถึงเดือนกรกฎาคม)

เขตปทุมวัน หลักสูตร IELTS

อันดับที่ ของ CR	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	ราคา ค่า เล่า เรียนต่อ ชม.	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	ราคา ค่า เล่าเรียน ต่อชม.
1	New Cambridge	36.86	300	New Cambridge	37.07	300
2	British Council	13.55	255	BB&C	21.78	205
3	BB&C	12.64	222	British Council	14.61	255
4	สถาบันภาษา จุฬาฯ	12.48	263	สถาบันภาษา จุฬาฯ	10.96	230
ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน			316	ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน		367

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตปทุมวัน หลักสูตร TOEFL

อันดับที่ ของ CR	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	รา ค า ค่าเล่า เรี ย น ต่อชม.	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	ราคาค่า เล่าเรียน ต่อชม.
1	BB&C	23.92	135	Fast English	32.30	383
2	KAPLAN	19.80	306	BB&C	23.27	135
3	อาจารย์สระรัช	4.98	34	KAPLAN	19.23	306
4	AUA	1.27	31	อาจารย์สระรัช	4.85	34
ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน			298	ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน		294

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตพระนคร หลักสูตร IELTS

อันดับที่ ของ CR	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)			
	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	รา ค า ค่าเล่า เรี ย น ต่อชม.	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	รา ค า ค่าเล่า เรี ย น ต่อชม.	
1	อาจารย์ดวงใจ	74.38	160	อาจารย์ดวงใจ	57.54	170	
2	สถาบันภาษา มธ.	18.71	77	สถาบันภาษา มธ.	33.97	77	
3	คณะศิลปศาสตร์ มธ.	6.91	84	คณะศิลปศาสตร์ มธ.	8.49	84	
ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน			107	ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน			110

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตพระนคร หลักสูตร TOEFL

อันดับที่ ของ CR	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)			
	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	รา ค า ค่าเล่า เรี ย น ต่อชม.	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	รา ค า ค่าเล่า เรี ย น ต่อชม.	
1	เสริมหลักสูตร	56.88	346	เสริมหลักสูตร	36.16	346	
2	สถาบันภาษา มธ.	19.33	77	สถาบันภาษา มธ.	31.63	77	
3	อาจารย์ดวงใจ	16.70	213	คณะศิลปศาสตร์ มธ.	12.43	84	
4	คณะศิลปศาสตร์ มธ.	7.10	84	อาจารย์ดวงใจ	19.79	213	
ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน			180	ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน			180

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตบางกอกน้อย หลักสูตร IELTS

อันดับที่ ของ CR	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	ราคา ค่า เล่าเรียน ต่อชม.	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	รา ค า ค่าเล่า เรี ย น ต่อชม.
1	British Council	74.54	255	British Council	73.12	205
2	inlingua	10.05	888	BB&C	7.45	222
3	BB&C	7.70	222	inlingua	12.60	888
4	ECC	4.53	291	ECC	3.73	255
5	SIAM	3.17	233	SIAM	3.11	233
ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน			333	ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน		326

ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

เขตบางกอกน้อย หลักสูตร TOEFL

อันดับที่ ของ CR	ปี 2551			ปี 2552 (มกราคม – กรกฎาคม)		
	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	ราคา ค่า เล่าเรียน ต่อชม.	โรงเรียน	ส่ว น แ บ่ ง รายได้ของ ตลาด (ร้อยละ)	รา ค า ค่าเล่า เรี ย น ต่อชม.
1	BB&C	71.90	108	BB&C	63.14	108
2	ECC	7.70	291	inlingua	21.35	888
3	SIAM	6.20	233	ECC	9.62	291
4	inlingua	14.20	888	SIAM	5.89	233
ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน			380	ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยของทุกโรงเรียน		380

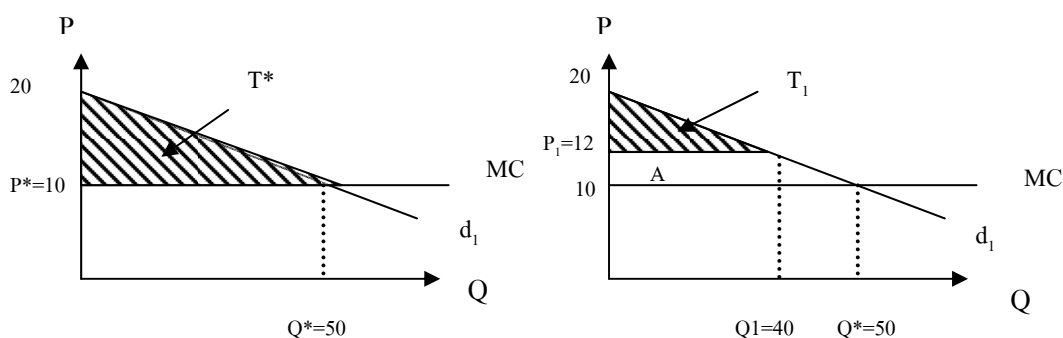
ที่มา: จากการลงพื้นที่สอบถามเจ้าหน้าที่และจากการคำนวณ

3) การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อ

ผู้ประกอบการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา ในต่างประเทศบางแห่งได้มีการตั้งราคาแบบเก็บสองต่อ กล่าวคือ มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าหรือค่าบัตรสมาชิกกับค่าเล่าเรียน โดยนักเรียนนักศึกษาจะไม่สามารถสมัครเรียนได้หากไม่ได้เป็นสมาชิกแรกเข้าหรือบัตรสมาชิกหมดอายุ ซึ่งการกำหนดอายุบัตรดังกล่าวยังเป็นการกระตุ้นให้นักเรียนนักศึกษาได้สมัครเรียนในหลักสูตรที่สนใจหรือสมัครหลักสูตรเดิมเพื่อต่อชั่วโมงเรียนก่อนที่บัตรจะหมดอายุลง

ภาพที่ 4.2

การประยุกต์ใช้การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อ



ที่มา : ยันต์ ตันติวิธดาการ, 2550 หน้า 226.

ตัวอย่างการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อ คือ มีการเก็บค่าธรรมเนียมในการเป็นสมาชิกกับค่าเล่าเรียน นั่นหมายความว่า ผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกอยู่ก่อนจะต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเป็นสมาชิกของโรงเรียน หรือเป็นเงินกินเปล่าของโรงเรียนกวดวิชาในแต่ละแห่งนั่นเอง หากพิจารณารูปที่ 9 จะพบว่า ในรูปซ้ายมือ ธุรกิจต้องการที่จะเก็บค่าธรรมเนียมสมาชิก T^* และค่าเล่าเรียน $P=10$ จะทำให้มีผู้มาเรียนทั้งสิ้นจำนวน 50 ราย หรือในรูปด้านขวามือ ธุรกิจต้องการที่จะเก็บค่าธรรมเนียมสมาชิก T_1 และค่าเล่าเรียน $P=12$ จะทำให้ผู้มาเรียนลดลงจาก 50 ราย เหลือ 40 ราย (แม้ว่าค่าธรรมเนียม T_1 น้อยกว่า T^* ก็ตาม) และต่อไปนี้จะแสดงความแตกต่างของค่าใช้จ่ายของผู้ที่เป็นสมาชิกอยู่ก่อนกับผู้ที่ไม่เป็นสมาชิก ดังนี้

(1) สถาบันกวดวิชา The International School of Language (Inlingua) ที่มีการเก็บค่าสมาชิกแรกเข้า 300 บาท ก่อนที่จะมีการสมัครหลักสูตร IELTS หรือ TOEFL ที่มีค่าใช้จ่ายดังนี้

ตารางที่ 4.10
การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อของสถาบันกวดวิชา Inlingua

ช่วงเวลาเรียน	ระยะเวลา (หลักสูตร)	อัตราค่าเล่าเรียน	
		เคยเป็นสมาชิก	นักเรียนที่เข้าใหม่
วันธรรมดา 08.00-21.00 น.	30 คาบ	28,500 บาท	28,800 บาท
วันสุดสัปดาห์ 09.00-19.30 น.	50 คาบ	42,500 บาท	42,800 บาท

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่านักเรียนนักศึกษาที่เคยเรียนอยู่เดิมจะเสียค่าเล่าเรียนน้อยกว่าเนื่องจากไม่ต้องเสียค่าสมาชิก (Entrance Fee) อีกรอบ ดังนั้น การเก็บค่าธรรมเนียมในการเป็นสมาชิกจึงเป็นการตั้งราคาแบบเรียกเก็บสองต่อในการหารายได้ของกิจการที่อยู่ในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

(2) โรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษา ที่มีการเก็บค่าสมาชิกแรกเข้า 200 บาท ก่อนที่จะมีการสมัครหลักสูตร IELTS หรือ TOEFL ที่มีค่าใช้จ่ายดังนี้

ตารางที่ 4.11
การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อของโรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษา

ระยะเวลา (ชั่วโมง)	อัตราค่าเล่าเรียน(บาท)	
	นักเรียนที่เป็นสมาชิกแล้ว	นักเรียนที่เข้าใหม่
20	14,000	14,200
40	27,500	27,700
60	40,000	40,200
80	53,000	53,200

ระยะเวลา (ชั่วโมง)	อัตราค่าเล่าเรียน(บาท)	
	นักเรียนที่เป็นสมาชิกแล้ว	นักเรียนที่เข้าใหม่
100	62,000	62,200

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักเรียนนักศึกษาของโรงเรียนจะเสียค่าเล่าเรียนต่อนักเรียนและนักศึกษารายใหม่ เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเป็นสมาชิก (Entrance Fee) นอกจากนี้ การตั้งราคาดังตารางข้างต้นยังมีการตั้งราคาแบบที่สองประกอบกับการตั้งราคาขายแบบเรียกเก็บสองต่ออีกด้วย

(3) สถาบันภาษาและคอมพิวเตอร์อีซีซี (ประเทศไทย) ที่มีการเก็บค่าสมาชิกแรกเข้า 200 บาท ก่อนที่จะมีการสมัครหลักสูตร IELTS หรือ TOEFL ที่มีค่าใช้จ่ายดังนี้

ตารางที่ 4.12

การตั้งราคาแบบเก็บสองต่อของโรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษา

ระยะเวลา (ชั่วโมง)	อัตราค่าเล่าเรียน (บาท)	
	เคยเป็นสมาชิก	นักเรียนที่เข้าใหม่
20	16,000	16,200
40	29,900	30,200
60	43,000	43,200
100	65,500	65,700

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักเรียนนักศึกษาของโรงเรียนจะเสียค่าเล่าเรียนต่อนักเรียนและนักศึกษารายใหม่ เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเป็นสมาชิก (Entrance Fee) นอกจากนี้ การตั้งราคาดังตารางข้างต้นยังมีการตั้งราคาแบบที่สองประกอบกับการตั้งราคาขายแบบเรียกเก็บสองต่ออีกด้วย

4) การตั้งราคาขายแบบการขายควบแบบผสม

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศมีการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขายแบบการขายควบแบบผสม (Mixed Bundling) กล่าวคือ โดยทั่วไปแล้วหลักสูตร TOEFL/IELTS จะประกอบด้วย 4 ส่วน คือ การฟัง การอ่าน การพูด และการเขียน เป็นองค์ประกอบของหลักสูตร อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ เห็นว่านักเรียนนักศึกษาบางคนไม่มีความประสงค์ที่จะเรียนทั้งการฟัง การอ่าน การพูด และการเขียน ซึ่งการกำหนดหลักสูตรที่ประกอบพร้อมทั้ง 4 ทักษะข้างต้นก็จะทำให้ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศอาจเสียโอกาสในการสร้างรายได้จากนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการเรียนเฉพาะบางหลักสูตรเท่านั้น ดังนั้น โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศบางแห่งจึงได้ทำการแยกเฉพาะบางทักษะในหลักสูตรออกมา โดยกำหนดราคาที่ค่อนข้างสูงกว่าเรียนทุกทักษะพร้อมกัน นอกจากนี้ บางโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ยังได้มีการกำหนดราคาเล่าเรียนที่แตกต่างกันหากมาเรียนกันหลายคน

ตัวอย่างการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขายแบบการขายควบแบบผสม

(1) โรงเรียนดวงใจภาษาต่างประเทศ ที่มีการตั้งราคาขายแบบการขายควบแบบผสม ดังนี้

ตารางที่ 4.13

ตั้งราคาขายแบบการขายควบแบบผสมของโรงเรียนดวงใจภาษาต่างประเทศ

หลักสูตร	Grammar	Writing	Reading	Listening	Speaking
TOEFL iBT	-	เรียน	เรียน	เรียน	เรียน
TOEFL PBT	เรียน	เรียน	เรียน	เรียน	-
IELTS	เรียน	เรียน	เรียน	เรียน	เรียน
ค่าเล่าเรียน	3,000 บาท	3,500 บาท	3,000 บาท	3,000 บาท	8,000 บาท

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

นักเรียนสามารถแยกเรียนตามวิชาก็ได้ หรือ สมัครเป็นชุดก็ได้ โดยมีส่วนลด ถ้าสมัครหลายวิชาในวันเดียวกัน

TOEFL (iBT) = Writing+ Reading + Listening + Speaking = 16,000 บาท
(ส่วนลดละ = 1500 บาท)

TOEFL (PBT) = Writing+ Reading + Listening + Grammar = 11,000 บาท
(ส่วนลดละ = 1500 บาท)

IELTS = Writing+ Reading + Listening + Speaking + Grammar
= 19,000 บาท (ส่วนลดละ = 1500 บาท)

(2) โรงเรียนกวดวิชาบ้านความรู้ ได้มีการกำหนดราคาเล่าเรียนที่แตกต่างกัน หากมาเรียนกันหลายคน นั้นหมายความว่า หากมีการรวมกลุ่มกันมาสมัครเรียนโรงเรียนกวดวิชาแห่งนี้ จะทำให้ราคาค่าเล่าเรียนเฉลี่ยต่อคนมีราคาถูกกว่าการสมัครเรียนเพียงคนเดียว ดังนี้

ตารางที่ 4.14

ตั้งราคาขายแบบการขายควบแบบผสมของโรงเรียนกวดวิชาบ้านความรู้

จำนวนนักเรียน	หลักสูตร					
	IELTS			TOEFL		
	จำนวนชั่วโมงเรียน	ค่าเล่าเรียน (บาท)	ค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมง(บาท)	จำนวนชั่วโมงเรียน	ค่าเล่าเรียน (บาท)	ค่าเล่าเรียนต่อชั่วโมง(บาท)
1 คน	24	19,650	818.75	24	19,650	818.75
2 คน	28	12,650	451.78	28	12,650	451.78
3-10 คน	44	11,700	265.90	34	9,100	267.64

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

4.2.1.2 ทักษะคติของผู้บริหารกิจการต่อการตั้งราคา

ทักษะคติของผู้บริหารกิจการต่อการตั้งราคา โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการ สรุปได้ดังนี้ (ดูตารางที่ 4.15 ประกอบ)

1) ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคา หากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20-30 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเดิม ตัวอย่างเช่น

1.1) ในเขตปทุมวัน เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานนั้นคิดเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับต้นทุนในด้านอื่นๆ และมีค่าค่อนข้างคงที่ ดังนั้น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจึงไม่ค่อยมีผลต่อการตัดสินใจในการปรับราคาค่าเล่าเรียน อย่างไรก็ตาม สำหรับหลักสูตร TOEFL/IELTS ถ้าหากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นเกินกว่าร้อยละ 20 -25 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเดิม ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคา

1.2) ในเขตพระนคร สำหรับหลักสูตร TOEFL/IELTS ถ้าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 25-30 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเดิม ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคา โดยปกติแล้วค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานนั้น จะเป็นค่าจ้างพนักงานของโรงเรียนเป็นหลัก ส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่นนั้นไม่สูงมาก เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าซ่อมบำรุง เป็นต้น ดังนั้น หากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่สูงเกินกว่าร้อยละ 20-25 แล้วก็จะไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการปรับราคาค่าเล่าเรียน

1.3) ในเขตบางกอกน้อย สำหรับหลักสูตร TOEFL/IELTS ถ้าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 25-30 ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคา แต่ถ้าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่เกินร้อยละ 25-30 แล้ว โรงเรียนส่วนใหญ่เลือกที่จะแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงขึ้นไว้เอง เนื่องจากมีสัดส่วนที่ไม่มากเมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่ได้รับจากค่าเล่าเรียนของนักเรียน แต่ถ้าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานปกติในแต่ละเดือนมีการปรับขึ้นเกินกว่าร้อยละ 30 แล้ว โรงเรียนกวดวิชาจะไม่เลือกแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อไป แต่จะผลักภาระไปให้กับนักเรียนนักศึกษา ทั้งนี้ ในการปรับขึ้นราคาค่าเล่าเรียนจะต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ ประกอบการพิจารณาด้วย

2) ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงราคาตามคู่แข่งชั้น หรือตามราคาของตลาด หากคู่แข่งชั้นประเภทเดียวกันมีการเปลี่ยนแปลงราคา (ลด/ขึ้น) ราคาร้อยละ 10-15 จากราคาเดิม ซึ่งสามารถพิจารณาในแต่ละเขตได้ ดังนี้

2.1) **ในเขตปทุมวัน** สำหรับหลักสูตร TOEFL/IELTS จากการสัมภาษณ์ โรงเรียนกวดวิชารายใหญ่ พบว่า จะไม่มีเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนถึงแม้ว่าโรงเรียนคู่แข่งจะมีการปรับลดราคาลงร้อยละเท่าใดก็ตาม⁴ สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย ในที่นี้หมายถึงโรงเรียนที่มีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนนักเรียนไม่เกินร้อยละ 5 พบว่า จะมีการปรับราคาตามโรงเรียนกวดวิชาตามโรงเรียนกวดวิชาแห่งอื่น ขณะที่โรงเรียนกวดวิชาที่มีส่วนแบ่งการตลาดจำนวนนักเรียนมากกว่าร้อยละ 5 แต่ไม่เกินร้อยละ 10 ยืนยันที่จะไม่ปรับราคาค่าเล่าเรียน⁵

2.2) **ในเขตพระนคร** สำหรับหลักสูตร TOEFL/IELTS โรงเรียนกวดวิชาทุกแห่งได้ให้ข้อมูลจากการสอบถามสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ถ้าหากคู่แข่งประเภทเดียวกันมีการเปลี่ยนแปลงราคาเท่าใดก็ตาม ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนตาม

2.3) **ในเขตบางกอกน้อย** สำหรับหลักสูตร TOEFL/IELTS ของโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตบางกอกน้อยที่ทำการศึกษากว้างทั้งหมด เป็นโรงเรียนที่เป็นสาขาย่อย ซึ่งการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับสำนักงานใหญ่ และโดยปกติแล้วราคาค่าเล่าเรียนแต่ละสาขาของโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่งจะมีค่าเท่ากัน ตัวอย่างเช่น ราคาค่าเล่าเรียนของ British Council สาขาเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า จะมีราคาเท่ากับ British Council สาขาสยามสแควร์ หรือ BB&C สาขาปิ่นเกล้า จะมีราคาเท่ากับ BB&C สาขาสยามสแควร์ และโรงเรียนกวดวิชาอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน เช่น Inlingual SIAM ECC เป็นต้น ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องมีการแข่งขันทางด้านราคา เนื่องโรงเรียนกวดวิชาเชื้อ

⁴ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาด้านราคาค่าเล่าเรียนของแต่ละโรงเรียนกวดวิชาจากแผ่นพับหลักสูตรของแต่ละโรงเรียน พบว่า ถึงแม้ว่าราคาค่าเล่าเรียนหลักจะไม่เปลี่ยนแปลง แต่โรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ก็จะมีโปรโมชั่น ในด้านราคาค่าเล่าเรียนออกมาเป็นช่วงๆ เพื่อดึงส่วนแบ่งการตลาดของนักเรียนนักศึกษาในช่วงที่มีนักเรียนจำนวนน้อย หรือเป็นการกระตุ้นให้นักเรียน นักศึกษามาเรียนโรงเรียนกวดวิชาของตนก่อน เพราะโดยปกตินักเรียนนักศึกษาที่จะสอบหลักสูตร TOEFL/IELTS จะมีการเรียนกวดวิชาก่อนสมัครสอบ (จากสอบถามด้วยแบบสอบถามของนักเรียน นักศึกษาหรือเคยเรียนหลักสูตร TOEFL/IELTS) และนักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่จะมีการเรียนหลักสูตร TOEFL/IELTS มากกว่า 1 แห่ง

⁵ คือ โรงเรียนกวดวิชาอาจารย์สระรัชที่มีส่วนแบ่งการตลาดในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2552 เท่ากับร้อยละ 7.14 ซึ่งเหตุผลที่ไม่ปรับค่าเล่าเรียนเนื่องจากกลัวจะสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดไปมากกว่านี้

3) หากจำนวนนักเรียนนักศึกษามีแนวโน้มลดลง ร้อยละ 15-25 จากเดิม ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะลดราคา นอกจากนี้ จากสอบถามผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ของ โรงเรียนกวทววิชาให้ข้อมูลว่า ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนของนักเรียน นักศึกษา แต่ราคาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในอันดับต้นๆ ของการตัดสินใจการเรียน ปัจจัยสำคัญที่มีผล ต่อการสมัครเรียนก็คือความเชื่อมั่นและศรัทธาที่มีต่อผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียน อย่างไรก็ตาม การ ลดราคาในบางช่วง โดยไม่ได้ตั้งราคาต่ำอย่างถาวรจะมีผลทำให้มีจำนวนนักเรียนรีบตัดสินใจ สมัครเรียนเร็วขึ้น

3.1) ในเขตปทุมวัน สำหรับหลักสูตร IELTS ถ้าหากมีแนวโน้มจำนวน นักศึกษาลดลง ร้อยละ 15-25 จากเดิม ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะลดราคา ส่วนหลักสูตร TOEFL ถ้าหากมีแนวโน้มจำนวนนักศึกษาลดลง ร้อยละ 15-20 จากเดิม ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้ม ที่จะลดราคา

3.2) ในเขตพระนคร สำหรับหลักสูตร IELTS ถ้าหากมีแนวโน้มจำนวน นักศึกษาลดลง ร้อยละ 20-25 จากเดิม ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะลดราคา ส่วนหลักสูตร TOEFL ถ้าหากมีแนวโน้มจำนวนนักศึกษาลดลง ร้อยละ 15-20 จากเดิม ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้ม ที่จะลดราคา

3.3) ในเขตบางกอกน้อย สำหรับหลักสูตร TOEFL/IELTSโรงเรียนส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะสาขาย่อย การตัดสินใจเกี่ยวกับราคาค่าเล่าเรียนขึ้นอยู่กับสำนักงานใหญ่

4) หากโรงเรียนกวทววิชามีความประสงค์จะลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ของโรงเรียนเพิ่มขึ้นจากที่เป็นอยู่ ผู้บริหารมีแนวโน้มขึ้นราคาค่าเล่าเรียน กล่าวคือ

4.1) **ในเขตปทุมวัน** เนื่องจากประเภทของโรงเรียนกวดวิชามีความแตกต่างกัน จึงขอแบ่งการอธิบายออกเป็น 3 กลุ่ม คือ **กลุ่มแรก** เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่เป็นธุรกิจที่ขยายตัวมาจากต่างประเทศที่มาก่อตั้งในเขตนี้ พบว่า การตัดสินใจลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นเป็นการวางแผนของฝ่ายบริหารจึงไม่สามารถระบุตัวเลขได้ เพราะการตัดสินใจขึ้นราคาจะพิจารณาเป็นครั้งๆ ไป **กลุ่มที่ 2** เป็นกลุ่มโรงเรียนกวดวิชาที่มีการเช่าห้องเรียนในการสอนนั้น เช่น โรงเรียนกวดวิชาอาจารย์สระรัชที่ทำการเช่าห้องเรียนของโรงเรียนกวดวิชา Anapco เป็นต้น โรงเรียนในกลุ่มที่ 2 นี้ จึงไม่มีความจำเป็นต้องลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวก **กลุ่มที่ 3** คือโรงเรียนกวดวิชาที่ไม่ใช่โรงเรียนกวดวิชาในกลุ่มที่ 1 และ 2 พบว่า หากการลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกเกินร้อยละ 20-25 ของที่เป็นอยู่ โรงเรียนกวดวิชามีแนวโน้มที่จะปรับขึ้นราคาค่าเล่าเรียน

4.2) **ในเขตพระนคร** สำหรับโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตร TOEFL/IELTS นั้น พบว่า การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ การตกแต่งภายในอาคาร เบาะนั่ง พักผ่อน มุมกาแฟฟรี สิ่งเหล่านี้เป็นต้นทุนที่ลงทุนเพียงครั้งเดียว ซึ่งไม่ใช่ต้นทุนผันแปรและสามารถใช้งานได้หลายปี ดังนั้น เมื่อเทียบกับรายรับจากค่าเล่าเรียนที่โรงเรียนได้รับแล้ว พบว่าเป็นต้นทุนที่ไม่สูงนัก อย่างไรก็ตาม **หากมีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกครั้งใหญ่เพิ่มขึ้นมาร้อยละ 25 จากที่เป็นอยู่เดิม** ก็อาจมีความจำเป็นที่จะต้องขึ้นค่าเล่าเรียนของแต่ละหลักสูตร อย่างไรก็ตาม ค่าเล่าเรียนที่ปรับขึ้นนั้นจะต้องปรับขึ้นไม่เกินร้อยละ 20-25 ของค่าเล่าเรียนเดิม สำหรับสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์นั้น การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางเดิน ห้องน้ำ บันได จะอยู่ในการดูแลของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจะไม่มีการปรับราคาค่าเล่าเรียนหากมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เพราะไม่ได้เพิ่มต้นทุนให้กับทางโครงการ

4.3) **ในเขตบางกอกน้อย** สำหรับโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตร TOEFL/IELTS นั้น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนที่เกิดจากการขยายสาขาและเป็นสถาบันสอนภาษาในต่างประเทศมาลงทุนในประเทศ ยกเว้น โรงเรียนกวดวิชา BB&C จะมีการวางแผนในการปรับปรุงอาคารสถานที่ที่จะเป็นการตัดสินใจของสำนักงานใหญ่ โดยที่มีแผนในการปรับปรุงที่ชัดเจน ซึ่งได้รวมต้นทุนดังกล่าวอยู่ในค่าเล่าเรียนของนักเรียนนักศึกษาไว้แล้ว นอกจากนี้ การปรับราคานี้เป็นการพิจารณาของผู้บริหารระดับคณะกรรมการของโรงเรียนกวดวิชา เนื่องจากแต่ละสาขาจะมีค่าเล่าเรียนที่ไม่แตกต่างกัน

5) หากโรงเรียนกวดวิชามีต้นทุนในการปรับปรุงการเรียนการสอนของโรงเรียนเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 30 จากที่เป็นอยู่ ผู้บริหารมีแนวโน้มขึ้นราคาค่าเล่าเรียน กล่าวคือ

5.1) **ในเขตปทุมวัน** ทั้งโรงเรียนกวดวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตร TOEFL และ IELTS นั้น เมื่อเปิดโรงเรียนมาระยะหนึ่งก็มีความจำเป็นที่จะต้องลงทุนในการปรับปรุงการเรียนการสอนของโรงเรียน แต่บางโรงเรียนนั้นจะไม่มี ความจำเป็นที่จะต้องขึ้นค่าเล่าเรียนเลย เนื่องจากงบประมาณค่าใช้จ่ายที่จะต้องลงทุนปรับปรุงการเรียนการสอนได้รวมอยู่ในค่าสิทธิในการประกอบการ (Franchise) ที่โรงเรียนแห่งนั้นได้จ่ายเงินซื้อมาแล้ว เช่น โรงเรียนกวดวิชา EF เป็นต้น ในขณะที่โรงเรียนกวดวิชาหลายแห่งจะต้องกู้เงินธนาคารพาณิชย์มาลงทุน ก็ทำให้มีความจำเป็นต้องปรับขึ้นราคาค่าเล่าเรียน ถ้าหากมี**ต้นทุนในการปรับปรุงการเรียนการสอนของโรงเรียนเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 30 จากที่เป็นอยู่** การปรับขึ้นค่าเล่าเรียนที่เหมาะสมนั้น ควรจะปรับขึ้นไม่เกินร้อยละ 15-20 เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อราคาค่าเล่าเรียนมากนัก ซึ่งอาจส่งผลสืบเนื่องต่อจำนวนนักเรียนที่จะมาสมัครเรียนลดลง

5.2) **ในเขตพระนคร** โรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ยืนยันที่จะไม่ปรับเปลี่ยนราคา อย่างไรก็ตาม หากมี**ต้นทุนในการปรับปรุงการเรียนการสอนที่เพิ่มขึ้นเกินกว่าร้อยละ 30** และต้องกู้เงินธนาคารพาณิชย์ ก็อาจมีความจำเป็นต้องมีการปรับราคาเพิ่มขึ้น

5.3) **ในเขตบางกอกน้อย** สำหรับโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตร TOEFL/IELTS นั้น เหตุผลเดียวกับกรณีการตัดสินใจลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวก (หัวข้อ 4.3) ข้างต้น

ตารางที่ 4.15

สรุปทิศทางการปรับราคาค่าเล่าเรียนบนต่อต้นทุนที่เกิดขึ้น

บริเวณที่ ทำการศึกษา	ค่าใช้จ่ายใน การดำเนินงาน	การปรับราคา ของคู่แข่ง	การเปลี่ยนแปลง จำนวนนักเรียน	สิ่งอำนวยความสะดวก	ต้นทุนในการปรับปรุง การเรียนการสอน
เขตปทุมวัน	20-25%	10-15%	15-25%	20-25%	30%
เขตพระนคร	25-30%	0%	15-25%	25%	30%
เขตบางกอกน้อย	25-30%	0%	0%	0%	0%
เฉลี่ย	20-30%	10-15%	15-25%	20-25%	30%

ที่มา: จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการหรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนกวดวิชา

4.2.1.3 การเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียน

การเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนของโรงเรียน กวดวิชาที่ให้ข้อมูล ย้อนหลัง 5 ปี (โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ คือ การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของโรงเรียน และข้อมูลทุติยภูมิ คือ แผ่นพับโฆษณาของโรงเรียนกวดวิชา) โดยสรุป พบว่า โรงเรียนกวดวิชาใน 3 เขตนี้ ไม่มีการแข่งขันในการปรับลดราคาค่าเล่าเรียน IELTS/TOEFL แต่จะมีการปรับเพิ่มราคา 0-3 ครั้ง ในช่วงเวลา 5 ปี และการปรับราคาจะไม่ได้มีการปรับราคาที่พร้อมกันอย่างชัดเจน ซึ่งมี รายละเอียด ดังนี้

1) เขตปทุมวัน

1.1) หลักสูตร IELTS พบว่า ในช่วงระยะเวลา 5 ปี โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศจะมีไม่มีการปรับราคาเลย ยกเว้นใน 3 โรงเรียน คือ BB&C, British Council และ EF ซึ่งจะมีการปรับราคาจำนวน 1-2 ครั้ง นอกจากนี้ ยังพบอีกว่าการปรับราคาของโรงเรียน EF กับ British Council จะปรับราคาในช่วงระยะเวลาเดียวกัน

ตารางที่ 4.16
การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร IELTS ในเขตปทุมวัน

สถาบัน	2548	2549	2550	2551	2552	ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
Inlingua	ไม่มีข้อมูล		35,500	35,500	35,500	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
SIAM	ไม่มีข้อมูล		14,500	14,500	14,500	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
KAPLAN	ไม่มีข้อมูล		18,000	18,000	18,000	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
AIM	ไม่มีข้อมูล		15,000	15,000	15,000	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
BB&C	7,000	7,000	8,000	8,000	8,000	มีการปรับราคา 1 ครั้ง
New Cambridge	ไม่มีข้อมูล		15,000	15,000	15,000	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
British Council	7,100	7,100	7,650	7,650	8,200	มีการปรับราคา 2 ครั้ง
EF	16,500	16,500	17,500	17,500	18,500	มีการปรับราคา 2 ครั้ง
บ้านความรู้	ไม่มีข้อมูล		19,650	19,650	19,650	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
สถาบันภาษา จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	ไม่มีข้อมูล		13,800	13,800	13,800	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
อาจารย์สระรัช	นักเรียนนักศึกษาหลักสูตรนี้ จะต้องเรียน หลักสูตร TOEFL อยู่แล้ว			3,000	3,000	มีการปรับราคา 0 ครั้ง

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

1.2) หลักสูตร TOEFL พบว่า ในช่วงระยะเวลา 5 ปี โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศจะมีการปรับราคาจำนวน 1-2 ครั้ง โดยจะเป็นการปรับราคาค่าเล่าเรียนให้สูงขึ้น ยกเว้น Fast English ที่มีการปรับราคาค่าเล่าเรียนลดลง

ตารางที่ 4.17
การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร TOEFL ในเขตปทุมวัน

สถาบัน	2548	2549	2550	2551	2552	ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
Inlingua	ไม่มีข้อมูล		35,500	35,500	35,500	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
AIM	ไม่มีข้อมูล		15,000	15,000	15,000	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
KAPLAN	18,000	18,000	22,000	22,000	22,000	มีการปรับราคา 1 ครั้ง
AUA	3,500	3,500	3,500	3,700	3,700	มีการปรับราคา 1 ครั้ง
SIAM	ไม่มีข้อมูล		14,500	14,500	14,500	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
BB&C	12,500	13,000	14,000	14,000	14,000	มีการปรับราคา 2 ครั้ง
อาจารย์สระรัช	10,000	10,000	10,000	10,500	10,500	มีการปรับราคา 1 ครั้ง
บ้านความรู้	ไม่มีข้อมูล		19,650	19,650	19,650	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
สถาบันภาษา จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	ไม่มีข้อมูล		19,200	19,200	19,200	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
EF	16,500	16,500	17,500	17,500	18,500	มีการปรับราคา 2 ครั้ง
Fast	เริ่มเปิดสอนธันวาคม 2551			18,000	15,300	มีการปรับราคา 1 ครั้ง
Entrance Concept	เริ่มเปิดสอนเมษายน 2552				17,500	มีการปรับราคา 0 ครั้ง

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

2) เขตพระนคร

2.1) หลักสูตร IELTS พบว่า ในช่วงระยะเวลา 5 ปี โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศจะไม่มีการปรับราคาเลย ยกเว้นโรงเรียนกวดวิชาอาจารย์ดวงใจ ซึ่งจะมีการปรับราคาจำนวน 2 ครั้ง

ตารางที่ 4.18

การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร IELTS ในเขตพระนคร

สถาบัน	2548	2549	2550	2551	2552	ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	ไม่ข้อมูล		4,200	4,200	4,200	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	เริ่มเปิดสอนในปี 2551			4,600	4,600	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
อาจารย์ดวงใจ	7,000	7,000	7,000	8,000	8,500	มีการปรับราคา 2 ครั้ง

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

2.2) หลักสูตร TOEFL ในช่วงระยะเวลา 5 ปี โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศจะมีการปรับราคาจำนวน 1-3 ครั้ง โดยจะเป็นการปรับราคาค่าเล่าเรียนให้สูงขึ้น

ตารางที่ 4.19
การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร TOEFL ในเขตพระนคร

สถาบัน	2548	2549	2550	2551	2552	ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
เสริมหลักสูตร	10,000	12,000	13,000	15,000	15,000	มีการปรับราคา 3 ครั้ง
Entrance Concept	ยังไม่มีเปิดสอน คาดว่าจะเปิดในเดือนกันยายน 2552 ราคา 17,900 บาท					
อาจารย์ดวงใจ	7,000	7,000	7,000	8,000	8,500	มีการปรับราคา 2 ครั้ง
สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	4,400	4,400	4,400	4,600	4,600	มีการปรับราคา 1 ครั้ง
คณิศรศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	ไม่มีข้อมูล		4,200	4,200	4,200	มีการปรับราคา 0 ครั้ง

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

3) เขตบางกอกน้อย

3.1) หลักสูตร IELTS ในช่วงระยะเวลา 5 ปี โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศจะมีการปรับราคาจำนวน 1-2 ครั้ง โดยจะเป็นการปรับราคาค่าเล่าเรียนให้สูงขึ้น

ตารางที่ 4.20
การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร IELTS ในเขตบางกอกน้อย

สถาบัน	2548	2549	2550	2551	2552	ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
ECC	ไม่มีข้อมูล		16,000	16,000	16,000	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
Inlingua	ไม่มีข้อมูล		35,500	35,500	35,500	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
British Council	7,200	7,200	7,650	7,650	8,200	มีการปรับราคา 2 ครั้ง
BB&C	7,000	7,000	8,000	8,000	8,000	มีการปรับราคา 1 ครั้ง
SIAM	ไม่มีข้อมูล		14,000	14,000	14,000	มีการปรับราคา 0 ครั้ง

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

3.2) หลักสูตร TOEFL ในช่วงระยะเวลา 5 ปี โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศจะมีไม่มีการปรับราคาเลย ยกเว้นโรงเรียนกวดวิชา BB&C ซึ่งจะมีการปรับราคาจำนวน 2 ครั้ง

ตารางที่ 4.21
การเปลี่ยนแปลงราคาค่าเล่าเรียนหลักสูตร TOEFL ในเขตบางกอกน้อย

สถาบัน	2548	2549	2550	2551	2552	ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
Inlingua	ไม่มีข้อมูล		35,500	35,500	35,500	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
SIAM	ไม่มีข้อมูล		14,000	14,000	14,000	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
ECC	ไม่มีข้อมูล		16,000	16,000	16,000	มีการปรับราคา 0 ครั้ง
BB&C	12,500	13,000	14,000	14,000	14,000	มีการปรับราคา 3 ครั้ง
Entrance Concept	ยังไม่มีเปิดสอน คาดว่าจะเปิดในเดือนกันยายน 2552 ราคา 17,900 บาท					

ที่มา : จากการสำรวจในพื้นที่จริง

4.2.2 พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา

1) รูปแบบการเรียนการสอน/อาจารย์ผู้สอน พบว่า แต่ละโรงเรียนมีจุดขายที่แตกต่างกัน กล่าวคือ บางโรงเรียนที่มีการประชาสัมพันธ์โดยเน้นที่อาจารย์ชาวไทยที่มีประสบการณ์มานานเป็นจุดขายของโรงเรียน เช่น โรงเรียนเสริมหลักสูตร (อาจารย์สงวน วงศ์สุชาติ) ในขณะที่บางโรงเรียนเน้นจุดขายที่ผู้สอนเป็นอาจารย์ชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา เช่น โรงเรียนกวดวิชา British Council นอกจากนี้ รูปแบบการสอนของโรงเรียนกวดวิชาก็มีความแตกต่างกันมาก บางโรงเรียนกวดวิชาอาศัยการเปิด VDO เช่น โรงเรียนกวดวิชา BB&C ในขณะที่บางโรงเรียนกวดวิชาจะเน้นการสอนโดยอาจารย์สอนสดเป็นหลัก เช่น สถาบันภาษาของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ส่วนบางโรงเรียนกวดวิชาที่ใช้จุดขายที่มีทั้ง 2 อย่าง คือ ทั้งเรียนจากเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยตนเองและการเรียนสด เช่น โรงเรียนกวดวิชา British Council เป็นต้น ดังนั้น จึงสรุปได้ว่ารูปแบบการสอนที่แตกต่างกันเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีการแข่งขันที่ทำให้เกิด

2) **เอกสารที่ใช้ประกอบการสอน** พบว่า เอกสารประกอบการเรียนการสอนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากในการแข่งขัน เนื่องจากธุรกิจบริการนั้น ผู้รับบริการไม่มีข่าวสารข้อมูลที่สมบูรณ์ เนื่องจากมีข้อจำกัดอยู่ที่ว่า นักเรียนนักศึกษาที่มีความสามารถในการรับรู้ในแต่ละโรงเรียนที่แตกต่างกันและมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการสอนที่แตกต่างกัน และนักเรียนนักศึกษามีข้อจำกัดถึงการรับรู้ถึงบริการด้านการศึกษาที่จะได้รับจนกว่าที่จะลงทะเบียนเรียนและได้เรียนจนจบหลักสูตรแล้ว ดังนั้น เนื่องจากปัญหาเรื่องข้อมูลข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ดังกล่าว ทำให้ผู้ที่ประสงค์จะสมัครเรียนจะขอเอกสารที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน เพื่อจินตนาการถึงบริการทางการศึกษาที่จะได้รับ จึงกล่าวได้ว่า เอกสารที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

3) **สถานที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชา** พบว่า สถานที่ตั้งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจอยู่แข่งขันและรอดได้ จากการสำรวจในเบื้องต้นถึงการแข่งขันในด้านสถานที่ตั้งแล้ว พบว่า ปัจจุบันการก่อตั้งโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศมีตั้งภายในศูนย์การค้ามากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งอาจจะทำให้โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศที่อยู่นอกศูนย์การค้า ที่อยู่ในสถานที่เปลี่ยว และไม่มีที่จอดรถจะมีจำนวนนักเรียน นักศึกษาลดลงเรื่อยๆ ทำให้สถานที่ตั้งเป็นปัจจัยที่ทำให้มีการแข่งขันกันได้

4) **การโฆษณาประชาสัมพันธ์** พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น มีการดำเนินการในหลายรูปแบบ เช่น การพูดปากต่อปาก แผ่นพับ ป้ายโฆษณา การส่งข้อความสั้น (SMS) การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งปริมาณการโฆษณาที่มากขึ้นทำให้กิจการเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น เป็นผลให้รายได้ของกิจการมากขึ้นและเติบโตได้ นอกจากนี้ การโฆษณาจะช่วยให้เกิดความเชื่อมั่นและโน้มน้าวใจในการสมัครเรียน ซึ่งหากไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็จะทำให้โรงเรียนกวดวิชาแห่งนั้นมีจำนวนนักเรียน นักศึกษาลดลงเรื่อยๆ จากการแข่งขันของโรงเรียนที่มีการโฆษณา

4.3 การวิเคราะห์ SWOT ในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของโรงเรียนกวดวิชา โดยใช้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ โดยจะทำการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการหรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนกวดวิชาทั้ง 3 เขตพื้นที่ คือ เขตพระนคร เขตปทุมวัน และเขตบางกอกน้อย ซึ่งในการวิเคราะห์จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของโรงเรียนกวดวิชาในครั้งนี้ จะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 มีอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลุ่มที่ 2 มีอัตราการเติบโตของรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง และกลุ่มที่ 3 มีอัตราการเติบโตของรายได้คงที่ หรือไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนมากนัก ทั้งนี้ การใช้เกณฑ์รายรับ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการชี้วัดความสำเร็จของโรงเรียนกวดวิชา และเป็นเครื่องมือในการแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม เนื่องจากจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการรายใหม่และรายเดิมได้รับทราบถึงแนวทางในการประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT ดังนี้

4.3.1 กลุ่มที่มีอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี 2551 – เดือนกรกฎาคม 2552 สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

การประเมินสถานการณ์ของธุรกิจของโรงเรียนกวดวิชา

1) ปัจจัยภายในกิจการ

1.1) จุดแข็ง ได้แก่

(1) ทำเลที่ตั้งที่มีความเหมาะสม เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกิจการรายใหม่ทำการเช่าพื้นที่ในบริเวณย่านศูนย์การค้าที่มีผู้คนพลุกพล่าน เช่น โรงเรียนกวดวิชา Fast English มีการขยายสาขามาตั้งที่ศูนย์การค้า Zen ชั้น 14 ในย่านสยามสแควร์

(2) ความยืดหยุ่นในการเพิ่มหรือลดการเรียนการสอน เช่น สถาบันภาษาและคณะศิลปศาสตร์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่มีห้องเรียนจำนวนมาก สามารถเพิ่มหรือลดห้องเรียนได้ โดยการเพิ่มห้องเรียนนั้น ไม่ได้ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากนัก เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เพิ่มเป็นเพียงค่าจ้างเจ้าหน้าที่ดูแลทำความสะอาดวันละ 450 บาท เป็นต้น

(3) มีฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่ชัดเจน รวมทั้งมีเจ้าหน้าที่ที่ทำการให้และแก้ไขของโรงเรียนที่ปรากฏขึ้นใน กระทั่งของ website ต่างๆ

(4) มีการประชาสัมพันธ์เทคนิคการสอนที่เป็นการเฉพาะ โดยการกล่าวซ้ำในเวลาสอนให้ผู้เรียนได้จดจำและนำไปใช้ในการทำข้อสอบมาตรฐาน TOEFL/IELTS อย่างไรก็ตาม เทคนิคการสอนพิเศษดังกล่าวนี้แก่นักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่มีความเข้าใจเทคนิคและสามารถนำไปใช้ได้ แต่ไม่มีทักษะที่เพียงพอในการอธิบายเพื่อนจึงทำให้มีการชักชวนเพื่อนให้มาเรียนในโรงเรียนกวดวิชาแทนการอธิบายเนื้อหาที่ได้เรียนมา เพื่อให้เพื่อนเข้าใจเนื้อหาได้ดีเหมือนเรียนด้วยตนเอง เช่น กฎ 25 ข้อที่มีการสอนโดย Fast English

(5) อาจารย์ผู้สอนมีศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เนื่องจากมีความรู้ความสามารถทั้งด้านการสอนและการบริหารกิจการ

1.2) จุดอ่อน

ยังไม่พบจุดอ่อนในธุรกิจกลุ่มที่ 1 ซึ่งมีอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธุรกิจในกลุ่มนี้ประสบความสำเร็จและสามารถแก้ไขจุดอ่อนให้เป็นโอกาสได้

2) ปัจจัยภายนอกกิจการ

2.1) โอกาส ได้แก่

(1) สามารถลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากมีนักเรียนนักศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถใช้นักเรียนที่เรียนอยู่ในปัจจุบัน เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีปากต่อปาก (Word of mouth) ในการดึงดูดนักเรียนเข้าสู่โรงเรียนได้ ซึ่งธุรกิจในกลุ่มที่ 1 นี้สามารถดำเนินการได้มากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักเรียนนักศึกษา ในขณะที่กลุ่มอื่นมีจำนวนนักเรียนนักศึกษาคงที่หรือลดลง

(2) โอกาสในการสร้างความเป็นเจ้าตลาดในวงการธุรกิจสามารถเกิดขึ้นได้ เนื่องจากแนวโน้มหรือความนิยมของนักเรียนนักศึกษาในสมัยนี้ต้องการเรียนกับโรงเรียนกวดวิชาในกลุ่มที่ 1

2.2) ข้อจำกัด ได้แก่

(1) เนื่องจากบางโรงเรียนเป็นการซื้อสิทธิในการประกอบกิจการ (Franchise) จากต่างประเทศ เช่น โรงเรียนกวดวิชา EF เป็นผลให้ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของบริษัทแม่ ทำให้ไม่มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวของกิจการให้สามารถแข่งขันในบางช่วงได้ เช่น ในช่วงเวลาที่โรงเรียนกวดวิชาในย่านเดียวกันมีข้อเสนอพิเศษทางด้านราคา (Promotion)

(2) คู่แข่งรายย่อยมีจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตปทุมวันมีโรงเรียนกวดวิชารายย่อยจำนวนมากที่เป็นสอนหลักสูตร TOEFL/IELTS เป็นหลักสูตรเสริม นอกเหนือจากการสอนภาษาอังกฤษหลักสูตรอื่น เช่น หลักสูตรเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance) หลักสูตรไวยากรณ์ (Grammar) หลักสูตรการสนทนา (Conversation)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

1) ด้านจุดแข็งและโอกาส จากการที่มีโรงเรียนกวดวิชาในกลุ่ม 1 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงนั้น พบว่า จุดแข็งของโรงเรียนกวดวิชา คือ อาจารย์ผู้สอนศักยภาพในการสอน ที่ตั้งของโรงเรียนมีความเหมาะสม ตลอดจนมีการสร้างภาพลักษณ์ด้วยการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีโอกาสสูงในการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากความต้องการเรียนกวดวิชาที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยต้นทุนที่ต่ำจากการบอกปากต่อปาก (Word of Mouth) จากนักเรียนที่มาเรียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านจุดแข็งและข้อจำกัด ถึงแม้ว่าโรงเรียนกวดวิชาในกลุ่ม 1 จะมีอาจารย์ผู้สอนศักยภาพในการสอนที่ตั้งของโรงเรียนมีความเหมาะสม แต่อุปสรรคหรือข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการมีโรงเรียนกวดวิชารายย่อยจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษที่เปิดสอนหลักสูตรอื่นที่สามารถเปลี่ยนมาสอนหลักสูตร TOEFL/IELTS ได้ตลอดเวลา ดังนั้นโรงเรียนกวดวิชาในกลุ่มที่ 1 จำเป็นต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและลักษณะที่แตกต่างในด้านความรู้สึกถึงผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเรียนกวดวิชาในโรงเรียนแห่งนี้ด้วยการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

3) ด้านจุดอ่อนและโอกาส ถึงแม้ว่าจุดอ่อนของโรงเรียนกวดวิชา คือ การไม่ถูกคำประจำ เนื่องจากการเรียนหลักสูตร TOEFL/IELTS เป็นการตัดสินใจเรียนเพียงครั้งเดียวและมักจะไม่มีการเรียนซ้ำในหลักสูตรเดิมโรงเรียนแห่งเดิม ดังนั้น มีความจำเป็นที่

4) ด้านจุดอ่อนและข้อจำกัด เนื่องจากโรงเรียนกวตริชาในกลุ่มที่ 1 นี้ ทั้งจุดอ่อนที่ไม่มีลูกค้าประจำ หรือไม่มีนักเรียนนักศึกษารายเดิมที่จะมาเรียนซ้ำในหลักสูตรเดิมในโรงเรียนแห่งเดิม ประกอบกับมีข้อจำกัดในการมีคู่แข่งจำนวนมาก ดังนั้น โรงเรียนกวตริชา ในกลุ่มที่ 1 นี้มีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพการสอนในด้านความรู้สึของผู้ที่จะสมัครเรียนว่าเมื่อเรียนจบแล้วจะทำให้ความสามารถทางภาษาอังกฤษดีขึ้น หรือทำให้ได้คะแนนสอบดีขึ้น รวมทั้งสร้างความรู้สึให้นักเรียนนักศึกษามีความรักและกตัญญูต่อโรงเรียนกวตริชา โดยจะต้องไม่ให้นักเรียนนักศึกษามองเป็นธุรกิจ เพื่อให้นักเรียนนักศึกษาเหล่านี้สร้างการประชาสัมพันธ์ที่ดีให้กับโรงเรียนกวตริชาต่อไป

4.3.2 กลุ่มที่มีอัตราการเติบโตของรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี 2551 – เดือนกรกฎาคม 2552 สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

การประเมินสถานการณ์ของธุรกิจของโรงเรียนกวตริชา

1) ปัจจัยภายในกิจการ

1.1) จุดแข็ง ได้แก่

(1) ธุรกิจของโรงเรียนกวตริชาส่วนใหญ่มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์ในการสอนเป็นเวลานานมากกว่า 10 ปี และทราบเป็นอย่างดีในแนวข้อสอบในปัจจุบัน และการเปลี่ยนแปลงของข้อสอบที่เกิดขึ้น ทำให้เป็นที่น่าเชื่อถือแก่นักเรียนนักศึกษา เช่น โรงเรียนเสริมหลักสูตร (อาจารย์สงวน วงศ์สุชาติ)

(2) ธุรกิจของโรงเรียนกวตริชาส่วนใหญ่มีความชำนาญ มีเทคนิคในการสอน และใช้เวลาในการเตรียมการสอนที่ไม่มากนัก รวมทั้งอาจารย์ส่วนใหญ่มีความมุ่งมั่นทุ่มเทเอาใจใส่ในการทำงาน

(3) ธุรกิจของโรงเรียนกวตริชาส่วนใหญ่มีความโดดเด่นในเรื่องเอกสารประกอบการสอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อสอบเก่า

(4) ภารกิจของโรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่เป็นอาจารย์ผู้สอนชาวไทย ทำให้มีความเข้าใจจุดอ่อนและโอกาสในการพัฒนาภาษาอังกฤษของคนไทย

1.2) จุดอ่อน ได้แก่

(1) ส่วนใหญ่เป็นกิจการที่เป็นอาจารย์ชาวไทยที่มีอายุมาก แต่ไม่สามารถถ่ายทอดเทคนิคให้อาจารย์ท่านอื่นมารับช่วงสอนต่อ เนื่องจากมีเทคนิคการสอนที่เป็นการเฉพาะ เป็นความสามารถเฉพาะตน รวมถึงนักเรียนนักศึกษาที่มีความเชื่อมั่นในตัวผู้สอนคนเดียวเท่านั้น นอกจากนี้ ผู้สอนต้องใช้เวลาเตรียมเอกสารประกอบการสอนด้วยตนเอง เพราะส่วนใหญ่ไม่ไวใจหรือไม่พอใจกับการให้ลูกน้อง (พนักงานของโรงเรียน) จัดพิมพ์เอกสารที่จะใช้ประกอบการสอน ดังนั้น ภาระงานทั้งหมดทั้งด้านการเรียนการสอนและการบริหารกิจการจึงตกแก่ผู้สอน

(2) ส่วนใหญ่มีความรู้ความสามารถในทักษะการสอนเป็นอย่างดี แต่ไม่มีทักษะด้านการบริหาร ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ และไม่ได้เรียนรู้ถึงสิ่งใหม่ๆ เกี่ยวกับการบริหารอีกแล้ว เนื่องจากให้ความสนใจเฉพาะในตัวเนื้อหาหลักสูตรที่จะสอนเท่านั้น

(3) การบริหารกิจการโรงเรียนกวดวิชาไม่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ไม่สามารถดูแลพฤติกรรมของพนักงานได้อย่างทั่วถึง เช่น จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการบอกเล่าของอาจารย์ผู้สอนของโรงเรียนเสริมหลักสูตรที่มีข้อมูลยืนยันตรงกันว่า การบริการของเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนควรมีการปรับปรุง

2) ปัจจัยภายนอกกิจการ

2.1) โอกาส ได้แก่

(1) การทำการประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้เป็นที่รู้จักไม่มีความจำเป็น เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนที่มีชื่อเสียงมานานอยู่แล้ว จึงสามารถลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้ อย่างไรก็ตาม โรงเรียนกวดวิชาในกลุ่มนี้ยังมีความจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของหลักสูตรที่มีการปรับปรุงให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ

(2) สามารถพัฒนาธุรกิจให้ดำเนินต่อไปได้ เช่น โรงเรียนเสริมหลักสูตรที่มีจำนวนนักเรียนลดลงเป็นอย่างมาก หากได้รับการสนับสนุนในด้านเงินทุน และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านธุรกิจและการตลาด

(3) ปริมาณความต้องการเรียนภาษาอังกฤษหลักสูตร TOEFL/ IELTS มีมากขึ้น เนื่องจากการไปศึกษาต่อต่างประเทศในปัจจุบันเป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยากเหมือนแต่ก่อน

2.2) ข้อจำกัด ได้แก่

(1) การปรับเปลี่ยนหลักสูตร มีความยากลำบาก เนื่องจากเป็นผู้สอนคนเดียว จึงต้องเตรียมการสอนทั้งหมดด้วยตนเอง แต่หลักสูตรที่สอนเคยไปได้เปลี่ยนแปลงไป เช่น การที่ข้อสอบ TOEFL มีเนื้อหาในการออกข้อสอบที่เปลี่ยนไป กล่าวคือ ข้อสอบ TOEFL PBT มีเนื้อหาในส่วนของ Written and Structure แต่ข้อสอบ TOEFL นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2007 ได้เปลี่ยนเป็น TOEFL iBT ได้ยกเลิกเนื้อหาส่วนของ Written and Structure ออกไป รวมทั้งในส่วนของ Listening และ Reading ก็ได้มีการเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิมมาก ทำให้โรงเรียนกวดวิชาที่เดิมได้เคยบันทึก VDO แล้วเปิดถ่ายทอดให้นักเรียนนักศึกษาได้เรียนนั้น เนื้อหาดังกล่าวกลายเป็นที่ไม่ต้องการของนักเรียนไป ทำให้โรงเรียนบางแห่งไม่สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสอน (เช่น โรงเรียนเสริมหลักสูตร โรงเรียนอาจารย์สระบุรี) ส่งผลให้มีนักเรียนลดลงอย่างต่อเนื่อง

(2) ข้อจำกัดในเรื่องสถานที่ตั้งของโรงเรียน เนื่องจากสภาพความเป็นเมืองได้เปลี่ยนแปลงไป ประกอบการการลงทุนก่อตั้งโรงเรียนแต่ละแห่งใช้งบประมาณในการลงทุนที่ค่อนข้างสูง ทำให้โรงเรียนที่เคยตั้งอยู่ในย่านความเป็นเมืองเดิม เช่น โรงเรียนเสริมหลักสูตรที่ตั้งอยู่ในย่านเมืองเก่าบางลำพู ซึ่งเคยเป็นเมืองเก่า มีผู้คนมาในย่านนี้จำนวนมาก ไม่สามารถเปลี่ยนไปตั้งโรงเรียนกวดวิชาในย่านความเป็นเมืองใหม่ได้ เช่น ย่านสยามสแควร์ นอกจากนี้ นักเรียนนักศึกษาในปัจจุบันมีรถยนต์เป็นของตนเองมากขึ้น โรงเรียนกวดวิชาที่ก่อตั้งมานานแล้วมักจะไม่ได้เตรียมการเรื่องที่พักของนักเรียนนักศึกษา จึงเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการเลือกตัดสินใจสมัครเรียน หรือ นักเรียนนักศึกษาอาจจะเปลี่ยนไปเรียนในย่านศูนย์การค้าที่มีที่จอดรถได้สะดวก หรือมีสถานีรถไฟฟ้า/รถไฟใต้ดินผ่านก็เป็นไปได้

(3) ความเข้มงวดของธนาคารแห่งประเทศไทยที่กำหนด หลักเกณฑ์ในเรื่องหลักประกันอย่างเข้มงวด รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการประเมินด้านอื่นๆ เช่น อายุของผู้กู้ ทำให้ผู้ประกอบการอาจารย์ที่เป็นชาวไทยที่มีอายุมากประสบอุปสรรคในการยื่นขอพิจารณาสินเชื่อ จึงทำให้การกู้เงินจากแหล่งจากธนาคารพาณิชย์เป็นหลัก ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จะนำมาปรับปรุงโรงเรียน หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการดึงดูดแบ่งการตลาดมาได้

(4) โรงเรียนส่วนใหญ่ยังขาดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี กล่าวคือ โรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ยังขาดอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอนที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น กระดานลำแสงแทนกระดานชอล์ก เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการเรียนรู้ของนักเรียน คอมพิวเตอร์ที่

(5) มีต้นทุนจมสูง หากมีการปิดกิจการ เนื่องจากต้นทุนที่สำคัญที่สุดของโรงเรียนกวดวิชาคือ ต้นทุนการก่อสร้าง ต้นทุนในการตกแต่งภายใน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

1) ด้านจุดแข็งและโอกาส เนื่องจากโรงเรียนกวดวิชาในกลุ่มที่ 2 มีจุดแข็ง คือ มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์มานานมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีความโดดเด่นในเรื่องข้อสอบเก่า ประกอบกับความสามารถของอาจารย์ชาวไทยที่เข้าใจจุดด้อยในการเรียนภาษาอังกฤษของคนไทยเป็นอย่างดี รวมถึงโอกาสที่จะประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกวดวิชาที่เป็นที่รู้จักกันดีแล้วจะใช้งบประมาณไม่มาก และความต้องการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศในตลาดมีมากขึ้น ดังนั้น โรงเรียนกวดวิชาจึงไม่มีความจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก เนื่องจากโรงเรียนกวดวิชาเป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว แต่จำเป็นต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ให้นักเรียนนักศึกษาที่ประสงค์จะสมัครเรียนเกิดความเชื่อมั่นในผลลัพธ์ที่นักเรียนนักศึกษาคาดว่าจะได้รับจากโรงเรียนกวดวิชาแห่งนี้ว่าจะประสบความสำเร็จเหมือนญาติพี่น้องหรือคนรู้จักที่เคยได้เรียนในโรงเรียนแห่งนี้มา

2) ด้านจุดแข็งและข้อจำกัด เนื่องจากโรงเรียนกวดวิชาในกลุ่มที่ 2 มีจุดแข็ง คือ มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์มานานมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ประกอบกับความสามารถของอาจารย์ชาวไทยที่เข้าใจจุดด้อยในการเรียนภาษาอังกฤษของคนไทยเป็นอย่างดี แต่ข้อจำกัด คือ ไม่สามารถปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้ตรงกับข้อสอบที่เปลี่ยนแปลงไปได้ทัน เนื่องจากอาจารย์เพียงคนเดียวและจัดทำหลักสูตรด้วยตนเอง โดยเฉพาะโรงเรียนกวดวิชาที่มีการสอนโดยใช้ระบบถ่ายทอดจากการบันทึกการสอนในอดีต ซึ่งโรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ใช้วิธีการสอนโดยใช้การสอนด้วยเนื้อหาของเดิมที่ไม่ตรงกับข้อสอบแต่เป็นประโยชน์ต่อนักเรียนนักศึกษา ร่วมกับเนื้อหาที่มีการบันทึกการสอนที่ตรงกับข้อสอบแบบใหม่ ทำให้โรงเรียนเหล่านี้ประสบปัญหานักเรียนนักศึกษาไม่ต้องการเรียน ด้วยเหตุนี้ การศึกษานี้จึงมีข้อเสนอต่อธุรกิจในกลุ่มนี้ว่า ควรที่จะใช้เวลาในการสอนมากขึ้น โดยเอกสารที่ประกอบการสอนอาจจะต้องอาศัยหนังสือจากต่างประเทศที่มีการจำหน่ายในท้องตลาดมาแทนเสริมแทนการทำเอกสารประกอบการสอนด้วยตนเอง

3) ด้านจุดอ่อนและโอกาส จุดอ่อนที่สำคัญของโรงเรียนกวดวิชาคือ ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินธุรกิจโดยบุคคลเดียวและอาจจะขาดทักษะทางด้านการบริหาร การตลาด และการ

4) ด้านจุดอ่อนและข้อจำกัด จุดอ่อนที่สำคัญของโรงเรียนกวดวิชาคือ ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินธุรกิจโดยบุคคลเดียว บริหารกิจการด้วยสามัญสำนึกของคนคนเดียวอย่างเบ็ดเสร็จ โดยมีการจ้างบุคคลากรเข้ามาช่วยงานที่ไม่ใช่ด้านการบริหารหรือด้านการสอน แต่ผู้บริหารกิจการดังกล่าวขาดทักษะทางด้านการบริหาร การตลาด และการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งมีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่ การขอกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น ดังนั้น ทำให้บางโรงเรียนกวดวิชาอาจมีความจำเป็นที่จะต้องหาหุ้นส่วนที่จะมาร่วมลงทุน เพื่อให้กิจการสามารถดำเนินการต่อไปได้

4.3.3 กลุ่มที่มีอัตราการเติบโตของรายได้คงที่ หรือไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนมากนัก ในช่วงปี 2551 – เดือนกรกฎาคม 2552 สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

การประเมินสถานการณ์ของธุรกิจของโรงเรียนกวดวิชา

1) ปัจจัยภายในกิจการ

1.1) จุดแข็ง ได้แก่

(1) ส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มีผู้สอนหลายคน โดยมีแผนการสอน และการเตรียมการสอนในแต่ละวันโดยละเอียด นั้นหมายความว่า โรงเรียนกวดวิชาจะมีรายละเอียดในการสอนแต่ละวันให้อาจารย์สอน

(2) มีความพร้อมทางด้านบุคลากร ทั้งอาจารย์ผู้สอน เจ้าหน้าที่ด้านการบริหาร เจ้าหน้าที่ด้านการตลาด รวมถึงเจ้าหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

⁶ ซึ่งโรงเรียนเสริมหลักสูตรก็ได้เลือกใช้วิธีนี้ โดยการขอให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของโรงเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์อาจารย์เจีย ซึ่งสอนคณิตศาสตร์เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัยเข้ามาเป็นที่ปรึกษาโรงเรียนกวดวิชาเสริมหลักสูตร

(3) โรงเรียนกวดวิชาก่อตั้งมานานจนเป็นที่รู้จักกันดี และเป็นที่ไว้วางใจของผู้ปกครอง

1.2) จุดอ่อน ได้แก่

(1) มีต้นทุนในการฝึกอบรมบุคลากรที่เป็นอาจารย์ที่จะทำหน้าที่สอนในโรงเรียน

(2) ตัวอย่างธุรกิจในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ พบว่า การเข้าออกของอาจารย์ผู้สอนชาวต่างชาติมีอัตราสูง (Turn Over) เช่น อาจารย์ชาวต่างชาติที่มาสอนอาจกลับประเทศบ้านเกิดกะทันหัน หรือเปลี่ยนไปสอนโรงเรียนกวดวิชาแห่งอื่น ในบางครั้ง อาจารย์ชาวต่างชาติที่มาสอนมีนักเรียนนักศึกษาที่มีความภักดีต่ออาจารย์ผู้สอนนั้น อาจมีการตามอาจารย์ผู้สอนไปเรียนในโรงเรียนกวดวิชาแห่งอื่น

2) ปัจจัยภายนอกกิจการ

2.1) โอกาส ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชาบางแห่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจัดทดสอบข้อสอบมาตรฐาน IELTS เช่น British Council จึงเป็นโอกาสอันดีในการขยายตลาดไปสู่กลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่มีความต้องการเรียนกับครูที่ทำหน้าที่ทดสอบ (ตามความเข้าใจของนักเรียนนักศึกษามากส่วนหนึ่ง) แต่ในความเป็นจริงแล้ว ครูผู้ที่ทำหน้าที่ทดสอบนั้นจะไม่ได้ทำหน้าที่สอนในหลักสูตรที่ได้ทำการทดสอบ แต่จะทำการสอนในหลักสูตรอื่นของโรงเรียนแทน

2.2) ข้อจำกัด ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการปรับหลักสูตร และระยะเวลาในการสอนให้มีความเหมาะสม ทำได้ค่อนข้างช้า เนื่องจากจะต้องขออนุญาตจากบริษัทแม่ รวมถึงต้องผ่านการประเมินจากบริษัทแม่เป็นระยะๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

1) ด้านจุดแข็งและโอกาส เนื่องจากโรงเรียนกวดวิชา ส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มีผู้สอนหลายคน โดยมีแผนการสอนและการเตรียมการสอนในแต่ละวันโดยละเอียด มีความพร้อมทางด้านบุคลากร ทั้งอาจารย์ผู้สอน เจ้าหน้าที่ด้านการบริหาร เจ้าหน้าที่ด้านการตลาด รวมถึงเจ้าหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนกวดวิชาก่อตั้งมานานจนเป็นที่รู้จักกันดี และเป็นที่ไว้วางใจของผู้ปกครอง รวมทั้งมีโอกาสดังกล่าวจากความต้องการเรียนกวดวิชาที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น หากสามารถรักษาสวนครองการตลาด จากการทำการประชาสัมพันธ์ การบริหารการตลาดด้วยหลัก

2) ด้านจุดแข็งและข้อจำกัด ถึงแม้ว่าโรงเรียนกวดวิชาในกลุ่มที่ 3 จะมีประสิทธิภาพด้านการบริหารกิจการโรงเรียนกวดวิชา และควมมีประสิทธิของหลักสูตรที่ทำการสอนนั้น แต่ก็มีข้อจำกัดใน ความยืดหยุ่นในการปรับหลักสูตร และระยะเวลาในการสอนให้มีความเหมาะสม เนื่องจากจะต้องได้รับการประเมินผลจากบริษัทแม่ ดังนั้น การประสบความสำเร็จของกิจการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการดูแลจากบริษัทแม่อย่างใกล้ชิด

3) ด้านจุดอ่อนและโอกาส จุดอ่อนของกิจการ คือ การฝึกอบรมผู้ที่ทำหน้าที่ในการสอนที่มีต้นทุนที่ค่อนข้างสูง ประกอบกับการเปลี่ยนอาจารย์ผู้สอนบ่อย อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้การเรียนการสอนไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น อาจจำเป็นต้องมีการทำสัญญาผูกมัดอาจารย์ผู้สอน การให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม รวมถึงการให้ระยะเวลาในการลากลับประเทศสำหรับอาจารย์ผู้สอนชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล

4) ด้านจุดอ่อนและข้อจำกัด ทั้งจุดอ่อนในเรื่องการผู้ที่ทำหน้าที่ในการสอนที่เป็นชาวต่างชาติเข้ามาสมัครเป็นอาจารย์ผู้สอน และมีการเข้าออกจากโรงเรียนกิจการสูง (Turn Over) ประกอบกับความยืดหยุ่นในการปรับหลักสูตร และระยะเวลาในการสอนให้มีความเหมาะสม เนื่องจากจะต้องได้รับการประเมินผลจากบริษัทแม่ จึงอาจเป็นอุปสรรคในการประกอบกิจการ ดังนั้น โรงเรียนกวดวิชา British Council จึงมีฝ่ายการตลาดที่ทำการประเมินความต้องการของนักเรียนนักศึกษาด้วยการสำรวจแบบสอบถาม และการทำ Focus Group กลุ่มย่อยที่จะมาร่วมแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย

4.4 ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนกวดวิชา

จากการศึกษาการวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ผู้บริหารของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์มุ่งที่จะถ่ายทอดความรู้ภาษาอังกฤษ เพื่อให้ให้นักเรียนนักศึกษานำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศเป็นอันดับแรก ส่วนวิสัยทัศน์

2) ความสามารถในการบริหารจัดการเชิงธุรกิจของแต่ละโรงเรียนมีความแตกต่างกันมาก กล่าวคือ ในบางโรงเรียนมีการแผนบริหารจัดการ แผนการตลาด และแผนการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน รวมทั้งมีการจ้างมืออาชีพทางด้านการบริหารหรือด้านการตลาดเข้ามาเป็นที่ปรึกษาหรือมาบริหารกิจการ ในขณะที่บางโรงเรียนไม่มีแผนการดำเนินงานด้านธุรกิจ จึงทำให้การดำเนินธุรกิจจะเป็นการตัดสินใจของอาจารย์ผู้สอน เพียงคนเดียว กรณีผู้สอนเป็นเจ้าของกิจการ

3) ระดับของเทคโนโลยีและอุปกรณ์การสอนที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนของโรงเรียนมีความแตกต่างกันมาก คือ บางโรงเรียนกวดวิชามีการใช้เงินลงทุนจำนวนมาก (หลักล้าน) ในการพัฒนาอุปกรณ์การเรียนการสอน เช่น กระดานลำแสง ระบบคอมพิวเตอร์ และระบบซอฟต์แวร์ที่ใช้ประกอบหลักสูตรในการเรียนการสอน ในขณะที่บางโรงเรียนยังคงใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์การสอนที่เป็นกระดาน White Board แบบเรียบง่าย

4) โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศมีทั้งกลุ่มที่ประสบความสำเร็จสูง ปานกลาง และต่ำ ซึ่งโรงเรียนที่ประสบความสำเร็จสูงในที่นี้ คือ โรงเรียนที่มีผลการดำเนินงานที่ดี ในช่วงปี 2551-2552 พบว่า เป็นโรงเรียนที่มีการลงทุนและประชาสัมพันธ์มาก รวมถึงมีเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนทำหน้าที่ให้ข่าวประชาสัมพันธ์หรือแก่ข่าวของโรงเรียนทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะข้อความเห็นในกระดานของ website ต่างๆ นอกจากนี้ ยังพบอีกว่าโรงเรียนที่ประสบความสำเร็จสูงในช่วงปีที่ทำการศึกษา (ปี 2551-2552) ไม่ใช่โรงเรียนที่มีชื่อเสียงอยู่เดิม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงลักษณะข้อสอบ โดยเฉพาะหลักสูตร TOEFL จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่หรือคู่แข่งรายเดิมที่ปรับตัวได้ ทำให้ผู้ประกอบการรายเดิมประสบปัญหา ทั้งที่มีชื่อเสียงมานาน เป็นที่รู้จักกันดีในวงการ แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ถึงรูปแบบการสอนที่ได้เข้าสู่ระบบใหม่ รวมถึงโรงเรียนที่ไม่สามารถปรับเนื้อหาที่ใช้ประกอบการสอนได้ทัน โดยเฉพาะโรงเรียนกวดวิชาที่สอนโดยผู้สอนคนเดียวและใช้ระบบการสอนผ่านการถ่ายทอดทางโทรทัศน์วงจรปิด (สอนด้วยระบบ VDO) ประสบปัญหาจำนวนนักเรียนที่ลดลง นอกจากนี้ ข้อสังเกตหนึ่ง คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อนักเรียนนักศึกษาที่จะได้คะแนนสูงขึ้น การรับประกันผลคะแนนสอบ การทดลองเรียนก่อนสมัครเรียน กลายเป็นหัวใจหลักของการ

5) โรงเรียนกวดวิชาบางแห่ง ยังขาดศักยภาพในการกู้เงิน เพื่อมาลงทุนในการปรับปรุงอาคารสถานที่ และเพื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ผู้ที่มาสมัครเรียนได้รับรู้ถึงหลักสูตรการเรียนการสอนทันสมัยสอดคล้องกับข้อสอบที่ออกมา จึงกลายเป็นอุปสรรคในการเข้ามาแข่งขันของโรงเรียนกวดวิชารายใหม่ที่ไม่มีความพร้อมมากในการลงทุนดังกล่าว รวมถึงเป็นอุปสรรคต่อโรงเรียนกวดวิชารายเดิมที่ต้องการกู้เงินเพิ่มจากธนาคารพาณิชย์เพื่อการดังกล่าวนี้ ต้องประสบปัญหาในการขอเงินกู้ เนื่องจากข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เข้มงวดเรื่องหลักประกัน รวมถึงความระมัดระวังนี้เสียในการให้เงินกู้ของธนาคารพาณิชย์ จึงเป็นผลให้โรงเรียนกวดวิชาหลายแห่งต้องหานักลงทุนมาร่วมลงทุนในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ทำให้การบริหารงานจึงมุ่งสู่ความเป็นธุรกิจ คือ หวังผลกำไรสูงมากกว่าการเป็นโรงเรียนสอนภาษาให้กับนักเรียนนักศึกษา เนื่องจากผู้ที่เข้ามาร่วมลงทุนเป็นนักธุรกิจ จึงต้องการกำไรและทำให้บางครั้งขาดจิตวิญญาณ ในคำว่า “ครู”

4.5 ทักษะคตินักเรียนนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนกวดวิชา

ประเด็นที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักเรียนนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนกวดวิชาที่เปิดสอนหลักสูตร TOEFL/IELTS ใน 3 เขต คือ เขตพระนคร เขตปทุมวัน และเขตบางกอกน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 240 คน เป็นผู้ที่กำลังเรียนหรือเคยเรียนในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

4.5.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายน้อยกว่าเพศหญิง กล่าวคือ เพศชายและเพศหญิง มีร้อยละ 24 และ 76 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนนักเรียนนักศึกษาในห้องเรียนที่มีสัดส่วนของเพศชายน้อยกว่าเพศหญิง โดยนักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี หรือคิดเป็นร้อยละ 42.7 สัดส่วนรองลงมา มีอายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 26 ทั้งนี้ นักเรียนนักศึกษาหลักสูตร TOEFL และ IELTS มากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 65.3) จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีรายได้เป็นของตนเอง มีช่วงรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ซึ่งได้ประกอบอาชีพในภาคธุรกิจ

4.5.2 การตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตร TOEFL/IELTS พบว่า ปัจจัยที่นักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุดก่อนตัดสินใจสมัครเรียน คือ **รูปแบบการสอนให้มีความสำคัญ** ร้อยละ 49.40 ได้แก่ (1) วิธีการเรียนการสอน อาทิ การสอนสดหรือการสอนด้วย DVD (2) อาจารย์ผู้สอน เช่น อาจารย์ชาวไทยหรืออาจารย์ชาวต่างชาติ และ (3) ระยะเวลาในการเรียนการสอน เช่น จำนวนชั่วโมงในการเรียนการสอนต่อสัปดาห์และระยะเวลาที่ต้องใช้ในการเรียน ขณะที่**เอกสารที่ใช้ประกอบการสอนและสถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจสมัครเรียนใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ร้อยละ 20.57 และ 19.55 ตามลำดับ สำหรับ**รูปแบบการประชาสัมพันธ์**ที่สวゆるของโรงเรียนกวดวิชาที่โรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากในการประชาสัมพันธ์ (จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนกวดวิชา) เช่น การประชาสัมพันธ์ด้วยแผ่นพับอาน้ำมัน การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์และวิทยุ การประชาสัมพันธ์ผ่านมือถือ SMS ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ด้วยป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ นั้น นักเรียน นักศึกษากลับให้ความสำคัญน้อยมาก คือ ให้ความสำคัญเพียงร้อยละ 7.49 นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นอีกร้อยละ 5.37 ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ได้แก่ ราคาค่าเล่าเรียน การบอกกล่าวของผู้ที่เคยเรียนมาก่อน การตรวจการบ้านของโรงเรียนกวดวิชา ประสบการณ์ของผู้สอน ความนิยมของโรงเรียนกวดวิชาในขณะนั้น ความน่าเชื่อถือของโรงเรียนกวดวิชา การอนุญาตให้ทดลองเรียนก่อนสมัครเรียน การคาดหวังผลที่ได้รับจากการเรียน และการแบ่งเวลาของนักเรียน นักศึกษาเองในการเรียน

4.6 ทศนคติของนักเรียนนักศึกษาที่มีต่อการปรับปรุงคุณภาพหลักสูตร TOEFL/IELTS

ประเด็นที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักเรียน นักศึกษาที่มีต่อการปรับปรุงคุณภาพหลักสูตร TOEFL/IELTS ของโรงเรียนใน 3 เขต คือ เขตพระนคร เขตปทุมวัน และเขตบางกอกน้อย นั้น สรุปได้ดังนี้

4.6.1 ด้านรูปแบบการเรียนการสอน พบว่า นักเรียนนักศึกษาต้องการให้มีรูปแบบการสอนที่จริงจังเข้มข้น ให้มีปลูกจิตสำนึกในการพัฒนาและฝึกฝนตนเอง ให้มีการสอนสดร่วมกับการเปิด DVD ให้มีการสอนในอัตราเร็วที่ช้าลง ให้มีการสอนเป็นภาษาอังกฤษแทนการอธิบายด้วยภาษาไทย ให้มีการปรับปรุงเนื้อหาที่สอนให้ทันสมัย และควรมีลักษณะการเรียนแบบการสื่อสาร 2

4.6.2 ด้านอาจารย์ผู้สอน พบว่า นักเรียนนักศึกษาต้องการให้เลิกจ้างอาจารย์ชาวต่างชาติที่ไม่ใส่ใจนักเรียนอย่างจริงจัง

4.6.3 ด้านเอกสารและสื่อที่ใช้ประกอบการสอน พบว่า นักเรียนนักศึกษาต้องการให้แผ่น DVD ที่ใช้ประกอบการสอนควรมีคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเนื้อหาบางตอนของแผ่น DVD ได้ขาดหายไป และตัวหนังสือในโทรทัศน์บางครั้งมองไม่ชัด รวมทั้งควรจัดทำเฉลยแจกให้นักเรียนด้วย

4.6.4 ด้านอาคารสถานที่เรียน พบว่า นักเรียนนักศึกษาต้องการให้มีการปรับปรุงขนาดห้องเรียนให้สัมพันธ์กับจำนวนนักเรียน โดยที่ภายในห้องเรียนจะต้องไม่มีอากาศที่เย็นเกินไป มีการระบายอากาศภายในห้องเรียน และไม่ควรเป็นกระจกไม่ควรเปิดโล่งเพราะเกิดอาการวอกแวกของนักเรียนนักศึกษาได้ รวมทั้งความสะดวกของห้องน้ำ ตลอดจนควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ กล่าวคือ คอมพิวเตอร์มีจำนวนน้อยไม่เพียงพอในการใช้งานในช่วงที่มีนักเรียนมาใช้เยอะๆ

4.6.5 ด้านสถานที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชา พบว่า นักเรียนนักศึกษาต้องการให้ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีรถไฟฟ้าผ่าน หรือมีที่จอดรถให้กับผู้ที่เข้ามาเรียน

4.6.6 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พบว่า นักเรียนนักศึกษาต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ให้โรงเรียนเป็นที่รู้จักมากกว่านี้

4.6.7 ด้านราคา พบว่า นักเรียนนักศึกษาต้องการให้มีการเพิ่มราคาขึ้นตามต้นทุนของโรงเรียนที่สูงขึ้น แต่ไม่ควรให้มีจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียนมากเกินไป รวมทั้งค่าเล่าเรียนไม่ควรเอาเปรียบนักเรียนนักศึกษาจนเกินไป นอกจากนี้ ควรอาจเพิ่มระยะเวลาต่อหลักสูตร ในราคาเดิม

4.6.8 ด้านอื่นๆ พบว่า นักเรียนนักศึกษาต้องการให้ปรับปรุงเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ และให้มีการแนะนำเรื่องการเลือกมหาวิทยาลัยและการส่งคะแนนเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนการสอนปกติ