



## บทที่ 2

## การตลาดของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประวัติการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

ประเทศไทยได้นำเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องแรกเข้ามาใช้ในปี พ.ศ. 2506 คือ เครื่อง IBM 1620 ได้ทำการติดตั้งที่ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งนำมาใช้ในเรื่องของการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยหลังจากนั้นได้มีการติดตั้งเครื่อง IBM 1401 ณ สำนักงานสถิติแห่งชาติในปี พ.ศ. 2507 เพื่อใช้งานในด้านของการจัดทำสำมะโนประชากร และงานประมวลผลในด้านการสำรวจอื่น ๆ และต่อมา ส่วนราชการ, รัฐวิสาหกิจ, ธนาคาร และสถานประกอบการใหญ่ ๆ ก็เริ่มมีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้งานกัน<sup>1</sup>

ระหว่างปี พ.ศ. 2508-2515 มีการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์มากขึ้นในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการติดตั้งในส่วนราชการต่าง ๆ เช่น กรมบัญชีกลาง, การไฟฟ้านครหลวง, การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ซึ่งเครื่องที่ติดตั้งเป็นเครื่องขนาดใหญ่ เรียกว่า เมนเฟรม ของ IBM รุ่นต่าง ๆ กัน นอกจากนั้นในปี พ.ศ. 2513 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ก็ได้เริ่มนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นเครื่องแรกในวงการธนาคารเป็นเครื่อง IBM 360/30 ส่วนภาคเอกชนอื่น ๆ อาทิ เช่น บริษัท เอสโซ่แอสเตนคาร์ด ประเทศไทย จำกัด, บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด ก็ได้มีการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่นเดียวกัน ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

## จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1 ปรีชา อัสวเดชาบุตร " ไมโครคอมพิวเตอร์ คืออะไร " เอกสารประกอบโครงการการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง ก้าวไปกับไมโคร ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2528 (อัดสำเนา) เอกสารหมายเลข 2 หน้า 1

ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2516 สำนักงานสถิติแห่งชาติรายงานการสำรวจเกี่ยวกับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยพบว่าอัตราการเติบโตในการใช้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20-30 ต่อปี และคาดว่าในอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นเป็น 2 เท่า

พ.ศ. 2521 มีผู้ประเมินว่ามีการใช้คอมพิวเตอร์ในภาครัฐบาลและเอกชน โดยเฉพาะเครื่องขนาดเมนเฟรม และมีคอมพิวเตอร์ ประมาณ 70-150 เครื่อง และเริ่มมีการนำไมโครคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้กันบ้างแล้ว

พ.ศ. 2525 สมาคมคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทย เริ่มเปิดอบรมคอมพิวเตอร์เบื้องต้นสำหรับบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรก

พ.ศ. 2526 เป็นปีที่เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ เริ่มเป็นที่นิยมมากที่สุดในเมืองไทย และมีนิตยสารในแนวของคอมพิวเตอร์ออกวางจำหน่ายพร้อม ๆ กันถึง 3 ฉบับ แสดงให้เห็นว่า มีผู้สนใจศึกษาหาความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์เป็นจำนวนมาก<sup>2</sup>

จากนั้นเป็นต้นมา ก็มีบริษัทต่าง ๆ ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ได้มีการแนะนำเครื่องรุ่นใหม่ ๆ และมีประสิทธิภาพสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในท้องตลาดของบ้านเรา

#### สภาพตลาดของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน

ธุรกิจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน จัดได้ว่าเป็นธุรกิจขายบริการประเภทหนึ่งในแง่ของการให้การศึกษาทางด้านคอมพิวเตอร์ แก่บุคคลทั่วไปที่สนใจโดยอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ และถูกจัดให้เป็นธุรกิจขนาดย่อมที่น่าสนใจลงทุนติดอันดับ 1 ใน 50 จากการวิจัยของฝ่ายวิจัยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2527 จึงนับได้ว่าตลาดของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนเป็นที่น่าสนใจ และคาดว่าจะขยายตัวต่อไปในอนาคต

2 กองบรรณาธิการ, "พลิกปมคอมพิวเตอร์ไทย 25 ปี แห่งการเปลี่ยนแปลง" ( พฤษภาคม 2530 ) : 23-23



## วิเคราะห์การแข่งขัน

จากการที่ประเทศไทยเริ่มนำคอมพิวเตอร์เข้าใช้งานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2506 เป็นต้นมา วิทยาการทางด้านคอมพิวเตอร์ในยุคแรก ๆ นั้น ยังไม่แพร่หลายมากเท่าที่ควร ซึ่งอาจจะพิจารณาจากปัจจัยที่สำคัญหลายประการด้วยกัน ดังนี้คือ จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์มีอยู่ไม่มากนัก รวมทั้งราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์ในขณะนั้นค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่เครื่องคอมพิวเตอร์ก็เป็นเครื่องขนาดใหญ่มีใช้อยู่ในภาครัฐราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ การได้มาของเครื่องคอมพิวเตอร์มักจะได้มาจากการบริจาค หรือเป็นความช่วยเหลือจากต่างประเทศส่วนในภาคเอกชน ก็จะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ๆ หรือเป็นบริษัทจากต่างประเทศที่มาตั้งสาขาในประเทศไทย ความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์จึงยังจำกัดอยู่ในแวดวงของนักวิชาการตามมหาวิทยาลัย หรือนักคอมพิวเตอร์ส่วนน้อยยังไม่สามารถขยายออกไปสู่บุคคลภายนอกทั่วไปได้

การเรียนการสอน หรือความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ ยังจำกัดอยู่ภายในมหาวิทยาลัยเป็นส่วนใหญ่ และมีเพียงบางมหาวิทยาลัยเท่านั้นที่มีความพร้อมที่จะเปิดสอน เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แม้แต่ภายในมหาวิทยาลัยเองในสมัยนั้น การเรียนคอมพิวเตอร์ก็ยังจำกัดอยู่ภายในบางคณะเท่านั้น ไม่เหมือนในปัจจุบันที่นิสิต/นักศึกษา ทุก ๆ คณะมีโอกาสดูจะได้เรียนรู้วิชาการทางด้านนี้ แต่ต่อมาภายหลัง เมื่อวิวัฒนาการของเครื่องคอมพิวเตอร์เปลี่ยนแปลงไป จนถึงขั้นมีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล หรือที่เรียกกันว่า Personnel Computer ใช้งานกันทั่วไป จุดนี้นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นแห่งการเปลี่ยนแปลงหลาย ๆ อย่างของอุตสาหกรรมทางด้านนี้ นับตั้งแต่ตัวเครื่อง หรือ Hardware ตลอดจนไปถึงโปรแกรมต่าง ๆ หรือส่วนของ Software ที่มีให้เลือกใช้งานได้มากมายหลายชนิด แล้วแต่ความต้องการของผู้ใช้ การเรียนรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์จึงเกิดเป็นความต้องการของผู้สนใจทั่ว ๆ ไปขึ้นมา จากแนวโน้มของการที่คอมพิวเตอร์เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นนั่นเอง การเรียน การสอน คอมพิวเตอร์จึงมิได้จะมีเพียงแค่นักเรียนระดับมหาวิทยาลัยเท่านั้นอีกต่อไป เริ่มมีการกระจายความรู้ทางด้านนี้ออกไปสู่การศึกษาในระดับล่างลงไป เช่น ตามวิทยาลัย หรือแม้แต่นักเรียนมัธยมต่าง ๆ ทั่วประเทศ การศึกษาด้านนี้ ก็มีหลักสูตรทางด้านคอมพิวเตอร์เสริมเข้าไปในระดับมัธยมศึกษา มาด้วยเช่นกัน

จะเห็นได้ว่าความรู้ทางคอมพิวเตอร์นอกจากจะมีการเปิดสอนเป็นหลักสูตรตามมหาวิทยาลัย หรือตามโรงเรียนต่าง ๆ แล้ว โอกาสทางการศึกษาภายนอกสถานศึกษาเหล่านั้น จึงเกิดขึ้นมาเพื่อเป็นการสนองความต้องการที่ยังมีอยู่ สำหรับผู้ที่ไม่มีโอกาสที่จะได้ศึกษาในสถานศึกษาที่กล่าวมา

ในปัจจุบันถ้าไม่นับการเรียนรู้คอมพิวเตอร์ในสถานศึกษาตามปกติแล้วบุคคลที่มีความสนใจความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากองค์กรต่าง ๆ ต่าง ๆ 4 แห่งด้วยกัน ที่มีการเปิดสอนคอมพิวเตอร์ และทำให้เกิดการแข่งขันกันขึ้นในธุรกิจประเภทนี้ คือ

1. การจัดอบรมความรู้ทางคอมพิวเตอร์ที่ดำเนินการโดยสถาบันของรัฐในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนของนิสิต นักศึกษา ตามปกติ ซึ่งมีเปิดดำเนินการในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐหลายแห่งด้วยกัน เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีเปิดสอนในคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี คณะเภสัชศาสตร์ และ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ นอกจากนี้ยังมีที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เป็นต้น การเปิดสอนนี้จะมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์แก่บุคคลทั่วไป และถือเป็นการบริการเพื่อสังคม สถาบันของรัฐนี้มีการจัดหลักสูตรการเรียนแบ่งออกได้เป็น 3 พวกใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ Program Language ต่าง ๆ เช่น ภาษา COBOL RPG FORTRAN Software Package ต่าง ๆ และ Advanced Course เช่น System Analysis เป็นต้น หลักสูตรที่จัดขึ้นนี้นั้นจะมีตั้งแต่ขั้นพื้นฐานสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ทางด้านนี้มาก่อนเลย ไปจนถึงหลักสูตรสำหรับผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว แต่ต้องการพัฒนา หรือยกระดับความรู้ความสามารถของตนเองขึ้นไป เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพการงาน หรือนำความรู้ที่ได้ไปใช้กับงานประจำที่ตนเองทำอยู่ มีการจัดเตรียมอุปกรณ์การเรียนการสอนเอาไว้ครบถ้วน เช่น เครื่อง Micro Computer หรือยังสามารถใช้บริการเครื่องขนาด Mainframe ได้สำหรับบางวิชาการสอนจึงมีทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติกับเครื่องคอมพิวเตอร์จริง ๆ การกำหนดราคาเล่าเรียนมักจะไม่สูงเกินไปนัก และบางวิชาที่ถูกต้องกว่าการเรียนในโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน การใช้สถานที่เรียนก็ทำการเรียนภายในมหาวิทยาลัยนั่นเอง ส่วนใหญ่การทำโฆษณา มักจะผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ และการติดแผ่นผ้าโฆษณา กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ บุคคลทั่วไปที่สนใจ และผู้ที่ทำงานในวงการคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว แต่ส่วนใหญ่ของผู้ที่เรียนมักจะเป็นผู้ที่ทำงานแล้ว และใช้คอมพิวเตอร์ภายในขณะเป็นผู้สอน ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดขายที่ดีประการหนึ่ง เพราะทำให้เกิดความเชื่อถือศรัทธา ต่อผู้มาเรียนได้ดียิ่งกว่าประการหนึ่งของการเปิดอบรมคอมพิวเตอร์ที่จัดทำของการเปิดอบรมคอมพิวเตอร์ที่จัดทำโดยสถาบันของรัฐนี้ คือ ไม่สามารถเปิดทำการสอนได้ตลอดทั้งปี ส่วนใหญ่เฉพาะในระหว่างปิดภาคเรียนกลางปีและปลายปีตลอดจนเวลาสอนมักจะเป็นเวลาช่วงเย็นเท่านั้น ทำให้ผู้ที่สนใจเรียนแต่เวลาเรียนไม่สะดวกไม่สามารถเลือกเรียนในเวลาอื่น ๆ ได้ ตามความเหมาะสมของตนเอง ความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลาเรียนจึงมีอยู่น้อย



2. สมาคมคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทยมีลักษณะการดำเนินงานคล้าย ๆ กับที่เปิดสอนโดยสถาบันของรัฐเช่นเดียวกัน คณาจารย์ผู้สอนส่วนใหญ่ก็เป็นอาจารย์ต่าง ๆ ความมหาวิทยาลัยหรือบุคคลที่ทำงานในวงการคอมพิวเตอร์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักก็คือผู้สนใจทั่วไปเช่นกัน แต่การเปิดหลักสูตรสอนจะมีน้อยกว่าสมาคมคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทย เริ่มเปิดอบรมครั้งแรกในปี พ.ศ. 2525 แต่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่เพราะที่ทำการมีขนาดเล็ก จึงรับผู้อบรมได้ครั้งละไม่มากนัก

3. การเปิดสอนคอมพิวเตอร์ที่ดำเนินงานโดยบริษัทขายคอมพิวเตอร์นั้นว่าเป็นส่วนที่มารองรับการให้บริการของบริษัทผู้ขายเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นการให้ความรู้แก่ผู้ที่ซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ไป ซึ่งมักจะเป็นองค์กร หรือธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ก็จะมีการจัดส่งพนักงานของตนเข้าหลักสูตรการอบรมที่บริษัทผู้ขายเครื่องเปิดขึ้น ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักจึงเป็นบุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์โดยตรง หลักสูตรที่จัดขึ้นจะมีตั้งแต่พื้นฐานทั่วไป จนถึงระดับ Advanced Course และยังมี การอบรมให้แก่ระดับผู้บริหารด้วย ราคาค่าเล่าเรียนนั้นบางหลักสูตรจะไม่คิดเนื่องจากรวมอยู่ในสัญญาการซื้อขาย แต่บางหลักสูตรที่พิเศษขึ้นมาจะมีราคาค่อนข้างสูง เพราะมักจะเป็นหลักสูตรขั้นสูงส่วนใหญ่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า บุคคลผู้สนใจทั่ว ๆ ไปจึงไม่มีใครมีโอกาสที่จะได้ใช้บริการมากนัก

4. การดำเนินการสอนที่จัดอยู่ในรูปธุรกิจของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน ซึ่งคิดว่าโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนนั้นจะหมายถึงโรงเรียนที่เปิดสอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งได้รับการอนุมัติ และจัดตั้งโดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 ของกระทรวงศึกษาธิการธุรกิจประเภทนี้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการมีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ และผู้ที่ต้องการพัฒนาความรู้ที่ตนเองมีอยู่แล้วให้เพิ่มสูงขึ้น หลักสูตรการเรียน การสอนจะคล้ายคลึงกับที่เปิดสอนในสถาบันของรัฐ แต่จะเน้นหนักไปในเรื่องของ Programming Language และ Software Package ต่าง ๆ ที่อยู่ในความนิยมของท้องตลาด และใช้งานได้ง่าย แต่ก็มีหลักสูตรเสริมสำหรับ Advanced Course เช่นกัน แต่ไม่ได้มีทุกโรงเรียน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักจะเป็นกลุ่มของนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และผู้ที่ทำงานแล้ว รวมถึงผู้สนใจทั่ว ๆ ไป การแข่งขันของธุรกิจประเภทนี้มีอยู่

ค่อนข้างสูงเพราะมีโรงเรียนต่าง ๆ ที่เปิดดำเนินการถึง 28 โรงเรียนด้วยกัน  
โรงเรียนเหล่านี้มักจะเตรียมอุปกรณ์การเรียนการสอนให้ทันสมัย และเน้นเรื่องการ  
ปฏิบัติกับเครื่องมากกว่าทางทฤษฎี บางโรงเรียนพยายามสร้างความแตกต่างของ  
หลักสูตรโดยเปิดวิชาหลาย ๆ วิชาให้เลือกเรียนรวมทั้งการจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์  
ขนาดใหญ่กว่า Micro Computer เช่น Mini Computer หรือกระทั่ง Main Frame  
มาให้บริการผู้เรียน ทำให้เป็นการสร้างจุดขายที่ดีประการหนึ่ง นอกจากนี้ยัง  
มีการพยายามดึงอาจารย์ผู้สอนตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ มาเป็นอาจารย์ผู้สอนอีกด้วย  
การเรียนจบหลักสูตรก็จะได้ประกาศนียบัตรของกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อเป็น  
หลักฐานว่ามีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้เรียน เช่น  
ใช้ในการสมัครทำงาน เป็นต้น การแข่งขันในด้านราคาของธุรกิจประเภทนี้มีไม่มาก  
นัก กล่าวคือไม่ค่อยมีการกำหนดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งอื่น เพราะคิดปัญหาเรื่อง  
ค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง การส่งเสริมการขายเน้นเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อ  
หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสารคอมพิวเตอร์ และใช้วิธีการบอกกล่าวต่อ ๆ กันไป  
ด้วย การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงเรียน มักจะเลือกตามกลุ่มเป้าหมายของตนเอง  
เป็นหลัก และมักจะมีแหล่ง หรือบริเวณที่มีการจัดตั้งโรงเรียนอยู่หนาแน่น  
เป็นแห่ง ๆ เช่น ย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ หรือรามคำแหง ซึ่งทำให้เกิดการ  
แข่งขัน หรือเกิดโอกาสในการตัดสินใจเลือกเรียนของผู้เรียนมากขึ้นด้วย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจของบริการทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ  
คอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างสูง ซึ่งนอกจากจะมีขึ้นระหว่าง  
โรงเรียนเอกชนด้วยกันเอง ยังเกิดขึ้นกับการเปิดสอน หรือเปิดอบรมที่จัดทำโดย  
สถาบันของรัฐ โดยสมาคมคอมพิวเตอร์ และจากบริษัทผู้ขายเครื่องคอมพิวเตอร์  
ด้วย แต่จุดที่เป็นข้อได้เปรียบของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน คือ เรื่อง  
ของความยืดหยุ่นในการให้บริการ เพราะโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน เปิดดำเนิน  
กิจการทุก ๆ วัน และมีหลักสูตรให้เลือกเรียนมากมายตามความเหมาะสมของแต่ละ  
บุคคล ตลอดจนวิธีการสอนที่สามารถเลือกเรียนแบบตัวต่อตัว หรือ เป็นกลุ่มย่อย  
โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนก็สามารถสนองความต้องการของผู้เรียนเหล่านั้นได้  
จึงนับได้ว่าเป็นข้อได้เปรียบที่ดีประการหนึ่ง แม้ว่าในแง่ของความเชื่อถือ  
ถ้าเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนกับที่เปิดสอนโดยสถาบันของรัฐ  
อาจจะน้อยกว่า แต่ดำเนินการจ้างอาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง และพยายาม  
สร้างมาตรฐานของหลักสูตรให้ดีแล้ว ก็นับได้ว่าสามารถแก่ภาพพจน์เหล่านั้นได้  
เช่นกัน การแข่งขันที่เกิดขึ้นในธุรกิจประเภทนี้ทำให้โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์  
เอกชนทุก ๆ แห่งต้องพยายามเน้นคุณภาพของการให้บริการแก่ผู้มาเรียน และคุณภาพ  
ของหลักสูตรต้องมีเนื้อหาสาระที่ดี เพื่อยกระดับมาตรฐานให้สูงขึ้น และแตกต่าง  
จากโรงเรียนอื่น ๆ



จากการรวบรวมข้อมูลการจัดตั้งโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขต  
กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้จากการคัดลอกข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา  
เอกชน และจากการสำรวจ สรุปได้ ดังนี้

<u>โรงเรียน</u>	<u>ปี พ.ศ. ที่จัดตั้ง</u>	<u>สถานที่ตั้ง</u>
1. โรงเรียนประมวลผลประยุกต์	2512	อาคารสาทรธานี
2. ศูนย์การศึกษาธุรกิจและการจัดการ	2513	อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
3. ศูนย์ภาษาคอมพิวเตอร์	2513	ถนนราชดำเนิน
4. โรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์ /	2520	ถนนรามคำแหง
5. ศูนย์การศึกษาคอมพิวเตอร์	2521	ถนนศรีอยุธยา
6. โรงเรียน เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์	2523	อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
7. ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	2524	อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
8. สถาบันอบรมคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	2525	ถนนพหลโยธิน
9. โรงเรียนธุรกิจคอมพิวเตอร์	2526	ถนนเพชรบุรี
10. สถาบันอบรมธุรกิจและคอมพิวเตอร์	2526	อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
11. โรงเรียนกรุงเทพคอมพิวเตอร์	2526	ถนนประชาสงเคราะห์
12. โรงเรียนคอมพิวเตอร์ศึกษา	2526	ถนนเพลินจิต
13. พัฒนาเทคนิคคอมพิวเตอร์	2526	ถนนหลานหลวง
14. โรงเรียนพัฒนาการศึกษาคอมพิวเตอร์	2526	ถนนรามคำแหง
15. โรงเรียนธนบุรีคอมพิวเตอร์	2526	วงเวียนใหญ่
16. โรงเรียนคอมพิวเตอร์	2526	ถนนราชดำเนิน
17. โรงเรียนสาถกคอมพิวเตอร์	2527	ถนนเพชรบุรี
18. โรงเรียนไทยสาถกคอมพิวเตอร์	2527	หัวลำโพง
19. โรงเรียนคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	2527	ถนนสุริวงษ์
20. โรงเรียนคอมพิวเตอร์สีลม	2527	ถนนสีลม
21. โรงเรียน เทคโนโลยีสยามคอมพิวเตอร์	2527	ถนนรามคำแหง
22. โรงเรียนนักโปรแกรมคอมพิวเตอร์	2527	ถนนพหลโยธิน
23. โรงเรียนไมโครบริดจ์	2528	สยามสแควร์
24. โรงเรียนสยาม เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์	2528	ถนนรามคำแหง
25. โรงเรียนดาวกมลอิเล็กทรอนิกส์	2528	อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
26. โรงเรียนสหคอมพิวเตอร์	2529	ถนนรามคำแหง
27. โรงเรียนคอมพิวเตอร์วังเวียนใหญ่	2529	วงเวียนใหญ่
28. โรงเรียนกรุงเทพธุรกิจคอมพิวเตอร์	2530	สยามสแควร์

โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนที่เปิดดำเนินการแห่งแรกในประเทศไทย คือ โรงเรียนประมวลผลประยุกต์ ซึ่งเปิดในปี พ.ศ. 2512 ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ตาค้าแมท จำกัด จึงนับได้ว่าธุรกิจประเภทนี้เริ่มก่อตั้งมาเป็นเวลานานพอสมควร จากนั้นเป็นต้นมาก็เริ่มมีโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนแห่งอื่น ๆ เปิดดำเนินการ ตามกันเป็นลำดับ

เนื่องจากคอมพิวเตอร์เริ่มเข้ามาในประเทศไทย เป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2506 แต่ยังไม่ค่อยเป็นที่แพร่หลายมากนัก เนื่องจากในยุคแรก ๆ นั้น เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีใช้กัน เป็นเครื่องขนาดใหญ่และมีราคาค่อนข้างแพง บุคคลากรที่มีความรู้ทางด้านนี้ยังมีอยู่เป็นจำนวน ไม่มากนัก สถานศึกษาที่เปิดทำการสอนก็ยังมีไม่มากนัก ดังนั้น การขยายตัวของบุคคลากร ตลาด และความสนใจของบุคคลทั่ว ๆ ไปจึงยังมีอยู่อย่างจำกัด

ต่อมาภายหลังเมื่อเริ่มมีการนำเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เข้ามาแพร่หลายในประเทศไทย มากขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 เป็นต้นมา เนื่องจากเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์มีราคา ที่ไม่แพงมากนัก การบำรุงรักษาทำให้ง่ายขึ้น ความสามารถในการทำงานของเครื่องเมื่อ เทียบกับราคาและขนาดแล้วมีอยู่อย่างสูง การเรียนรู้เพื่อใช้งานสามารถกระทำได้ง่าย และใช้เวลาไม่มากนักทำให้มีการใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์มากขึ้นเป็นลำดับ ทั้งใน ส่วนของราชการและเอกชน

จากผลของการขยายตัวอย่างรวดเร็วของเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ตลอดจนจำนวน ของโปรแกรมที่สามารถนำมาใช้งานกับเครื่องมีมากมายให้เลือกใช้ตามความต้องการ เช่น โปรแกรมเกี่ยวกับ WORD PROCESSING เพื่อใช้งานด้านการจัดทำเอกสารต่าง ๆ ที่สะดวก รวดเร็วและสวยงามเหมาะสำหรับนำมาใช้ในสำนักงานต่าง ๆ หรือโปรแกรมสำเร็จรูปต่าง ๆ ที่ช่วยในการจัดเก็บข้อมูล เช่น dBASE ด้านการวิเคราะห์ผลข้อมูลต่าง ๆ สำหรับ นักบริหาร เช่น LOTUS 1-2-3 เป็นต้น ทำให้มีผู้สนใจที่จะเรียนรู้คอมพิวเตอร์ มากขึ้นเป็นลำดับ จึงมีโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนเปิดดำเนินการเพื่อสนองความ ต้องการดังกล่าว



✓ จากข้อมูลการจัดตั้งโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน ทำให้สามารถทำการวิเคราะห์การเติบโตของธุรกิจนี้ได้ ดังต่อไปนี้

- 1) ขึ้นเริ่มต้นอยู่ระหว่างปี พ.ศ. 2512-2513 ซึ่งจะพบว่ามีเพียง 2 โรงเรียนเท่านั้นที่จัดตั้งขึ้น และหลังจากนั้นก็ไม่มีการจัดตั้งโรงเรียนเพิ่มเติมขึ้นอีกเลย ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าในระยะเวลาดังกล่าว วิชาการที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ยังไม่แพร่หลายมากนัก และยังเกี่ยวข้องกับคนกลุ่มน้อยเท่านั้น การนำคอมพิวเตอร์ใช้งานภายในองค์กรต่าง ๆ ยังอยู่ในแวดวงที่จำกัด ความสนใจของบุคคลทั่วไป ทั่วไป จึงมีไม่มากนัก
- 2) ขึ้นเติบโต หมายถึงช่วงระยะเวลา จากปี พ.ศ. 2518-2525 ซึ่งใช้เวลาถึง 7 ปี เริ่มมีโรงเรียนต่าง ๆ เปิดดำเนินการมากขึ้น แม้จะมีไม่มากนัก เพียงปีละ 1 โรงเรียนก็ตาม แต่ก็ทำให้ธุรกิจประเภทนี้เริ่มเติบโตขึ้นมาอย่างช้า ๆ ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว คอมพิวเตอร์เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในสังคม และองค์กรต่าง ๆ ทั้งทางภาครัฐบาล และเอกชน ก็มีการนำ และพัฒนาระบบงานเข้าสู่คอมพิวเตอร์มากขึ้น ทำให้เริ่มมีผู้สนใจ ที่จะขวนขวายหาความรู้ทางด้านนี้มากขึ้นด้วย
- 3) ขึ้นเติบโตเต็มที่ 2526 ถึงปัจจุบัน ซึ่งนับได้ว่าปี พ.ศ. 2526 เป็นจุดเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของธุรกิจประเภทนี้ทีเดียว สาเหตุสำคัญคงเป็นเนื่องมาจากว่ามีกิจการนำไมโครคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้งานต่าง ๆ มากมาย และเป็นที่ยอมรับกันเป็นอย่างมาก ผลกระทบของการนำไมโครคอมพิวเตอร์ที่ทำงานได้ง่าย สะดวก และมีประโยชน์นี้เอง ทำให้มีการตื่นตัวที่จะเรียนรู้คอมพิวเตอร์กันมากขึ้น ความลำดับบุคคลากรที่มีความรู้ทางด้านนี้ ในวงการธุรกิจต่าง ๆ ทำให้มีผู้หันมาสนใจที่จะเรียนรู้ หรือเพิ่มเติมความรู้ให้กับตนเองเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้จากการที่มีหนังสือ นิตยสารทางคอมพิวเตอร์เริ่มจำหน่ายพร้อมกันถึง 3 ฉบับ ก็ยังเป็นจุดทำให้มีการเผยแพร่ความรู้ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ มากขึ้นด้วย จากความสนใจของผู้บริโภคทั่วไป ทำให้เกิดความต้องการเรียนรู้ ซึ่งมีผู้เข้าสู่ธุรกิจนี้มากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะในปี 2526 มีการเปิดดำเนินการกว่า 8 โรงเรียน และในปี 2527 ก็มีการเปิดเพิ่มมากขึ้นอีก 6 โรงเรียน ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ช่วงเวลาที่ธุรกิจเติบโตมากที่สุดคืออยู่ระหว่างปี 2526-2527 แม้ว่าในปีหลัง ๆ จะยังคงมีการเปิดดำเนินการธุรกิจประเภทนี้เพิ่มขึ้นก็ตาม แต่ในอัตราที่ลดลง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะมีการแข่งขันกันเป็นอย่างมากจากโรงเรียนต่าง ๆ ที่เปิดดำเนินการ

การที่คนเราเต็มใจจ่ายเงินเพื่อการศึกษา เนื่องจากมีเหตุผลต่าง ๆ กัน ดังนี้<sup>3</sup>

1. เนื่องจากไม่มีสถาบันใดเสนอการเรียนการสอนประเภทนั้น
2. การศึกษาทั่วไปที่สถาบันของรัฐ หรือเอกชน จัดให้มีแนวโน้มที่จะเน้นทฤษฎีมากกว่า
3. การศึกษาส่วนตัวโดยเอกชน หรือธุรกิจมีความยืดหยุ่นมากกว่า และมักจะให้บริการโดยคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าเป็นหลัก

จากเหตุผลข้างต้นพอจะทำให้เรามองภาพออกได้ว่าธุรกิจของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนนั้นน่าจะได้รับความนิยมนอกเหนือจากบุคคลทั่ว ๆ ไปที่สนใจจะมีความรู้ทางด้านนี้ เพราะวิชาการที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์นั้น ส่วนใหญ่จะเปิดทำการสอนในระดับมหาวิทยาลัย แม้ว่าต่อมาภายหลังจะได้เริ่มมีการเรียนการสอนในระดับอื่น ๆ เช่นเดียวกัน เช่น ในโรงเรียนพาณิชย์การต่าง ๆ แต่การเรียนการสอนส่วนใหญ่มุ่งในแง่ของทฤษฎีมากกว่าปฏิบัติ เพราะมักจะประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จะมีให้ใช้ มีน้อยกว่าจำนวนผู้เรียนทำให้ผู้เรียนบางคนไม่มีโอกาสอย่างเต็มที่ในการที่จะได้ทดลองใช้งานเกี่ยวกับตัวเครื่องด้วยตนเอง โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนจะสามารถสนองความต้องการในส่วนนี้ได้ การเรียนการสอนนั้นผู้เรียนจะนั่งเรียนอยู่หน้าเครื่องคอมพิวเตอร์โดยตรงทำให้มีโอกาสใช้เครื่องได้มากขึ้น นอกจากนี้การเรียนในโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน ยังให้ความยืดหยุ่นมากกว่า เพราะเหตุผลที่ว่าผู้เรียนสามารถเลือกเรียนตามเวลาที่ตนเองสะดวก หรือจะขอให้ทำการสอนแบบตัวต่อตัวก็ได้ ✓

#### ส่วนผสมทางการตลาด

"ส่วนผสมทางการตลาด" หมายถึงขอบเขตของกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวกับการสร้างสรรค์และตอบสนองความพอใจให้กับตลาดประกอบด้วย 4 ส่วนด้วยกัน คือ ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางการจำหน่าย (Place), และ การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

#### ผลิตภัณฑ์ (Product)

"ผลิตภัณฑ์" ในความหมายของธุรกิจบริการแล้วย่อมหมายถึงบริการที่ธุรกิจนั้น ๆ เสนอขายให้แก่ผู้บริโภคนั่นเอง สำหรับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนนั้น ผลิตภัณฑ์ ก็ จะหมายถึง วิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งเปิดสอนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

3 สมณา อยู่โพธิ์ ตลาดบริการ พิมพ์ครั้งที่ 1 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2525



1. วิชาที่เกี่ยวข้องกับตัวเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือ HARDWARE ซึ่งในปัจจุบันพบว่าเปิดทำการสอนกันน้อยมาก เพราะต้องอาศัยอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้โดยเฉพาะ อุปกรณ์การเรียนต่าง ๆ ก็มีราคาแพง และผู้เรียนควรจะต้องมีพื้นฐานความรู้ทางด้านวิศวกรรมประกอบด้วย

2. Software หรือ วิชาที่สอนเกี่ยวกับชุดคำสั่งเพื่อให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานตามความต้องการของเรา ซึ่งเป็นวิชาที่นิยมสอนกันมากในปัจจุบัน เพราะสามารถสอนในเวลาที่ไม่นาน และผู้เรียนก็ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานความรู้ทางคอมพิวเตอร์มากนัก ก็สามารถเรียนได้ ซึ่งจะขอแบ่งประเภทวิชาเหล่านี้ ออกได้เป็น

2.1 Programming Language หรือโปรแกรมภาษาดัง ๆ นั้นเอง เช่น ภาษา BASIC, COBOL, PASCAL, C, ASSEMBLY เป็นต้น ซึ่งภาษาเหล่านี้จะทำให้ผู้เรียนสามารถเขียนโปรแกรมต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้งานตามที่ต้องการได้ด้วยตนเอง และยังขอรวมถึงวิชาพื้นฐานทางคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมควบคุมระบบของเครื่อง หรือที่เรียกว่า Operating System เช่น MS-DOS เป็นต้น

2.2 Software Package หมายถึงวิชาที่สอนเกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปต่าง ๆ ที่นิยมแพร่หลาย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานต่าง ๆ ได้ เช่น WORD STAR, dBASE, LOTUS 1-2-3 เป็นต้น

2.3 Advanced Course หมายถึงวิชาต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาเจาะลึกลงไป ในรายละเอียดยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนมีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์สูงขึ้น ผู้เรียนวิชาเหล่านี้จะต้องมีพื้นฐานความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดีเสียก่อน จึงจะทำให้การเรียนสัมฤทธิ์ผล วิชาเหล่านี้ เช่น การวิเคราะห์และออกแบบระบบงาน, Data Communication เป็นต้น วิชาเหล่านี้ต้องอาศัยผู้สอนที่มีความรู้ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์มาสอน จึงจะทำให้เปิดสอนกันไม่มากนัก

การเรียนการสอนของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนนั้นส่วนใหญ่แล้วผู้เรียนจะได้ทำการปฏิบัติจริงกับเครื่อง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ แต่มีบางแห่งที่ใช้เครื่องขนาดใหญ่ หรือเมนเฟรมด้วยเช่นกัน

วิชาต่างๆ ที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนจะนำมาเปิดสอนนั้น จะต้องเป็นวิชาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และเทคโนโลยีในปัจจุบันด้วย ดังนั้นผู้บริหารจึงจำเป็นต้องเป็นผู้ที่สนใจติดตามข่าวสาร ความก้าวหน้าในวงการคอมพิวเตอร์ และสามารถคาดเดาแนวโน้มของความต้องการในอนาคตให้ได้ด้วย<sup>4</sup>

ระยะเวลาที่สอนนั้น แต่ละวิชาจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นอยู่ในช่วงระหว่าง 10-90 ชั่วโมง ตามความยากง่ายของเนื้อหาวิชา

4. กองบรรณาธิการ. ชี้อสังหาริมทรัพย์ การค้าขนาดย่อม ยอดนิยม 50 ประเภท. คลังสมอง



### ราคา ( Price )

การกำหนดราคาของธุรกิจบริการนั้น ส่วนใหญ่จะมีได้ใช้การตั้งราคาโดยอาศัยต้นทุนเป็นหลัก ( Cost-oriented ) แต่จะเป็นการกำหนดราคาโดยอาศัยตลาดเป็นหลัก ( Market-oriented ) พิจารณาจากความต้องการของผู้บริโภคและคู่แข่ง

✓ ทั้งนี้ราคาจะสามารถเปลี่ยนแปลง หรือยืดหยุ่นได้มากน้อยเพียงใด ต้องพิจารณาสิ่งต่อไปนี้<sup>5</sup>

1. คุณภาพของบริการ
2. ความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับบริการนั้นๆ
3. มูลค่าของบริการในสายตาของผู้ใช้บริการ ✓

ราคาหรือค่าเล่าเรียนที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนจะคิดกับผู้เรียนนั้น ส่วนใหญ่คิดเป็นรายวิชา ซึ่งวิชาที่เกี่ยวกับความรู้พื้นฐานต่าง ๆ เช่น ความรู้เบื้องต้นทางคอมพิวเตอร์ภาษาคอมพิวเตอร์ต่างๆ หรือโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ จะอยู่ในช่วง 800-2,000 บาท แต่สำหรับวิชาเฉพาะอื่น ๆ เช่น Data Communication ซึ่งต้องอาศัยผู้สอนที่มีความรู้มากจะมีราคาสูงมาก

โดยส่วนใหญ่การกำหนดราคาค่าเล่าเรียนของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนมักจะถูกที่คู่แข่ง เพราะมีการแข่งขันกันมากแต่จะไม่ตัดราคากัน เพราะมีต้นทุนที่สูง เนื่องจากต้องจ้างอาจารย์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย หรือทำงานทางด้านคอมพิวเตอร์เพื่อให้มีคุณภาพ และค่าจ้างก็มีราคาสูงพอสมควร

---

5. สุมณา อยู่โพธิ์ . ตลาดบริการ . พิมพ์ครั้งที่ 1 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พศ. 2525



### ช่องทางการจำหน่าย ( Place )

เนื่องจากการมาใช้บริการของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนนั้นส่วนใหญ่ผู้เรียนจะมายังโรงเรียนด้วยตัวเองโดยตรง การจัดจำหน่ายโดยอาศัยคนกลางจึงไม่ใคร่มีมากนัก เหมือนสินค้าทั่วไป ส่วนใหญ่แล้วลูกค้า คือ ผู้ที่มีความกระตือรือร้นที่จะแสวงหาความรู้เพิ่มเติมอยู่แล้ว

การกำหนดสถานที่ตั้งของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนก็เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง คือการประกอบธุรกิจประเภทนี้ ส่วนใหญ่จะอยู่ในย่านชุมชนที่มีผู้สัญจรไปมา หรือความสถานศึกษาต่าง ๆ ไม่ห่างจากตัวเมืองมากนัก ซึ่งจากการสำรวจพบว่าสถานที่ตั้งของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถแบ่งออกได้เป็นบริเวณใหญ่ ๆ ได้ ดังนี้

<u>สถานที่ตั้งของโรงเรียน</u>	<u>จำนวน</u>
อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	7
บริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง	5
ถนนราชดำเนิน	3
สาทร / สีลม / สุรวงศ์	3
สยามสแควร์ / เพลินจิต	3
ถนนพหลโยธิน	2
วงเวียนใหญ่	2
ถนนเพชรบุรี	2
หัวลำโพง	1

บริเวณที่มีผู้นิยมจัดตั้งโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนจะอยู่ในบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และมหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นส่วนใหญ่

## การส่งเสริมการขาย ( Promotion )

การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งคือความสำเร็จของการบริหารด้านการตลาด

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน ประกอบด้วย

### 1. การโฆษณา

โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนใช้การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อเป็นการชักจูงให้มีผู้สนใจมาใช้บริการของตน ซึ่งสื่อต่าง ๆ ที่ใช้นั้นจากการสำรวจพบว่านิยมใช้ใบปลิว, นิตยสาร, หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

### 2. การส่งเสริมการขาย

2.1 การแจกอุปกรณ์การเรียนเป็นวิธีการหนึ่งที่นิยมใช้มาก เช่น การแจกหนังสือเรียนแผ่นบันทึกข้อมูล ( Diskette )

2.2 การลดราคามีวิธีการลดราคาแก่ผู้มาเรียน เช่น สมัครเรียนหลาย ๆ คน ลดราคาค่าเรียนให้ หรือสมัครเรียนวิชาอื่น ๆ อีกรักจะได้ส่วนลด

2.3 การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ฟรี หมายถึง ผู้เรียนสามารถมาใช้เครื่องคอมพิวเตอร์นอกเหนือเวลาเรียนปกติของตนเองได้เพื่อฝึกฝน หรือมีสิทธิ์มาใช้เครื่องหลังเลิกเรียนจบหลักสูตร

2.4 การให้บริการอำนวยความสะดวก เช่น ให้คำแนะนำต่าง ๆ ภายหลังเรียนจบหลักสูตรการให้ Copy โปรแกรมต่าง ๆ โดยไม่คิดมูลค่า

### 3. การประชาสัมพันธ์

เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีของกิจการแก่บุคคลภายนอก อาจทำได้โดยการให้ทุนการศึกษาต่าง ๆ ให้ทุนทำกิจกรรมนักศึกษา แต่ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีการทำประชาสัมพันธ์

### 4. การขายโดยพนักงานขาย

ส่วนใหญ่แล้วโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนจะไม่มีพนักงานขายออกไปหาลูกค้าเพราะธุรกิจประเภทนี้ลูกค้าคือ ผู้ที่สนใจ และมุ่งมั่นมาหาความรู้ด้วยตัวเองจึงมักจะมาติดต่อด้วยตัวเอง



จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้สำรวจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 15 โรงเรียน สามารถทำการแบ่งกลุ่มโรงเรียนออกตามสถานที่ตั้ง (Location) ของโรงเรียนเป็นพื้นที่ใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

สถานที่ตั้ง	จำนวน
อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	4
สาทร/สีลม/สยามสแควร์	4
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2
วงเวียนใหญ่	2
บริเวณอื่น ๆ	3

จากพื้นที่ที่ตั้งของโรงเรียนจะเห็นได้ว่าสถานที่ตั้งของโรงเรียน บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เป็นบริเวณที่สะดวกในการเดินทาง เป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ และจุดเปลี่ยนรถของการเดินทาง มีโรงเรียนตั้งอยู่ถึง 4 โรงเรียน ที่เป็นธุรกิจ และการค้าที่สำคัญของกรุงเทพ คือ บริเวณสาทร/สีลม/สยามสแควร์ จำนวน 4 โรงเรียน เช่นกัน ส่วนย่านที่เป็นแหล่งการศึกษา และมีผู้คนสัญจรผ่านไปมาหนาแน่น คือ บริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง มีจำนวน 2 โรงเรียน ส่วนอีกบริเวณหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ซึ่งอยู่ในย่านฝั่งธนบุรี มีกิจการค้าเน้นการอยู่อาศัยกัน 2 โรงเรียน และสามารถจับกลุ่มลูกค้าในย่านฝั่งธนบุรีเอาไว้ได้ นอกจากนี้ยังมีการกระจายที่ตั้งในส่วนอื่น ๆ ของกรุงเทพ อีก 3 แห่งด้วยกัน

## จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สามารถทำการสรุปข้อมูลทางการตลาดที่สำคัญ ๆ ตามพื้นที่ที่ตั้งของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนได้ ดังนี้

กลยุทธ์ทางการตลาดแยกตามที่ตั้ง

กลยุทธ์ทางการตลาด	สถานที่ตั้ง				
	อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	สาทร/สีลม/สยามสแควร์	รวมค่าเช่า	วงเวียนใหญ่	บริเวณสวนอัมรินทร์
1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1. นักเรียน, นักศึกษา 2. ผู้ที่ทำงานแล้ว 3. บุคคลทั่วไป	1. ผู้ที่ทำงานแล้ว	1. นักเรียน/นักศึกษา	1. นักเรียน/นักศึกษา	1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ผู้ที่ทำงานแล้ว
2. ผลิตภัณฑ์	1. Programming language 2. Software package 3. Advance Course 4. Hardware	1. Programming language 2. Software package 3. Advance Course	1. Programming language 2. Software package	1. Programming language 2. Software package	1. Programming language 2. Software package 3. Advance Course
3. ราคา	1. ราคาปานกลาง 2. ระหว่าง 800-2,000 บาท	1. ราคาปานกลางถึงสูง บางวิชามากกว่า 2,000	1. ราคาต่ำถึงปานกลาง 500-2,000 บาท	1. ราคาต่ำถึงปานกลาง 800-2,000 บาท	1. ราคาต่ำถึงปานกลาง 800-2,000 บาท
4. การส่งเสริมการขาย					
- การโฆษณา	1. ผ่านสื่อใบปลิว, หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	1. ใบปลิว, หนังสือพิมพ์ นิตยสาร, Direct Mail วิทยุ, โทรทัศน์	1. ใบปลิว, นิตยสาร หนังสือพิมพ์	1. ใบปลิว, นิตยสาร	1. หนังสือพิมพ์, ใบปลิว
- การส่งเสริมการขาย	1. แจกอุปกรณ์การเรียน ลดราคา, Copy Program	1. แจกอุปกรณ์การเรียน ลดราคา	1. การซื้อเครื่องฟรอนท์ เวลา, แจกอุปกรณ์, ลดราคา	1. แจกอุปกรณ์, ลดราคา	1. แจกอุปกรณ์, ลดราคา ชิงหนังสือ



วิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี  
 วิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี  
 วิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กลยุทธ์ทางการตลาด	สถานที่ตั้ง				
	อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	สาทร/สีลม/สยามสแควร์	ราชดำเนิน	วงเวียนใหญ่	บริเวณถ่านหิน ๗
- การขายโดยพนักงาน - การประชาสัมพันธ์	1. ไม้แฉก 1. ไม้แฉก	1. ไม้แฉก 1. ไม้แฉก	1. ไม้แฉก 1. ไม้แฉก	1. ไม้แฉก 1. ไม้แฉก	1. ไม้แฉก 1. ไม้แฉก
5. <u>การกำหนดจุดขาย</u>	1. อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย, ไอ้เครื่องขนาดพกพา 2. หลักรสูตร	1. อุปกรณ์ทันสมัย เครื่องขนาดพกพา คอมพิวเตอร์ 2. หลักรสูตร 3. ศึกษารายละเอียด	1. ศึกษารายละเอียด 2. วิธีการสอน	1. หลักรสูตร	1. ศึกษารายละเอียด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางสรุปกลยุทธ์ทางการตลาด กับสถานที่ตั้งของโรงเรียนสามารถวิเคราะห์ผลได้ว่า

- การเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียนนั้น กลุ่มใหญ่ ๆ จะมีอยู่ด้วยกัน 2 กลุ่ม คือ ผู้ที่ทำงานแล้ว ซึ่งมีอำนาจซื้อสูงเนื่องจากมีรายได้แล้ว กับ กลุ่ม นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ซึ่งต้องการเสริมความรู้ให้กับตนเองมากขึ้น คล้ายกับเป็นโรงเรียนภาควิชานั้นเองจะพบได้ว่าบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมินั้น มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไว้กว้าง ๆ ทุก ๆ กลุ่ม เนื่องจากทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง บริเวณใกล้เคียงมีทั้งสำนักงาน และเขตการศึกษาทำให้ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกระจายไปในกลุ่มทั้ง 2 มาก ส่วนย่านที่เป็นเขต ธุรกิจการค้า เช่น สีลม/สาทร/สยามสแควร์ ซึ่งทำเลที่ตั้งเป็นพื้นที่ที่ เลือกกลุ่มเป้าหมายผู้ทำงานแล้ว เพราะอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ทำงานต่าง ๆ ซึ่ง ผู้ที่ทำงานสามารถเลือกเรียนหลังเวลาทำงานได้ทำให้ประหยัดเวลาของการเดินทาง ส่วนย่านมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งมีนักศึกษากว่า 300,000 คน เลือกกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย เป็นนักเรียน และนักศึกษา เนื่องจากความได้เปรียบในแง่ของ สถานที่ตั้ง ซึ่งตั้งอยู่หน้ามหาวิทยาลัย มีนักศึกษา ซึ่งมีเวลาว่างจาก ชั่วโมงเรียนปกติ ก็จะสามารถเลือกเรียนตามเวลาที่ตนเองสะดวกเป็นการจับกลุ่ม เป้าหมายที่มีขนาดใหญ่ ส่วนในเขตพื้นที่ย่านฝั่งธนบุรี มีการกระจุกตัวอยู่ ในบริเวณวงเวียนใหญ่ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ คือ เป็น จุดต่อ และการเปลี่ยนรถที่สำคัญ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่ทำงานแล้ว และสามารถคัดลูกค้าจากย่านฝั่งธนบุรีเอาไว้ได้ ส่วนในบริเวณอื่น ๆ ของ กรุงเทพมหานคร ก็มีการเลือกกลุ่มลูกค้าที่เป็นทั้งนักเรียน/นักศึกษา และ กลุ่มผู้ทำงานแล้ว
- การกำหนดหลักสูตร หรือวิชาที่เปิดสอนจะพบว่าอย่างน้อยที่สุดทุก ๆ โรงเรียน จะมีการจัดเตรียมหลักสูตรที่เกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางคอมพิวเตอร์ทั่ว ๆ ไป เอาไว้ ซึ่งหมายถึงวิชาที่เกี่ยวกับ Programming Language ต่าง ๆ เช่น COBOL BASIC เป็นต้น และยังมีการสอนเกี่ยวกับ Software Package ต่าง ๆ ด้วย ซึ่งวิชาเหล่านี้ก็จะหมายถึง dBASE Lotus 1-2-3 เป็นต้น นอกจาก ความรู้พื้นฐานเหล่านี้ ซึ่งเปิดสอนได้ง่าย และมีผู้นิยมมาเรียนกันแล้ว เพราะไม่ยากเกินไป และสามารถเรียนรู้ได้เร็ว นำไปประยุกต์ใช้งานต่าง ๆ ได้ง่าย ข้อแตกต่างของหลักสูตร ที่มีการเปิดสอนกันเพิ่มขึ้นมาก คือ วิชาทางด้าน Advance Course ต่าง ๆ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่มุ่งหวังจะพัฒนา



ความรู้ของผู้เรียนให้มากกว่าความรู้พื้นฐานทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งบางหลักสูตรที่เปิดสอน เช่น การวิเคราะห์ระบบงาน หรือ System Analysis จะสามารถทำให้ผู้เรียนนำไปใช้ในการพัฒนาระบบงานต่าง ๆ โดยใช้คอมพิวเตอร์ได้ ข้อสังเกต คือ วิชาเหล่านี้ ความรู้พื้นฐานทางคอมพิวเตอร์ของผู้เรียน ควรจะต้องมีอยู่อย่างพร้อมมูลอยู่แล้ว และอาจารย์ผู้สอนควรจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ทางด้านนี้อย่างแท้จริง ทำให้การเปิดสอนไม่แพร่หลายมากนัก มีโรงเรียนในบางเขตเท่านั้นที่เปิดสอน คือ บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และย่านสีลม/สาทร/สยามสแควร์ และบริเวณอื่น ๆ ส่วนทางด้านวิชาทาง Hardware มีเปิดสอนเฉพาะในบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเท่านั้น ซึ่งยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก เพราะการเรียนรู้ค่อนข้างยาก และพื้นฐานความรู้ทางวิศวกรรมควรจะต้องมีประกอบด้วย

- การกำหนดราคา หรือค่าธรรมเนียม เรียนส่วนใหญ่แล้วจะมีราคาระดับปานกลาง คือระหว่าง 800-2,000 บาท แต่บริเวณ สาทร/สีลม/สยามสแควร์ ซึ่งมีหลักสูตรทาง Advance Course ด้วยกัน มีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งบางวิชามากกว่า 3,000 บาท แต่เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่ทำงานแล้ว และมีอำนาจซื้อพอสมควร การกำหนดราคาสูงจะสามารถทำได้ แต่ในบริเวณย่านมหาวิทยาลัยรามคำแหงบางวิชา ก็สามารถกำหนดราคาให้ต่ำลงมาได้ เพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นพวกนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งยังอยู่ในวัยเรียน อำนาจซื้อยังมีน้อยทำให้การกำหนดราคาบางครั้งค่อนข้างต่ำ
- กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการขาย  
 การโฆษณา สื่อโฆษณาหลักที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนนิยมใช้กันมาก คือ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ และนิตยสารคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังพบว่าโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในทำเลย่าน สาทร/สีลม/สยามสแควร์ ยังมีการใช้สื่อทางวิทยุ และโทรทัศน์ ประกอบด้วย โดยการแจกทุนการศึกษาในรายการทางโทรทัศน์ และยังเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยตรงโครงการส่ง Direct mail ด้วย

การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายนั้นเน้นในแง่ของ Consumer เป็นส่วนใหญ่ ชั้นนโยบายการแจกอุปกรณ์การเรียนต่าง ๆ ที่จำเป็นเช่น หนังสือ คู่มือการเรียน แจกแผ่นบันทึกข้อมูล การจรรยาโดยเน้นที่จำนวนของผู้มาเรียน ถ้าเป็นกลุ่มก้อน จะลดเป็นพิเศษ หรือเรียนมากกว่า 1 วิชา ก็จะมีลดให้ในวิชาต่อ ๆ ไป นอกจากนี้ยังให้บริการในการ Copy Program ต่าง ๆ ฟรี หรือมาเช่าเครื่องนอกเวลาเรียนเพื่อฝึกฝนได้ด้วย ตลอดจนการยืมหนังสือต่าง ๆ ที่ทางโรงเรียนจัดหาเอาไว้ ซึ่งจะสังเกตได้ว่ากลยุทธ์ทางการส่งเสริมการขายส่วนใหญ่จะคล้ายคลึงกันหมด ในเรื่องของการลดราคาค่าเรียนนั้น โดยส่วนใหญ่จะนำมาใช้เมื่อเริ่มดำเนินการ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคทดลองเรียนในราคาที่ต่ำกว่าปกติ แต่หลังจากนั้นก็จะมีแข่งขันกันในด้านของการลดราคา เพราะอาจจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่ามาตรฐานทางการศึกษาที่จะได้รับอาจจะลดน้อยลงไป ทำให้เสียภาพพจน์ของธุรกิจได้

การประชาสัมพันธ์ และการขายโดยพนักงานขายนั้น ธุรกิจนี้ไม่เป็นที่ 2 คำนี้ เพราะส่วนใหญ่แล้วธุรกิจบริการประเภทนี้ ผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือก และตัดสินใจเรียนเองโดยไม่ผ่านคนกลาง แต่อาจจะได้คำแนะนำจากเพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง ในเรื่องสถานที่เรียน

- การกำหนดจุดขาย ของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชน สามารถแยกออกตามพื้นที่ที่ตั้งของโรงเรียนได้ คือ บริเวณสวนวชิรชัยสมรภูมิ เน้นเรื่องอุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย โดยใช้เครื่อง Micro Computer 1 เครื่องต่อ 1 คน นอกจากนี้ยังมีการใช้เครื่องขนาดใหญ่ที่เรียกว่า MAIN FRAME ได้อีกด้วย โดยต่อตรงเข้าสู่สถาบันบริการคอมพิวเตอร์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นอกจากนี้เป็นเรื่องของการเปิดหลักสูตรวิชาเรียนที่มีให้เลือกหลายวิชาด้วยกัน ทั้งระดับ พื้นฐาน จนถึงขั้นประยุกต์ใช้งานได้ ส่วนย่าน สีลม/สาทร/สยามสแควร์ เน้นเรื่องของการเปิดหลักสูตรที่สอนที่ให้เลือกมากมาย และคณาจารย์ผู้สอนจากมหาวิทยาลัย และทำการสอนคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะ ส่วนด้านอุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย และมีเครื่องขนาดมินิคอมพิวเตอร์ให้เลือกได้ด้วย บริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง เน้นเรื่องของคณาจารย์ผู้สอน และวิธีการสอน ซึ่งอาจจะเลือกแบบตัวต่อตัว หรือจัดอบรมเป็นกลุ่มย่อย ๆ ก็ได้ คล้ายกับการเปิดสอนวิชาต่าง ๆ หน้ามหาวิทยาลัยนั่นเอง ส่วนบริเวณวงเวียนใหญ่ และย่านอื่น ๆ นั้น ก็เน้นหนักในแง่ของหลักสูตรที่เปิดสอน ที่มีให้เลือกเรียนหลายวิชา รวมทั้งอาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงอยู่ในวงการคอมพิวเตอร์ มาเป็นผู้สอน