กลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปริญญานิพนธ์
ของ
อุษา โคราษา

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2547
ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

658.802
ว864ก
ช.3

กลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

6 ก.ย. 2547

บทคัดย่อ

ของ

อุษา โคราษา

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2547

ก250345

อุษา โดรานา. (2547). *กลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ่มไทย

การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหาร และเพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน

2. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน ระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน และประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้าน

4. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน ระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน และประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

MARKETING STRATEGIES AND RESOURCE MANAGEMENT FROM THE PERSPECTIVES OF COMPUTER INSTITUTION'S OWNERS IN BANGKOK

AN ABSTRACT

BY

USA KHORANA

Presented in partial fulfillment of the requirements

for the Master of Education degree in Business Education

At Srinakharinwirot University

May 2004

Usa Khorana. (2004). Marketing Strategies and Resource Management from the Perspectives of Computer Institution's Owners in Bangkok. Master thesis, M.Ed. (Business Education). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc. Prof. Dr. Subhapharn Siribaedbisunclhi, Assist. Prof. Supee Limthai.

The purposes of this research were to study marketing strategies and resource management as well as to compare between marketing strategies and resource management from the perspectives of the private compuster institution's owner in Bangkok. The samples were 154 people. Questionaires were constructed and used as a tool to collect data. Percentage, Mean, Standard Deviation and One-Way of Variance were Statistical for analysis data.

The research revealed as follows:

1. The perspectives of the private computer institution's owners towards marketing strategies in overall and each aspect were at high level.

2. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for the perspectives towards marketing strategies of the private computer institution's owners with different computer institution's sizes, operation period and business type.

3. The perspectives of the private computer institution's owners towards resource management in overall and each aspect were at high level.

4. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for the perspectives towards resource management of the private computer institution's owners with different computer institution's sizes, operation period and business type.

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

กลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ
นางอุษา โคราษา

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.นภาภรณ์ หะวานนท์)
วันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2547

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ่มไทย)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี เนื่องจากความเมตตากรุณา สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือ ดูแลเป็นอย่างยิ่งจากคณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์คือรองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ่มไทย ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในการทำปริญญานิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ซูศรี วงศ์รัตนะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงผศักดิ์ หมวดสง อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ และอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐสุวรรณ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ ในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ่มไทย รองศาสตราจารย์ซูศรี วงศ์รัตนะ และอาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ ที่กรุณาเป็นคณะกรรมการในการสอบปากเปล่าในการวิจัยครั้งนี้ และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้โดยตรงและโดยอ้อมจากหลักสูตรที่ทำให้ผู้วิจัยได้รวบรวมความรู้จากบทเรียนของทุกท่านมาประยุกต์ใช้ ทำให้งานปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบคุณท่านผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานครทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณสถาพร หมวดอินทร์ คุณมาริสา ลิมานนท์ และเพื่อนๆทุกคน รวมถึงทุกคนในครอบครัวที่เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ณ โอกาสนี้ คุณค่าและประโยชน์ทั้งหลายที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาแด่บิดา-มารดา ครู-อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

อุษา โคราษา

สารบัญ

บทที่ หน้า

1 บทนำ 1
ภูมิหลัง 1
ความมุ่งหมายของการวิจัย 4
ความสำคัญของการวิจัย 4
ขอบเขตของการวิจัย 4
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 4
ตัวแปรที่ศึกษา 5
นิยามศัพท์เฉพาะ 6
กรอบแนวคิดในการวิจัย 8
สมมติฐานในการวิจัย 8

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 9
1. เอกสารด้านคอมพิวเตอร์ 9
1.1 บทบาทของคอมพิวเตอร์ในสังคมปัจจุบัน 10
1.2 ความหมายของคอมพิวเตอร์ 12
1.3 องค์ประกอบของระบบคอมพิวเตอร์ 13
1.4 สมรรถภาพและประโยชน์ของคอมพิวเตอร์ 16
1.5 คอมพิวเตอร์กับการศึกษา 21
2. ธุรกิจและทรัพยากรทางการบริหาร 26
2.1 ความหมายของธุรกิจ 26
2.2 จุดมุ่งหมายในการประกอบธุรกิจ 27
2.3 การบริหารปัจจัยการผลิต 27
2.4 กลยุทธ์ทางการตลาดและส่วนผสมทางการตลาด 30
2.5 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 35
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 39
3.1 งานวิจัยในประเทศ 39
3.2 งานวิจัยต่างประเทศ 41

สารบัญ(ต่อ)

บทที่		หน้า
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	43
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
	ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	43
	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	43
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	44
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	45
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
	การวิเคราะห์ข้อมูล	46
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	46
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	49
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
5	สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	76
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	76
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	76
	ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	76
	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	76
	สมมติฐานในการวิจัย	77
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	77
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	77
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	78
	สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	78
	อภิปรายผล	79
	ข้อเสนอแนะ	80
	ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้	80
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	81

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ หน้า

บรรณานุกรม 82

ภาคผนวก 87

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า 88

ค่าดัชนีความสอดคล้อง 100

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ 106

ประวัติย่อผู้วิจัย 108

บัญชีตาราง

ตาราง หน้า

1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 43

2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ 50

3 ค่าสถิติพื้นฐานของกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน..51

4 ค่าสถิติพื้นฐานของกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน 52

5 ค่าสถิติพื้นฐานของกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคาในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน 54

6 ค่าสถิติพื้นฐานของกลยุทธ์ทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน 55

7 ค่าสถิติพื้นฐานของกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน 56

8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน 58

9 การเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม ขนาดโรงเรียน 59

10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบการ 60

11 การเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบการ 61

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง หน้า

12 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทธุรกิจ 62

13 การเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทธุรกิจ 63

14 ค่าสถิติพื้นฐานของทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน 64

15 ค่าสถิติพื้นฐานของทรัพยากรทางการบริหารด้านทรัพยากรบุคคลในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน 65

16 ค่าสถิติพื้นฐานของทรัพยากรทางการบริหารด้านเงินในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน 66

17 ค่าสถิติพื้นฐานของทรัพยากรทางการบริหารด้านวัสดุอุปกรณ์ในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน 67

18 ค่าสถิติพื้นฐานของทรัพยากรทางการบริหารด้านการบริหารจัดการในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน 68

19 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน 70

20 การเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม ขนาดโรงเรียน 71

21 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบการ 72

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง หน้า

22 การเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบการ....73
23 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทธุรกิจ....74
24 การเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทธุรกิจ....75
25 ค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด....92
26 ค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหาร....95

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ หน้า

1 แสดงความหมายดั้งเดิมของการตลาดซึ่งเน้นที่กิจกรรมธุรกิจทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ 23

2 แสดงรายละเอียดของกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix) 36

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

ในโลกยุคปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2543 : 1) เราสามารถเดินทางไปอีกซีกโลกหนึ่งได้ในระยะเวลาไม่กี่ชั่วโมงของยุคโลกาภิวัตน์ สามารถเห็นได้ว่าขณะที่นครใหญ่ ๆ ของประเทศอุตสาหกรรมอาจมีความรู้แต่ปัญญากลับมีอยู่ที่หมู่บ้านอันแสนไกล การแข่งขันของโลกในศตวรรษที่ 21 ประเทศชาติจะอยู่รอดได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของประชาชน (วิชัย วงษ์ใหญ่. 2542 : 1) ประเทศใดที่มีคนในประเทศด้อยคุณภาพ ประเทศนั้นก็ไม่สามารถพัฒนาให้เท่าเทียมประเทศอื่น ๆ ได้ ประเทศใดที่มีคนที่มีคุณภาพ ประเทศนั้นก็จะสามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจจะเห็นได้ชัดเจนว่าประเทศที่ร่ำรวย เศรษฐกิจในประเทศนั้นจะก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วและเป็นผู้นำในด้านดังกล่าว ในทางตรงกันข้ามประเทศที่มีคนด้อยคุณภาพ จะเกิดความล้มเหลวทางเศรษฐกิจ เกิดความเหลื่อมล้ำในสังคม หัวใจที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาประเทศคือการที่จะต้องพัฒนาคุณภาพของคน และสิ่งที่จะช่วยในการพัฒนาคุณภาพของคนก็คือการศึกษานั่นเอง การศึกษาเป็นระบบที่สำคัญในการพัฒนาคนในประเทศทุกประเทศ (ลัดดา ภู่เกียรติ. 2544 : 1 - 2)

การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคนให้มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยจะต้องเป็นการศึกษาที่มีคุณภาพ เพื่อทำให้ศักยภาพที่มีอยู่ในตัวคนได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ ทำให้เป็นคนที่รู้จักคิดวิเคราะห์ รู้จักแก้ปัญหา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักเรียนรู้ด้วยตนเอง สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว มีจริยธรรม คุณธรรม รู้จักพึ่งตนเอง และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2543 : 1) พร้อมที่จะก้าวสู่สหัสวรรษใหม่ ด้วยวัฒนธรรมการเรียนรู้ใหม่ มีจิตใจใฝ่รู้ใฝ่เรียน มีความสามารถในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ นวัตกรรมใหม่ และทำให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ เพื่อสร้างสรรค์ความเปลี่ยนแปลงในทางที่สร้างสรรค์ขึ้นได้ (สำนักงานปฏิรูปการศึกษา. 2544 : 10) ซึ่งสอดคล้องกับ วิชัย วงษ์ใหญ่ (2542 : 1) เคยกล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่เสริมสร้างคุณภาพของประชาชนคือ การฝึกอบรมเลี้ยงดูและการจัดการศึกษา โดย ส่งเสริมพัฒนาผู้เรียนให้เจริญเต็มตามศักยภาพในหลาย ๆ มิติจากกระบวนการเรียนรู้ สังคมไทยจะต้องก้าวข้ามจากสังคมข่าวสารข้อมูล (Information Society) มาเป็นสังคมของความรู้ (Knowledge Society) มีวิธีการเรียนรู้และพัฒนาความรู้ได้ตลอดเวลา

ปัจจุบันมีการใช้สื่อเทคโนโลยีที่มีคุณภาพมากขึ้นทุกทีอย่างไม่มีขอบเขตจำกัด การจัดการข้อมูล ความรู้สมัยใหม่ เทคโนโลยีการสื่อสารได้แพร่ขยายไปในวงกว้างจากซีกโลกหนึ่งสู่อีกซีกโลกหนึ่ง สู่ทวีป ประเทศ ชุมชน ครอบครัว โรงเรียน และห้องเรียน เพื่อให้ผู้เรียนใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ได้ด้วยตนเอง รู้จักใช้สื่อและเทคโนโลยีได้อย่างมีคุณภาพ สมตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ที่มีความมุ่งหวังให้ผู้เรียนมีสิทธิได้รับการพัฒนาความสามารถในการใช้สื่อ เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา และแสวงหาความรู้ได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยเฉพาะการแสวงหาความรู้จากสื่อคอมพิวเตอร์ซึ่งมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนเป็นอย่างมากในปัจจุบันนี้ (สรรเพชญ มหาสุข. 2545 : 117) จึงทำให้ไม่พ้นภาระของผู้จัดการศึกษาที่จะต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนมีโอกาสที่จะแสวงหา เรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ เพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศในการดำเนินชีวิตและแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสมและอยู่ในสังคมโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสถานศึกษาจะต้องพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรโดยผ่าน IT (Information Technology) (ศุภวรรณ ทับทิมจรูญ. 2545 : 32) โดยมุ่งหวังว่าคอมพิวเตอร์จะเปลี่ยนวิธีทำงาน วิธีการเรียนรู้และวิธีดำรงชีวิต ซึ่งการใช้ IT จะช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ มีอิสระในการเรียนโดยมีส่วนร่วมและการกระทำมากขึ้น เพราะว่า IT จะช่วยให้ผู้เรียนมีทักษะในการเรียนรู้ มีทักษะในการคิด และทักษะในการสื่อสารไปพร้อม ๆ กันนั่นเอง (วิชัย วงษ์ใหญ่. 2542 : 50)

แต่จากรายงานการวิจัยของ พรพรรณ ไวทยางกูร และคณะสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) พบว่า สาเหตุการจัดการเรียนการสอนวิชาคอมพิวเตอร์ในโรงเรียนยังไม่มีความก้าวหน้าเท่าที่ควรและขาดประสิทธิภาพ เนื่องจากมีครูที่จบสาขาคอมพิวเตอร์ทั้งหมดถึงถึงร้อยละ 30 ของครูที่สอนคอมพิวเตอร์ทั้งหมดที่มีอยู่ประมาณ 7,200 คน ทำให้ขาดบุคลากรผู้ชำนาญการ ขาดความรู้ และทักษะด้านคอมพิวเตอร์ ด้านโอกาสของผู้เรียน ผู้เรียนมีโอกาสได้เรียนวิชาคอมพิวเตอร์เพียงบางระดับชั้นและรายวิชาที่เปิดสอนจะเป็นการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่ การนำเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องช่วยสอนจะทำได้น้อย ไม่เพียงพอกับความต้องการของครูและนักเรียน ประกอบกับสถานศึกษามีเครื่องคอมพิวเตอร์ตกรุ่นล้าสมัย ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรักษาและไม่สามารถเชื่อมโยงเข้ากับระบบในปัจจุบันได้ ดังนั้นสถานศึกษาควรจัดทำแผนยุทธศาสตร์แนวทางการใช้เทคโนโลยีทางการศึกษาเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยนำหน่วยงานที่ผลิตจำหน่าย เปิดสอนคอมพิวเตอร์ในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการที่จะพัฒนาผู้เรียนให้ใช้เทคโนโลยีในการแสวงหาความรู้ (เปรมมิกา วรานุสาสน์. 2545 : 22 – 23) จึงทำให้ธุรกิจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เติบโตอย่างรวดเร็ว

การดำเนินธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจส่วนประสมการตลาด (Market Mix) อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ประกอบการต้องบวกส่วนประสมทั้งสี่อย่างถูกต้องเหมาะสม สมดุล เนื่องจากแต่ละกิจการแต่ละองค์กรต่างก็มีทรัพยากรที่จำกัด (บุคคล/เงินทุน) ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดสรรอย่างมีประสิทธิผล (วีระ สถิตย์ถาวร. 2545 : 4 , 68 – 69) โดยใช้กลยุทธ์ ซึ่งเป็นวิธีหรือแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้เกิดผลดีที่เป็นข้อได้เปรียบและสามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์อันใดอันหนึ่ง หรือหลาย ๆ วัตถุประสงค์พร้อมกัน โดยให้มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ณ ระดับที่ยอมรับได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง กลยุทธ์ก็คือส่วนผสมของเป้าหมายและนโยบายหลักต่าง ๆ ซึ่งได้ประมวลขึ้นมาจนกลายเป็นการกระทำที่จำเพาะอย่างใดอย่างหนึ่ง และส่วนมากมักจะทำให้ต้องทำการพัฒนาหรือดัดแปลงทรัพยากรต่าง ๆ ด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นนั้น จึงเท่ากับเป็นการแนะแนวทางวิธีการพื้นฐานไว้ยึดถือปฏิบัติ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (ธงชัย สันติวงษ์. 2545 : 126 – 127)

ดังนั้นกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนใช้เป็นโอกาสทางการตลาดที่ต้องการความก้าวหน้าและความแตกต่างในการแข่งขัน ในการผลิตบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ (Customer satisfaction) มากที่สุด ซึ่งกลยุทธ์การตลาดนั้นประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. 2541 : 68) อันเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ที่ผู้ประกอบโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนต้องมีการปรับกลยุทธ์การตลาดให้สามารถปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งเป็นปัจจัยสำคัญในการทำกำไรให้กับธุรกิจของตน (กระทรวงพาณิชย์. 2545 : 60) และเพราะกลยุทธ์การตลาดเป็นกลยุทธ์ของกลไกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในกลยุทธ์การบริหารนั่นเอง (รังสรรค์ เลิศไนสัตย์. 2545 : 86) ดังที่ นราศรี ไววนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี. (2542 : 8) ได้กล่าวไว้ว่า หน้าที่ที่สำคัญที่สุดของกิจการจึงไม่ใช่การผลิต แต่เป็นหน้าที่การตลาดในการที่จะพยายามทำให้สินค้าหรือบริการของตนเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบการจึงต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและสนองความต้องการนั้น ๆ รวมทั้งต้องสามารถบริหารงานจัดการคนให้ได้เป็นอย่างดี บริหารงานให้ได้ทั้งงานและน้ำใจคนด้วยการใช้ทรัพยากรการบริหาร ให้ลงไปสู่กระบวนการจัดการได้อย่างครบถ้วน มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูง ซึ่งจะได้ชื่อว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถสูง (ปราชญา กล้าผจัญ. 2543 : 13)

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาด ในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ

3. เพื่อศึกษาทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรบุคคล เงิน วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจการ และการบริหารจัดการ

4. เพื่อเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหาร ในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน ซึ่งจะเป็นข้อมูลในการบริหารงานของผู้ประกอบการและบุคคลที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา ปรับปรุงกลยุทธ์ของตนให้เหมาะกับบริบทของสังคมปัจจุบันและสภาพของกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้แทนผู้ประกอบการของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ สิ้นปี พ.ศ. 2545 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 250 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้แทนผู้ประกอบการของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ สิ้นปี พ.ศ. 2545

จำนวนทั้งสิ้น 200 แห่ง ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นชนิดสัดส่วน โดยใช้ประเภทธุรกิจเป็นเกณฑ์ในการแบ่งและเลือกตัวอย่างตามสะดวก

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ (independent Variables) ได้แก่

1. ขนาดโรงเรียน แบ่งออกเป็น
   1.1 โรงเรียนขนาดใหญ่
   1.2 โรงเรียนขนาดกลาง
   1.3 โรงเรียนขนาดเล็ก
2. ระยะเวลาในการประกอบการ
   2.1 น้อยกว่า 3 ปี
   2.2 3 - 5 ปี
   2.3 มากกว่า 5 ปี
3. ประเภทธุรกิจ
   3.1 บริษัทจำกัด
   3.2 ห้างหุ้นส่วน
   3.3 กิจการเจ้าของคนเดียว

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย

1. ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด
   1.1 ด้านผลิตภัณฑ์
   1.2 ด้านราคา
   1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่
   1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหาร ประกอบด้วย
   2.1 ทรัพยากรบุคคล
   2.2 เงิน
   2.3 วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจการ
   2.4 การบริหารจัดการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน หมายถึง ผู้รับใบอนุญาตอาจารย์ใหญ่ ผู้มีอำนาจรับมอบ หรือผู้แทนที่ดำเนินธุรกิจการสอนคอมพิวเตอร์ที่เปิดในรูปแบบโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ทัศนะ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด และทรัพยากรทางการบริหารของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือการตลาดของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ ประกอบด้วย

3.1 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนเกี่ยวกับชื่อโรงเรียน หลักสูตร การมีชั่วโมงพิเศษให้ผู้เรียน กิจกรรมการเรียนการสอน เครื่องคอมพิวเตอร์ ครูผู้สอน และการมีโทรศัพท์ไว้บริการ

3.2 ราคา หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนเกี่ยวกับการกำหนดค่าลงทะเบียนเรียนหลักสูตรคอมพิวเตอร์ ได้แก่ การกำหนดเป็นอัตราเดียวกัน การกำหนดเป็นแบบหลักสูตรพ่วง การกำหนดโดยการวิจัย การคำนึงถึงองค์ประกอบทางด้านราคา

3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนเกี่ยวกับการเลือกสถานที่ตั้งของโรงเรียน การจัดและตกแต่งสถานที่ และการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย

3.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนเกี่ยวกับการสื่อสาร ได้แก่

3.4.1 การโฆษณา หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อการใช้สื่อต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จดหมาย การโฆษณากลางแจ้ง โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต แผ่นผลิว ป้ายรถประจำทาง และรถประจำทาง

3.4.2 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อการเผยแพร่ข่าวสารของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน การสร้างภาพพจน์ที่ดีของโรงเรียน การแจ้งผลการกระทำกิจกรรม

3.4.3 การใช้พนักงาน หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความรู้ความสามารถของบุคลากร ความเต็มใจในการบริการ บุคลิกภาพ ความเชื่อถือ

3.4.4 การส่งเสริมการขาย หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการ ที่มีต่อการจัดกิจกรรมการตลาด ได้แก่ การทดลองเรียนฟรี การจัดนิทรรศการ

4. ทรัพยากรทางการบริหาร หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อองค์ประกอบสำคัญของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนซึ่งใช้ในการประกอบธุรกิจโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน ได้แก่

4.1 ทรัพยากรบุคคล หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อกระบวนการจัดการงานบุคลากรของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน ได้แก่ การวางแผนบุคลากร การสรรหาและคัดเลือก การธำรงรักษาบุคคล การประเมินผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาบุคคล และการให้พ้นจากงาน

4.2 เงิน หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อกระบวนการจัดการเกี่ยวกับเงินของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน ได้แก่ การจัดหา การวางแผนการใช้จ่าย การควบคุมการใช้จ่าย และนโยบายเกี่ยวกับการเงิน

4.3 วัสดุอุปกรณ์ หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อสิ่งที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน ได้แก่ วัสดุ-อุปกรณ์-เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องคอมพิวเตอร์ สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อการสอน และอาคารสถานที่

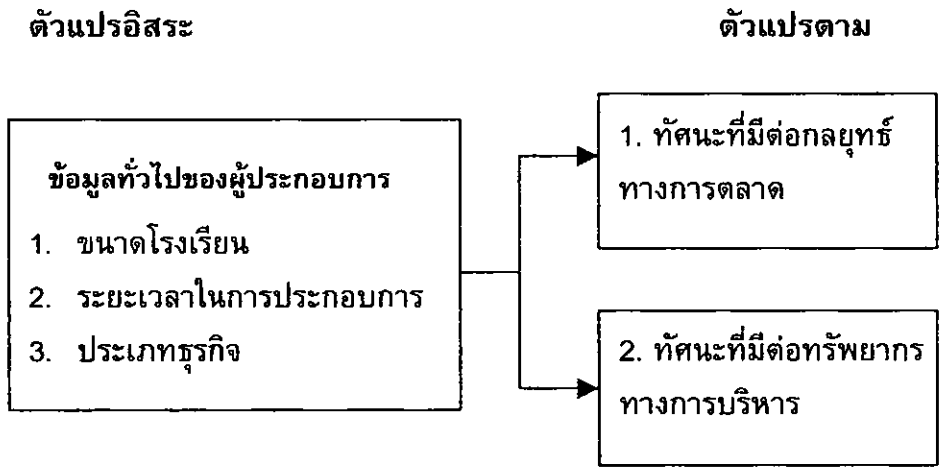
4.4 การบริหารจัดการ หมายถึง ทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณลักษณะที่จำเป็นของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่ส่งเสริมให้กิจการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย ความสามารถในการประเมินสถานการณ์ ความสามารถในการวางแผนการทำงาน ความสามารถในการจัดระบบงาน ความสามารถในการสร้างแรงจูงใจการทำงาน ความสามารถในการตรวจสอบผลงานการทำงานและความสามารถในการปรับปรุงการทำงาน

5. ขนาดโรงเรียน สำหรับการศึกษาครั้งนี้ใช้เกณฑ์จำนวนนักเรียนของโรงเรียนคอมพิวเตอร์ปัจจุบันเป็นเกณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ขนาด ได้แก่ขนาดเล็ก มีจำนวนนักเรียนไม่เกิน 100 คน ขนาดกลาง มีจำนวนนักเรียนระหว่าง 100 – 300 คน และโรงเรียนขนาดใหญ่ มีจำนวนนักเรียนเกินกว่า 300 คน ซึ่งแบ่งตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (สช.) กระทรวงศึกษาธิการ

6. ระยะเวลาประกอบการ หมายถึง ช่วงเวลาที่โรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนได้เปิดดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีระยะเวลาน้อยกว่า 3 ปี 3 – 5 ปี และมากกว่า 5 ปี

7. ประเภทธุรกิจ หมายถึง ลักษณะการดำเนินงานของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนแบ่งออกเป็น บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และกิจการเจ้าของคนเดียว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

2. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

3. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

4. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

5. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

6. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. เอกสารด้านคอมพิวเตอร์
    1.1 บทบาทของคอมพิวเตอร์ในสังคมปัจจุบัน
    1.2 ความหมายของคอมพิวเตอร์
    1.3 องค์ประกอบของระบบคอมพิวเตอร์
    1.4 สมรรถภาพและประโยชน์ของคอมพิวเตอร์
    1.5 คอมพิวเตอร์กับการศึกษา
2. ธุรกิจและทรัพยากรทางการบริหาร
    2.1 ความหมายธุรกิจ
    2.2 จุดมุ่งหมายในการประกอบธุรกิจ
    2.3 ทรัพยากรทางการบริหาร
    2.4 กลยุทธ์ทางการตลาด
    2.5 ส่วนผสมทางการตลาด
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
    3.1 งานวิจัยในประเทศ
    3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. เอกสารด้านคอมพิวเตอร์

ปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งบทบาทของคอมพิวเตอร์นี้มีทั้งบทบาททางตรงและทางอ้อม เช่น ระบบธนาคาร ระบบภาษี การท่องเที่ยว การบริการ การศึกษา เป็นต้น

ซึ่งในประเด็นการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษา ได้มีความสำคัญอย่างกว้างขวาง ทั้งในเรื่องของหลักสูตรการเรียน การช่วยในเรื่องการเรียนการสอน เช่น บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน นอกจากนี้ยังสามารถนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานห้องสมุด การจัดตารางสอน ฯลฯ

บทบาที่สำคัญของคอมพิวเตอร์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า คอมพิวเตอร์มีความสำคัญในชีวิตประจำวันมาก สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญให้มีการตื่นตัวและเห็นความสำคัญของการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ดังนั้นการศึกษาหาความรู้ในเรื่องคอมพิวเตอร์จึงมีความสำคัญสำหรับ

ผู้คนในสังคมที่จะต้องก้าวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้ข้อมูลในการดำเนินชีวิต การตัดสินใจ การเปรียบเทียบข้อมูล คุณภาพในการบริการซื้อสินค้าและบริการ เป็นต้น การเรียนการสอนคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยมีตั้งแต่ระดับประถมไปจนถึงระดับอุดมศึกษา และการศึกษานอกระบบ ซึ่งแบ่งได้เป็นโรงเรียนคอมพิวเตอร์ทั่วไปมีหลักสูตรการเรียนตั้งแต่ระดับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การใช้ประโยชน์จากคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะโปรแกรมสำเร็จรูปตลอดจนหลักสูตรเกี่ยวกับการใช้เครื่องระบบปฏิบัติการ การเขียนโปรแกรม และโปรแกรมสำเร็จรูปชั้นสูง โรงเรียนที่สอนวิชาเฉพาะด้าน เช่น คอมพิวเตอร์กราฟฟิกบนเครื่องแมคอินทอช การออกแบบทางวิศวกรรม หลักสูตรทางด้านฮาร์ดแวร์ซึ่งศึกษาระบบการทำงานและซ่อมวงจรต่าง ๆ ของคอมพิวเตอร์ ฯลฯ

สถิติของสำนักงานการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการระบุว่าในปี 2535 มีโรงเรียนคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย 166 แห่งมีนักเรียน 44,080 คน ในปี 2536 มีโรงเรียนเพิ่มเป็น 219 แห่ง มีนักเรียน 86,059 ซึ่งปัจจุบันคาดว่าอาจมีโรงเรียนถึง 300 โรงเรียนและมีจำนวนผู้เรียนมากกว่า 1 แสนคน ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์มีความเติบโตอย่างรวดเร็วในรอบทศวรรษที่ผ่านมา

1.1 บทบาทของคอมพิวเตอร์ในสังคมปัจจุบัน

จากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีผลทำให้โลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สภาพสังคมในปัจจุบันเป็นสังคมที่เรียกว่าสังคมแห่งข่าวสาร (Information Society) เพราะในการกระทำสิ่งใดก็ตามจะต้องอาศัยข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ เป็นตัวกำหนดหรือวางแผนในการประกอบนั้น ๆ จากการสื่อสารที่รวดเร็วทำให้โลกดูแคบและเล็กลง การแข่งขันทางด้านผลประโยชน์จึงเริ่มขึ้น ความได้เปรียบเสียเปรียบจะขึ้นอยู่กับข่าวสารของข้อมูลที่ถูกต้อง เพราะผู้ใดมีข้อมูลข่าวสารมากย่อมจะได้เปรียบในการตัดสินใจ

เนื่องจากคอมพิวเตอร์ได้ถูกพัฒนาให้มีความสามารถในการทำงานในปริมาณมาก ๆ ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ดังนั้นในปัจจุบันคอมพิวเตอร์จึงได้เข้ามีบทบาทสำคัญทั้งในภาครัฐและเอกชนอย่างมากมาย ซึ่งสามารถสรุปบทบาทของคอมพิวเตอร์ในองค์การและหน่วยงานต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. บทบาทของคอมพิวเตอร์ในสถานศึกษา ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทในสถานศึกษาอย่างกว้างขวางทั้งในเรื่องของหลักสูตรการเรียน ช่วยในเรื่องของการเรียนการสอน เช่น บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนหรือที่เรียกกันย่อ ๆ ว่า CAI นอกจากนี้ยังสามารถนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดทำตารางสอน งานทะเบียน งานห้องสมุด เป็นต้น

2. บทบาทของคอมพิวเตอร์ในงานวิศวกรรม คอมพิวเตอร์มีความสามารถช่วยในงานด้านวิศวกรรมได้ในหลาย ๆ ด้านด้วยกัน เช่น นำมาช่วยในการเขียนแบบต่างๆ ไม่ว่า

จะเป็นเครื่องบิน รถยนต์ เครื่องจักร นอกจากช่วยในการเขียนแบบแล้ว คอมพิวเตอร์ยังมีความสามารถในการสร้างเครื่องจักรต่าง ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการประกอบชิ้นส่วน พ่นสี โดยการใช้คอมพิวเตอร์ในการควบคุมหุ่นยนต์ให้ทำงานต่าง ๆ ตามคำสั่ง นอกจากนี้แล้ว คอมพิวเตอร์ยังมีบทบาทในการช่วยในงานด้านวิศวกรรมอีกมากมาย เช่น การคำนวณโครงสร้าง การวางแผน การประมาณราคา การจัดสินค้าคงคลัง เป็นต้น

3. บทบาทของคอมพิวเตอร์ในงานวิทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์มีบทบาทสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ทุกสาขา เช่น การสื่อสารผ่านดาวเทียม การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการเดินทางของยานอวกาศ ช่วยในการจัดเก็บข้อมูล เปรียบเทียบ เป็นต้น

4. บทบาทของคอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ คอมพิวเตอร์มีประโยชน์อย่างมากในการนำมาช่วยงานในด้านธุรกิจ เช่น ใช้คอมพิวเตอร์ในการประมาณสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ จัดทำรายงานเสนอผู้บริหาร การคิดเงินเดือนให้กับพนักงาน การพิมพ์ใบสั่งซื้อสินค้า การพิมพ์ใบเสร็จ การควบคุมสินค้าคงเหลือ เป็นต้น

5. บทบาทของคอมพิวเตอร์ในวงการแพทย์ การใช้คอมพิวเตอร์ในวงการแพทย์ส่วนใหญ่จะใช้กันที่โรงพยาบาล เพราะสามารถนำคอมพิวเตอร์มาใช้งานในหลาย ๆ ด้านได้ เช่น งานทางด้านการวินิจฉัยโรค ไม่ว่าจะเป็นการตรวจคลื่นสมอง การบันทึกการเต้นของหัวใจ การคำนวณหาตำแหน่งที่ถูกต้องของอวัยวะก่อนการผ่าตัด นอกจากนี้ยังสามารถนำมาช่วยงานทางด้านธุรการต่าง ๆ ได้ การเก็บข้อมูลของคนไข้ การค้นหาบัตรคนไข้ การคิดเงินค่ายา เป็นต้น

6. บทบาทของคอมพิวเตอร์ในงานด้านการคมนาคมและการสื่อสาร ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์มีความจำเป็นอย่างมากในงานด้านการคมนาคมและการสื่อสารเช่น การจองตั๋วเครื่องบิน การใช้ Pager เป็นต้น

7. บทบาทของคอมพิวเตอร์ในงานด้านการธนาคาร กิจการธนาคารจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการทำงาน เพราะธนาคารมีผู้ฝากและถอนเงินเป็นจำนวนมาก โดยที่กิจกรรมของธนาคารนั้นจะต้องคำนึงถึงการบริการเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการทำงานจะทำให้สามารถทำงานได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ ทำให้ลูกค้าไม่ต้องรอนานเวลาจะฝากหรือจะถอนเงิน ซึ่งจะทำให้ประทับใจในการบริการ นอกจากจะช่วยในการอำนวยความสะดวกในการฝาก-ถอนเงินแล้ว คอมพิวเตอร์ยังนำมาใช้งานอย่างอื่นได้อย่างมากมายอย่างเช่น การเก็บข้อมูลลูกค้า และพนักงานธนาคาร การคิดเงินเดือนของพนักงานธนาคาร เป็นต้น นอกจากนี้แล้วในปัจจุบันกิจการธนาคารยังใช้คอมพิวเตอร์ในการบริการฝากและถอนเงินของลูกค้าตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาที่ธนาคาร ซึ่งระบบที่

ลูกค้าสามารถฝากและถอนเงินได้ตามสถานที่ต่าง ๆ จากตู้อัตโนมัติ มีชื่อเรียกว่า "Automatic Teller Machine" หรือที่เรียกกันย่อ ๆ ว่า ATM

8. บทบาทของคอมพิวเตอร์ในวงการราชการ ได้มีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในวงการราชการอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงต่าง ๆ กรมสรรพากร กรมศุลกากร การไฟฟ้า การประปา องค์การโทรศัพท์ เป็นต้น ซึ่งสามารถนำคอมพิวเตอร์เข้ามาประยุกต์ใช้ในงานด้านต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย อย่างเช่น ช่วยในการทำทะเบียนราษฎร์ การทำบัตรประชาชน ช่วยในการนับคะแนนเลือกตั้ง การคิดภาษีอากร การบริหารงานต่าง ๆ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญอย่างมากต่อสังคมในปัจจุบันทั้งในด้านการทำงานและการดำเนินชีวิตประจำวัน จึงเป็นเหตุให้คนในสังคมมีความตื่นตัวและเห็นความจำเป็นของการจำเป็นของการเครื่องคอมพิวเตอร์ ดังนั้นการศึกษาหาความรู้ในเรื่องคอมพิวเตอร์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับคนในสังคมที่จะต้องก้าวให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตในสังคมยุคคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ความหมายของคอมพิวเตอร์

คอมพิวเตอร์ ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 นั้นได้ให้ความหมายว่า คอมพิวเตอร์เป็นคำนาม หมายถึง เครื่องอิเล็กทรอนิกส์แบบอัตโนมัติทำหน้าที่เสมือนสมองกลใช้สำหรับแก้ปัญหาต่าง ๆ ทั้งที่ง่ายและซับซ้อนโดยวิธีทางคณิตศาสตร์

นอกจากนี้ยังมีนักการศึกษาได้ให้ความหมายของคอมพิวเตอร์ ไว้ดังนี้

กิดานันท์ มลิทอง (2536 : 177) ได้ให้ความหมายคอมพิวเตอร์ โดยกล่าวว่า คอมพิวเตอร์ (Computer) เป็นเครื่องจักรอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการทำงานแทนมนุษย์ในด้านการคิดคำนวณ และสามารถจำข้อมูลทั้งตัวเลขและตัวอักษรได้ เพื่อการเรียกใช้งานในครั้งต่อไป นอกจากนี้ยังสามารถจัดการกับสัญลักษณ์ (Symbol) ได้ด้วยความเร็วสูง โดยปฏิบัติตามขั้นตอนของโปรแกรมและมีความสามารถในด้านต่าง ๆ อีก เช่น การเปรียบเทียบทางตรรกศาสตร์ การรับส่งข้อมูล การเก็บบ้อมูลต่าง ๆ ไว้ในตัวเครื่องได้ และสามารถประมวลผลจากข้อมูลต่าง ๆ ได้

ครรชิต มาลัยวงศ์ (2538 : 10) กล่าวไว้สรุปได้ว่า คอมพิวเตอร์ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการคำนวณหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูล (Data Processing) ด้วยความเร็วสูงได้หลายแบบ โดยที่จะสามารถรับได้ทั้งคำสั่งการคำนวณและข้อมูลที่จะคำนวณเข้าไปเก็บไว้ในหน่วยความจำภายในเครื่อง ซึ่งอาจจะส่งผ่านข้อมูลและคำสั่งที่เก็บเอาไว้นั้นมาทำการคำนวณ โดยการคำนวณหลักคือ บวก ลบ คูณ หาร อาจทำการเปรียบเทียบเลขศูนย์กับเลขบวก

หรือเลขลบก็ได้ พร้อมทั้งสามารถตัดสินใจเลือกการทำงานตามลักษณะคำสั่งที่วางไว้ และสามารถถ่ายทอดผลลัพธ์ที่คำนวณเสร็จแล้วออกมาได้

ยืน ภู่วรวรรณ (2532 : 31) ได้ให้ความหมายของคอมพิวเตอร์ไว้ว่า "คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ใด ๆ ก็ได้ที่สามารถรับข้อมูลเข้าไปประมวลผลแล้วให้ผลลัพธ์อยู่ในรูปแบบที่เราต้องการ"

ยุพิน ไทยรัตนานนท์ (2527 : 11) ได้ให้คำจำกัดความของคอมพิวเตอร์ไว้ว่า "คอมพิวเตอร์ คือ เครื่องจักรอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถจัดการกับสัญลักษณ์ต่าง ๆ ด้วยความเร็วสูง โดยปฏิบัติตามขั้นตอนของโปรแกรม"

จลีพร โกลากุล (2526 : 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คอมพิวเตอร์ หมายถึง เครื่องมืออิเล็คทรอนิคที่สามารถประมวณผลข้อมูลได้โดยอัตโนมัต ซึ่งประกอบด้วย 1.)ทำงานด้วยระบบอิเล็คทรอนิค 2.)มีความเร็วสูง 3.)จำข้อมูลและคำสั่งต่าง ๆ ได้ 4.)มีความถูกต้องเสมอ

จากความหมายของนักการศึกษาสรุปได้ว่า คอมพิวเตอร์ หมายถึง เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการประมวลผลข้อมูล รับรู้และจัดการกับข้อมูล ตลอดจนแสดงผลลัพธ์ของข้อมูลตามที่โปรแกรมสั่งการในรูปแบบที่เราต้องการ

1.3 องค์ประกอบของระบบคอมพิวเตอร์

ครรชิต มาลัยวงศ์ (2539 : 55 – 56) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของคอมพิวเตอร์ที่สำคัญ 6 อย่างคือ

1. ฮาร์ดแวร์ (hardware) คือตัวเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ซึ่งประกอบขึ้นด้วยแผ่นวงจร สายไฟฟ้า มอเตอร์ พลาสติก ฯลฯ เป็นส่วนที่เราจับต้องและมองเห็นได้ เวลาที่เรากล่าวถึงเครื่องคอมพิวเตอร์เราจะหมายถึงฮาร์ดแวร์เป็นส่วนใหญ่ แต่ลำพังฮาร์ดแวร์เฉย ๆ ยังไม่สามารถทำงานให้เราได้

2. ซอฟต์แวร์ (software) คือชุดคำสั่งที่เรามีไว้สำหรับสั่งให้เครื่องคอมพิวเตอร์หรือฮาร์ดแวร์ทำงานต่าง ๆ ให้เรา ซอฟแวร์นั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้แต่มองเห็นได้เมื่อเขียนออกมาเป็นรูปคำสั่งภาษาคอมพิวเตอร์ หรือเมื่อบันทึกคำสั่งนั้นลงบนสื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง อันที่จริงแล้ว ซอฟแวร์ที่เป็นตัวการให้คอมพิวเตอร์ทำงานต่าง ๆ ได้มากมายไม่น่าเชื่อ ความจริงแล้วคำว่า ซอฟแวร์ นั้นเป็นคำกลาง ๆ ที่หมายถึงชุดคำสั่งทั้งหลายรวมกันถ้าหากเราต้องการกล่าวถึงชุดคำสั่งที่ทำงานเฉพาะอย่าง เรามักจะนิยมเรียกว่าโปรแกรม (program) มากกว่า

อย่างไรก็ตามบางครั้ง เราจะได้พบว่ามีผู้ใช้คำทั้งสองนี้ในความหมายเดียวกันสลับไปมาอยู่เสมอ

3. ข้อมูล (data) คือ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เรานำมาให้คอมพิวเตอร์ประมวลคำนวณหรือกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งให้กลายเป็นผลลัพธ์ที่เราต้องการ ยกตัวอย่างเช่นข้อมูลบุคลากร ได้แก่ รายละเอียด ประวัติส่วนตัว ประวัติการศึกษา ประวัติการทำงาน ซึ่งอาจนำมาจำแนกเป็นรายการต่าง ๆ เกี่ยวกับบุคลากรในหน่วยงานได้ หรือข้อมูลเกี่ยวกับตัวเลขมาตรวัดไฟฟ้าของบ้านแต่ละหลังก็ใช้สำหรับคำนวณเป็นปริมาณไฟฟ้าที่ใช้ในแต่ละเดือนแล้วคิดเป็นเงินที่จะต้องชำระให้กับการไฟฟ้าฯ ในปัจจุบันนี้เราถือกันว่าข้อมูลมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการใช้งานคอมพิวเตอร์ ถ้าฮาร์ดแวร์หรือซอฟแวร์มีอันเสียหายไปยังหาซื้อมาใหม่ได้ แต่ถ้าหากข้อมูลสูญหายไปแล้ว หน่วยงานอาจจะประสบปัญหาในการดำเนินงานได้ทันที

4. ระเบียบ คู่มือ และมาตรฐาน (procedure) การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในหน่วยงานนั้นจะต้องไปสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานจำนวนมาก บุคคลเหล่านี้บางคนก็เรียนรู้ได้เร็วบางคนก็ช้า และนอกจากนั้นยังมีแนวคิดและทัศนคติแตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อให้คนเหล่านี้ทำงานร่วมกันได้โดยไม่มีปัญหาจึงจำเป็นจะต้องมีระเบียบปฏิบัติให้เป็นแบบเดียวกัน มีการจัดทำคู่มือการใช้คอมพิวเตอร์ให้ทุกคนเรียนรู้และใช้อ้างอิงได้ นอกจากนั้นเมื่อการใช้คอมพิวเตอร์ขยายออกไปก็อาจจะมีผู้ต้องการจัดหาคอมพิวเตอร์มาใช้งานมากขึ้น การจัดทำมาตรฐานด้านคอมพิวเตอร์ และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องขึ้น จะช่วยให้การประสานงานระหว่างหน่วยงานย่อย ๆ ราบรื่นขึ้น การจัดซื้อจัดหาตลอดจนการบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ก็จะง่ายขึ้นเพราะทุกหน่วยใช้มาตรฐานเดียวกัน

5. ระบบสื่อสารข้อมูล (data communication) หมายถึง ระบบสื่อสารและอุปกรณ์ที่ช่วยให้เราสามารถส่งข้อมูลจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปถึงคอมพิวเตอร์ที่อยู่ห่างออกไปได้ ปัจจุบันนี้การปฏิบัติงานของทั้งภาครัฐและเอกชน มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารกันมาก โดยเฉพาะเมื่อจัดทำรายงานแล้วก็อาจจำเป็นจะต้องส่งรายงานนั้นไปให้ผู้ใช้ ซึ่งอาจจะใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่อยู่ต่างอาคาร ต่างสถานที่ออกไป ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายก็คือการใช้คอมพิวเตอร์สำรองที่นั่งเครื่องบินของบริษัทการบินไทย ถ้าหากไม่มีระบบสื่อสารข้อมูลด้วยแล้วเราคงไม่สามารถสำรองที่นั่งเครื่องบินจากบริษัทจำหน่ายบัตรโดยสารหรือสำนักงานที่กระจายอยู่ทั่วประเทศและทั่วโลก

6. บุคลากร (peopleware) คือเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานต่าง ๆ และผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในหน่วยงานบุคลากรคอมพิวเตอร์นั้นมีความสำคัญมาก เพราะการใช้คอมพิวเตอร์ทำงานต่าง ๆ นั้นจะต้องมีการจัดเตรียมเปลี่ยนระบบ จัดเตรียมโปรแกรม และดำเนินการต่าง ๆ หลายอย่าง ซึ่งสุดวิสัยที่เราจะทำได้เอง ถ้าหากไม่ใช่ผู้ที่รู้เรื่องคอมพิวเตอร์มากนัก ดังนั้นเราจึงถือว่าบุคลากรเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของระบบคอมพิวเตอร์

ดวงแก้ว สวามิภักดิ์ (2535 : 33) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของบุคลากรคอมพิวเตอร์ไว้ 2 ประเภทคือ

1. ผู้ใช้ คือผู้มีความรู้ มีอิทธิพลต่อการออกแบบและพัฒนางานระบบคอมพิวเตอร์มากที่สุด เพราะผู้ใช้ระบบจะเป็นผู้ตัดสินใจและระบุความต้องการลงไปว่า ต้องการให้ระบบคอมพิวเตอร์ทำงานอะไร นอกเหนือจากนี้ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้จะเป็นตัวปรับทิศทางของการวิจัยค้นคว้าทางด้านเทคโนโลยีของฮาร์ดแวร์

2. นักคอมพิวเตอร์ คือผู้ทำงานโดยตรงกับการออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์รวมถึงการบริหารหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้บริการการใช้คอมพิวเตอร์ ซึ่งประกอบด้วย

2.1 ผู้อำนวยการศูนย์คอมพิวเตอร์ (data processing manager) บุคลากรผู้นี้ได้แก่ หัวหน้าศูนย์คอมพิวเตอร์ เป็นเจ้าหน้าที่ที่จัดอยู่ในระดับผู้บริหาร รองมาจากผู้บริหารชั้นสูงซึ่งมีหน้าที่วางนโยบายขององค์การ หัวหน้าศูนย์มีหน้าที่รับนโยบายดังกล่าวมาจัดเป็นโครงการและแผนงานการใช้คอมพิวเตอร์รวมถึงการขยายระบบ จัดหาซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เพียงพอกับการใช้งานขององค์การ เพื่อผลงานที่มีคุณภาพ ทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ควบคุมกระตุ้นเจ้าหน้าที่ให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 นักวิเคราะห์ระบบงาน (system analyst) บุคลากรประเภทนี้มีหน้าที่รวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับระบบงานและความต้องการของผู้ใช้ เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานใหม่หรือปรับปรุงระบบงานเดิม เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น

2.3 ผู้เขียนโปรแกรมประยุกต์ (Programmer) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เขียนโปรแกรมตามรายละเอียดและข้อกำหนดที่นักวิเคราะห์ระบบได้ออกแบบไว้ บุคลากรประเภทนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาษาคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี สามารถวิเคราะห์ปัญหา มีความอดทนในการคิดค้นและแก้ไขข้อผิดพลาดของโปรแกรม มีความรอบคอบและมีความคิดริเริ่มในการใช้เทคนิคที่เหมาะสมในการพัฒนาโปรแกรม

2.4 ผู้ควบคุมเครื่อง (Operator) มีหน้าที่ควบคุมการปฏิบัติงานของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ การเปิด – ปิดเครื่อง การโหลดโปรแกรมและข้อมูลต่าง ๆ การจัดทำข้อมูลสำรอง เป็นผู้มีความรับผิดชอบและใส่ใจในการทำงาน

2.5 ผู้ให้บริการระบบ (System programmer) มีหน้าที่ให้บริการทางด้านซอฟต์แวร์ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างของระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี เพราะต้องทำหน้าที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการทำงานของระบบ สามารถแก้ไขเหตุการณ์ได้ หากระบบทำงานผิดพลาด

2.6 พนักงานเตรียมข้อมูล (Key operator) ทำหน้าที่เตรียมข้อมูลให้อยู่ในสื่อข้อมูลที่จะนำไปใช้กับคอมพิวเตอร์ได้ เช่น การคีย์ข้อมูลลงดิสก์ เป็นต้น

1.4 สมรรถภาพและประโยชน์ของคอมพิวเตอร์

จากที่กล่าวมาเห็นได้ว่าคอมพิวเตอร์จะต้องรับข้อมูล (data) และคำสั่ง (Instruction) เข้าไปเก็บไว้ในหน่วยความจำก่อนแล้วจึงเริ่มปฏิบัติตามคำสั่งที่เก็บไว้นั้น ซึ่งคำสั่งต่าง ๆ เหล่านี้จะมีการสั่งให้คอมพิวเตอร์นำเอาข้อมูลที่เก็บไว้ไปทำการประมวลผล และแสดงผลลัพธ์ออกมาตามต้องการ ข้อมูลและคำสั่งที่ป้อนคอมพิวเตอร์เรียกว่าตัวป้อน (Input) ส่วนผลลัพธ์ที่คอมพิวเตอร์แสดงออกเรียกว่า ผลผลิต (output) อาจแสดงออกมาในรูปลักษณะต่าง ๆ เช่น ตัวเลข รูปภาพ ตัวอักษร ฯลฯ

ครรชิต มาลัยวงศ์ (2539 : 176 – 180) กล่าวถึงการพัฒนาระบบสำนักงานอัตโนมัติ ไว้ดังต่อไปนี้

1. เครื่องอัดเสียงตามคำบอกของผู้บริหาร (dictation) เดิมทีเลขานุการเคยใช้ตัวเลขจดตามคำบอก ต่อมาเปลี่ยนเป็นให้ผู้บริหารอัดคำพูดลงเทป แล้วเลขานุการใช้อุปกรณ์ควบคุมเทปฟังเสียงพูดแล้วพิมพ์ข้อความด้วยพิมพ์ดีด ในอนาคตอาจมีการใช้คอมพิวเตอร์ที่ฟังเสียงพูดแล้วบันทึกข้อความเก็บไว้

2. การใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์พิมพ์ (text editing) การพิมพ์และแก้ไขดัดแปลงเอกสารให้ถูกต้อง งานนี้เป็นงานง่าย ๆ ที่ใช้โปรแกรมประมวลคำ (word processor) พิมพ์จดหมายรายงาน โปรแกรมที่ใช้กันมากคือไมโครซอฟต์เวิร์ด (microsoft word) ซียูไรท์เตอร์ (CU Writer) สำหรับดอส (Dos) จุฬาจารึก หรือ CWW สำหรับวินโดว์ (Windows) เวิร์ดราชวิถี และเวิร์ดเพอร์เฟค (word perfect) หรือใช้ระบบการพิมพ์ตั้งโต๊ะ

3. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail) คือ การใช้คอมพิวเตอร์พิมพ์และส่งข่าวสาร (รวมข้อมูลและภาพ) ผ่านระบบสื่อสารไปยังผู้รับโดยตรง ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์อาจใช้สื่อสารได้ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน หรือใช้ข้ามหน่วยงานก็ได้ ปัจจุบันนี้บริษัทและหน่วยงานหลายแห่งมีใช้ภายในแล้ว แต่ที่เชื่อมโยงกันภายนอกได้แก่ระบบไทยสารที่เชื่อมโยงมหาวิทยาลัยหลายแห่ง นอกจากนั้นยังสามารถเชื่อมโยงไปยังเครือข่ายอินเตอร์เน็ต (internet) ได้ด้วย

4. ไปรษณีย์เสียง (voice mail) เป็นระบบที่ผู้ใช้โทรศัพท์เรียกเข้ามา สามารถฝากข้อความเป็นเสียงพูดไว้ในตู้ไปรษณีย์เสียงของผู้รับได้ ต่อจากนั้นเมื่อผู้รับว่างจึงค่อยเปิดฟังเสียงของผู้เรียก ระบบบางระบบสามารถฝากข้อความให้กับผู้รับหลายๆ คนในเวลาเดียวกันได้

5. การประชุมทางไกล (teleconferencing) หมายถึง การจัดอุปกรณ์ให้ผู้เข้าร่วมประชุมซึ่งอยู่คนละสถานที่กัน สามารถประชุมแลกเปลี่ยนทัศนะและความเห็นกันได้โดยไม่ต้อง

เสียเวลาเดินทางมาพบกัน อุปกรณ์ที่ใช้อาจเป็นแบบง่าย เช่น โทรศัพท์ภาพ ไปจนถึงอุปกรณ์ที่ซับซ้อน ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าร่วมประชุมหลายคนสามารถพูดและเห็นภาพกันและกันได้

6. การจัดแฟ้มอิเล็กทรอนิกส์ (electronic filing) เป็นวิธีการจัดเก็บเอกสารรายงานและภาพไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ พร้อมกับรายละเอียดอื่น ๆ เช่น ชื่อเอกสาร เรื่อง วันที่ คำสำคัญต่าง ๆ เพื่อให้ค้นหาเอกสารนั้นมาอ่านได้ เอกสารที่พิมพ์ด้วยระบบประมวลคำอาจจะเก็บไว้ในแฟ้มได้ทันที แต่ถ้าเป็นเอกสารที่ส่งมาจากภายนอกอาจเก็บได้โดยใช้เทคโนโลยีประมวลภาพลักษณ์

7. ระบบนัดหมาย (calendaring) ใช้สำหรับเก็บการนัดหมายของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานในสำนักงาน ปัจจุบันมีซอฟต์แวร์ที่มีระบบนัดหมายใช้เลือกได้หลายแบบ บางแบบสามารถเก็บการนัดหมายไว้ได้หลายระดับ เช่น ให้ดูได้ทั่วไป ดูได้เฉพาะเลขานุการ ดูได้เฉพาะตัวเองเท่านั้น บางแบบสามารถเตือนให้ทราบการนัดหมายได้เมื่อถึงเวลานัด ปัญหาสำคัญของการใช้ระบบนัดหมายก็คือ ผู้บริหารได้รับนัดเมื่ออยู่นอกสำนักงานอาจลืม หรือไม่ใส่ใจในการบันทึกการนัดหมายก็คือ ผู้บริหารได้รับนัดเมื่ออยู่นอกสำนักงานอาจลืม หรือไม่ใส่ใจในการบันทึกการนัดหมายไว้ในเครื่อง ทำให้ตารางนัดหมายไม่ถูกต้อง โปรแกรมนัดหมายนี้มีแฝงในระบบวินโดร์ด้วย

8. การกำหนดเวลา (scheduling) มีลักษณะคล้ายกับระบบนัดหมาย แต่ในที่นี้หมายถึง การที่ผู้บริหารใช้คอมพิวเตอร์ตรวจสอบเวลาว่างของผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา เพื่อกำหนดเวลาประชุม หรือนัดหมาย วิธีนี้ช่วยทุ่นเวลาเลขานุการได้มาก เพราะโดยปกติแล้วเลขานุการมักจะต้องเสียเวลาโทรศัพท์ ถามวัน และเวลาว่างกลับไปกลับมาหลายหนจนกว่าจะลงตัว ระบบบางระบบมีสัญญาณเตือนเวลาถึงกำหนด

9. การคำนวณ (arithmetic computation) บางครั้งผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องคำนวณค่าง่าย ๆ อยู่เสมอ และส่วนมากมักจะมีเครื่องคิดเลขขนาดเล็กไว้ใช้ ติดขัดต้องคำนวณเมื่อใดก็หยิบเครื่องคิดเลขมาใช้ ระบบคอมพิวเตอร์ทั้งไปมีฟังก์ชั่น (function) เครื่องคิดเลขให้ใช้อยู่แล้วนั่นคือ เราอาจเปลี่ยนจอภาพและแป้นพิมพ์ให้กลายเป็นเครื่องคิดเลขขนาดใหญ่ได้ ระบบวินโดว์มีวิธีการใช้เปลี่ยนภาวะการใช้คอมพิวเตอร์มากเป็นภาวะการคิดเลขแบบนี้

10. การจัดทำกราฟิก (graphics) เป็นงานที่มีความสำคัญมากในสำนักงาน โดยเฉพาะในการนำเสนอสถิติต่าง ๆ ให้ผู้บริหาร เจ้าของกิจการ หรือผู้ถือหุ้นให้รับทราบข้อมูล สำหรับใช้จัดทำภาพกราฟิกอาจนำเข้าเครื่องโดยระบบอื่น ๆ ได้อยู่แล้ว และอาจใช้แป้นพิมพ์พิมพ์คำสั่งจัดทำกราฟรูปแบบต่าง ๆ เช่น กราฟรูปวงกลม กราฟเส้น แผนภูมิแท่ง สำหรับการทำภาพกราฟิกเก็บไว้ก็ต้องใช้เครื่องพิมพ์ เราอาจทำกราฟในโปรแกรมสเปรดชีต (spreadsheet) หรือใช้โปรแกรมพิเศษสร้างภาพ เช่น ใช้ เพาเวอร์พอยท์ (power ponit) หรือ ฮารวารด์ กราฟิก (harvard graphics) สร้างภาพ

11. ซอฟต์แวร์สำหรับแสดงแผ่นภาพ (spreadsheet) หรือตารางคำนวณ เพื่อใช้ในการคำนวณอย่างง่าย ๆ เช่นคำนวณกำไรต้น ทุนสินค้า กำหนดราคาขายสินค้าซอฟต์แวร์สเปรดชีต ได้รับความนิยมมาก คือไมโครซอฟต์เอกซ์เซล (microsoft excel) และโลตัส 1-2-3 (lotus 1-2-3) ซึ่งมีผู้นำมาใช้ในการทำบัญชีอย่างง่าย จัดเก็บข้อมูล และทำแผนภูมิต่าง ๆ ข้อดีของซอฟแวร์ประเภทนี้คือใช้ง่ายและระหว่างการใช้นั้นเมื่อเปลี่ยนแปลงค่าบางค่า ค่าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับค่าที่เปลี่ยนนั้นก็จะเปลี่ยนแปลงได้โดยอัตโนมัติ

12. ฐานข้อมูล (database) เป็นงานประยุกต์ที่สำคัญมากที่สุดของหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าขนาดใหญ่ หรือเล็ก ฐานข้อมูลเป็นที่รวบรวมของข้อมูลเช่น ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ ผู้ส่ง วัตถุดิบ เครื่องจักร บุคลากร การใช้จ่ายเงิน เดิมทีฐานข้อมูลที่ใช้เฉพาะกับคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่เท่านั้น แต่ปัจจุบันนี้สามารถใช้กับเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ได้ ซอฟต์แวร์ฐานข้อมูลที่ได้รับความนิยมมากในขณะนี้คือ ดีเบสส์ (dBASE), ฟรอกโปร์ (FoxPro) และเอ็กซีส (access)

13. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (decision support system) ช่วยให้ผู้บริหารทดสอบแนวทางการตัดสินใจของตัวเองได้ เช่น ทดสอบว่าหากเพิ่มราคาสินค้าอีก 10 เปอร์เซ็นต์ รายรับจะเป็นเท่าใดซึ่งแน่นอนว่าจะไม่ได้เพิ่มรวม 10 เปอร์เซ็นต์ เพราะลูกค้าบางส่วนจะเลิกซื้อสินค้านั้น

14. การปฏิบัติงานแบบผสมผสาน (integrated tasks) เป็นการใช้ซอฟต์แวร์ที่ทำหน้าที่ได้หลายอย่างในตัว เช่น สเปรดชีต ฐานข้อมูล ประมวลคำ ทำภาพกราฟิก และสื่อสารข้อมูลมาช่วยให้งานต่าง ๆ ต่อเนื่องกันง่ายขึ้น

15. การเรียงพิมพ์ด้วยแสง (prototype setting) เป็นอุปกรณ์ใช้สำหรับในการเรียงพิมพ์ทำตารางเลือกรูปแบบตัวพิมพ์สำหรับใช้ในงานที่มีความปราณีตมาก อุปกรณ์ชนิดนี้เคยนิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ที่คนไทยใช้คำว่า คอมพิวเตอร์กราฟิก แต่ปัจจุบันผู้ใช้ตามสำนักพิมพ์หันไปใช้ในระบบการพิมพ์ดั้งโต๊ะมากกว่าที่เรียกว่าอุปกรณ์เรียงพิมพ์ด้วยแสงนั้น เป็นเพราะนำเอกสารที่จัดเรียงพิมพ์มาฉายบนจอแล้วถ่ายรูป หรือบันทึกลงเทป หรือจานแม่เหล็กเพื่อนำไปทำต้นฉบับ

16. การใช้ไมโครกราฟิก (micrographics) เป็นสื่อสำหรับบันทึกเอกสารไว้อ้างอิงนั้นได้รับความนิยมมานานแล้ว เพราะประหยัดเนื้อที่และสามารถจัดทำดัชนีค้นหาเอกสารได้ง่าย ขณะนี้ธนาคารไทยหลายแห่งได้ใช้วิธีบันทึกเอกสารลงในไมโครฟิล์มสำหรับอ้างอิงแล้ว

17. การถ่ายเอกสาร (reprographics) เป็นการถ่ายเอกสารในสำนักงานมีฟังก์ชั่นหลายอย่าง เช่น ย่อ ขยาย ถ่ายสองหน้าพร้อมกัน จัดเรียงกระดาษ ถ้าหากหลายหน้าและ

หลายชุด ถ่ายเอกสารจากต้นฉบับหลาย ๆ หน้าไปจนถึงเย็บรวดได้เอง เครื่องถ่ายเอกสารชนิดฉลาด อัจฉริยะ อาจจะพ่วงต่อระคอมพิวเตอร์ได้ด้วย

18. การออกแบบ (forms design) แบบฟอร์มเอกสารมักใช้เวลานานปกติต้องส่งไปออกแบบนอกหน่วยงาน ผลงานที่ได้รับกลับมาผิดพลาดมาก ปัจจุบันระบบการพิมพ์ตั้งโต๊ะช่วยให้ออกแบบแบบฟอร์มเอกสารได้ง่ายขึ้น รวดเร็ว สามารถทำต้นแบบหรือต้นฉบับมาพิจารณาได้รวดเร็ว เมื่อแน่ใจแล้วจึงส่งพิมพ์จำนวนมาก ๆ ที่โรงพิมพ์ได้ หรือถ้าใช้น้อยส่งพิมพ์ตามเครื่องพิมพ์เลเซอร์ (laser)

19. การจัดการพลังงาน (energy management) เป็นการจัดการใช้พลังงานอย่างประหยัดในสำนักงาน ปกติมักจะเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จมาเลยเช่น ลิฟต์ที่ควบคุมการขึ้นลงอย่างรวดเร็วและประหยัดจะไม่มาจอดคอยอยู่ที่ชั้นหนึ่งทุกหลัง ระบบการควบคุมการใช้แสงสว่างตลอดจนระบบควบคุมอุณหภูมิ

20. การประชุมทางไกลระบบคอมพิวเตอร์ (computer teleconference) ใช้คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ระบบสื่อสารและป้อนข้อมูลส่งถึงกันแทนการใช้โทรศัพท์ตามปกติ ผู้ประชุมจะนั่งหน้าจอคอมพิวเตอร์แล้วป้อนข้อมูลกับคำสั่งต่าง ๆ ส่งถึงผู้ที่เข้าประชุมที่อยู่ห่างไกลออกไป ระบบสื่อสารอาจใช้ระบบโทรศัพท์ ไมโครเวฟ หรือดาวเทียมก็ได้สุดแต่ความเหมาะสม ปัจจุบันนอกจากใช้ในสำนักงานแล้วยังจะขยายไปใช้กับงานการศึกษาทางไกล (tele – education) และโทรเวช (telemedicine) ด้วย

21. วีดีโอเท็กส์ (vediotex) การสื่อสารภาพ ข้อความ และเสียงไปยังผู้รับในแบบโต้ตอบได้ เช่น ผู้รับอาจใช้เทอร์มินัลแสดงผลิตภัณฑ์ที่ตนสนใจ แล้วกดปุ่มเลื่อนภาพไปจนกว่าจะพบผลิตภัณฑ์ที่จะต้องการซื้อ งานประยุกต์มีตั้งแต่การส่งข่าวสารจำนวนมาก เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตารางการบิน กำหนดการที่น่าสนใจ ข่าวโฆษณา ฯลฯ เชื่อกันว่าระบบนี้จะมีประโยชน์ต่องานธุรกิจมากยิ่งขึ้นในอนาคต เทคโนโลยีที่มีใช้คือ ใช้คอมพิวเตอร์ควบคุมเทอร์มินัล ใช้โทรศัพท์ส่งข่าวไปยังจอพิเศษของผู้ใช้ หรือกระจายเสียงและแพร่ภาพทางโทรศัพท์

22. เทคโนโลยีที่อัดเสียงคำพูดลงในสื่อ (audiotex) เช่น ซิปหรือวงจรรวม และใช้ประกอบงานประยุกต์อื่น ๆ เช่น การตอบโทรศัพท์

แม้ว่าสำนักงานอัตโนมัติจะมีประโยชน์มาก แต่การพัฒนาระบบนี้ขึ้นมาใช้งานก็ไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะนอกจากจะต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์ในระบบเครือข่ายแล้ว ยังต้องมีโปรแกรมต่าง ๆ ที่จะเป็นด้วยลำพังเพียงแต่มีไมโครคอมพิวเตอร์ สำหรับใช้งานพิมพ์เอกสารยังไม่ทำให้เป็นสำนักงานอัตโนมัติขึ้นมาได้

สื่อประสม (multimedia) เป็นเทคโนโลยีทีทำให้คอมพิวเตอร์สามารถแสดงข้อความ เสียง และภาพ ซึ่งอาจจะเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวได้พร้อม ๆ กัน งานที่นิยมทำเป็นมัลติมีเดีย ก็คืองานจัดทำสารานุกรมซึ่งนำเอาสารานุกรมแบบเก่าที่พิมพ์เป็นเล่มมาจัดทำใหม่ให้เป็นภาพเคลื่อนไหว และเสียงอธิบาย งานคอมพิวเตอร์ช่วยสอนซึ่งมีทั้งภาพ เสียง และแบบฝึกหัด เกมคอมพิวเตอร์ งานโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ฯลฯ ในบรรดางานนี้ เกมคอมพิวเตอร์ และงานด้านคอมพิวเตอร์ช่วยสอนได้รับความนิยมมาก ส่วนบทเรียนในรูปแบบมัลติมีเดียก็มีผู้สนใจจัดทำออกมาจำหน่ายมากเช่นกัน โดยเฉพาะด้านสอนภาษาต่างประเทศ

ระบบแลน (LAN ย่อมาจาก local area network) เป็นระบบข่ายงานคอมพิวเตอร์หลาย ๆ เครื่องมาพ่วงต่อกันเพื่อให้ผู้ใช้ข่ายงานสามารถทำงานได้ดังต่อไปนี้

1. โดยระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนติกส์สื่อสารกันได้
2. ใช้ข้อมูลร่วมกันได้
3. ปฏิบัติงานบางอย่างร่วมกันได้
4. ใช้อุปกรณ์และทรัพยากรต่าง ๆ ร่วมกันได้

ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ที่ใช้พ่วงต่อกันอย่างระบบแลนนี้ไม่ยุ่งยาก แต่จะต้องเพิ่มความจำอีกเล็กน้อย คือการจำวิธีพ่วงคอมพิวเตอร์ของคนเข้ากับข่ายงาน ด้วยการระบุชื่อของตัวเอง (user name) พร้อมกับระบุรหัสผ่าน (password) ที่เรารู้คนเดียว วิธีนี้ดีตรงที่ช่วยป้องกันไม่ให้คนที่เกี่ยวข้องกับงานของเราแอบมาใช้เครื่องได้

อินเตอร์เน็ต (Internet) เป็นเครือข่ายของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระดับโลก คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงต่อถึงกันในระบบอินเตอร์เน็ต สมาชิกของระบบอินเตอร์เน็ตจะได้รับหมายเลขประจำตัวเรียกว่า อี – เมล์แอด์เดรส์ สำหรับใช้ระบบและเพื่อให้ผู้อื่นส่งข่าวสารถึงตนเองได้

ชัยณรงค์ มนเทียรวิเชียรฉาย (2537 : 9) กล่าวถึงประโยชน์ของอินเตอร์เน็ตต่อการศึกษาไว้ดังนี้

1. ก้าวสู่นอกห้องเรียนโลกได้กลายเป็นศูนย์กลางแหล่งทรัพยากรข้อมูลที่เข้าถึงทันที
2. เป็นการพัฒนาทักษะการวิจัยและการค้นหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ
3. เป็นการแลกเปลี่ยนแนวความคิดกิจกรรมกับครูทั่วโลก
4. เป็นโอกาสให้นักเรียนทำงานกับเพื่อนใหม่ บนพื้นฐานความเป็นสากลระดับโลก
5. สมรรถนะทางโทรคมนาคมทำให้โครงการต่าง ๆ ระดับโลก มีประสิทธิภาพ

ช่วยให้นักเรียนสามารถมีส่วนร่วมการดำเนินการโครงการระหว่างประเทศที่สำคัญได้

6. การใช้คอมพิวเตอร์เข้าร่วมสนทนา อภิปรายประเด็นปัญหาทางการศึกษากับครูที่มีความสนใจคล้ายคลึงกัน

7. สามารถค้นหาฐานข้อมูลรายชื่อหนังสือวิทยาศาสตร์ วรรณคดี ฯลฯ ได้ทุกแหล่งในโลกโดยใช้คำสั่ง สิสต์เซิร์ฟ (listserve) , เทลเน็ต (telnet) และ เอฟทีพี FTP

8. ขอเนื้อหาตำราทั้งเล่มเกี่ยวกับวิชาต่าง ๆ เช่น ประวัติศาสตร์ ธุรกิจ กฎหมาย เทคนิค หนังสือสำหรับเด็ก

9. ดึงโปรแกรมต่าง ๆ ของคอมพิวเตอร์ (pupblic domain software) จากที่อื่นมาใช้โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่าย

10. ติดต่อสื่อสารได้โดยตรงกับผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ และจะได้รับการตอบสนองทันทีต่อคำร้องขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

11. ได้แลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลกับนักเรียนในโครงการที่มีความร่วมมือระหว่างกัน

ทางด่วนสารสนเทศ (information superhighway) ทางด่วนข้อมูล คือ ระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่เชื่อมโยงผู้ใช้ต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นโรงเรียน โรงพยาบาล บริษัทอุตสาหกรรม ห้างร้านธุรกิจ เพื่อให้ผู้ใช้ทราบข่าวสารข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว ระบบโทรทัศน์ทุกวันนี้มีรายการเพื่อการศึกษาอยู่บ้างแต่ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ผู้เขียนมองเห็นว่าทางด่วนข้อมูลจะช่วยเชื่อมโยงบ้านเข้ากับโรงเรียน สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล ที่ทำการของรัฐ ฯลฯ ในตอนเย็นนักเรียนนักศึกษาอาจใช้คอมพิวเตอร์ของตนเชื่อมต่อไปยังห้องสมุดของสถาบันการศึกษา แล้วอ่านหรือเรียกโปรแกรมบทเรียนมาศึกษา และฝึกฝนทำแบบฝึกหัดที่บ้าน ผู้ปฏิบัติงานอาจนั่งทำงานที่บ้านโดยไม่ต้องขับรถยนต์ไปทำงานที่สำนักงานเมื่อเจ็บป่วย สถานพยาบาลอาจแลกเปลี่ยนข้อมูลเวชระเบียนได้อย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ของรัฐโดยเฉพาะผู้บริหารต่างๆ อาจใช้ทางด่วนข้อมูลเชื่อมโยงข้อมูลต่างกระทรวงมาใช้ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วโดยที่แต่ละหน่วยงานไม่จำเป็นจะต้องจัดเก็บข้อมูลซ้อนกับผู้มีหน้าที่โดยตรงแล้วอีกต่อไป

จากการได้ศึกษาประวัติ ความหมาย องค์ประกอบ สมรรถภาพของคอมพิวเตอร์ สรุปได้ว่าคอมพิวเตอร์เป็นนวัตกรรมที่มีคุณภาพ มีศักยภาพในการทำงานเกี่ยวกับการสอน การผลิต การจัดเก็บ การค้นหาสะดวก รวดเร็ว เที่ยงตรงน่าเชื่อถือ สามารถช่วยผู้บริหารและครูให้ทำงานได้ผลดีและมีประสิทธิภาพ

1.5 คอมพิวเตอร์กับการศึกษา

จากการขยายตัวของคอมพิวเตอร์ในหน่วยงานต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย ทำให้หน่วยงานทางการศึกษาเริ่มให้ความสนใจและตื่นตัวในการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้งานทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน โดยคอมพิวเตอร์ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในวงการศึกษาในช่วง

ห 250385

ปลายปี พ.ศ. 2493 ทางด้านการบริหารการศึกษา เช่น ด้านการบัญชีและการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้เรียน จากนั้นการใช้คอมพิวเตอร์ได้พัฒนาขึ้นจากที่เคยใช้งานด้านการบริการอย่างเดียว ได้เริ่มขยายตัวเข้ามาช่วยงานในด้านอื่น ๆ อย่างมากมาย รวมทั้งได้เข้ามาช่วยในด้านการเรียนการสอนของทุกระดับการศึกษาทั้งในโรงเรียนระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา อุดมศึกษา และโรงเรียนนอกระบบอื่น ๆ เนื่องจากคอมพิวเตอร์มีราคาถูกลง มีขนาดเล็กลง และมีประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น ดังนั้นคอมพิวเตอร์จึงกลายเป็นนวกรรมใหม่เราสามารถนำมาพัฒนาช่วยงานในวงการศึกษาได้อย่างกว้างขวางและเข้ามามีบทบาทในการช่วยแก้ไขระบบการศึกษาให้ดีขึ้น เหมาะสม และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมมากขึ้น

ในปี ค.ศ. 1985 ศาสตราจารย์อัลเฟรด บอร์ก ซึ่งเป็นผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาทางคอมพิวเตอร์แห่งมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ได้คาดประมาณว่าถ้ารวมเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการศึกษาทั่วสหรัฐอเมริกาแล้ว จะพบว่ามีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ถึงหนึ่งพันล้านเครื่อง และมีแนวโน้มของการใช้งานคอมพิวเตอร์ในอนาคตมากขึ้น ดังรายละเอียดโครงสร้างการใช้คอมพิวเตอร์เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2529 และปี พ.ศ. 2543 มีดังต่อไปนี้

รายละเอียดของการใช้คอมพิวเตอร์ในประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2529 ได้ดังต่อไปนี้

ระบบสารสนเทศ (Information System)	50%
คอมพิวเตอร์ส่วนตัว (Personal Computer)	12%
วิทยาศาสตร์และงานวิจัย(Science and Research)	16%
ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence)	1%
การศึกษา (Education)	3%
การควบคุมงาน (Process Control)	18%

รายละเอียดของการใช้คอมพิวเตอร์ในประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2543 ได้ดังต่อไปนี้

ระบบสารสนเทศ (Information System)	11%
คอมพิวเตอร์ส่วนตัว (Personal Computer)	5%
วิทยาศาสตร์และงานวิจัย(Science and Research)	20%
ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence)	30%
การศึกษา (Education)	9%
การควบคุมงาน (Process Control)	25%

จากรายละเอียดในการเปรียบเทียบการใช้คอมพิวเตอร์ในปี พ.ศ. 2529 กับ พ.ศ. 2543 ในประเทศสหรัฐอเมริกานี้พบว่า ในอนาคตอันใกล้นี้ คือในปี พ.ศ . 2543 จะมีการใช้คอมพิวเตอร์มากขึ้นทั้งในด้านปัญญาประดิษฐ์ การควบคุมงาน การศึกษา และวิทยาศาสตร์และงานวิจัย ซึ่งทำให้เห็นว่ามีการใช้ประโยชน์ของคอมพิวเตอร์มากขึ้นในหลาย ๆ ด้าน แทนที่จะเน้นการใช้คอมพิวเตอร์เพียงแค่งานส่วนตัวหรือระบบสารสนเทศ

เมื่อเปรียบเทียบแผนภูมิสถิติทั้ง 2 ปี จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าการใช้คอมพิวเตอร์ในงานต่าง ๆ ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้จากการใช้คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับระบบสารสนเทศจะลดลงจากร้อยละ 50 เหลือเพียงร้อยละ 11 เท่านั้น และเมื่อเปรียบเทียบการใช้คอมพิวเตอร์เกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ในปี พ.ศ. 2529 จะใช้เพียงร้องละ 1 แต่จากการคาดการณ์ในปี พ.ศ. 2543 จะมีการใช้สูงถึงร้อยละ 30 ซึ่งนับว่ามีอัตราการใช้เพิ่มสูงที่สุด ในขณะเดียวกันเมื่อเปรียบเทียบการใช้คอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9 ซึ่งหมายความว่ามีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานทางด้านการศึกษาเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นแนวโน้มการนำคอมพิวเตอร์มาใช้เพื่อการศึกษาในอนาคตจะมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสถาบันการศึกษาทุกระดับ

ลักษณะของการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษานั้น จะประกอบไปด้วยงานหลัก 3 ด้านด้วยกันคือ งานด้านการบริหารการศึกษา งานด้านการบริการการศึกษา และงานด้านการเรียนการสอน ซึ่งมีรายละเอียดโดยสรุปดังนี้

คอมพิวเตอร์กับงานด้านการบริหารการศึกษา เป็นการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารการศึกษาด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารบุคลากรทางด้านการศึกษา ซึ่งได้แก่ ครู อาจารย์ นักเรียน เจ้าหน้าที่ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ การบริหารธุรการ การบริหารอาคารสถานที่และสภาพสิ่งแวดล้อมทางการศึกษา โดยการใช้งานในด้านนี้จะช่วยลดแรงงานและเวลาในการทำงานของครู เจ้าหน้าที่ และผู้บริหารได้มาก อีกทั้งยังจะได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและแม่นยำอีกด้วย

คอมพิวเตอร์กับงานด้านการบริการการศึกษาเป็นการบริการสื่อการศึกษา (Education Media Service) ระบบสารสารสนเทศ (Information System) การอำนวยความสะดวกในการศึกษา รวมทั้งการจัดทำระบบข้อมูลดัชนีหนังสือของห้องสมุด เป็นต้น

คอมพิวเตอร์กับงานด้านการเรียนการสอน เป็นการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการเรียนการสอนในเนื้อหาวิชาต่าง ๆ ลักษณะของการใช้คอมพิวเตอร์มาช่วยในการเรียนการสอนนั้น อาจจะแบ่งออกเป็น 2 เรื่องใหญ่ ๆ คือ การสอนเรื่องคอมพิวเตอร์ (Teaching about Computers) และการสอนโดยใช้คอมพิวเตอร์ (Teaching with Computers)

1. การสอนเรื่องคอมพิวเตอร์ (Teaching about Computers) เป็นการสอนความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์(Computer Literacy) และเรียนวิทยาการทางคอมพิวเตอร์

(Computer Science) เป็นการเน้นให้ผู้เรียนรู้จักว่าคอมพิวเตอร์คืออะไร มีส่วนประกอบอย่างไร ระบบการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานได้อย่างไร มีประโยชน์อย่างไรบ้าง และการเข้าใจภาษาของคอมพิวเตอร์ที่ใช้กันโดยทั่วไป นอกจากนี้อาจจะเป็นการสอนให้รับรู้ความเจริญความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สามารถอยู่ในสังคมยุคคอมพิวเตอร์ได้ ซึ่งอาจจะเรียกว่าเป็นการสอนเพื่อให้รู้จักคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ Long Nancy and Larry กล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดการเรียนการสอนคอมพิวเตอร์มีอยู่ 4 ประการ คือ ความสำนึกในผลกระทบของคอมพิวเตอร์ การเอาชนะความกลัวที่จะใช้คอมพิวเตอร์ ความต้องการจะเรียนรู้ภาษาและการทำงานของคอมพิวเตอร์ และสุดท้ายคือ ความต้องการนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์

2. การสอนโดยใช้คอมพิวเตอร์ (Teaching with Computers) เป็นการให้ผู้เรียนเรียนบทเรียนจากคอมพิวเตอร์ซึ่งมีหลายลักษณะด้วยกัน โดยสามารถสรุปเป็นรายละเอียดได้ดังนี้

2.1 การใช้คอมพิวเตอร์สอนเนื้อหา (Tutorial) เป็นบทเรียนที่สร้างขึ้นมาในลักษณะของบทเรียนโปรแกรม ดำเนินการสอนเลียนแบบการสอนของครู คือมีส่วนที่เป็นการนำเข้าสู่บทเรียน มีคำอธิบายซึ่งประกอบไปด้วยตัวทฤษฎี กฎเกณฑ์ และแนวคิดที่จะสอน หลังจากที่นักเรียนศึกษาแต่ละส่วนย่อย ๆ ของเนื้อหาตามที่แบ่งไว้ในโปรแกรมก็จะมีการตั้งคำถามเพื่อตรวจสอบความเข้าใจและมีการแสดงผลย้อนกลับ(Feedback) และการเสริมแรง (Reinforcement) บทเรียนในลักษณะนี้ผู้เรียนสามารถย้อนกลับไปเรียนบทเรียนเดิมในกรณีที่ตอบผิดหรือข้ามบทเรียนที่ผู้เรียนรู้แล้วได้ เมื่อผู้เรียนเรียนจบบทเรียนแล้วคอมพิวเตอร์สามารถบันทึกผลการเรียนของนักเรียนว่ามีจุดอ่อนหรือไม่อย่างไร เพื่อให้ครูผู้สอนมีข้อมูลในการเสริมความรู้ให้กับผู้เรียนเฉพาะรายได้

2.2 การฝึกปฏิบัติ (Drill and Practices) บทเรียนประเภทนี้ผู้เรียนจะต้องมีความรู้ส่วนเนื้อหาอยู่แล้ว บทเรียนจากคอมพิวเตอร์จะเป็นเพียงการฝึกผู้เรียนในด้านความทรงจำ ความเข้าใจ โดยการใช้คำถามและคำตอบ อาจจะมีการแทรกรูปภาพความเคลื่อนไหว คำพูดโต้ตอบ ตลอดจนเสียงต่าง ๆ ลักษณะของแบบฝึกหัดที่นิยมกันมากคือการจับคู่ถูกผิดและการเลือกข้อถูกจาก 3 - 5 ตัวเลือก

2.3 สถานการณ์จำลอง (Simulations) เป็นการจำลองเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ เพื่อให้ผู้เรียนเผชิญกับปัญหาต่างๆ ให้ผู้เรียนสามารถทดลองแก้ปัญหา เพราะบางครั้งสถานการณ์จริงจะเสี่ยงต่ออันตรายและสูญเสียค่าใช้จ่ายสูงเกินไป เช่น การขับรถ การฝึกบิน การทดลองผสมสารเคมีที่เป็นอันตราย เป็นต้น

2.4 เกมการศึกษา (Instructional Games) บทเรียนประเภทนี้กำลังเป็นที่นิยมใช้กันมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความอยากเรียนรู้

ซึ่งจุดเด่นของเกม คือ ให้ความสนุกสนาน การนำเสนอบทเรียนโดยการใช้เกมจะทำให้ผู้เรียนเรียนรู้อย่างเพลิดเพลิน สนุกสนาน ทำให้ผู้เรียนมีความสนใจมากขึ้น

2.5 การแก้ปัญหา (Problem Solving) บทเรียนประเภทนี้จะเน้นให้ผู้เรียนฝึกการคิดและตัดสินใจ โดยผู้เรียนพิจารณาไปตามเกณฑ์ที่กำหนดให้ ซึ่งนิยมใช้กับวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ คำตอบที่ผู้เรียนตอบกลับมาจะเป็นเครื่องบ่งชี้ว่าผู้เรียนมีความเข้าใจในตัวบทเรียนอยู่ประเภทใด

2.6 บทสนทนา (Dialogue) เป็นการลอกเลียนแบบการสอนในลักษณะของการพูดโดยใช้ตัวอักษรบนจอภาพแทนเสียงพูด เช่น บทเรียนเกี่ยวกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษ เป็นต้น

2.7 การทดสอบ (Testing) คอมพิวเตอร์จะตั้งคำถามที่ผู้เขียนได้สร้างโปรแกรมไว้คอมพิวเตอร์จะบันทึกคำตอบไว้สำหรับแสดงต่อผู้เข้าการทดสอบหรือผู้สอนต่อไป การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการทดสอบนี้อาจรวมถึงการออกข้อสอบ การให้คะแนน การบันทึกรายงานและผลสรุป และยังรวมทั้งการสอนซ่อมเสริมอีกด้วย

2.8 การสาธิต (Demonstration) เป็นการสาธิตที่น่าสนใจเพราะมีข้อได้เปรียบในเรื่องของภาพหรือเส้นที่สวยงามแปลกตา ประกอบกับมีสีและเสียงประกอบ ซึ่งครูสามารถนำคอมพิวเตอร์มาสาธิตเสนอวิชาความรู้ต่าง ๆ ให้กับนักเรียนได้ เช่น แสดงระบบการไหลเวียนของโลหิต การแสดงการโคจรของดาวเคราะห์ในระบบสุริยจักรวาล เป็นต้น

2.9 การไต่ถาม (Inquiry) คอมพิวเตอร์จะทำหน้าที่เป็นผู้ตอบคำถามที่ผู้เรียนตั้งคำถาม ซึ่งจะเป็นการให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ให้ข้อเท็จจริง ความคิดรวบยอด และเป็นแหล่งเก็บข้อมูลที่สามารถแสดงข้อมูลได้ทันทีที่ผู้เรียนต้องการด้วยระบบง่าย ๆ ที่ผู้เขียนโปรแกรมกำหนด ผู้เรียนจะได้ข้อมูลที่ต้องการทันที ซึ่งอาจจะเป็นวิธีการกดหมายเลขใส่รหัสหรือตัวย่อ เป็นต้น

คอมพิวเตอร์เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ก้าวเข้ามามีบทบาทอย่างมากในวงการศึกษา ทั้งนี้เพราะคอมพิวเตอร์มีคุณสมบัติพิเศษที่สามารถจะเอื้ออำนวยประโยชน์ในด้านการเรียนการสอน ทำให้การเรียนการสอนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามคอมพิวเตอร์ก็เปรียบเสมือนอื่น ๆ ทั่วไป คือมีข้อดีและข้อจำกัดในการใช้เพื่อการเรียนรู้ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อดีที่เห็นได้ชัดเจนของการสอนโดยใช้คอมพิวเตอร์ คือ

1. การทำงานกับคอมพิวเตอร์จะเป็นตัวช่วยเพิ่มแรงจูงใจและความตั้งใจให้แก่ผู้เรียน เนื่องจากการเรียนด้วยคอมพิวเตอร์เป็นประสบการณ์ที่แปลกใหม่และน่าสนใจ

2. การใช้สีสัน เสียงดนตรี และภาพเคลื่อนไหวจะกระตุ้นให้ผู้เรียนอยากเรียนรู้ทำแบบฝึกหัดหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในห้องทดลอง

3. ความรวดเร็วในการโต้ตอบของคอมพิวเตอร์กับผู้เรียนแต่ละคนจะช่วยเสริมแรงให้ผู้เรียนอยากเรียนรู้มากขึ้น

4. การที่คอมพิวเตอร์มีความสามารถในการจดจำสูง จึงสามารถบันทึกการกระทำในอดีตของผู้เรียนได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนขั้นต่อไป

5. ลักษณะของโปรแกรมบทเรียนได้ถูกกำหนดไว้ให้มีความอดทนและมีลักษณะเป็นส่วนตัวสำหรับผู้เรียนในแต่ละคน ดังนั้นจึงช่วยให้ผู้เรียนเกิดทัศนคติที่ดี และสร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียน โดยเฉพาะจะเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่เรียนช้า ซึ่งสามารถเรียนไปได้ตามความสามารถของตนเองอย่างไม่ต้องรีบเร่ง

6. ช่วยขยายขีดความสามารถของครูในการควบคุมผู้เรียนได้อย่างใกล้ชิด เนื่องจากสามารถบรรลุข้อมูลได้ง่ายและสะดวกในการนำออกมาใช้งาน

ข้อจำกัดของการสอนโดยใช้คอมพิวเตอร์ คือ

1. การนำคอมพิวเตอร์มาใช้จำเป็นต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อให้คุ้มกับค่าใช้จ่าย

2. การออกแบบโปรแกรมบทเรียนเพื่อใช้ในการเรียนการสอนนั้นนับว่ายังล้าหลังเมื่อเปรียบเทียบกับการออกแบบเพื่อใช้ในงานด้านอื่น จึงทำให้โปรแกรมบทเรียนมีจำนวนจำกัด

3. การออกแบบโปรแกรมบทเรียนนับว่าเป็นงานที่จำเป็นต้องอาศัยเวลา ทักษะและสติปัญญาเป็นอย่างมาก ซึ่งจะเป็นการเพิ่มภาระหน้าที่ของผู้สอนให้มีมากยิ่งขึ้นไปอีก

4. เนื่องจากโปรแกรมบทเรียนคอมพิวเตอร์ได้มีการจัดลำดับขั้นตอนในการสอนทุกอย่างไว้ล่วงหน้าแล้ว ดังนั้นการใช้โปรแกรมบทเรียนจึงไม่สามารถช่วยในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนได้

2 ธุรกิจและทรัพยากรทางการบริหาร

2.1 ความหมายของธุรกิจ

ธุรกิจ (Business) หมายถึง การกระทำของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การจำหน่ายและการให้บริการ ซึ่งการกระทำนั้น ๆ กระทำไปเพื่อมุ่งหวังกำไรหรือรายได้เป็นการตอบแทนจากการลงทุน และการกระทำนั้นก็เป็นการเสี่ยงต่อการขาดทุนด้วย

ความหมายของธุรกิจอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ธุรกิจเป็นองค์การที่จัดหาสินค้าและบริการสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือกล่าวได้ว่า ธุรกิจเป็นองค์การที่จัดหาสินค้าทั้งปวงในการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาเปลี่ยนสภาพจนเป็นสินค้าและบริการ และนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค

กล่าวโดยสรุป ธุรกิจ คือ การกระทำของมนุษย์เพื่อให้เกิดกระบวนการผลิต การจำหน่าย และการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ส่วนคำว่า การประกอบธุรกิจ (business activities) หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้าและบริการ และนำสินค้าและบริการนั้นไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ฉะนั้นถ้าการผลิตสินค้าและบริการนั้นถูกนำไปใช้เองไม่ได้นำไปจำหน่ายเราเรียกว่าการบริโภค (consumption)

2.2 จุดมุ่งหมายในการประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบธุรกิจเอกชนต่างมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญคือ ต้องการได้กำไรมากที่สุด (Maximize profit) แต่การประกอบธุรกิจส่วนมากมักจะประสบปัญหาและอุปสรรคทั้งภายนอกและภายในวงการธุรกิจเอง เช่น ขาดเงินทุนสินเชื่อ ขาดบุคคลที่มีความรู้ความสามารถที่จะเข้ามาบริหารธุรกิจเป็นต้น อีกทั้งมีคู่แข่งขันในวงการประกอบธุรกิจเป็นจำนวนมาก จึงเป็นเหตุให้การประกอบธุรกิจไม่ได้ผลกำไรสูงสุดดังที่หวังไว้เสมอไป แต่อุปสรรคเหล่านี้อาจเป็นแรงกระตุ้นให้มีเกิดมีการพัฒนา การประกอบธุรกิจก่อให้เกิดสิ่งผลิตที่แปลก ๆ ใหม่ ๆ เพื่อแข่งกับคู่แข่งขันได้ และผลของการแข่งขันมักทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสินค้าทั้งในปริมาณ คุณภาพและราคา ซึ่งเป็นผลทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องมีการพัฒนากิจการของตนให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ ในแง่ผู้บริโภคก็ได้รับความพอใจมากยิ่งขึ้น เพราะได้ใช้ของมีคุณภาพและมีราคาถูก ดังนั้นความพยายามของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้อยู่รอดและมีกำไรสูงสุด มีส่วนทำให้สังคมได้รับความสะดวกสบาย

นอกจากธุรกิจเอกชนซึ่งมีจุดมุ่งหมายกำไรมากที่สุดแล้ว ยังมีธุรกิจอีกประเภทหนึ่งประกอบธุรกิจโดยไม่หวังกำไร เป็นธุรกิจที่ดำเนินโดยรัฐและมักเป็นกิจการสาธารณูปโภค เช่น การไฟฟ้า การประปา เป็นต้น

2.3 การบริหารปัจจัยการผลิต

การบริหารคือ กระบวนการของการวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ และการควบคุมกำลังความพยายามของสมาชิกขององค์การและใช้ทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อความสำเร็จในเป้าหมายขององค์การที่กำหนดไว้

กระบวนการบริหาร ในการทำให้บางสิ่งที่มีความซับซ้อนเหมือนกับการบริหารเข้าใจได้ง่ายขึ้น สิ่งดังกล่าวนี้หรือการบริหารควรจะได้รับการพิจารณาเป็นส่วนหรือหน้าที่แยกจากกันตามลำดับที่ประกอบกันขึ้นเป็นกระบวนการโดยส่วนรวม ในตอนต้นนี้ได้กล่าวถึงกิจกรรมของการบริหารที่สำคัญ 4 อย่างคือ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ และการควบคุม

1. การวางแผน (Planning) แผนงานต่าง ๆ จะให้เป้าหมายกับองค์การและระเบียบวิธีปฏิบัติงานที่ดีที่สุด เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายดังกล่าวนี้ ยิ่งกว่านั้นแผนงานจะทำให้ 1)องค์การต้องรวบรวมทรัพยากรที่องค์การต้องการสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ 2)ความก้าวหน้าของ

องค์การสามารถตรวจสอบและวัดได้ ดังนั้น การแก้ไขจะเกิดขึ้นถ้าหากว่าอัตราของความก้าวหน้าไม่เป็นที่น่าพอใจ

ขั้นแรกของการวางแผนจะเป็นการเลือกเป้าหมายขององค์การ ภายหลังจากนั้นเป้าหมายจะถูกกำหนดขึ้นมาสำหรับหน่วยงานย่อยขององค์การ เช่น แผนกต่าง ๆ เมื่อได้กำหนดเป้าหมายขึ้นมาแล้ว โปรแกรมจะถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อความสำเร็จของเป้าหมายในลักษณะที่เป็นระบบ แน่นอนการเลือกเป้าหมายและพัฒนาโปรแกรมนั้นผู้บริหารต้องพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของสิ่งเหล่านี้และเป็นที่ยอมรับของผู้บริหารและพนักงานขององค์การหรือไม่

แผนงานขององค์การโดยส่วนรวมจะจัดทำขึ้นมาโดยผู้บริหารระดับสูง แผนงานอาจจะมีระยะเวลานานถึง 5 ปีหรือ 10 ปี ในองค์การขนาดใหญ่แผนงานเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับข้อผูกผันทางด้านการเงินเป็นจำนวนหลายร้อยล้านบาท

การวางแผนโดยผู้บริหารระดับต้นหรือระดับกลางมีระยะเวลาสั้นกว่า แผนงานบางอย่างอาจจะเป็นงานสำหรับวันพรุ่งนี้เพียงวันเดียวก็ได้

2. การจัดองค์การ (Organizing) เมื่อผู้บริหารได้กำหนดเป้าหมาย และพัฒนาแผนงานหรือโปรแกรมต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อความสำเร็จของเป้าหมายแล้ว พวกเขาต้องออกแบบและพัฒนาองค์การที่ไม่เหมือนกัน เช่น องค์การใดองค์การหนึ่งที่มีเป้าหมายเขียนหนังสือสารานุกรมเล่มใหม่ องค์การดังกล่าวนี้จะแตกต่างไปจากองค์การผลิตรถยนต์ การผลิตรถยนต์ต้องการเทคนิคจองการผลิตแบบสายประกอบชิ้นส่วน ในขณะที่การผลิตหนังสือสารานุกรมนั้นต้องการทีมของนักวิชาการต่าง ๆ เช่น นักเขียน บรรณาธิการ และผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชาต่าง ๆ บุคคลดังกล่าวนี้ไม่อาจจะถูกจัดระเบียบพื้นฐานของการผลิตแบบสายประกอบชิ้นส่วนได้ เราจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าผู้บริหารต้องมีความสามารถกำหนดประเภทขององค์การที่ต้องการความสำเร็จของเป้าหมายที่กำหนดไว้

นักศึกษาการบริหารเป็นจำนวนมาก พิจารณาหน้าที่การบริหารบุคคล (Staffing) เป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่การจัดองค์การ การบริหารบุคคลคือ หน้าที่เกี่ยวกับการสรรหาและการบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ขององค์การ บุคคลบางคนมีความเห็นว่าการบริหารบุคคลควรจะเป็นหน้าที่การบริหารอย่างหนึ่งที่แยกจากหน้าที่การจัดองค์การ

3. การสั่งการ (Directing) การสั่งการเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการเป็นผู้นำ และการจูงใจผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาในการปฏิบัติงานของพวกเขาในแต่ละวัน หน้าที่การสั่งการจะถูกปฏิบัติโดยผ่านทางการติดต่อสื่อสาร การสั่งการส่วนใหญ่เกิดขึ้นภายในสภาพแวดล้อมของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยอยู่บนพื้นฐานของการเผชิญหน้า การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะมีความสำคัญต่อหน้าที่การสั่งการ

โดยสรุป หน้าที่การสั่งการจะเกี่ยวข้องกับการใช้อิทธิพล และให้ความช่วยเหลือกับผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาในการปฏิบัติงานของพวกเขาโดยผ่านทางความเกี่ยวพันระหว่างบุคคล

4. การควบคุม (Controlling) ในที่สุดผู้บริหารต้องมีความมั่นใจว่าการกระทำต่าง ๆ ของสมาชิกขององค์การกำลังทำให้องค์การมุ่งไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้บริหารต้องปฏิบัติหน้าที่การควบคุม การควบคุมเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ 3 อย่างคือ

4.1 การกำหนดมาตรฐานของผลการปฏิบัติงาน

4.2 การวัดผลการปฏิบัติงานและทำการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้

4.3 การแก้ไขผลการปฏิบัติงานใดที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานดังกล่าวนี้

ในการปฏิบัติหน้าที่การควบคุม ผู้บริหารสามารถทำให้องค์การอยู่บนหนทางที่ถูกต้องได้ การแบ่งกระบวนการบริหารเป็นหน้าที่ต่าง ๆ นั้น เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ในการส่งเสริมความเข้าใจ แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติจะไม่มีการแบ่งที่ชัดเจนระหว่างหน้าที่เหล่านี้ในเวลาใดเวลาหนึ่ง กิจกรรมต่าง ๆ ของผู้บริหารอาจจะเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารอย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่า

ในทางทฤษฎีหน้าที่การบริหารทั้งสี่จะถูกปฏิบัติตามลำดับ และพิจารณาการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวนี้ในลักษณะของกระบวนการต่อเนื่องเป็นวงจรที่เริ่มต้นด้วยการวางแผน แต่ละหน้าที่ของหน้าที่การบริหารจะต้องเกี่ยวพันกับหน้าที่ก่อน ๆ แต่อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติแล้วอาจจะเป็นสิ่งที่ยุ่งยากในการสังเกต เพราะว่าไม่มีผู้บริหารคนใดวางแผนกิจกรรมต่าง ๆ ของพวกเขาทั้งหมด จัดองค์การ สั่งการและในที่สุดควบคุมกิจกรรมทั้งหมดในเวลาใดเวลาหนึ่ง ผู้บริหารอาจจะทำการวางแผนบางสิ่งบางอย่างจัดองค์การสิ่งอื่น สั่งการสิ่งอื่น เป็นต้น

โดยทั่วไปธุรกิจทั้งหลายมีนโยบายที่จะดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ธุรกิจจำเป็นที่จะต้องดำเนินการอย่างมีระบบต่อเนื่องและใช้ทรัพยากรทางการบริหารเพื่อการผลิตสินค้าและการบริการ เดิมทรัพยากรทางบริหารที่สำคัญมี 6 ตัว หรือเรียกสั้นๆ ว่า 6 M's ประกอบด้วย คน(Men) เงิน (Money) วัสดุ อุปกรณ์ (Material) เครื่องจักร (Machine) การจัดการ (Management) และการตลาด (Market)

1. คน (Men) คนในที่นี้หมายถึง คนทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารลงมาถึงคนงาน คนเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อความเจริญก้าวหน้าและความมั่นคงของธุรกิจ เพราะเป็นผู้นำนโยบายของธุรกิจไปปฏิบัติ

2. เงิน (Money) เงินเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการทางธุรกิจ เพราะจำเป็นจะต้องมีเงินทุนไว้เพื่อจัดซื้อวัตถุดิบ จ่ายค่าแรงงาน จ่ายค่าใช้จ่ายในการขาย จ่ายค่าวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานปัจจุบันธุรกิจขนาดใหญ่ ๆ ซึ่งจะต้องใช้เงินทุนมากการบริหารการเงิน

จำเป็นต้องใช้นักบริหารมืออาชีพ เพราะจะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จและทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

3. วัสดุอุปกรณ์ (Material) หรือวัตถุดิบ (raw material) หมายถึง วัตถุที่จะต้องนำมาใช้ในการผลิตสินค้า ปัจจุบันธุรกิจมักนิยมไปตั้งกิจการใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ หรือแหล่งลูกค้า เช่น ธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดจะไปตั้งโรงงานใกล้แหล่งผลิตสับปะรด เพราะประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งได้มาก

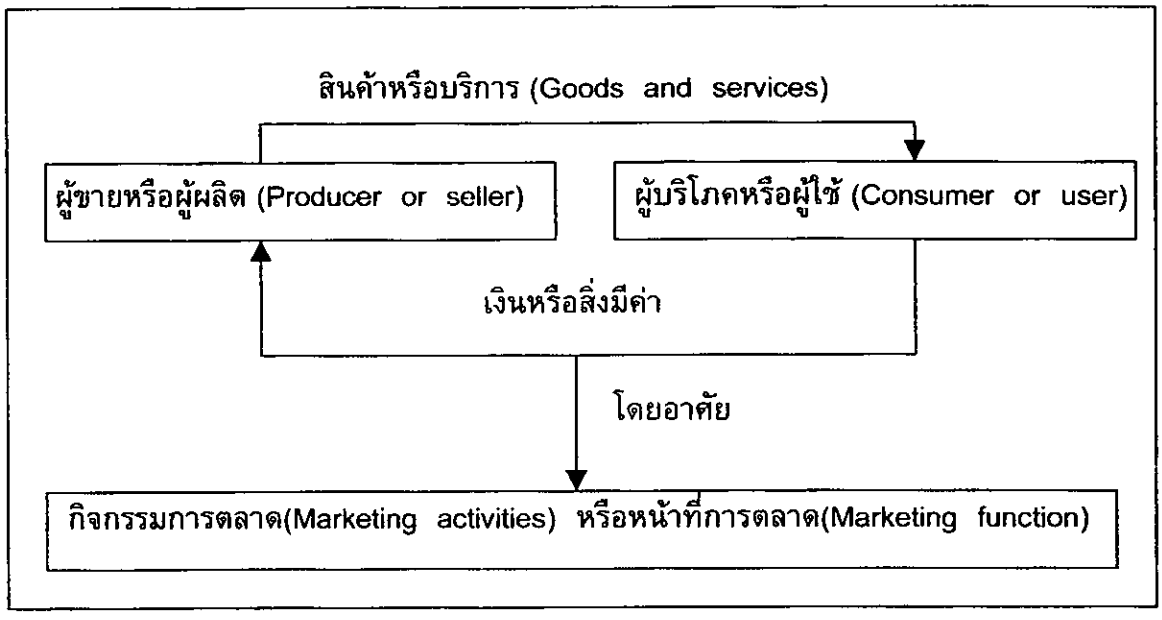
4. เครื่องจักร (Machine) ปัจจุบันเครื่องจักรเข้ามามีบทบาทในกระบวนการผลิตมาก เพราะทำให้ผลิตได้คราวละมาก ๆ มีมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าลดต่ำลง

5. การจัดการ (Management) การจัดการเป็นกระบวนการของกระบวนการทำงานโดยใช้บุคคลและทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินการประสบความสำเร็จ ฉะนั้นการมีการจัดการที่ดีจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจ ผู้บริหารจึงมีหน้าที่ในการบริหารงานเรื่องที่สำคัญ ๆ คือ การวางแผน การจัดรูปองค์การ การจัดบุคลากร การอำนวยการ และการควบคุมงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ

6. ตลาด (Market) ตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานธุรกิจ ธุรกิจจะสามารถดำเนินกิจกรรมให้ได้ผลกำไรมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของตลาด

2.4 กลยุทธ์ทางการตลาดและส่วนผสมทางการตลาด

การตลาดประกอบด้วยทำงานของธุรกิจที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิต (Producer) ไปยังบริโภค (Consumer) หรือผู้ใช้ (User) (American marketing association. 1960 : 15) จากความหมายนี้มีประเด็นคือ (1)การตลาดเป็นกิจกรรมของธุรกิจ (Business activities) ซึ่งก็คือ กิจกรรมการตลาด (Marketing activities) หรือหน้าที่การตลาด (Marketing functions) (2)กิจกรรมธุรกิจทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้าหรือบริการกับเงินหรือสิ่งมีค่าแทนเงิน ความหมายนี้เป็นความหมายแบบดั้งเดิมและค่อนข้างแคบของสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา



ภาพประกอบ 1 แสดงความหมายดั้งเดิมของการตลาดซึ่งเน้นที่กิจกรรมธุรกิจทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้

การตลาดเป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร (Social and managerial process) ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้าง (Crating) การเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchange) ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น (Kotler. 1997 : 9) จากความหมายนี้ประเด็นสำคัญคือ 1)เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร 2)วัตถุประสงค์ของการตลาดคือ ทำให้บุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองความต้องการของเขา 3)เครื่องมือที่ใช้คือการสร้าง การเสนอและการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น

นอกจากนี้องค์ประกอบของการตลาดจะต้องประกอบด้วย 1)การวิเคราะห์เกี่ยวกับความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความต้องการซื้อ (Demands) 2)ธุรกิจต้องเสนอผลิตภัณฑ์ (Product) เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค 3)ผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีมูลค่า (Value) ต้องคำนึงถึงต้นทุน (Cost) ของลูกค้า หรือราคาสินค้าที่ลูกค้าซื้อและความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) 4)ผลิตภัณฑ์จะมีการแลกเปลี่ยน (Exchange) และการติดต่อธุรกิจ (Transaction) 5)การสร้างความสัมพันธ์ (Relationship) ที่ดีกับลูกค้าและการสร้างเครือข่าย (Marketing network) 6)ตลาด (Market) คือ กลุ่มเป้าหมายของการขายผลิตภัณฑ์ 7)กระบวนการตั้งแต่ข้อ 1 - 5 เราเรียกว่า กระบวนการตลาด (Marketing process) และผู้ที่ทำงานตั้งแต่ขั้นที่ 1) – 6) เราเรียกว่า นักการตลาด (Marketers)

1. ความจำเป็น ความต้องการ และความต้องการซื้อ (Needs, wants and demand) จุดเริ่มต้นของการตลาดก็คือ ศึกษาถึงความจำเป็น ความต้องการ และความต้องการซื้อ

1.1 ความจำเป็น (Needs) เป็นอำนาจพื้นฐานที่ทำให้บุคคลตั้งการสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของร่างกาย ประกอบด้วย ความต้องการในปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค รวมทั้งความต้องการการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ

1.2 ความต้องการ (Wants) เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะได้รับการตอบสนองความพอใจของบุคคลเป็นความต้องการในระดับที่ลึกซึ้งกว่าความจำเป็น ความต้องการเกิดจากการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมและสังคมซึ่งถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา เป็นความต้องการการยอมรับและการยกย่องจากสังคม รวมทั้งความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต

1.3 ความต้องการซื้อ (Demands) เป็นความต้องการผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งซึ่งต้องมีความสามารถในการซื้อ และเต็มใจที่จะซื้อด้วยความต้องการซื้อหรือดีมานด์จึงประกอบด้วย 3 ประการคือ 1)ความจำเป็นหรือความต้องการผลิตภัณฑ์ (Needs or wants) 2)ความสามารถในการซื้อ (Ability to purchase) กล่าวคือ มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) หรือมีเงินนั่นเอง 3)ความเต็มใจที่จะซื้อสินค้านั้น (Willing to buy) ความจำเป็นหรือความต้องการจะสามารถเปลี่ยนเป็นความต้องการซื้อได้ถ้ามีอำนาจซื้อและมีความเต็มใจซื้อ

ความจำเป็น ความต้องการ และความต้องการซื้อเป็นจุดเริ่มต้นของการตลาด กล่าวคือ ทำให้เกิดความคิดที่จะเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะสนองความต้องการของบุคคล ดังนั้นจุดเริ่มต้นของการตลาดก็คือการวิเคราะห์และวิจัยถึงความต้องการของบุคคลที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองแล้วจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะสนองความต้องการเหล่านั้น

2. ผลิตภัณฑ์ (สินค้า บริการ และความคิด) [Products (goods, services and ideas)] ผลิตภัณฑ์หมายถึง สิ่งที่เสนอแก่บุคคลเพื่อสนองความจำเป็น หรือความต้องการของเขา ผลิตภัณฑ์จะรวมถึงสินค้า บริการ บุคคล สถานที่ กิจกรรม องค์การ และความคิด การเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อจะสนองความต้องการของบุคคล ผลิตภัณฑ์เกิดจากกรรมวิธีการผลิต (Production) การผลิตผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับการตลาด แต่ไม่ถือว่าเป็นหน้าที่การตลาด การที่ธุรกิจจะผลิตสินค้าใดออกมาต้องคำนึงถึงว่าจะสามารถขายได้ หรือสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ นักการตลาดจึงต้องวิเคราะห์และวิจัยถึงลักษณะความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จึงจะพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการนั้นได้ดียิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการและความคิด

2.1 สินค้า (Goods) เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

2.2 บริการ (Service) เป็นกิจกรรมหรือผลประโยชน์ที่ไม่สามารถสัมผัสได้ ซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอกับอีกฝ่ายหนึ่ง

2.3 ความคิด (Ideas) เป็นความคิดใด ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ที่ธุรกิจมองเห็นลู่ทางที่จะนำเสนอเข้าสู่ตลาด

3. ผลิตภัณฑ์ที่ต้องคำนึงถึงคุณค่า ต้นทุน และความพึงพอใจของลูกค้า (Value, cost and satisfaction) ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่ต้องคำนึงถึงโดยพิจารณาถึงคุณค่าสินค้านั้น ราคาสินค้าซึ่งเป็นต้นทุนของผู้บริโภค และความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 คุณค่า (Value) หมายถึง คุณค่าสินค้าหรือบริการเพื่อจูงใจให้ผลิตภัณฑ์เกิดการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่เสนอให้กับลูกค้าต้องมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า กล่าวคือ ต้องมีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่งขัน (Competitive differentiation) นักการตลาดต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีคุณค่าเพิ่ม (Value added) ในสายตาของลูกค้า

3.2 ต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ในที่นี้หมายถึง ราคา (Price) สินค้าที่ลูกค้าต้องจ่ายเงินซื้อ ซึ่งก็คือคุณค่าของสินค้าในรูปของตัวเงินนั่นเอง ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยพิจารณาถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ (Value) ผลิตภัณฑ์สูงกว่าต้นทุนหรือเงินที่เขาต้องจ่ายซื้อสินค้า แสดงว่าเขาได้รับผลประโยชน์หรือกำไรจากการซื้อสินค้านั้น

3.3 ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) เกิดจากการได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าสูงกว่าต้นทุน เขาต้องจ่ายไปและยังขึ้นกับเครื่องมือการตลาดและกิจกรรมการตลาดอื่นอีกด้วย

4. การแลกเปลี่ยนและการติดต่อธุรกิจ (Exchange and transactions) บุคคลจะได้รับผลิตภัณฑ์ 2 วิธีด้วยกันคือ

4.1 การแลกเปลี่ยน (Exchange) เป็นกิจกรรมที่ได้รับผลิตภัณฑ์จากบุคคลหนึ่งโดยการเสนอสิ่งที่มีค่าเป็นการตอบแทน (Kotler. 1997 : 11) ลักษณะของการแลกเปลี่ยนมีดังนี้ 1)ประกอบด้วยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลสองฝ่ายขึ้นไป 2)แต่ละฝ่ายมีบางสิ่งที่มีคุณค่าสำหรับอีกฝ่ายหนึ่ง 3)แต่ละฝ่ายมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารและส่งมอบ 4)แต่ละฝ่ายมีอิสระที่จะยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งที่อีกฝ่ายเสนอ 5)แต่ละฝ่ายเชื่อว่าเป็นการเหมาะสมหรือพอใจที่จะติดต่อสื่อสารกับอีกฝ่ายหนึ่ง

4.2 การติดต่อธุรกิจ (Transaction) ประกอบด้วยการทำการค้าระหว่าง 2 ฝ่าย (Kotler. 1997 : 11) ในที่นี้ก็คือฝ่ายผู้ซื้อและผู้ขายนั่นเอง การติดต่อธุรกิจมีลักษณะดังนี้

1)ต้องมีสองสิ่งที่มีคุณค่า 2)มีการตกลงภายใต้เงื่อนไข 3)มีระยะเวลาของการตกลง 4)มีสถานที่ในการตกลง

5. การตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี (Relationships arketing) และเครือข่ายทางการตลาด (Marketing networks) การตลาดต้องอาศัยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและอาศัยเครือข่ายทางการตลาดดังนี้

5.1 การตลาดเพื่อความสัมพันธ์กัน (Relationships marketing) เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มต่าง ๆ เช่น ลูกค้า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย คนกลาง ผู้ขายปัจจัยการผลิต ฯลฯ ซึ่งจะต้องมีการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง ราคาเหมาะสม การจัดจำหน่ายรวดเร็ว และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม

5.2 เครือข่ายทางการตลาด (Marketing network) ประกอบด้วยบริษัทและกลุ่มผู้ที่ได้ผลประโยชน์จากองค์การ (Stakeholder) เป็นกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุนมีผลกระทบต่อการสร้างความสัมพันธ์ของธุรกิจ ซึ่งสามารถสร้างกำไรได้การตัดสินใจและการกำหนดนโยบายขององค์การ เช่น ลูกค้า (Customer) พนักงาน (Employee) ชุมชนในท้องที่ (Community) และผู้ถือหุ้น (Stockholder)

6. ตลาดและระบบการตลาด (Market and marketing system)

ตลาด (Market) ตลาดสำหรับบุคคลทั่วไป หมายถึง สถานที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า เช่น ตลาดเทเวศร์ ตลาดสะพานใหม่ ตลาดสะพานควาย เป็นต้น ในที่นี้จะพิจารณาความหมายของตลาดสำหรับนักการตลาด ซึ่งนักการตลาดได้ให้ความหมายของตลาดไว้ดังนี้

ตลาด (Market) หมายถึง บุคคลหรือองค์การที่มีความต้องการที่จะได้รับการตอบสนอง มีเงินที่จะซื้อหรือจ่าย ตลอดจนความเต็มใจที่จะซื้อ (Stanton, Etzel and Walker. 1994 : 662) คุณสมบัติของการตลาดในประเด็นนี้มีดังนี้ 1)อาจจะเป็นบุคคลหรือองค์การที่มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ 2)มีอำนาจซื้อหรือมีเงิน 3)มีความเต็มใจที่จะซื้อจากความหมายของตลาดดังกล่าวข้างต้น ตลาดจึงหมายถึงกลุ่มลูกค้า (Customer) นั่นเอง

7. กระบวนการตลาด (Marketing process) และนักการตลาด (Marketer) จากความหมายของการตลาดข้างต้น กล่าวคือ เริ่มจากการกำหนดและวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้าแล้วพัฒนาส่วนประสมการตลาดเพื่อใช้กับตลาดเป้าหมายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ งานที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นถือว่าเป็นงานการตลาด (Marketing) และลำดับขั้นตอนซึ่งเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้าและสิ่งแวดล้อม การวางแผนส่วนประสมทางการตลาดการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมให้เป็นไปตามแผน ถือว่าเป็นกระบวนการตลาด (Marketing process) หรือ

อาจเรียกว่าเป็นกระบวนการบริหารการตลาด (Marketing management process) งานการตลาดที่เกิดขึ้นนี้ถือว่าเป็นงานของนักการตลาด (Marketers) และผู้ที่ทำการบริหารการตลาดเรียกว่าผู้บริหารการตลาด (Marketing manager)

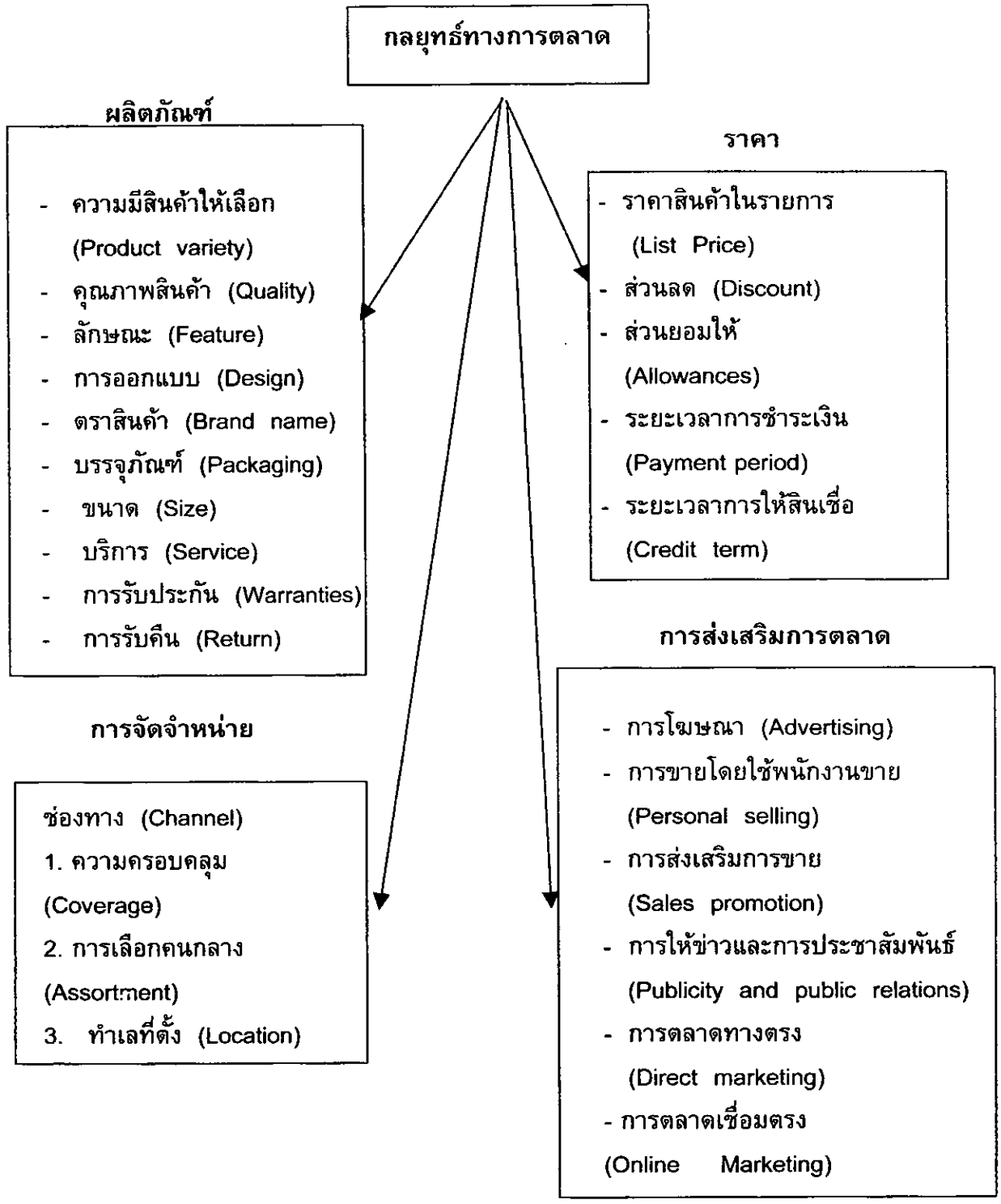
2.4 กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies)

หมายถึง หลักเกณฑ์ที่งานบริหารการตลาดใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย การตัดสินใจในค่าใช้จ่ายทางการตลาด ส่วนประสมการตลาด และการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาด (Kotler. 1994 : 68) หรือหมายถึง การค้นหาโอกาสทางการตลาดที่น่าสนใจและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและแผนการตลาดที่สามารถสร้างกำไร (Kotler. 1994 : 76) จากความหมายนี้จะเห็นประเด็นสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้คือ 1)การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การกำหนดตลาดและพฤติกรรมของตลาด ซึ่งรายละเอียดได้อธิบายไปแล้วในส่วนที่เป็นการวิเคราะห์ 2)การกำหนดกลยุทธ์ส่วนกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) หรือ (Marketing Strategy Planning) วิธีการใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Kotler and Amstrong. 1996 : G7) หรือหมายถึงขั้นตอนในการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการออกแบบส่วนผสมทางการตลาด เพื่อสนองความพึงพอใจทางการตลาด

2.5 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการดลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539 : 75)



ภาพประกอบ 2 แสดงรายละเอียดของกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix)
(Kotler. 1997 : 92)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ นักการตลาดจะกำหนดกลยุทธ์ในด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) และความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)

1.2. การพิจารณาองค์ประกอบและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product component) เช่นประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าทางจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2 ราคา (Price)

หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้าในการซื้อสินค้าและเป็นจำนวนเงินที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายให้กับสินค้าที่เขาต้องการเมื่อคิดว่าสินค้านั้นคุ้มค่ากับเงินที่ต้องเสียไป ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์ (value) กับราคาผลิตภัณฑ์ (Price) นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าหรือค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อการส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่แจ้งข้อมูล

ข่าวสารของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นดีมีประโยชน์อย่างไร โดยมีเครื่องมือที่สำคัญคือ

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินเพื่ออุปถัมภ์รายการ

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมในการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล หรือผู้เชี่ยวชาญเข้าไปแนะนำเพื่อจูงใจในการซื้อ

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากงานโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้าย โดยมี 3 รูปแบบ คือ การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่กลาง (Trade promotion) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force promotion)

3.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

3.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายทางตรง การขายโดยใช้แค็ตตาล็อค การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมตอบสนอง

3.6 การตลาดเชื่อมตรง (Online Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรงผ่านทางสื่อ Internet ลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้าและสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงจากบริษัท

4. การจัดจำหน่าย (Place)

หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด การจัดจำหน่ายเป็นการกระจายสินค้าให้กับ ผู้บริโภคในวันเวลา และสถานที่ตามที่ต้องการ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการซื้อ ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) และการสนับสนุนการกระจายตัวของสินค้า (Market logistics)

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้แยกงานวิจัยออกเป็นสองส่วนด้วยกันคือ งานวิจัยในประเทศและงานวิจัยต่างประเทศ

3.1 งานวิจัยในประเทศ

จิตติรัตน์ ทัดเทียมรมย์ (2514 : 93 - 98) ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้เข้ารับการอบรมคอมพิวเตอร์ศาสตร์ในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับอุดมศึกษา โดยมีจุดประสงค์เพื่อจะศึกษาถึงสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการทางคอมพิวเตอร์ ตลอดจนแนวความคิดในการใช้คอมพิวเตอร์ให้เป็นประโยชน์ในงานด้านการศึกษาและงานด้านการบริหารของมหาวิทยาลัยในแง่ต่าง ๆ จากผู้เข้ารับการอบรมคอมพิวเตอร์ของหน่วยงานคอมพิวเตอร์ไซแอมส์ ผลการวิจัยพบว่าในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ยังมีบทบาทในด้านการศึกษาน้อยเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ ดังนั้นเพื่อความก้าวหน้าทางการศึกษา สถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งจึงควรที่จะมีหน่วยงานคอมพิวเตอร์ระหว่างสถาบันและควรจัดตั้งการบริหารการศึกษาไว้โดยเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อขจัดปัญหาหรืออุปสรรคในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่อาจเกิดขึ้นได้ และพบว่าคอมพิวเตอร์จะช่วยงานทางการศึกษาค้นคว้าต่าง ๆ ในเรื่องการประหยัดเวลาในการปฏิบัติงาน ประหยัดกำลังคน งบประมาณ ตลอดจนป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้

กิตติพงษ์ พนมวัน ณ อยุธยา (2531 : 69 - 70) ทำการศึกษาสภาพความต้องการและปัญหาการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษาของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่า สภาพโรงเรียนส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์ ไอ บี เอ็ม หน่วยความจำ 256 กิโลไบต์ จำนวนเครื่องอยู่ระหว่าง 21 - 30 เครื่อง ซึ่งผู้บริหารส่วนใหญ่เห็นว่าเพียงพอ ส่วนอาจารย์และนักศึกษาต้องการเพิ่มเติม ด้านซอฟต์แวร์มีจำนวนเพียงพอ เครื่องคอมพิวเตอร์ถูกใช้ในการสอนทุกครั้ง สัปดาห์ละประมาณ 30 ชั่วโมง ใช้ประมาณ 1 - 1.5 ชั่วโมงต่อครั้ง ความต้องการในการใช้พบว่า ผู้บริหารและนักศึกษาต้องการใช้เครื่องคอมพิวเตอรร์เพิ่มมากขึ้น และโรงเรียนยังต้องการอาจารย์ที่มีความรู้ทางคอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้น ปัญหาในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์พบว่า เครื่องที่มีอยู่คุณภาพไม่ดีใช้มานานไม่เหมาะสมสำหรับการใช้งานในปัจจุบันและยังขาดอุปกรณ์บางอย่างที่จำเป็น เช่น พรินต์เตอร์ กระดาษพริ้นต์ ผ้าหมึก รวมทั้งขาดแหล่งความรู้ที่จะศึกษาเพิ่มเติม

หทัยรัตน์ คล้ายแย้ม (2534 : 59 - 62) ได้ทำการวิจัยความคาดหวังของผู้บริหารและผู้สอนกับความเป็นจริงในการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้บริหารและครูผู้สอนมีความรู้และให้ความสนใจเรื่องการใช้คอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้น และโรงเรียนมีความพรอ้มในงบประมาณจัดซื้ออุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์เพื่อมาใช้ในการเรียนการสอน โรงเรียนทุกโรงเรียนใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อ

ในการสอนวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากกว่าใช้พิมพ์เอกสาร และเก็บข้อมูลประวัตินักเรียน ส่วนทางด้านความคาดหวังกับความเป็นจริงในการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษาของผู้บริหารและผู้สอนพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน และพบว่าการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษาในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนยังไม่ประสบผลตามความคาดหวังของผู้บริหารและผู้สอน

การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนในกรุงเทพมหานครของ กิดิยาภรณ์ หิรัญยชาตรี (2536 : 100 - 107) พบว่า โรงเรียนส่วนใหญ่เช่าสถานที่อยู่ตามย่านชุมชนในเมืองและใกล้สถานศึกษา ผู้บริหาร อาจารย์ประจำและอาจารย์พิเศษมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความหลากหลายในการใช้อุปกรณ์ประเภทฮาร์ดแวร์ มักมีการใช้ปะปนกันทั้งรุ่นใหม่และรุ่นเก่า เครื่องนอกและจอภาพที่ทันสมัยประเภทจานบันทึกแบบแข็ง เมาส์และเครื่องพิมพ์ชนิดเลเซอร์พบว่าโรงเรียนส่วนใหญ่ยังไม่มีใช้หรือมีจำนวนน้อยมาก ปัญหาที่พบคือเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงเร็ว ทำให้การใช้เครื่องและอุปกรณ์ไม่คุ้มค่า ผู้เรียนมีพื้นความรู้แตกต่างกันมาก ความต้องการผู้บริหารต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพสูง ผู้สอนต้องการปรับหลักสูตรที่มีอยู่ให้ทันสมัยขึ้นและผู้เรียนต้องการโปรแกรมฝึกหัดที่ใกล้เคียงกับการใช้งานจริง

กัลยาณี จิตร์วิริยะ (2539 : ง.) ได้ศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพของห้องเรียนคอมพิวเตอร์ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนและศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้คอมพิวเตอร์ในการสอนพบว่า ในแต่ละห้องเรียนมีคอมพิวเตอร์ประมาณ 21 - 25 เครื่อง ใช้ระบบเดี่ยว มีฮาร์ดดิสก์ เป็นคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล จอภาพวีจีเอ มีเมาส์ ซีดีรอมไดร์ฟ ฮาร์ดดิสก์ เครื่องพิมพ์เป็นแบบ 24 หัวเข็ม อัตราส่วนคอมพิวเตอร์ต่อนักเรียนเท่ากับ 2 : 1 โต๊ะที่ใช้เป็นโต๊ะสำหรับคอมพิวเตอร์ เก้าอี้ชนิดตายตัว สื่อการสอนที่มีมากที่สุดคือกระดานไวท์บอร์ด มีระบบไฟฟ้าแยกจากห้องอื่น เดินสายไฟใต้พื้นห้อง ระบบควบคุมการเปิด-ปิด กระแสไฟฟ้าแยกเฉพาะพื้นที่ควบคุมจากหน้าห้องเรียน ไม่มีการใช้ระบบไฟฟ้าสำรอง มีเครื่องขยายเสียง เครื่องปรับอากาศ ใช้โปรแกรมจัดการไวรัสคอมพิวเตอร์ ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าห้องเรียนคอมพิวเตอร์ควรเป็นพื้นเรียบทำด้วยกระเบื้องยาง ขนาด 8 x 10 เมตร มีคอมพิวเตอร์ 25 เครื่อง ทำงานด้วยระบบเครือข่าย อัตราส่วนนักเรียนต่อเครื่องควรเป็น 2 :1 หรือ 1 : 1

กุลยา นิ่มสกุล (2539 : 152 - 156) ได้ทำการศึกษาหลักสูตรและสภาพการจัดการเรียนการสอนคอมพิวเตอร์ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า หลักสูตรวิชาคอมพิวเตอร์ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี 4 หลักสูตร และหลักสูตรระยะสั้น 8 โครงการนั้น หลักสูตรปริญญาตรีเป็นหลักสูตรที่เหมาะสมดีอยู่แล้ว แต่ต้องมีการปรับปรุงตลอดเวลาเพื่อตามให้ทันเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ใหม่ ๆ ส่วนหลักสูตรระยะสั้นที่เปิดสอนอยู่เหมาะสมดีอยู่แล้ว ถึงแม้จะมีความซ้ำซ้อนในรายวิชาที่สอน แต่ก็ไม่เป็นปัญหาแต่อย่างใดทั้งนี้เพราะความต้องการ

ของผู้เรียนยังมีอีกมาก ด้านสภาพการจัดการเรียนการสอนควรปรับปรุงด้านอาจารย์ อุปกรณ์การเรียนการสอน ตำรา และสถานที่เรียน โดยให้อาจารย์ที่มีวุฒิทางด้านคอมพิวเตอร์มากขึ้น หรืออาจจะเพิ่มพูนความรู้ให้อาจารย์ที่มีอยู่ อุปกรณ์การเรียนการสอนให้มีจำนวนเพียงพอ สถานที่ควรจัดห้องเรียนและห้องปฏิบัติการแยกออกจากกัน และควรจัดให้มีอุปกรณ์หลาย ๆ ด้านในห้องปฏิบัติการ ซึ่งห้องปฏิบัติการควรจัดเพิ่มจากที่มีอยู่ ส่วนนิสิตผู้เข้าอบรมที่สำเร็จการศึกษาจะมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้และสามารถศึกษาต่อได้ในระดับสูง

3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

มันดี (Mondy. 1980 : 3672) ได้สำรวจการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยการเรียนการสอนในโรงเรียนในรัฐเท็กซัสเกี่ยวกับสภาพการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษา แหล่งทรัพยากรการใช้ในการเรียนการสอนฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ และงบประมาณ โดยการส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริหารโรงเรียนจำนวน 1,102 โรงเรียนในรัฐเท็กซัส ผลการวิจัยพบว่า

1. ครูผู้สอนเป็นผู้ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับการเรียนการสอน โดยมีผู้บริหารเป็นคนควบคุมดูแล

2. โรงเรียนส่วนใหญ่เพียงแต่มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการเรียนการสอน โดยไม่มีการพัฒนาด้านโปรแกรม

3. ส่วนใหญ่จะใช้คอมพิวเตอร์ในการเรียนซ่อมเสริมกับนักเรียนที่เรียนอ่อน โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ช่วยสอน และใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องช่วยการคำนวณ

4. เกี่ยวกับฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ได้รับบริการจากศูนย์บริการทางการศึกษาที่อยู่ในเขต

5. มีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ช่วยในวิชาคณิตศาสตร์และการอ่านในระดับประถมศึกษามาก

6. มีการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอนในวิชาคณิตศาสตร์ และเรียนภาษาเบสิคในระดับมัธยมศึกษามาก

7. งบประมาณการใช้คอมพิวเตอร์ในการเรียนการสอนของแต่ละเขต ประมาณ 52.42 ถึง 69.83 ดอลลาร์ ต่อนักเรียน 1 คน

นิวแมน (Newman. 1982: 1818A) ได้สำรวจสถานภาพและทัศนคติต่อการใช้คอมพิวเตอร์ในการเรียนการสอนของโรงเรียนมัธยมในรัฐอริโซนา พบว่าโรงเรียนนี้ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอน 57% โรงเรียน 60% ตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ในชั้นเรียน มีการสอนความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์ดีไซน์ และการประมวลผลข้อมูล นักเรียน 6% เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ทางการสอน ครูทั่วไปมีทัศนคติที่ดีและทัศนคติของครูขึ้นอยู่กับสาขาวิชา ระดับความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ถ้าครูไม่ได้ฝึกอบรมจะไม่แน่ใจเกี่ยวกับการสอน

คอมพิวเตอร์ในหลักสูตร ผู้วิจัยเสนอว่าครูควรมีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะการใช้ห้องเรียนเพื่อการสอนและการจัดการ

สเตนเซล (Stenzel. 1983: 145A) ได้ศึกษาถึงทัศนคติของครูที่มีต่อคอมพิวเตอร์ จุดประสงค์ของการวิจัยก็เพื่อวิเคราะห์ถึงเหตุที่ทำให้ครูไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์พบว่า เหตุผลสำคัญคือ การขาดโอกาส ขาดผู้ช่วย ขาดเครื่องอุปกรณ์ และยังวิจัยพบว่า

1. ครูส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อคอมพิวเตอร์

2. ระดับความรู้ของครูมีผลต่อการยอมรับในความก้าวหน้าของการใช้คอมพิวเตอร์ อายุ ระดับที่สอน วิชาที่สอนของครู ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเรียนคอมพิวเตอร์

3. ครูส่วนใหญ่ต้องมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในด้านการนำไปใช้ในการเรียนการสอน

จากงานวิจัยในส่วนนี้จะพบว่า งานวิจัยของหลายคนสอดคล้องกันในเรื่องขาดวัสดุทางคอมพิวเตอร์ (Software) ทำให้เกิดความจำเป็นที่ต้องใช้วัสดุที่มีอยู่ โรงเรียนต้องใช้วัสดุที่มีคุณภาพต่ำ นอกจากนั้นยังพบว่าครูต้องการเรียนคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง และต้องการให้มีการฝึกอบรมเพิ่มขึ้นในด้านการนำไปใช้ในการเรียนการสอน รวมทั้งเรียนการใช้เครื่องและวัสดุด้วย

บทที่ 3
วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้แทนผู้ประกอบการของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ สิ้นปี พ.ศ. 2545 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 250 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้แทนผู้ประกอบการของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ สิ้นปี พ.ศ. 2545 จำนวนทั้งสิ้น 200 แห่ง ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นชนิดสัดส่วน โดยใช้ประเภทธุรกิจเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง และเลือกตัวอย่างตามสะดวก ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทธุรกิจ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
บริษัทจำกัด	127	102
ห้างหุ้นส่วน	65	52
กิจการเจ้าของคนเดียว	58	46
รวม	250	200

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามทัศนะ ซึ่งประกอบ

1. แบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด จำนวน 60 ข้อ
2. แบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหาร จำนวน 49 ข้อ

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Checklist) แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 4 ระดับคือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และเกณฑ์การแปลคะแนน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

คำตอบ	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	4
เห็นด้วยมาก	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
3.51 – 4.00	ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
2.51 – 3.50	ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมาก
1.51 – 2.50	ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับน้อย
1.00 – 1.50	ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามทัศนะทั้ง 2 ชุด มีวิธีการสร้างและหาคุณภาพดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหาร โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างข้อความจากตำรา ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. ศึกษานิยามศัพท์เฉพาะให้เข้าใจอย่างชัดเจน

4. เขียนข้อความตามนิยามศัพท์เฉพาะ ซึ่งแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด ได้ข้อความจำนวน 60 ข้อ และแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหารได้ข้อความจำนวน 49 ข้อ

5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอคณะกรรมการผู้ควบคุมปริญญานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและให้คำแนะนำเพิ่มเติม

6. นำแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา(Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ

6.1 รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ

6.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง

6.3 อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์

6.4 อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐสุวรรณ

7. นำผลการประเมินมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency : IOC) ด้วยการถือเกณฑ์ว่าข้อความที่ใช้ได้ต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ .50 ขึ้นไป ซึ่งผลปรากฏว่าแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด มีค่า IOC อยู่ระหว่าง .50 – 1 จึงคัดเลือกไว้ทั้งหมด

8. นำแบบสอบถามที่ได้จากข้อ 7 ไปทดลอง(Tryout) ระหว่างวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2547 ถึงวันที่ 13 มีนาคม 2547 กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน

9. นำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coeffient : α) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งผลปรากฏว่า แบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด มีค่าความเชื่อมั่น .8072 และแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหารมีค่าความเชื่อมั่น .8850

10. จัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ โดยเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 15 มีนาคม 2547 ถึงวันที่ 18 เมษายน 2547

2. ผู้วิจัยได้แนะนำตนเองและขออนุญาตผู้ประกอบการว่ากำลังดำเนินการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหาร ในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งการนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้จะนำเสนอในลักษณะรวม ๆ เท่านั้น ไม่มีผลต่อบุคคลและธุรกิจใด ๆ ทั้งสิ้น

3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ ในช่วงแรกให้ผู้ประกอบการทำแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด จากนั้นให้หยุดพัก 5 นาที จึงดำเนินการทำแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR WINDOWS ตามลำดับดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาแต่ละฉบับ

2. หาค่าความถี่และร้อยละของตัวแปรต้นในแบบสอบถามตอนที่ 1

3. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหาร

4. วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ของค่าเฉลี่ย กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระจากกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าเฉลี่ย $(\overline{X})$ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 36)

$$\overline{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\overline{X}$ แทน ตัวกลางเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X$ แทน ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล

n แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 65)

$$s = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ s แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X$ แทน ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล

n แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

2.1 หาค่าความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2539 : 249 ; อ้างอิงจาก Rowinelli-and-Hambleton, 1977)

$$\text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมของการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach) (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538 : 200)

$$\alpha = \frac{n}{n-1}\left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right]$$

เมื่อ α แทน สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S_i^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

วิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of variance) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 236)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ MS_B แทน Mean square between-group

MS_W แทน Mean square within-group

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเสนอผลการวิจัยดังนี้

$\overline{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ย
S	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
F	แทน	ค่าสถิติในการวิเคราะห์ด้วย F-test
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ

ตอนที่ 2 ค่าสถิติพื้นฐานของกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ

ตอนที่ 4 ค่าสถิติพื้นฐานของทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดโรงเรียน		
1.1 โรงเรียนขนาดใหญ่	83	41.50
1.2 โรงเรียนขนาดกลาง	66	33.00
1.3 โรงเรียนขนาดเล็ก	51	25.50
รวม	200	100.00
2. ระยะเวลาในการประกอบการ		
2.1 น้อยกว่า 3 ปี	44	22.00
2.2 3 – 5 ปี	69	34.50
2.3 มากกว่า 5 ปี	87	43.50
รวม	200	100.00
3. ประเภทธุรกิจ		
3.1 บริษัทจำกัด	102	51.00
3.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด	52	26.00
3.3 กิจการเจ้าของคนเดียว	46	23.00
รวม	200	100.00

จากตาราง 2 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็น ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดใหญ่ มีระยะเวลาในการประกอบการ 3 – 5 ปี และดำเนินธุรกิจแบบบริษัทจำกัด

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการ โรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตาราง 3 - 7

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการ โรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน

กลยุทธ์ทางการตลาด	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.33	.29	มาก
2. ด้านราคา	3.44	.45	มาก
3. ด้านสถานที่	3.04	.46	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.27	.31	มาก
รวมทุกด้าน	3.26	.21	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในทัศนะของผู้ประกอบการ โรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายข้อ

ด้านผลิตภัณฑ์	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. ผู้สนใจเรียนคอมพิวเตอร์จะเลือกเรียนกับ โรงเรียนคอมพิวเตอร์ที่มีชื่อเสียง	3.40	0.66	มาก
2. เปิดสอนหลักสูตรการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เช่น MS-WORD , MS-EXCEL	3.40	0.53	มาก
3. เปิดสอนหลักสูตรการประกอบและซ่อมบำรุงเครื่องคอมพิวเตอร์	3.18	0.79	มาก
4. เปิดสอนหลักสูตรการเขียนโปรแกรม	3.44	0.50	มาก
5. มีการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อเป็น ข้อมูลในการสร้างหรือปรับปรุงหลักสูตร	3.40	0.60	มาก
6. มีชั่วโมงพิเศษสำหรับให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะ ก่อนเข้าเรียนแต่ละครั้ง	3.36	0.59	มาก
7. มีชั่วโมงพิเศษสำหรับให้ผู้เรียนที่เรียนจบ หลักสูตรแล้วได้มีโอกาสฝึกทักษะ	3.20	0.69	มาก
8. กิจกรรมการเรียนการสอนต้องเป็นไปตาม แผนการสอนที่โรงเรียนกำหนด	3.66	0.55	มากที่สุด
9. ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการประเมินผลการเรียน	3.50	0.78	มาก
10. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนสามารถใช้โปรแกรมใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดี	3.46	0.67	มาก
11. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนได้มาตรฐาน สมอ.	3.60	0.63	มากที่สุด
12. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนจัดไว้สำหรับ ผู้เรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง	3.76	0.47	มากที่สุด
13. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนมีคุณสมบัติเหมือนกันทุกเครื่อง	3.22	0.70	มาก
14. มีการเปลี่ยนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนตามความนิยมของตลาด	3.18	0.52	มาก
15. ครูผู้สอนต้องมีวุฒิการศึกษาด้านคอมพิวเตอร์	3.24	0.68	มาก
16. ครูผู้สอนต้องสามารถสอนคอมพิวเตอร์ได้หลาย ๆ หลักสูตร	3.08	0.80	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
17. ครูผู้สอนต้องสามารถเรียนรู้ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสมัยใหม่	2.92	0.89	มาก
18. ครูผู้สอนต้องพัฒนาตนเองอยู่เสมอ	3.22	0.67	มาก
19. ครูผู้สอนต้องมีความรู้ด้านจิตวิทยาการศึกษา	3.36	0.72	มาก
20. มีโทรศัพท์ไว้คอยบริการลูกค้า	3.02	0.95	มาก
รวมด้านผลิตภัณฑ์	3.33	0.29	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการเห็นด้วยมากที่สุดคือกิจกรรมการเรียนการสอนต้องเป็นไปตามแผนการสอนที่โรงเรียนกำหนด เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนได้มาตรฐาน สมอ. และเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนจัดไว้สำหรับผู้เรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง ส่วนข้ออื่น ๆ นั้น ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคาในทัศนะของผู้ประกอบการ โรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายข้อ

ด้านราคา	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. ค่าลงทะเบียนเรียนแต่ละหลักสูตรเป็นอัตราเดียวกันกับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์แห่งอื่น	3.48	0.67	มาก
2. มีการตั้งราคาค่าลงทะเบียนแบบหลักสูตรพ่วง	3.16	0.73	มาก
3. การกำหนดค่าลงทะเบียนมีการคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นอันดับแรก	3.56	0.61	มากที่สุด
4. ค่าลงทะเบียนเรียนเป็นอัตราที่กำหนดจากข้อมูลการวิจัยการตลาด	3.60	0.63	มากที่สุด
5. หลักสูตรที่เรียนช่วงปิดภาคเรียนจะถูกกว่าช่วงเปิดภาคเรียน	3.52	0.67	มากที่สุด
6. ในหลักสูตรเดียวกันหากผู้เรียนเป็นผู้เลือกครูผู้สอนจะต้องเสียค่าลงทะเบียนเพิ่มจากอัตราปกติ	3.32	0.71	มาก
7. เมื่อโรงเรียนมีชื่อเสียงโด่งดังจะมีการเพิ่มค่าลงทะเบียนเรียน	3.30	0.70	มาก
8. ค่าลงทะเบียนของโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจจะสูงกว่าโรงเรียนทั่วไป	3.54	0.67	มากที่สุด
รวมด้านราคา	3.44	0.45	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการเห็นด้วยมากที่สุดคือการกำหนดค่าลงทะเบียนมีการคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นอันดับแรก ค่าลงทะเบียนเรียนเป็นอัตราที่กำหนดจากข้อมูลการวิจัยการตลาด หลักสูตรที่เรียนช่วงปิดภาคเรียนจะถูกกว่าช่วงเปิดภาคเรียน และค่าลงทะเบียนของโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจจะสูงกว่าโรงเรียนทั่วไป ส่วนข้ออื่น ๆ นั้น ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในทัศนะของ ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายข้อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มักตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษา	3.20	0.75	มาก
2. สถานที่ตั้งโรงเรียนคอมพิวเตอร์ต้องเด่นชัดหาง่าย	3.50	0.64	มาก
3. โรงเรียนคอมพิวเตอร์ควรตั้งอยู่ย่านธุรกิจ เช่น ห้างสรรพสินค้า	3.50	0.67	มาก
4. มีการตกแต่งโรงเรียนให้ดูทันสมัยเสมอ	3.12	1.02	มาก
5. สถานที่สะอาดถูกสุขลักษณะ	2.54	1.21	มาก
6. มีการเปิดเพลงเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี	2.68	0.88	มาก
7. อาคาร ห้องเรียน เป็นไปตามระเบียบของทางราชการ	3.08	0.80	มาก
8. มีที่จอดรถสะดวกเพียงพอและปลอดภัย	2.82	0.93	มาก
9. ห้องเรียนมักเป็นห้องปรับอากาศ	3.12	0.84	มาก
10. มีห้องพักสำหรับผู้ปกครองหรือผู้มาติดต่อ	2.82	1.00	มาก
11. มีสาขาเพื่อความสะดวกของผู้เรียน	2.82	0.96	มาก
12. มีการส่งครูไปสอนที่บ้าน หรือตามคำร้องขอของลูกค้า	3.02	0.71	มาก
13. ร่วมมือกับโรงเรียนในระบบเพื่อเปิดสอนหลักสูตรสำหรับผู้เรียนในระบบโรงเรียน	3.34	0.71	มาก
รวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.04	0.46	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมและรายข้อ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในทัศนะของ ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายข้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์	2.28	1.12	น้อย
2. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาผ่านสื่อนิตยสาร	2.54	1.17	มาก
3. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาโดยใช้จดหมายตรง	3.30	0.86	มาก
4. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (Billboards) , โปสเตอร์	3.14	0.98	มาก
5. โรงเรียนคอมพิวเตอร์ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	3.26	0.75	มาก
6. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ	3.28	0.70	มาก
7. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต	3.46	0.50	มาก
8. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาโดยใช้แผ่นปลิว	3.32	0.68	มาก
9. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาตามป้ายรถเมล์	3.40	0.63	มาก
10. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาโดยใช้รถประจำทาง	3.54	0.64	มากที่สุด
11. มีการแจ้งผลการทำกิจกรรมพิเศษให้ประชาชนได้รับทราบ	3.46	0.70	มาก
12. มีการประชาสัมพันธ์การเปิดสอนหลักสูตรต่าง ๆ	3.78	0.42	มากที่สุด
13. ร่วมแสดงนิทรรศการในโอกาสต่าง ๆ กับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์อื่น ๆ	3.38	0.60	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
14. พนักงาน ครูผู้สอนมีโอกาสพูดคุยกับผู้ปกครองเพื่อให้ผู้ปกครองได้รับรู้ถึงความสามารถของบุตรหลาน	3.44	0.67	มาก
15. พนักงานที่ทำหน้าที่หาลูกค้าเพียงอย่างเดียว	3.46	0.64	มาก
16. ให้ผลตอบแทนพิเศษสำหรับพนักงานที่สามารถหาลูกค้าให้กับกิจการ	3.42	0.57	มาก
17. เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทดลองเรียนก่อนตัดสินใจลงทะเบียนเข้าเรียน (ให้ทดลองเรียนฟรี 1 ครั้ง)	3.28	0.72	มาก
18. สมนาคุณด้วยสิทธิพิเศษต่าง ๆ แก่ผู้เรียนที่สร้างชื่อเสียงให้แก่โรงเรียน	3.14	0.78	มาก
19. จัดแข่งขันทักษะความสามารถทางคอมพิวเตอร์	3.26	0.77	มาก
รวมด้านการส่งเสริมการตลาด	3.27	0.31	มาก

จากตาราง 7 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการเห็นด้วยมากที่สุดคือโรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาโดยใช้รถประจำทาง และมีการประชาสัมพันธ์การเปิดสอนหลักสูตรต่าง ๆ ข้อที่ผู้ประกอบการเห็นด้วยน้อยคือโรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนข้ออื่น ๆ นั้น ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมาก

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตาราง 8 - 13

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกขนาดโรงเรียน

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*p*
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	.41	.20	2.403	.093
	ภายในกลุ่ม	197	16.69	8.47		
	รวม	199	17.10			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	6.04	3.02	.147	.863
	ภายในกลุ่ม	197	40.47	.21		
	รวม	199	40.53			
3. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	2.23	1.12	.428	.507
	ภายในกลุ่ม	197	40.48	.21		
	รวม	199	42.71			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	2.92	1.46	.015	.985
	ภายในกลุ่ม	197	19.32	9.81		
	รวม	199	19.32			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	3.47	1.74	.381	.684
	ภายในกลุ่ม	197	8.98	4.56		
	รวม	199	0.01			

จากตาราง 9 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบการ

ด้าน	น้อยกว่า 3 ปี			3 – 5 ปี			มากกว่า 5 ปี			รวม		
	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. ผลิตภัณฑ์	3.36	.35	มาก	3.36	.26	มาก	3.30	.28	มาก	3.33	.29	มาก
2. ราคา	3.41	.48	มาก	3.39	.51	มาก	3.48	.39	มาก	3.44	.45	มาก
3. สถานที่	2.93	.46	มาก	3.07	.48	มาก	3.08	.45	มาก	3.04	.46	มาก
4. การส่งเสริมการตลาด	3.24	.28	มาก	3.26	.34	มาก	3.30	.30	มาก	3.27	.31	มาก
รวม	3.24	.22	มาก	3.27	.22	มาก	3.27	.20	มาก	3.26	.21	มาก

จากตาราง 10 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบการตามระยะเวลาต่างๆ มีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบการ

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*P*
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	.18	9.22	1.073	.344
	ภายในกลุ่ม	197	16.92	8.59		
	รวม	199	17.10			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	.28	.14	.691	.502
	ภายในกลุ่ม	197	40.25	.20		
	รวม	199	40.53			
3. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	.68	.34	1.586	.207
	ภายในกลุ่ม	197	42.03	.21		
	รวม	199	42.71			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	.11	5.67	.581	.560
	ภายในกลุ่ม	197	19.21	9.75		
	รวม	199	19.32			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	4.07	2.04	.447	.640
	ภายในกลุ่ม	197	8.97	4.55		
	รวม	199	9.01			

จากตาราง 11 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้าน	บริษัทจำกัด			ห้างหุ้นส่วน			กิจการเจ้าของคนเดียว			รวม		
	$\bar{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\bar{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\bar{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\bar{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. ผลิตภัณฑ์	3.33	.29	มาก	3.33	.29	มาก	3.33	.31	มาก	3.33	.29	มาก
2. ราคา	3.44	.45	มาก	3.43	.45	มาก	3.43	.46	มาก	3.44	.45	มาก
3. สถานที่	3.04	.46	มาก	3.03	.46	มาก	3.07	.47	มาก	3.04	.46	มาก
4. การส่งเสริมการตลาด	3.27	.31	มาก	3.27	.31	มาก	3.28	.32	มาก	3.27	.31	มาก
รวม	3.26	.21	มาก	3.26	.21	มาก	3.27	.22	มาก	3.26	.21	มาก

จากตาราง 12 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีประเภทธุรกิจตามประเภทต่างๆ มีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้ กลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน

ตอนที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการ โรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน ผลการวิเคราะห์ ปรากฏดังตาราง 14 - 18

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการ โรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน

ทรัพยากรทางการบริหาร	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. ทรัพยากรบุคคล	3.27	.44	มาก
2. เงิน	3.16	.46	มาก
3. วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจการ	3.35	.44	มาก
4. การบริหารจัดการ	3.39	.33	มาก
รวมทุกด้าน	3.29	.28	มาก

จากตาราง 14 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้าน

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทรัพยากรทางการบริหารด้านทรัพยากรบุคคลในทัศนะของ ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายข้อ

ด้านทรัพยากรบุคคล	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. จำนวนบุคลากรที่มีอยู่เป็นไปตามกรอบอัตรากำลังของโรงเรียน	3.50	0.50	มาก
2. มีการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานแต่ละตำแหน่ง	3.26	0.63	มาก
3. โรงเรียนจะรับพนักงานที่มีประสบการณ์ทำงาน	3.20	0.69	มาก
4. โรงเรียนจะรับพนักงานที่มีความสามารถมากกว่าดูที่คุณวุฒิ	3.24	0.74	มาก
5. พนักงานที่มีผลงานดีเด่นจะได้รับค่าตอบแทนหรือสิทธิพิเศษจากโรงเรียน	3.30	0.67	มาก
6. โรงเรียนจัดสวัสดิการแก่พนักงานไว้อย่างเหมาะสม	3.22	0.76	มาก
7. จัดพนักงานให้ได้ทำงานตามความสนใจและความสามารถ	3.04	0.66	มาก
8. มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	3.28	0.64	มาก
9. การประเมินผลการปฏิบัติงานคำนึงถึงผลงานที่ทำในแง่ของปริมาณและคุณภาพ	3.28	0.75	มาก
10. พนักงานต้องพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถอยู่เสมอ	3.28	0.70	มาก
11. โรงเรียนมีงบประมาณสำหรับพัฒนาพนักงานครูผู้สอน	3.32	0.71	มาก
12. เมื่อพนักงานมีเงินเดือนสูง โรงเรียนจะหาวิธีเพื่อเลิกจ้างพนักงานผู้นั้น	3.36	0.72	มาก
13. โรงเรียนจะไม่มอบหมายงานให้แก่พนักงานที่โรงเรียนตั้งใจจะเลิกจ้าง	3.26	0.63	มาก
รวมด้านทรัพยากรบุคคล	3.27	0.44	มาก

จากตาราง 15 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารด้านทรัพยากรบุคคลโดยรวมและรายข้อ

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทรัพยากรทางการบริหารด้านเงินในทัศนะของผู้ประกอบการ โรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายข้อ

ด้านเงิน	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. เงินทุนที่นำมาลงทุนได้มาจากการกู้ยืม	3.34	0.59	มาก
2. เมื่อกิจการต้องการขยายกิจการควรเปิดโอกาสให้พนักงานเป็นผู้ถือหุ้นในกิจการ	3.30	0.58	มาก
3. การชักชวนให้ผู้สนใจทำธุรกิจมาลงทุนเป็นวิธีจัดหาทุนที่ดีอีกวิธีหนึ่ง	3.20	0.69	มาก
4. แผนประมาณการใช้จ่ายเงินระยะปานกลางเป็นสิ่งจำเป็น	3.18	0.66	มาก
5. ให้แต่ละฝ่ายจัดทำโครงการประจำปี	3.22	0.78	มาก
6. เปิดโอกาสให้พนักงานร่วมวางแผนการใช้จ่ายเงินประจำปี	3.14	0.80	มาก
7. การใช้จ่ายเงินเป็นไปตามแผนงานหรือโครงการที่วางไว้	3.24	0.68	มาก
8. ระบบการควบคุมการใช้จ่ายเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	3.00	0.72	มาก
9. การทำบัญชีมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อกิจการ	2.94	0.76	มาก
10. กิจการนิยมเปิดบัญชีเงินฝากประเภทประจำมากกว่าออมทรัพย์	3.18	0.77	มาก
11. รายได้บางส่วนกิจการจะนำไปลงทุนทำกิจการอย่างอื่นเพื่อก่อให้เกิดรายได้	2.82	1.04	มาก
12. กิจการให้ความสำคัญกับการจ่ายภาษีแก่รัฐบาล	3.34	0.91	มาก
รวมด้านเงิน	3.16	0.46	มาก

จากตาราง 16 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารด้านเงินโดยรวมและรายข้อ

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทรัพยากรทางการบริหารด้านวัสดุอุปกรณ์ในทัศนะของ ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายข้อ

ด้านวัสดุอุปกรณ์	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. การซื้อวัสดุสำนักงานจะซื้อเป็นจำนวนมาก ๆ ในแต่ละครั้ง	3.34	0.74	มาก
2. โต๊ะ เก้าอี้ เฟอร์นิเจอร์ของกิจการมีการเปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยม	3.48	0.78	มาก
3. การเบิก-จ่ายวัสดุสำนักงานเป็นไปอย่างมีระบบ	3.40	0.87	มาก
4. มีแผนการตรวจ ซ่อมบำรุง โต๊ะ เก้าอี้ เฟอร์นิเจอร์	3.34	0.86	มาก
5. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอน เป็นเครื่องที่เช่ามาจากผู้อื่น	3.36	0.74	มาก
6. เครื่องคอมพิวเตอร์ต้องได้รับมาตรฐานสำนักมาตรฐาน การอาชีวะศึกษาและวิชาชีพ	3.28	0.78	มาก
7. เครื่องเสียงสามารถสร้างบรรยากาศของโรงเรียนให้น่าเรียน	3.28	0.64	มาก
8. เครื่องปรับอากาศสามารถสร้างบรรยากาศของโรงเรียนให้น่าเรียน	3.32	0.68	มาก
9. สื่อการสอนที่ใช้ไม่จำเป็นต้องเป็นสื่อที่มีราคาแพง	3.44	0.64	มาก
10. มีการเปลี่ยนรุ่นคอมพิวเตอร์ตามคำแนะนำของผู้เรียน	3.48	0.50	มาก
11. อาคารของกิจการไม่ควรซื้อ แต่ควรใช้วิธีเช่า	3.18	0.79	มาก
รวมด้านวัสดุอุปกรณ์	3.35	0.44	มาก

จากตาราง 17 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารด้านวัสดุอุปกรณ์โดยรวมและรายข้อ

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทรัพยากรทางการบริหารด้านการบริหารจัดการในทัศนะของ ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายข้อ

ด้านการบริหารจัดการ	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. กิจการที่มีกำไรมากเป็นเพราะผู้ประกอบการมีความสามารถในการคาดคะเนเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้แม่นยำ	3.40	0.66	มาก
2. จำเป็นอย่างยิ่งที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ต้องกำหนดวิสัยทัศน์	3.32	0.79	มาก
3. การดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ต้องมีแผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ	3.36	0.74	มาก
4. ผู้ประกอบการต้องรู้ขั้นตอนและวิธีทำงานทั้งหมดในโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์	3.32	0.71	มาก
5. มีการสนับสนุนให้ผู้ที่มีความสามารถได้ทำงานที่ถนัดและสนใจ	3.38	0.75	มาก
6. ผู้ร่วมงานทำงานสำเร็จได้เพราะผู้บริหารคอยกระตุ้น	3.42	0.73	มาก
7. แผนปฏิบัติการของกิจการนั้น ควรเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการจัดทำ	3.46	0.54	มาก
8. การตรวจสอบและติดตามผลการปฏิบัติงานเป็นสิ่งจำเป็น	3.46	0.76	มาก
9. การทำงานแต่ละอย่างควรมีการกำหนดเวลาในการปฏิบัติ เพื่อประโยชน์ในการติดตามงาน	3.40	0.80	มาก
10. จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องนำผลการประเมินการปฏิบัติงานมาปรับปรุงการทำงาน	3.46	0.64	มาก
11. โรงเรียนต้องมีตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน โครงการ กิจกรรม	3.50	0.54	มาก
12. กิจการจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีการปรับปรุง วิจัยและพัฒนาอยู่เสมอ	3.24	0.77	มาก

ตาราง 18 (ต่อ)

ด้านการบริหารจัดการ (ต่อ)	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
13. การส่งเสริมการเรียนรู้เป็นวิธีที่ส่งผลให้เกิดการปรับปรุงวิธีการทำงาน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล	3.34	0.59	มาก
รวมด้านการบริหารจัดการ	3.39	0.33	มาก

จากตาราง 18 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีทัศนะที่เห็นด้วยในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารด้านการบริหารจัดการโดยรวมและรายข้อ

ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบทรัพยากรการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตาราง 19 - 24

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน

ด้าน	โรงเรียนขนาดใหญ่			โรงเรียนขนาดกลาง			โรงเรียนขนาดเล็ก			รวม		
	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. ทรัพยากรบุคคล	3.34	.41	มาก	3.20	.46	มาก	3.27	.45	มาก	3.27	.44	มาก
2. เงิน	3.21	.45	มาก	3.16	.44	มาก	3.08	.49	มาก	3.16	.46	มาก
3. วัสดุอุปกรณ์	3.35	.48	มาก	3.32	.39	มาก	3.41	.44	มาก	3.35	.44	มาก
4. การบริหารจัดการ	3.45	.30	มาก	3.32	.36	มาก	3.38	.30	มาก	3.39	.33	มาก
รวม	3.34	.27	มาก	3.25	.29	มาก	3.28	.28	มาก	3.29	.28	มาก

จากตาราง 19 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนขนาดต่างๆ มีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้ ทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้าน

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*P*
1. ทรัพยากรบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	2	.72	.36	1.902	.152
	ภายในกลุ่ม	197	37.21	.19		
	รวม	199	37.93			
2. เงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	.47	.24	1.146	.320
	ภายในกลุ่ม	197	40.76	.21		
	รวม	199	41.24			
3. วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.26	.13	.672	.512
	ภายในกลุ่ม	197	38.56	.20		
	รวม	199	38.83			
4. การบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.60	.30	2.860	.060
	ภายในกลุ่ม	197	20.58	.10		
	รวม	199	21.18			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.30	.15	1.942	.146
	ภายในกลุ่ม	197	15.42	7.83		
	รวม	199	15.72			

จากตาราง 20 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่ขนาดโรงเรียนต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบการ

ด้าน	น้อยกว่า 3 ปี			3 – 5 ปี			มากกว่า 5 ปี			รวม		
	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. ทรัพยากรบุคคล	3.31	.44	มาก	3.24	.48	มาก	3.28	.40	มาก	3.27	.44	มาก
2. เงิน	3.04	.52	มาก	3.24	.42	มาก	3.15	.44	มาก	3.16	.46	มาก
3. วัสดุอุปกรณ์	3.31	.53	มาก	3.42	.40	มาก	3.33	.43	มาก	3.35	.44	มาก
4. การบริหารจัดการ	3.39	.36	มาก	3.43	.31	มาก	3.36	.32	มาก	3.39	.33	มาก
รวม	3.26	.33	มาก	3.33	.26	มาก	3.28	.27	มาก	3.29	.28	มาก

จากตาราง 21 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบการตามระยะเวลาต่างๆ มีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้าน

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบการ

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*P*
1. ทรัพยากรบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	2	.16	7.79	.406	.667
	ภายในกลุ่ม	197	37.77	.19		
	รวม	199	37.93			
2. เงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.07	.54	2.625	.075
	ภายในกลุ่ม	197	40.17	.20		
	รวม	199	41.24			
3. วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.45	.23	1.160	.316
	ภายในกลุ่ม	197	38.38	.20		
	รวม	199	38.83			
4. การบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.16	8.16	.765	.467
	ภายในกลุ่ม	197	21.02	.11		
	รวม	199	21.18			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.14	6.80	.860	.425
	ภายในกลุ่ม	197	15.58	7.91		
	รวม	199	15.72			

จากตาราง 22 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้าน	บริษัทจำกัด			ห้างหุ้นส่วน			กิจการเจ้าของคนเดียว			รวม		
	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย	$\overline{X}$	S	ระดับความเห็นด้วย
1. ทรัพยากรบุคคล	3.27	.44	มาก	3.29	.44	มาก	3.27	.44	มาก	3.27	.44	มาก
2. เงิน	3.15	.46	มาก	3.17	.45	มาก	3.17	.45	มาก	3.16	.46	มาก
3. วัสดุอุปกรณ์	3.34	.46	มาก	3.38	.45	มาก	3.36	.40	มาก	3.35	.44	มาก
4. การบริหารจัดการ	3.39	.32	มาก	3.40	.33	มาก	3.38	.34	มาก	3.39	.33	มาก
รวม	3.29	.29	มาก	3.31	.29	มาก	3.29	.27	มาก	3.29	.28	มาก

จากตาราง 23 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีประเภทธุรกิจตามประเภทต่างๆ มีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้าน

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*P*
1. ทรัพยากรบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	2	2.19	1.09	.057	.945
	ภายในกลุ่ม	197	37.91	.19		
	รวม	199	37.93			
2. เงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	3.51	1.75	.084	.920
	ภายในกลุ่ม	197	41.20	.21		
	รวม	199	41.24			
3. วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจการ	ระหว่างกลุ่ม	2	4.59	2.30	.117	.890
	ภายในกลุ่ม	197	38.78	.20		
	รวม	199	38.83			
4. การบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	2	9.86	4.93	.046	.955
	ภายในกลุ่ม	197	21.17	.11		
	รวม	199	21.18			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.75	8.76	.110	.896
	ภายในกลุ่ม	197	15.70	7.97		
	รวม	199	15.72			

จากตาราง 24 แสดงว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5
สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย

2. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาด ในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ

3. เพื่อศึกษาทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรบุคคล เงิน วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจการ และการบริหารจัดการ

4. เพื่อเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหาร ในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้านจำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้แทนผู้ประกอบการของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ สิ้นปี พ.ศ. 2545 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 250 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้แทนผู้ประกอบการของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ สิ้นปี พ.ศ. 2545 จำนวนทั้งสิ้น 200 แห่ง ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นชนิดสัดส่วน โดยใช้ประเภทธุรกิจเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง และเลือกตัวอย่างตามสะดวก

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

2. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

3. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

4. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

5. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

6. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามทัศนะ ซึ่งประกอบ

1. แบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด จำนวน 60 ข้อ

2. แบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหาร จำนวน 49 ข้อ

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Checklist) แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 4 ระดับคือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด แบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด มีค่าความเชื่อมั่น .8072 และแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหาร มีค่าความเชื่อมั่น .8850

การเก็บรวมรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ โดยเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 15 มีนาคม 2547 ถึงวันที่ 18 เมษายน 2547

2. ผู้วิจัยได้แนะนำตนเองและขออนุญาตผู้ประกอบการว่ากำลังดำเนินการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหาร ในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งการนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้จะนำเสนอในลักษณะรวม ๆ เท่านั้น ไม่มีผลต่อบุคคลและธุรกิจใด ๆ ทั้งสิ้น

3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ ในช่วงแรกให้ผู้ประกอบการทำแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด จากนั้นให้หยุดพัก 5 นาที จึงดำเนินการทำแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหาร

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR WINDOWS ตามลำดับดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาแต่ละฉบับ

2. หาค่าความถี่และร้อยละของตัวแปรต้นในแบบสอบถามตอนที่ 1

3. หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหาร

4. วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระจากกัน

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

1. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน

2. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน ระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน และประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

4. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน ระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน และประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

1. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน และเมื่อทำการเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน โดยจำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน ระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน และประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการเห็นว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจโรงเรียนคอมพิวเตอร์ ดังที่ (รังสรรค์ เลิศในสัตย์. 2545 : 86 , 111 – 112) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งมีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือที่เรียกว่า 4Ps นี้เป็นแนวทางหลักที่สำคัญที่สุดของการตลาดสมัยใหม่ ที่ผู้ประกอบการต้องสามารถควบคุมให้ได้ เพื่อทำให้ธุรกิจของตนบรรลุเป้าหมายการตลาดในตลาดเป้าหมายตามที่ได้วางไว้ เพราะกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นกลยุทธ์ของกลไกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในกลยุทธ์การบริหาร นอกจากนี้ วีระ สถิตถาวร (2545 : 67) ยังได้กล่าวสนับสนุนกลยุทธ์ทางการตลาดไว้ว่ากลยุทธ์ทางการตลาดเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เพราะเมื่อผู้ประกอบการสามารถผสมองค์ประกอบทั้งสี่ของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) เข้าด้วยกันก็จะกลายเป็นแนวทางในการทำตลาดผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก กับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน และผลการเปรียบเทียบทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ

2. ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้าน และเมื่อทำการเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้าน ในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน โดยจำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีขนาดโรงเรียนต่างกัน ระยะเวลาในการประกอบการต่างกัน และประเภทธุรกิจต่างกัน มีทัศนะต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนทุกแห่ง ให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางการบริหาร อันได้แก่ คน(Man) เงิน(Money) วัสดุอุปกรณ์(Material) และการบริหารจัดการ(Management) ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานและเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบการ ที่ผู้ประกอบการทุกคนต้องให้ความสนใจเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จ ดังที่

ธงชัย สันติวงษ์ (2045 : 15) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยทุกอย่างในการบริหารต่างก็เป็นสิ่งที่กิจการต้องจัดหามาทั้งสิ้น ผู้บริหารมีหน้าที่ต้องคอยป้องกันมิให้เกิดการสูญเสียหรือสิ้นเปลืองขึ้น อีกทั้งปัจจัยเหล่านี้ต้องถูกใช้ไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดผลตามที่ตั้งใจไว้และคุ้มค่าเสมอ เพราะถ้ากิจการสามารถใช้ทรัพยากรทางการบริหารที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้แล้ว กิจการของตนก็จะสามารถลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจทำให้ธุรกิจของตนสามารถที่จะทำกำไรได้มากกว่าคู่แข่งด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้าน และผลการเปรียบเทียบทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการและประเภทธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากต่อการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด โดยรวมและรายด้าน และเมื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน ในทัศนะของผู้ประกอบการ จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรรักษามาตรฐานในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ดำเนินอยู่และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถแข่งขันกับคู่แข่งของกิจการได้

2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนมีทัศนะที่เห็นด้วยอยู่ในระดับมากต่อการใช้ทรัพยากรทางการบริหาร โดยรวมและรายด้าน และเมื่อเปรียบเทียบทรัพยากรทางการบริหารโดยรวมและรายด้านในทัศนะของผู้ประกอบการ จำแนกตามขนาดโรงเรียน ระยะเวลาในการประกอบการ และประเภทธุรกิจ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรใช้วิธีการใช้ทรัพยากรทางการบริหารที่มีอยู่เดิมและพัฒนา ให้มีประสิทธิภาพในการใช้ให้คุ้มค่ายิ่งขึ้น เพื่อใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด อันจะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ได้วางไว้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเรื่องแนวโน้มกลยุทธ์ทางการตลาดในยุคสารสนเทศของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน ในทัศนะของผู้ประกอบการ

2. ควรมีการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการของโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชน ในทัศนะของผู้ประกอบการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กระทรวงพาณิชย์. (2545). *ร้อยเรื่องเมืองพาณิชย์*. กรุงเทพฯ : สันติภาพพริ้นท์.

กัลยาณี จิตร์วิริยะ. (2539). *การศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพของห้องเรียนคอมพิวเตอร์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (โสตทัศนศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

กิดานันท์ มลิทอง. (2543). *เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติพงษ์ พนมวัน ณ อยุธยา. (2531). *สภาพความต้องการและปัญหาเกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (โสตทัศนศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

กุลยา นิ่มสกุล. (2546). *ความรู้พื้นฐานทางคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.

ครรชิต มาลัยวงศ์. (2538). *ก้าวไกลไปกับคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.

————. (2539). *ก้าวไกลไปกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.

จลีพร โกลากุล. (2526). *ความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และการเขียนโปรแกรม*. กรุงเทพฯ : ประยูรวงศ์.

จิตติรัตน์ ทัดเทียมรมย์. (2514). *ความคิดเห็นของผู้เข้ารับการอบรมคอมพิวเตอร์ในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับอุดมศึกษา*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (โสตทัศนศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

ชัยณรงค์ มณเฑียรวิเชียรฉาย. (2537, กุมภาพันธ์). "Internet : เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ในประวัติศาสตร์มนุษยชาติ," *วารสารกองทุนสงเคราะห์*. (53) : 9.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.

ดวงแก้ว สวามิภักดิ์. (2535). *รู้จักคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพฯ : ซี เอ็ด ยูเคชั่น.

ถวัลย์ มาศจรัส. (2528, เมษายน). "เทคโนโลยีใหม่ที่ก้าวเข้ามาในวงการศึกษา," *ประชาศึกษา*. 35(7) : 16 - 19.

ธงชัย สันติวงษ์. (2543). *โครงการและการบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์

ธงชัย สันติวงษ์. (2545). *การจัดการ*. กรุงเทพฯ : ธนาเพรส แอนด์ กราฟฟิค.

ธงชัย สันติวงษ์. (2545). *การบริหาร สู่ศตวรรษที่21*. กรุงเทพฯ : ธนาเพรส แอนด์ กราฟฟิค.

นราศรี ไววนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี. (2542). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรยงค์ โตจินดา. (2541). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ : รวมสาส์น

ปราชญา กล้าผจัญ. (2543). *88 สู่ทางสู่...ความสำเร็จของนักบริหาร*. กรุงเทพฯ : เยลโล่การพิมพ์(1988) จำกัด.

เปรมมิกา วรานุสาสน์. (2545, กันยายน - ตุลาคม). "ทิศทางและการใช้เทคโนโลยีกับการปฏิรูปการศึกษาเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ," *เอกสารทางวิชาการเทคโนฯ-ทับแก้ว*. 5(7) : 22 - 23.

ยืน ภู่วรวรรณ. (2531). *การใช้ไมโครคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพฯ : ยูไนเต็ดบุ๊ค.

ยุพิน ไทยรัตนานนท์. (2527). *คอมพิวเตอร์ในสังคมปัจจุบัน*. กรุงเทพฯ : ธนวิชช์การพิมพ์.

รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2545). *การตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ชนะในสหัสวรรษใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.

ลัดดา ภู่เกียรติ. (2544). โครงงานเพื่อการเรียนรู้: หลักการและแนวทางการจัดกิจกรรม. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิชัย วงษ์ใหญ่. (2542). *พลังการเรียนรู้ : ในกระบวนทัศน์ใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : SR PRINTING LIMTED PARTNWERSHIP.

วีระ สถิตย์ถาวร. (2545). *การตลาด ฉบับพกพา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.

ศรีศักดิ์ จามรมาน. (2538, มกราคม). "นโยบายไมโครคอมพิวเตอร์," *ไมโครคอมพิวเตอร์*. (12) : 73.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และ คนอื่นๆ. (2541). *ธุรกิจทั่วไป : ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์การพิมพ์.

ศุภวรรณ ทับทิมจรูญ. (2545, กันยายน - ตุลาคม). "เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา," *เอกสารทางวิชาการเทคโนฯ-ทับแก้ว*. 5(7) : 32.

สมยศ นาวีการ. (2536). *การบริหาร*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

สรรเพชญ มหาสุข. (2545, กันยายน - ตุลาคม). "เด็กไทยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษาจริงหรือ," *เอกสารทางวิชาการเทคโนฯ-ทับแก้ว*. 5(7) : 117.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2543). *แนวทางการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา : เพื่อพร้อมรับการประเมินภายนอก*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.

สำนักงานปฏิรูปการศึกษา. (2544, ตุลาคม). "ก้าวสู่สหัสวรรษใหม่ด้วยวัฒนธรรมการเรียนรู้ใหม่," *สารสำนักงานปฏิรูปการศึกษา*. (35) : 10.

หทัยรัตน์ คล้ายแย้ม. (2534). *ความคาดหวังต่อการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษากับความเป็นจริงในโรงเรียนอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

Cronbach, Lee J. (1984). *Essentials of Psychological Testing*. New York : Harper.

Mondy, Judy Bandy. (1980). "A stucy of the Administration of Instructional Computer Usage in Texas Public School," *Dissertation Abstracts International*. 40(7) : 188A.

Newman, Chuande and Arthur Jr.. (1982). "Status and Attitude Toward Instructional Computing In Arizona Secondary School with Recommendation for a Teacher Education Program In Instructor Computing," *Dissertation Abstracts International*. 43(6) : 188A.

Phillip, Kotlor. (2000). *Marketing Management*. New Jersy : Printice-Hall, Inc.

Stanton, Etzel. and Walker. (1994). *Fundamentals of Marketing.* Singapore : Mc Graw-Hill Inc.

Stenzel, Leroy George Jr. (1983). "Teacher Attitude Toward Computer Literacy," *Dissertation Abstracts International.* 44(1) : 145A.

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กรุงเทพมหานคร 10110

มีนาคม 2547

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้วยดิฉัน นางอุษา โคราษา นิสิตปริญญาโท หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำลังทำปริญญานิพนธ์เรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ประกอบการโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์จึงได้รับเกียรติให้มีส่วนช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามนี้ และโปรดตอบให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อจะได้นำผลไปใช้ในการศึกษาธุรกิจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ท่านตอบให้ทั้งหมดจะถือเป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะรวม ๆ เท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านที่ได้ให้ความร่วมมือและเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นอย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นางอุษา โคราษา)
นิสิตปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

กลยุทธ์ทางการตลาดและทรัพยากรทางการบริหารในทัศนะของผู้ประกอบการโรงเรียนคอมพิวเตอร์เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ตามความเป็นจริง

1. ปัจจุบันโรงเรียนของท่านมีนักเรียน
   ( ) จำนวนไม่เกิน 100 คน
   ( ) จำนวน 100 - 300 คน
   ( ) จำนวนมากกว่า 300 คน
2. โรงเรียนของท่านเปิดดำเนินการมาแล้ว
   ( ) ต่ำกว่า 3 ปี
   ( ) 3 - 5 ปี
   ( ) มากกว่า 5 ปี
3. โรงเรียนของท่านดำเนินธุรกิจแบบ
   ( ) บริษัทจำกัด
   ( ) ห้างหุ้นส่วน
   ( ) กิจการเจ้าของคนเดียว

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ฉบับ

แบบสอบถามตอนที่ 2 ลักษณะของข้อความแต่ละข้อจะมีคำตอบให้ท่านเลือก โดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องทางขวามือของข้อความในแต่ละข้อเพียงช่องเดียว ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ฉบับที่ 1 แบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์				
1. ผู้สนใจเรียนคอมพิวเตอร์จะเลือกเรียนกับโรงเรียนคอมพิวเตอร์ที่มีชื่อเสียง				
2. เปิดสอนหลักสูตรการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เช่น MS-WORD , MS-EXCEL				
3. เปิดสอนหลักสูตรการประกอบและซ่อมบำรุงเครื่องคอมพิวเตอร์				
4. เปิดสอนหลักสูตรการเขียนโปรแกรม				
5. มีการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างหรือปรับปรุงหลักสูตร				
6. มีชั่วโมงพิเศษสำหรับให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะก่อนเข้าเรียนแต่ละครั้ง				
7. มีชั่วโมงพิเศษสำหรับให้ผู้เรียนที่เรียนจบหลักสูตรแล้วได้มีโอกาสฝึกทักษะ				
8. กิจกรรมการเรียนการสอนต้องเป็นไปตามแผนการสอนที่โรงเรียนกำหนด				
9. ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการประเมินผลการเรียน				
10. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนสามารถใช้โปรแกรมใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดี				
11. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนได้มาตรฐาน สมอ.				
12. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนจัดไว้สำหรับผู้เรียน 1 คนต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง				

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)				
13. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนมีคุณสมบัติเหมือนกันทุกเครื่อง				
14. มีการเปลี่ยนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนตามความนิยมของตลาด				
15. ครูผู้สอนต้องมีวุฒิการศึกษาด้านคอมพิวเตอร์				
16. ครูผู้สอนต้องสามารถสอนคอมพิวเตอร์ได้หลาย ๆ หลักสูตร				
17. ครูผู้สอนต้องสามารถเรียนรู้ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสมัยใหม่				
18. ครูผู้สอนต้องพัฒนาตนเองอยู่เสมอ				
19. ครูผู้สอนต้องมีความรู้ด้านจิตวิทยาการศึกษา				
20. มีโทรศัพท์ไว้คอยบริการลูกค้า				

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านราคา				
1. ค่าลงทะเบียนเรียนแต่ละหลักสูตรเป็นอัตราเดียวกันกับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์แห่งอื่น				
2. มีการตั้งราคาค่าลงทะเบียนแบบหลักสูตรพ่วง				
3. การกำหนดค่าลงทะเบียนมีการคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นอันดับแรก				
4. ค่าลงทะเบียนเรียนเป็นอัตราที่กำหนดจากข้อมูลการวิจัยการตลาด				
5. หลักสูตรที่เรียนช่วงปิดภาคเรียนจะถูกกว่าช่วงเปิดภาคเรียน				
6. ในหลักสูตรเดียวกันหากผู้เรียนเป็นผู้เลือกครูผู้สอนจะต้องเสียค่าลงทะเบียนเพิ่มจากอัตราปกติ				
7. เมื่อโรงเรียนมีชื่อเสียงโด่งดังจะมีการเพิ่มค่าลงทะเบียนเรียน				
8. ค่าลงทะเบียนของโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจจะสูงกว่าโรงเรียนทั่วไป				

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านการจัดจำหน่าย				
1. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มักตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษา				
2. สถานที่ตั้งโรงเรียนคอมพิวเตอร์ต้องเด่นชัด หาง่าย				
3. โรงเรียนคอมพิวเตอร์ควรตั้งอยู่ย่านธุรกิจ เช่น ห้างสรรพสินค้า				
4. มีการตกแต่งโรงเรียนให้ดูทันสมัยเสมอ				
5. สถานที่สะอาดถูกสุขลักษณะ				
6. มีการเปิดเพลงเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี				
7. อาคาร ห้องเรียน เป็นไปตามระเบียบของทางราชการ				
8. มีที่จอดรถสะดวกเพียงพอและปลอดภัย				
9. ห้องเรียนมักเป็นห้องปรับอากาศ				
10. มีห้องพักสำหรับผู้ปกครองหรือผู้มาติดต่อ				
11. มีสาขาเพื่อความสะดวกของผู้เรียน				
12. มีการส่งครูไปสอนที่บ้าน หรือตามคำร้องขอของลูกค้า				
13. ร่วมมือกับโรงเรียนในระบบเพื่อเปิดสอนหลักสูตรสำหรับผู้เรียนในระบบโรงเรียน				

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
1. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์				
2. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาผ่านสื่อนิตยสาร				
3. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาโดยใช้จดหมายตรง				
4. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (Billboards) , โปสเตอร์				
5. โรงเรียนคอมพิวเตอร์ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์				
6. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ				
7. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต				
8. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาโดยใช้แผ่นปลิว				
9. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาตามป้ายรถเมล์				
10. โรงเรียนคอมพิวเตอร์มีการโฆษณาโดยใช้รถประจำทาง				
11. มีการแจ้งผลการทำกิจกรรมพิเศษให้ประชาชนได้รับทราบ				
12. มีการประชาสัมพันธ์การเปิดสอนหลักสูตรต่าง ๆ				
13. ร่วมแสดงนิทรรศการในโอกาสต่าง ๆ กับโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์อื่น ๆ				
14. พนักงาน ครูผู้สอนมีโอกาสพูดคุยกับผู้ปกครองเพื่อให้ผู้ปกครองได้รับรู้ถึงความสามารถของบุตรหลาน				
15. พนักงานที่ทำหน้าที่หาลูกค้าเพียงอย่างเดียว				
16. ให้ผลตอบแทนพิเศษสำหรับพนักงานที่สามารถหาลูกค้าให้กับกิจการ				
17. เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทดลองเรียนก่อนตัดสินใจลงทะเบียนเข้าเรียน (ให้ทดลองเรียนฟรี 1 ครั้ง)				
18. สมมนาคุณด้วยสิทธิพิเศษต่าง ๆ แก่ผู้เรียนที่สร้างชื่อเสียงให้แก่โรงเรียน				
19. จัดแข่งขันทักษะความสามารถทางคอมพิวเตอร์				

ฉบับที่ 2 แบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหาร

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านทรัพยากรบุคคล 1. จำนวนบุคลากรที่มีอยู่เป็นไปตามกรอบอัตรากำลังของโรงเรียน				
2. มีการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานแต่ละตำแหน่ง				
3. โรงเรียนจะรับพนักงานที่มีประสบการณ์ทำงาน				
4. โรงเรียนจะรับพนักงานที่มีความสามารถมากกว่าดูที่คุณวุฒิ				
5. พนักงานที่มีผลงานดีเด่นจะได้รับค่าตอบแทนหรือสิทธิพิเศษจากโรงเรียน				
6. โรงเรียนจัดสวัสดิการแก่พนักงานไว้อย่างเหมาะสม				
7. จัดพนักงานให้ได้ทำงานตามความสนใจและความสามารถ				
8. มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง				
9. การประเมินผลการปฏิบัติงานคำนึงถึงผลงานที่ทำในแง่ของปริมาณและคุณภาพ				
10. พนักงานต้องพัฒนาตนเองให้มีความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ				
11. โรงเรียนมีงบประมาณสำหรับพัฒนาพนักงาน ครูผู้สอน				
12. เมื่อพนักงานมีเงินเดือนสูง โรงเรียนจะหาวิธีเพื่อเลิกจ้างพนักงานผู้นั้น				
13. โรงเรียนจะไม่มอบหมายงานให้แก่พนักงานที่โรงเรียนตั้งใจจะเลิกจ้าง				

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านเงิน				
1. เงินทุนที่นำมาลงทุนได้มาจากการกู้ยืม				
2. เมื่อกิจการต้องการขยายกิจการควรเปิดโอกาสให้พนักงานเป็นผู้ถือหุ้นในกิจการ				
3. การชักชวนให้ผู้สนใจทำธุรกิจมาลงทุนเป็นวิธีจัดหาทุนที่ดีอีกวิธีหนึ่ง				
4. แผนประมาณการใช้จ่ายเงินระยะปานกลางเป็นสิ่งจำเป็น				
5. ให้แต่ละฝ่ายจัดทำโครงการประจำปี				
6. เปิดโอกาสให้พนักงานร่วมวางแผนการใช้จ่ายเงินประจำปี				
7. การใช้จ่ายเงินเป็นไปตามแผนงานหรือโครงการที่วางไว้				
8. ระบบการควบคุมการใช้จ่ายเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ				
9. การทำบัญชีมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อกิจการ				
10. กิจการนิยมเปิดบัญชีเงินฝากประเภทประจำมากกว่าออมทรัพย์				
11. รายได้บางส่วนกิจการจะนำไปลงทุนทำกิจการอย่างอื่นเพื่อก่อให้เกิดรายได้				
12. กิจการให้ความสำคัญกับการจ่ายภาษีแก่รัฐบาล				

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านวัสดุอุปกรณ์				
1. การซื้อวัสดุสำนักงานจะซื้อเป็นจำนวนมาก ๆ ในแต่ละครั้ง				
2. โต๊ะ เก้าอี้ เฟอร์นิเจอร์ของกิจการมีการเปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยม				
3. การเบิก-จ่ายวัสดุสำนักงานเป็นไปอย่างมีระบบ				
4. มีแผนการตรวจ ซ่อมบำรุง โต๊ะ เก้าอี้ เฟอร์นิเจอร์				
5. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สอน เป็นเครื่องที่เช่ามาจากผู้อื่น				
6. เครื่องคอมพิวเตอร์ต้องได้รับมาตรฐาน สำนักมาตรฐานการอาชีวะศึกษาและวิชาชีพ				
7. เครื่องเสียงสามารถสร้างบรรยากาศของโรงเรียนให้น่าเรียน				
8. เครื่องปรับอากาศสามารถสร้างบรรยากาศของโรงเรียนให้น่าเรียน				
9. สื่อการสอนที่ใช้ไม่จำเป็นต้องเป็นสื่อที่มีราคาแพง				
10. มีการเปลี่ยนรุ่นคอมพิวเตอร์ตามคำแนะนำของผู้เรียน				
11. อาคารของกิจการไม่ควรซื้อ แต่ควรใช้วิธีเช่า				

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านการบริหารจัดการ				
1. กิจการที่มีกำไรมากเป็นเพราะผู้ประกอบการมีความสามารถในการคาดคะเนเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้แม่นยำ				
2. จำเป็นอย่างยิ่งที่โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ต้องกำหนดวิสัยทัศน์				
3. การดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ต้องมีแผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ				
4. ผู้ประกอบการต้องรู้ขั้นตอนและวิธีทำงานทั้งหมดในโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์				
5. มีการสนับสนุนให้ผู้ที่มีความสามารถได้ทำงานที่ถนัดและสนใจ				
6. ผู้ร่วมงานทำงานสำเร็จได้เพราะผู้บริหารคอยกระตุ้น				
7. แผนปฏิบัติการของกิจการนั้น ควรเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการจัดทำ				
8. การตรวจสอบและติดตามผลการปฏิบัติงานเป็นสิ่งจำเป็น				
9. การทำงานแต่ละอย่างควรมีการกำหนดเวลาในการปฏิบัติเพื่อประโยชน์ในการติดตามงาน				
10. จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องนำผลการประเมินการปฏิบัติงานมาปรับปรุงการทำงาน				
11. โรงเรียนต้องมีตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน โครงการ กิจกรรม				
12. กิจการจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีการปรับปรุง วิจัยและพัฒนาอยู่เสมอ				
13. การส่งเสริมการเรียนรู้เป็นวิธีที่ส่งผลให้เกิดการปรับปรุงวิธีการทำงาน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล				

ภาคผนวก ข
ค่าดัชนีความสอดคล้อง

ตาราง 25 ค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาด

ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	หมายเหตุ
	1	2	3	4		
1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
2	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
3	0	1	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
4	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
5	0	1	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
6	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
7	0	1	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
8	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
9	1	1	1	0	0.75	คัดเลือกไว้
10	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
11	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
12	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
13	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
14	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
15	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
16	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
17	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
18	1	1	1	0	0.75	คัดเลือกไว้
19	1	0	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
20	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
21	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
22	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
23	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
24	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
25	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
26	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
27	1	1	1	0	0.75	คัดเลือกไว้

ตาราง 25 (ต่อ)

ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	หมายเหตุ
	1	2	3	4		
28	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
29	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
30	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
31	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
32	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
33	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
34	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
35	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
36	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
37	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
38	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
39	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
40	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
41	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
42	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
43	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
44	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
45	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
46	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
47	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
48	1	1	1	0	0.75	คัดเลือกไว้
49	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
50	1	1	1	0	0.75	คัดเลือกไว้
51	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
52	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
53	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้

ตาราง 25 (ต่อ)

ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	หมายเหตุ
	1	2	3	4		
54	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
55	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
56	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
57	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
58	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
59	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
60	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้

ตาราง 26 ค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถามทัศนะที่มีต่อทรัพยากรทางการบริหาร

ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	หมายเหตุ
	1	2	3	4		
1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
2	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
3	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
4	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
5	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
6	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
7	1	1	1	0	0.75	คัดเลือกไว้
8	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
9	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
10	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
11	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
12	1	0	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
13	1	0	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
14	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
15	0	1	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
16	1	0	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
17	1	0	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
18	1	0	1	1	0.75	คัดเลือกไว้
19	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
20	1	1	1	-1	0.50	คัดเลือกไว้
21	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
22	1	0	1	0	0.50	คัดเลือกไว้
23	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
24	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
25	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
26	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
27	1	0	1	0	0.50	คัดเลือกไว้

ตาราง 26 (ต่อ)

ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	หมายเหตุ
	1	2	3	4		
28	1	0	1	0	0.50	คัดเลือกไว้
29	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
30	1	1	1	0	0.75	คัดเลือกไว้
31	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
32	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
33	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
34	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
35	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
36	1	1	1	0	0.75	คัดเลือกไว้
37	1	1	1	0	0.75	คัดเลือกไว้
38	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
39	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
40	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
41	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
42	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
43	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
44	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
45	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
46	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
47	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
48	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
49	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ	ภาควิชาการวัดผลและวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง	ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์	ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐสุวรรณ	ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางอุษา โคราษา
วันเดือนปีเกิด	28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2517
สถานที่เกิด	อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	208 หมู่บ้านผกามาศ ซอย 1 ปรีดีพนมยงค์ 26 เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10110
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ผู้จัดการโรงเรียนคอมพิวเตอร์ฟิวเจอร์คิดส์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนคอมพิวเตอร์ฟิวเจอร์คิดส์ สาขาทองหล่อ เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2528	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเรยีนา จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ. 2530	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนปรินส์รอย จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ. 2534	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บริหารทรัพยากรบุคคล) มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ. 2547	การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร