# บทที่ 1
# บทนำ

**หลักการและเหตุผล**

การศึกษาเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างคนให้มีคุณภาพ โอกาส และความเป็นอยู่ดีขึ้น ผู้ปกครองส่วนใหญ่จึงส่งเสริมและสนับสนุนให้บุตรหลานเรียนกวดวิชา เพื่อให้มีผลการเรียนที่ดีขึ้นและสามารถสอบผ่านการคัดเลือกเข้าสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง ส่งผลให้โรงเรียนกวดวิชายังคงสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากจำนวนนักเรียนในโรงเรียนกวดวิชาทั้งหมดในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นจาก 8 แสนคนใน ปี 2547 เป็น 1 ล้านคนในปี 2550 (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2551)

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ในปี 2552–2553 คาดว่ายังมีแนวโน้มขยายตัว โดยมีมูลค่าตลาดประมาณ 6,914 และ 7,426 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.1% และ 7.4% ตามลำดับ (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 244, 2552) เนื่องจากในปี 2553 กระทรวงศึกษาธิการมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการวัดผลสอบเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยกำหนดให้ผู้ที่จะเข้าศึกษาต่อจะต้องทดสอบความถนัดทั่วไป (General Aptitude Test : GAT) และความถนัดทางวิชาชีพและวิชาการ (Professional and Academic Aptitude Test : PAT) แทนการทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นสูง (Advanced National Educational Test : A-NET) ขณะที่การทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐาน (Ordinary National Education Test : O-NET) ยังคงมีอยู่ ดังนั้นผู้ที่จะสอบเข้าสถาบันอุดมศึกษาในปี 2553 บางส่วนจะต้องแสวงหาความรู้ในส่วนนี้เพิ่มเติม และในปี 2554 กระทรวงศึกษาธิการกำหนดให้โรงเรียนทุกแห่งที่รับนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1, 4 โดยเฉพาะโรงเรียนที่มีอัตราการแข่งขันสูง ต้องระบุสัดส่วนการรับนักเรียนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะกรณีที่โรงเรียนที่มีการแข่งขันสูงหรือโรงเรียนที่มีชื่อเสียง จะสามารถเปิดรับนักเรียนได้เพียงรอบเดียวเท่านั้น (ผู้จัดการออนไลน์, 2553 : ออนไลน์) ผู้ปกครองที่ไม่สามารถฝากบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนที่มีชื่อเสียงได้ ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการสอบแข่งขันได้ จึงอาจจะส่งบุตรหลานเข้าเรียนกวดวิชาตั้งแต่เริ่มเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เพื่อเตรียมตัวสอบเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงมากขึ้น รวมทั้งการเรียนกวดวิชาเพื่อแข่งขันทางการเรียนที่นักเรียนต้องการให้ตัวเองเก่งขึ้น และยังเป็นแหล่งพบปะกับเพื่อนต่างสถาบันอีกด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จังหวัดลำปาง เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือที่เป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อระหว่างภาคเหนือตอนบนและภาคเหนือตอนล่าง และทางภาครัฐให้ความสำคัญต่อการเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาค จังหวัดลำปางมีสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 9 แห่ง มีสถานศึกษาระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา ทั้งสายสามัญและสายอาชีพ มากกว่า 30 แห่ง (จังหวัดลำปาง, 2554) ในส่วนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 19 แห่ง มีจำนวนนักเรียนระดับมัธยม 19,695 คน แบ่งเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 12,255 คน และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 7,440 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลำปาง เขต 1, 2553) โรงเรียนกวดวิชาที่เปิดสอนในอำเภอเมืองลำปาง และได้รับจดทะเบียนจากกระทรวงศึกษาธิการในปี 2554 นั้นมีจำนวน 34 แห่ง ประกอบด้วยทั้งโรงเรียนกวดวิชาที่ตั้งขึ้นภายในท้องถิ่น เช่น ซายอะคาเดมี่ และสถาบันกวดวิชาที่เป็นแฟรนไชน์ที่มีชื่อเสียง เช่น The Brain (เดอะเบรน ลำปาง), สถาบันกวดวิชา RAC (กวดวิชารัชดาวิทยาเขลางค์นคร) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนกวดวิชาที่ยังไม่ได้จดทะเบียนแต่มีการเปิดการเรียนการสอนทั้งจากรุ่นพี่ที่จบการศึกษาจากสถาบันที่มีชื่อเสียงและจากอาจารย์ผู้สอนในโรงเรียนชื่อดังอยู่อีกเป็นจำนวนมาก เช่น ดิวดรอป, เดอะ จีเนียส เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาสูงมาก บางสถาบันมีการทำการตลาดมากขึ้นจากปีก่อนๆ ทั้งป้ายโฆษณา ทั้งโปรโมชั่น กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดอีกมากมาย ดังนั้น จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรของสถาบันได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยิ่งขึ้น

**วัตถุประสงค์ของการศึกษา**

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในการเลือกบริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองลำปาง

**ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา**

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในการใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**นิยามศัพท์**

**พฤติกรรม** หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร

**ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ และกระบวนการ

**โรงเรียนกวดวิชา** หมายถึง สถานที่ให้บริการกวดวิชาซึ่งดำเนินการโดยเอกชน องค์กร หรือบุคคล โดยคิดค่าสอนเป็นรายชั่วโมงหรือต่อหลักสูตรการเรียน ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

**นักเรียนระดับมัธยมศึกษา** หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่ 2 มัธยมศึกษาปีที่ 3 มัธยมศึกษาปีที่ 4 มัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

**นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น** หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่ 2 และมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

**นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย** หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในมัธยมศึกษาปีที่ 4 มัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved