

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 หลักการและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาอุปสงค์ของการเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นนี้ จะเป็นการศึกษาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการอธิบายถึงรายละเอียดต่างๆ ได้แก่ การหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเรียนกวดวิชา

การศึกษาพฤติกรรม ค่านิยม เหตุผล และทัศนคติที่มีต่อการเรียนกวดวิชา โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ได้แก่ logistic regression ความถี่ ร้อยละ

การเข้าเรียนกวดวิชาของนักเรียนเป็นเพราะการเรียนกวดวิชาที่มีประโยชน์ คือ ได้เรียนกวดวิชาแล้วทำให้เกิดความสุขที่ผลการเรียนดีขึ้น มีความมั่นใจและความพอใจ ครอบครัวหรือผู้ปกครองพยายามจะให้ได้ประโยชน์สูงสุด (maximize utility) โดยมีงบประมาณจำกัด (subject to budget constraint) การจะเข้าเรียนกวดวิชาจำนวนกี่วิชาหรือกี่แห่งก็ขึ้นอยู่กับงบประมาณของครอบครัว (budget constraint) ค่าเรียนกวดวิชาในตลาดกวดวิชา การวิเคราะห์เหล่านี้จะใช้ทฤษฎีการเลือกเชิงเหตุผล (choice theory) เพื่อนำไปวิเคราะห์อุปสงค์ การวิเคราะห์พฤติกรรมของการเข้าเรียนกวดวิชา

พฤติกรรมเชิงเหตุผล (rational behavior) ของมนุษย์เราสามารถอธิบายได้ว่า มนุษย์มีพฤติกรรมที่เลือกวิถีทาง (means) ที่ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดีในเป้าหมาย (end) สุดท้ายของตน โดยมีเหตุผลเป็นบรรทัดฐาน (normative) ของความคิดดังกล่าว ดังนั้นความสามารถที่จะล่วงรู้ความคิดเชิงเหตุผลของบุคคลจึงเป็นประโยชน์ต่อการอธิบาย (explanation) ทำนาย (prediction) และพรรณนา (description) ถึงพฤติกรรมทางเลือกเชิงเหตุผลของมนุษย์ การเลือกเชิงเหตุผลของบุคคลจะมีพื้นฐานอยู่บนความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกและการแสดงออกกับการคาดคะเน

การเลือกและการแสดงออกมีอยู่ 2 ประการ คือ

- 1) การแสดงออกถึงทางเลือกอันเป็นผลมาจากความเป็นเหตุเป็นผล (rational) ซึ่งเรียกว่า "การอ้างเหตุผล" (behavioral rationality)
- 2) สภาวะทางจิตใจ (mental state) หรือคุณลักษณะของบุคคล

การคาดคะเน มีอยู่ 2 ประการ คือ

- 1) การคาดคะเนผลที่จะตามมาในอนาคต
- 2) การคาดคะเนเกี่ยวกับคุณค่าของผลที่จะได้รับในอนาคต

ดังนั้น ก่อนที่บุคคลจะตัดสินใจเลือกกระทำสิ่งที่ต้องลงทุนเพื่ออนาคตของตนเองหรือครอบครัวแล้ว เขามักจะมีเหตุผลที่มีการวินิจฉัยถึงการได้รับผลตอบแทนสูงสุดในอนาคต (maximizing benefits) ก่อนที่จะมีการลงทุนในกิจการนั้นๆ (เกตุมณี มากมี, 2536 : 28-29 ; อ้างอิงมาจาก Barry,Harsany,et al. 1988.)

2.2 สรุปสาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิเคราะห์อุปสงค์ของการเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นนี้ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

วรรณทร พลภาณุมาศ (2541) ได้ศึกษาค่าใช้จ่ายและประสิทธิผลการเรียนกวดวิชา ของนักเรียน 17 จังหวัดภาคเหนือ เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐ ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. นักศึกษาที่เรียนกวดวิชาสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนร้อยละ 69.5
2. ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาโดยเฉลี่ย 8,740 บาทต่อหลักสูตร
3. เมื่อทดสอบความแตกต่างของการเรียนกวดวิชาและไม่เรียนกวดวิชา โดยวิธีสถิติ

ไควสแควร์ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 แล้ว พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนกวดวิชาของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างการวิจัยมี 5 ปัจจัย คือ

- เพศ เพศหญิงมีการเรียนกวดวิชามากกว่าเพศชาย
- ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม นักเรียนที่มีระดับการเรียนสูงจะมีการเรียนกวดวิชา มากกว่านักเรียนที่มีระดับการเรียนต่ำ
- คุณสมบัติของการสมัครสอบเข้ามหาวิทยาลัย นักเรียนที่ใช้วุฒิมัธยมปลายจะมีการเรียนกวดวิชา มากกว่านักเรียนที่ใช้วุฒิมัธยมศึกษาตอนต้นหรือวุฒิมัธยมศึกษา
- วิธีการสอบคัดเลือก นักเรียนที่ผ่านการสอบคัดเลือกโดยวิธีเอนทรานซ์จะมีการเรียนกวดวิชา มากกว่านักเรียนที่ผ่านคัดเลือกโดยวิธีพิเศษหรือโควต้า
- ระดับรายได้ของบิดามารดา นักเรียนที่บิดามารดามีรายได้สูงจะมีการเรียนกวดวิชา มากกว่านักเรียนที่บิดามารดามีรายได้ต่ำ

ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเรียนกวดวิชา สายวิชาของนักเรียนสายวิทยาศาสตร์และสายศิลปศาสตร์มีการเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน นักเรียนที่สอบเข้าในกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและกลุ่มสาขาสังคม – มนุษยศาสตร์มีการเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน

4. ผู้ให้คำแนะนำในการเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่เป็นเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 57.5 ของผู้แนะนำในการเรียนกวดวิชา

สายจิต ลิลิต (2537) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1. นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งได้แก่หลักสูตรเนื้อหาวิชาการ โดยเฉพาะการแนะนำวิธีการแก้ปัญหาโจทย์ การเปรียบเทียบราคา ค่าเล่าเรียนโดยเปรียบเทียบกับโรงเรียนกวดวิชาอื่น มีความสำคัญมากกว่าการจ่ายค่าเรียนเป็นรายเดือนหรือการจ่ายค่าเรียนแบบผ่อนชำระ ทำเลที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน มากกว่าการจราจรไม่ติดขัดหรือการมีที่จอดรถที่สะดวก การแนะนำโรงเรียนกวดวิชาจากเพื่อนและรุ่นพี่มีผลมากกว่าการแจกใบปลิว แผ่นพับ หรือการโฆษณาโดยป้ายโฆษณา คัดเอาท์

2. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 4 ด้าน

(1) ด้านบริการหรือผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจเน้นเป็นอันดับหนึ่งในเรื่องหลักสูตรเนื้อหาวิชาการ ซึ่งตรงกับปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง คือ เรื่องเทคนิควิธีแก้ปัญหาโจทย์ ซึ่งอยู่ในเรื่องของหลักสูตรเนื้อหาวิชาการเช่นกัน แต่อันดับที่สองผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญกับห้องเรียนปรับอากาศ และอันดับสามเป็นเอกสารประกอบการเรียน ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญการบริการทดสอบความพร้อมก่อนการสอบจริงเป็นอันดับสอง และอุปกรณ์และสื่อการสอนทันสมัยเป็นอันดับสาม

(2) ด้านราคาค่าเล่าเรียน ผู้ประกอบธุรกิจเน้นเป็นอันดับหนึ่งในการตั้งราคาค่าเล่าเรียน โดยคำนึงถึงบริการและคุณภาพ อันดับสองเป็นค่าเล่าเรียนจากต้นทุนการดำเนินงาน และอันดับสามการจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือน ในขณะที่นักเรียนจะให้ความสำคัญค่าเล่าเรียนโดยเปรียบเทียบกับโรงเรียนกวดวิชาอื่นเป็นอันดับหนึ่ง การจ่ายค่าเล่าเรียนเป็นรายเดือนเป็นอันดับสอง และการจ่ายค่าเล่าเรียนโดยสามารถผ่อนชำระได้เป็นอันดับสาม

(3) ด้านทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ผู้ประกอบธุรกิจได้เน้นเป็นอันดับหนึ่ง คือ การอยู่ใน

แหล่งชุมชน ตรงกับปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง คือ การอยู่ในแหล่งชุมชนเช่นกัน แต่อันดับที่สองผู้ประกอบการให้ความสำคัญ การที่นักเรียนไปมาสะดวก และอันดับสามเป็นการจราจรไม่ติดขัด ในขณะที่นักเรียนให้ความสำคัญการจราจรไม่ติดขัดเป็นอันดับสอง และการมีที่จอดรถสะดวก เป็นอันดับสาม

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการเน้นเป็นอันดับหนึ่ง คือ การประชาสัมพันธ์โดยเพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ อันดับสองการโฆษณาโดยการแจกใบปลิวหรือแผ่นพับ ตรงกับปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง และอันดับสองเช่นกัน แต่อันดับสามผู้ประกอบการให้ความสำคัญการแจ้งสถิติ นักเรียนที่เรียนกวดวิชาแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ การโฆษณาโดยป้ายโฆษณา หรือคัทเอ้าท์เป็นอันดับสาม

3. กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการของ Philip Kotler ซึ่งธุรกิจบริการจะใช้เฉพาะส่วนประสมทางตลาดไม่เพียงพอ ต้องใช้เครื่องมือเพิ่ม คือ

(1) การตลาดภายใน ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการเลือกสรรบุคลากรที่มีทักษะ และประสบการณ์เป็นอันดับหนึ่ง ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นอันดับสองและความบุคลิกภาพเป็นอันดับสามเพราะบุคลากรเป็นผู้สร้างภาพพจน์ของธุรกิจ

(2) การสร้างคุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการมีประสบการณ์ และชำนาญในการสอนเป็นอันดับหนึ่ง ความมีน้ำใจและเป็นกันเองเป็นอันดับสอง และการสร้างการบริการให้น่าเชื่อถือทางวิชาการ และเป็นไปตามที่นักเรียนคาดหวัง เป็นอันดับสาม

(3) การทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการให้ข้อมูลในการสมัครสอบในสถาบันต่าง ๆ เป็นอันดับหนึ่ง การบริการแนะแนวทางการศึกษา เป็นอันดับสอง และการจัดโครงการรับรองผลการเรียนสอบไม่ได้คืนเงิน เป็นอันดับสาม

ภาวณิ ศรีสุขวัฒนานันท์และคณะ (2532) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “การประสานสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษากับอุดมศึกษา” โดยได้ทำการวิจัยศึกษาปัญหาการเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษา การละสิทธิ์ของนักเรียนที่สอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัยได้ และการออกกลางคันของนักศึกษามหาวิทยาลัย

ผลจากการศึกษาวิจัยแสดงให้เห็นถึง

1. ลักษณะพื้นฐานของผู้เรียนกวดวิชาและไม่เรียนกวดวิชา

มีนักเรียนผู้สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นผู้ที่ผ่านการกวดวิชามาแล้วเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 66.7 ซึ่งในจำนวนนี้เป็นหญิงร้อยละ 55.5 และเป็นชายร้อยละ 44.5 โดยมาจากครอบครัวที่บิดาเป็น

เกษตรกรน้อยที่สุด คือร้อยละ 38.1 ในขณะที่มาจากครอบครัวประเภทอื่นเช่น ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ จะมีถึงร้อยละ 60 - 70 ผู้ที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะมีร้อยละของการเรียนกวดวิชาต่ำกว่าผู้ที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้สูงกว่า และนักเรียนที่อยู่ในกรุงเทพมหานครกวดวิชามากกว่านักเรียนในส่วนภูมิภาค

2. ความสอดคล้องของเนื้อหาในการเรียนกวดวิชา

ผู้กวดวิชามีความเห็นว่า เนื้อหาวิชาที่กวดวิชามีความสอดคล้องกับหลักสูตรที่เรียนอีกทั้งยังก่อให้เกิดความพร้อมและความมั่นใจในการสอบมากขึ้น

3. ลักษณะการกวดวิชาและการลงทุน

สาขาวิชาที่นิยมเรียนกวดวิชากันมาก 3 ลำดับแรก คือ วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และภาษาอังกฤษ ในด้านการลงทุนส่วนมากเสียค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาอยู่ระหว่าง 500 - 2,000 บาทต่อหลักสูตร การใช้เวลาในการกวดวิชาใช้เวลาเรียนสัปดาห์ละ 3 - 4 ชั่วโมงมากที่สุด โดยส่วนมากถึงร้อยละ 47.3 ผู้กวดวิชาจะเลือกกวดวิชาเฉพาะภาคฤดูร้อน และส่วนมากประมาณร้อยละ 40 ใช้เวลาในการเดินทางไปยังสถานที่กวดวิชาเป็นเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง

เหตุผลที่เรียนกวดวิชาและผลของการเรียนกวดวิชา คือ ต้องการให้เข้าใจวิชาที่จะต้องสอบคัดเลือกดียิ่งขึ้นมีร้อยละ 51.6 เป็นการใช้เวลาว่างทบทวนวิชาที่เรียนมาร้อยละ 46.6 อาจารย์สอนกวดวิชามีเทคนิคการสอนดีร้อยละ 38.2 และอาจารย์กวดวิชาแนะนำวิธีทำข้อสอบได้ดีร้อยละ 23.8