

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจ โรงเรียนกวดวิชาในปัจจุบันถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างมาก โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบตัวเลขจำนวนโรงเรียนกวดวิชาทั้งหมดในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 และ พ.ศ. 2547 มีจำนวนโรงเรียนกวดวิชาเพิ่มขึ้น 4.25 เท่า จากจำนวน 171 แห่ง เป็น 728 แห่ง (กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2548)

ธุรกิจ โรงเรียนกวดวิชาเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ไม่ต่ำกว่าปีละ 5,000 ล้านบาท โดยสัดส่วนของนักเรียนที่เรียนกวดวิชาในปี พ.ศ. 2549 มีสูงถึงร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2545 ที่มีสัดส่วนของนักเรียนที่กวดวิชา ร้อยละ 30 ซึ่งสะท้อนให้เห็นการเติบโตของตลาดกวดวิชาในประเทศไทย (กรุงเทพธุรกิจ, 2549 : ออนไลน์) ในปัจจุบันมีโรงเรียนกวดวิชาไม่ต่ำกว่า 1,000 ราย แต่ที่ได้รับการยอมรับจากนักเรียนจนกลายเป็นโรงเรียนชื่อดังมีไม่กี่ราย อาทิ โรงเรียนกวดวิชาเคมี อ.อู๋ (อาจารย์อู๋) บ้านค่านวม โอพลัส กวดวิชาสัญญา จีเอสซี เดอะเบรน แอพพลายฟิสิกส์ นิโอ ฟิสิกส์ อาจารย์เจ็ญ อาจารย์สมัยวิทยา Access ดิวเตอร์ อาจารย์ปิง และ Pinnacle ซึ่งมีส่วนแบ่งในตลาด 70-80% หากมีการจัดลำดับโรงเรียนที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชา อ.อู๋ มีรายได้ไม่ต่ำกว่า 200 ล้านบาทต่อปี แอพพลายฟิสิกส์ รายได้ไม่ต่ำกว่า 100 กว่าล้านบาทต่อปี เดอะเบรน, อาจารย์เจ็ญ, นิโอฟิสิกส์ และ Access รายได้ไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาทต่อปี (ประชาชาติธุรกิจ, 2548 : ออนไลน์)

เมื่อพิจารณาในรูปแบบที่มีการเปลี่ยนแปลงของโรงเรียนกวดวิชาและพฤติกรรมของผู้เรียน โดยที่การกวดวิชาได้เข้ามามีบทบาทอย่างกว้างขวางในระบบการศึกษาของไทย สาเหตุสำคัญมาจากระบบการศึกษาที่ได้เปลี่ยนไป จากการเปลี่ยนแปลงระบบการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย (Entrance Examination) มาเป็นระบบการรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในระบบกลาง (Central University Admission System – CUAS) ซึ่งเป็นการพิจารณาจากผลการเรียนจากคะแนนเฉลี่ยสะสมในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ GPAX ประกอบ 10% บวกกับคะแนนทดสอบมาตรฐานในระดับชาติหรือ O-NET อีก 25-50% แล้วแต่คณะวิชาที่สอบ ซึ่งในบางคณะวิชาอาจมีการพิจารณาความถนัดเฉพาะสาขาหรือ A-NET ประกอบด้วย จากนั้นก็จะพิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยรายกลุ่มสาระหรือ GPA อีก 40% รวมถึงการแข่งขันทางการศึกษาที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาจำเป็นต้องให้ตัวเองให้เก่งมากขึ้น เพื่อสามารถสอบแข่งขันเข้าในสถาบันการศึกษาที่

ดีๆ ได้ นอกจากนี้โรงเรียนกวศวิทยายังได้กลายเป็นค่านิยมและเป็นแหล่งสังคมในการพบปะกับเพื่อนต่างสถาบัน

ถึงแม้ว่าสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความสามารถในการรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อเพิ่มขึ้นจากปี 2546 จำนวน 66,997 คน มาเป็น 73,127 คน ในปี 2548 แต่ก็ยังไม่เพียงพอกับจำนวนนักเรียนที่ต้องการเรียนต่อปีละประมาณ 120,000 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักทดสอบกลาง, 2548 : ออนไลน์) จึงทำให้นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจะต้องทำเกรดเฉลี่ยในแต่ละภาคการศึกษาให้ดีเพื่อสร้างโอกาสในการได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาตามที่ต้องการ ดังนั้นจึงทำให้นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต้องพึ่งพาการกวศวิชาจากสถาบันกวศวิชาเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต้องการให้มั่นใจว่าสามารถทำคะแนนสะสมได้ตามที่กำหนด และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยรวมทำให้ธุรกิจนี้ยังมีแนวโน้มการเติบโต

จังหวัดน่าน มีโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาจำนวน 30 แห่ง และมีจำนวนนักศึกษาในระดับมัธยมทั้งสิ้น 22,384 คน แบ่งออกเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 12,239 คน และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 10,145 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาน่าน เขต 1 และ เขต 2, 2550) สำหรับโรงเรียนกวศวิชาในจังหวัดน่านที่ได้ทำการเปิดการสอนและได้รับการจดทะเบียนจากกระทรวงศึกษาธิการนั้นมีทั้งหมดจำนวน 3 แห่ง คือ สถาบันกวศวิชา RAC (รัชดาวิทยาน่าน) ในอำเภอเมือง โรงเรียนกวศวิชาบ้านวิชาการและที่อป.ไอคิว ในอำเภอบัว นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนกวศวิชาที่ยังไม่ได้จดทะเบียนได้ทำการเปิดสอนและมีการรวมตัวของกลุ่มเด็กนักเรียนให้อาจารย์สอนตามบ้าน และมีนักเรียนให้ความสำคัญกับการเรียนตามโรงเรียนกวศวิทยากับจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดแพร่ จังหวัดลำปาง และจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ดังนั้นโอกาสที่ตลาดโรงเรียนกวศวิชาในจังหวัดน่านจะเติบโตยังมีอีกมาก ทั้งจากผู้ประกอบการภายในท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนาตนเอง เพื่อยืนหยัดอยู่ได้ในภาวะการแข่งขันที่จะรุนแรงมากขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวศวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่จะประกอบกิจการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโรงเรียนกวศวิชา สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานและพัฒนาตลาดโรงเรียนกวศวิชาในจังหวัดน่านที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดโรงเรียนกวดวิชา แก่ผู้ที่สนใจจะประกอบกิจการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโรงเรียนกวดวิชา ในจังหวัดน่าน

นิยามศัพท์

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดน่าน ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ และกระบวนการ

โรงเรียนกวดวิชา หมายถึง สถานที่ให้บริการกวดวิชาซึ่งดำเนินการโดยเอกชน องค์กร หรือสมาคม โดยคิดค่าสอนเป็นรายชั่วโมงหรือต่อหลักสูตรการเรียน ได้รับการจดทะเบียนและรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ

นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดน่าน