

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระทรวงศึกษาธิการได้จัดประเภทโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งหมายถึงโรงเรียนที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอนเสริมบางวิชาตามหลักสูตรกรมสามัญ โดยมีวิธีดำเนินการแตกต่างจากโรงเรียนประเภทอื่นโดยกำหนดเวลาเรียนเป็นครั้งคราว เช่น เรียนเฉพาะวันหยุด หรือเฉพาะภาคฤดูร้อน ให้นักเรียนที่ต้องการทบทวนความรู้ และบุคคลทั่วไปที่ขาดโอกาสทางการศึกษา ที่ต้องการเรียนเพิ่มเติม

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 กระทรวงศึกษาธิการยังไม่เห็นความจำเป็นที่จะอนุญาตให้เปิดโรงเรียนกวดวิชาเพิ่มเติมเพราะนอกจากจะเป็นการเพิ่มภาระให้ผู้ปกครองสิ้นเปลืองจึงมีผลทำให้โรงเรียนกวดวิชาที่มีจำนวนลดลงเรื่อยๆ ดังจะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2524 โรงเรียนกวดวิชาที่เปิดถูกต้องตามระเบียบของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนจำนวน 204 โรงเรียน ลดลงเหลือ 172 โรงเรียนปี 2530 แต่ความนิยมในการเรียนกวดวิชากลับเพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2528 นักเรียนที่ไปเรียนกวดวิชาจำนวน 31,748 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2524 ซึ่งมีจำนวน 11,344 คน หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 55.6 จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2534 กระทรวงศึกษาธิการจึงมีประกาศ "อนุญาตให้มีการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชา"¹

ในขณะนั้นการกวดวิชาได้ขยายรูปแบบสนองความต้องการแตกต่างกันกว้างขวางขึ้น เช่น จัดเป็นการสอนเสริมความรู้เพื่อการสอบเข้าศึกษาต่อ สอบเข้าทำงานนอกเหนือจากการสอบเทียบความรู้หรือเรียนทางลัด และการเรียนเสริมความรู้ก็กลายเป็นความพอใจและความมั่นใจของผู้เรียน และผู้ที่ขาดโอกาสในการได้รับการศึกษาในโรงเรียนที่มีชื่อเสียง หรือมีคุณภาพ หรือแม้แต่ผู้เรียนในโรงเรียนที่มีคุณภาพก็ยังหาที่เรียนเพื่อเสริมวิชาต่าง ๆ ที่เรียนในห้องเรียนจึงเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้ถือโอกาสตอบสนองความต้องการของสังคม โดยจัดหาสถานที่ทำการสอนและรูปแบบการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการ

¹ ศึกษาธิการอำเภอ, สำนักงาน. "ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ," เชียงใหม่: สำนักงานศึกษาธิการอำเภอ, 2536 หน้า 1.

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคเหนือตอนบน และเป็นจังหวัดหนึ่ง ที่ระบบการศึกษามีการแข่งขันกันมาก เนื่องจากเป็นจังหวัดใหญ่มีประชากรมากถึง 307,035 คน² และยังเป็นที่ตั้งของสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นนำทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะมหาวิทยาลัย บิดของรัฐ แต่ความสามารถของรัฐในการให้การศึกษาระดับนี้มีขอบเขตจำกัด ความต้องการศึกษา ต่อในระดับอุดมศึกษาขยายตัวไปรวดเร็วกว่าการขยายสถานศึกษาของรัฐ จึงทำให้ต้องใช้วิธีการ สอบแข่งขันที่เน้นความรู้ทางด้านวิชาการบางด้านเป็นสำคัญ ทำให้เกิดแหล่งกวดวิชาที่สอนวิชา เฉพาะในการสอบคัดเลือก และเน้นการเฉลยข้อสอบคัดเลือกเข้าระดับอุดมศึกษา

ปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาของจังหวัดเชียงใหม่ มีหลายระดับตั้งแต่ ระดับอนุบาลไปจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แต่ความเข้มข้นของการแข่งขันจะมีมากที่สุด ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งเป็นจุดสุดยอดของการเตรียมตัวให้แก่บุตรหลานของผู้ปกครอง ดังนั้นธุรกิจกวดวิชาต้องอาศัยคุณภาพของสถาบันแต่ละแห่ง ว่ามีการเรียนการสอนที่จะสามารถให้ นักเรียนเกิดความเข้าใจได้มากน้อยแค่ไหน และการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับตลาด เป้าหมายของผู้ประกอบการ จะทำให้โรงเรียนกวดวิชาเป็นที่ยอมรับ ส่งผลถึงชื่อเสียงอัตราการ เพิ่มของนักเรียนเพื่อที่จะรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ มีโรงเรียนกวดวิชาที่ได้รับอนุญาตถูกต้องจำนวน 21 โรงเรียน (รายละเอียดดูภาค ผผนวก) ซึ่งถ้ามีการพิจารณาธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาจะมีความแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งได้ เป็น 2 ขนาด คือโรงเรียนกวดวิชาขนาดเล็ก ที่มีนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวนไม่มากนัก ถูกบังคับให้จดทะเบียนขึ้นเป็นโรงเรียนกวดวิชาที่กระทรวงศึกษาธิการ เพราะมีนักเรียนตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป มีการจัดการสอนเฉพาะวิชาที่ถนัด หรือวิชาที่สามารถหาครูมาสอนได้ เป็นลักษณะ การสอนส่วนตัว หรือกลุ่มย่อยเท่านั้น โดยไม่มีการจัดระบบโครงสร้างการบริหาร หรือไม่มีการ วางแผนการตลาดที่แน่นอน และโรงเรียนขนาดใหญ่ที่มีนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในแต่ละ หลักสูตรตั้งแต่ 100 คนขึ้นไป มีการจัดโครงสร้างการบริหาร และมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ในอนาคตทางกระทรวงศึกษาธิการ จะจำกัดโอกาสการสอบเทียบการศึกษาของนักเรียนมัธยม ศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่ในโรงเรียน เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับเยาวชน และประชาชนนอก โรงเรียนให้มากยิ่งขึ้น จะทำให้จำนวนนักเรียนที่จะสามารถสอบเอนทรานซ์ได้มีเพียงนักเรียน

² ศึกษาธิการอำเภอ, สำนักงาน. "สารสนเทศทางการศึกษา การศาสนาและการวัฒนธรรม" ศึกษาธิการอำเภอ, 2535 หน้า 3.

³ _____ "หลักสูตรใหม่ กศน. สอบเทียบได้ยากขึ้น" วารสารการศึกษาแห่งชาติ ปีที่ 27 ฉบับที่ 7 เดือนธันวาคม 2535 - มกราคม 2536, หน้า 8.

มัธยมปีที่ 6 เท่านั้น ทำให้โรงเรียนกวตวิชาขนาดใหญ่ที่ในขณะนี้ใช้กลยุทธ์โดยเน้นหลักสูตรการสอบเอนทรานซ์ เป็นตัวหลักในการสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของโรงเรียน ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อครองตลาดที่มีอยู่ในขณะนี้ และเพื่อการขยายตลาดออกไปในอนาคตโดยไปมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านอื่น ๆ เพื่อให้สนองความต้องการของตลาดเป้าหมายที่เปลี่ยนไป โดยในขณะนี้มี การเพิ่มหลักสูตรเรียนล่วงหน้าสำหรับนักเรียนแต่ละระดับชั้น หลักสูตรทำเกรดเพื่อเน้นเนื้อหา ความรู้ที่กำลังเรียนอยู่ในแต่ละระดับชั้นให้ เลือกเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้เลือกศึกษา "กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวตวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" โดยการเก็บข้อมูลด้านกลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวตวิชาขนาดใหญ่ 4 โรงเรียนได้แก่ โรงเรียนสเทพกวตวิชา โรงเรียนรัชดาวิทยา โรงเรียนจิตติกวตวิชา โรงเรียนช่างเผือกวิชาการ และเก็บข้อมูลด้านปัจจัยของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในการเลือกโรงเรียนกวตวิชา โดยการสุ่มตัวอย่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนใน 4 โรงเรียนนั้น เพื่อเป็นการทดสอบว่ากลยุทธ์การตลาดที่โรงเรียนกวตวิชาใช้นั้นมีผลตรงกับปัจจัยที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเลือกเรียนในโรงเรียนนั้นหรือไม่ เพื่อนำข้อสรุปที่ได้มาไว้เป็นข้อมูลในการปรับปรุง และดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโรงเรียนกวตวิชา ซึ่งแนวโน้มว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง และการแข่งขันก็จะทวีความรุนแรงมากขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่โรงเรียนกวตวิชา ให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด ที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนกวตวิชา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงการเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวตวิชา ที่เหมาะสมกับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทราบถึงปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด ที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนกวตวิชา
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน ตลอดจนใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อการขยายตัวของธุรกิจในอนาคตต่อไป