

## บทที่ 2

### กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจกวดวิชามีส่วนของการผสมผสานกันระหว่างการบริโภคสินค้าและการให้บริการ กล่าวคือ ในด้านของการบริโภคสินค้านั้น ได้แก่ ตำรา และ VCD เป็นต้น ส่วนในด้านของการบริการ ได้แก่ การให้บริการทางด้านการศึกษา เช่น การให้ผู้สมัครสามารถเรียนซ้ำในรอบอื่นๆ ได้ในกรณีที่ผู้สมัครยังไม่เข้าใจในเนื้อหาการเรียนดีพอ การให้ผู้สมัครสามารถยืมวีดีทัศน์ในเนื้อหาที่ผู้สมัครลงเรียนได้ ความมีคุณภาพของวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้ประกอบกับตำราที่ใช้ประกอบในการเรียนกวดวิชานั้นๆ การบริการทางห้องสมุด (Laboratory) หรือการให้ลดค่าเรียนในกรณีที่ผู้สมัครลงเรียนมากกว่า 1 วิชา เป็นต้น

สำหรับกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์นี้ได้แก่

1. กรอบแนวคิดทางด้านปัจจัยในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาเปรียบเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาของรัฐประเภทจำกัดรับและเอกชน
2. กรอบแนวคิดทางด้านปัจจัยที่มีส่วนในการได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาผ่านระบบการสอบคัดเลือก
3. กรอบแนวคิดทางด้านพฤติกรรมต่อการเลือกเรียนกวดวิชา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมปริทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยดังนี้

### 2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

#### 2.1.1 ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์

##### 2.1.1.1 ทฤษฎีการลงทุนทางการศึกษา (บุญคง หันจางสิทธิ์, 2549)

ปัจจัยทางการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดรายได้ของบุคคล และเป็นมูลเหตุหนึ่งของแรงจูงใจให้เขาตัดสินใจที่จะเลือกลงทุนทางการศึกษา เมื่อเขาพิจารณาแล้วเห็นว่าคุ้มค่าต่อการลงทุน โดยพิจารณาถึงภาพรวมของปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวกำหนดรายได้ตลอดชีวิต กรณีกำหนดให้ปัจจัยอื่นซึ่งรวมทั้งวาสนาโชคชะตาคงที่แล้ว กล่าวว่าคุณรู้ความสามารถ (Knowledge) ที่คนเราได้รับจากการศึกษาเล่าเรียนทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียนและสถาบันการศึกษา จะเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดรายได้เบื้องต้น นั่นคือระดับการศึกษาจะ

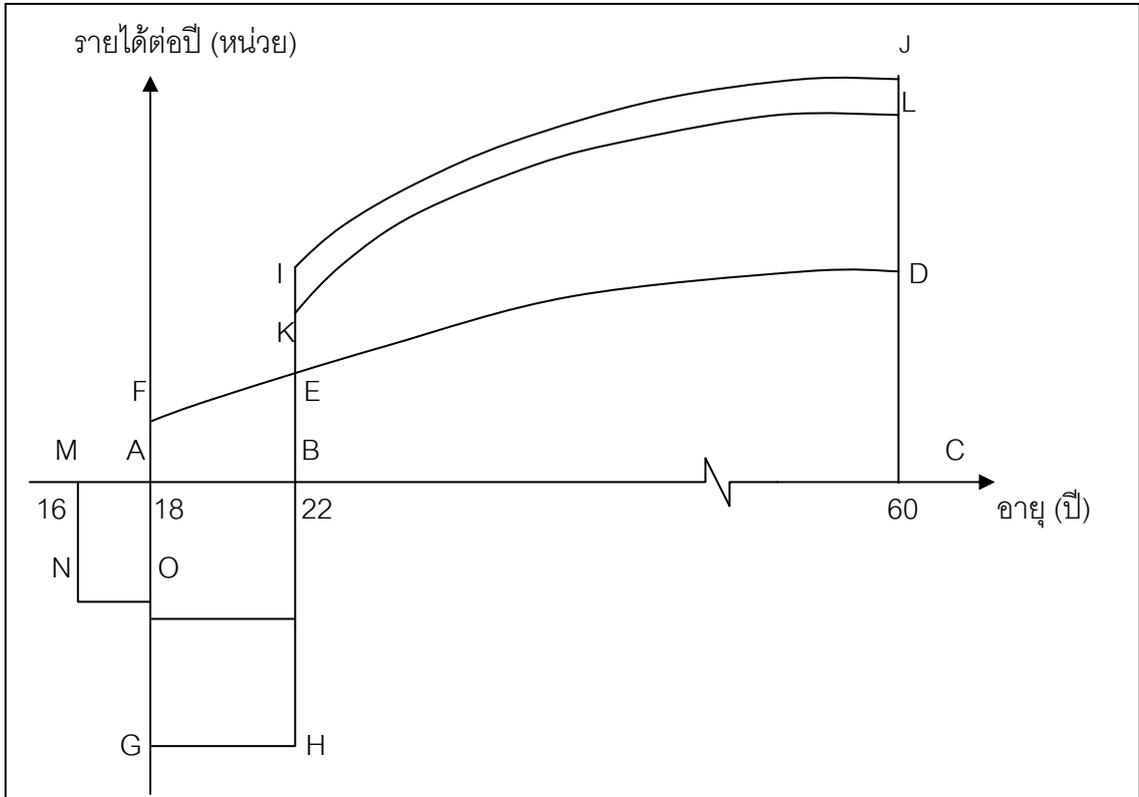
เป็นตัวกำหนดเงินเดือนหรือรายได้เบื้องต้นของบุคคล อีกทั้งการศึกษาเป็นตัวแปรหนึ่งในการกำหนดรายได้ของเขาตลอดช่วงชีวิตในการทำงาน ซึ่งการที่เขาตัดสินใจเลือกที่จะศึกษาถือได้ว่าเป็นการลงทุนในทุนมนุษย์ (Human Capital) อย่างหนึ่ง โดยผลประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุนดังกล่าวจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือผลประโยชน์ทางตรงที่ตกแก่เอกชน (Private Benefit) และผลประโยชน์ทางอ้อมที่ตกแก่สังคม (Social Benefit)

เนื่องจากการศึกษาเป็นสินค้าสาธารณะ (Public Good) ชนิดหนึ่งที่ใช้บำบัดความต้องการของสังคม (Social Wants) แต่ก็ไม่ได้เป็นสินค้าสาธารณะอย่างสมบูรณ์แบบ ทั้งนี้เพราะบุคคลสามารถจะซื้อหาบริการทางการศึกษาเองได้อันเนื่องมาจากประโยชน์ทางตรงที่ได้รับกับตัวเขาเอง ในขณะที่เดียวกันการที่เขาได้รับการศึกษามากขึ้นนั้นก็ประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยรวมด้วย ฉะนั้นการศึกษาจึงเป็นสินค้ากึ่งสาธารณะ (Quasi Public Good) เช่นเดียวกับบริการทางการแพทย์ (Medical Care) ก็ถือเป็นสินค้ากึ่งสาธารณะด้วยเหตุผลอันเดียวกัน และเมื่อเทียบกับการบริการป้องกันประเทศซึ่งบุคคลจะขอซื้อบริการเพียงบางส่วนสำหรับตัวเขาเองไม่ได้เนื่องจากแบ่งแยกไม่ได้ (Indivisibility) ดังนั้นกรณีนี้จึงถือเป็นสินค้าสาธารณะทั้งหมด (Pure Public Good)

การตัดสินใจลงทุนทางการศึกษาของบุคคลนั้นพิจารณาจากผลประโยชน์ (หรือรายได้) ตลอดชีวิตจากการทำงานกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการศึกษา หากผลประโยชน์สุทธิ (นั่นคือ รายได้หักรายจ่าย) ของบุคคลนั้นมีค่ามากกว่าศูนย์ (หรือได้รับผลประโยชน์คุ้มค่าต่อการลงทุน) บุคคลผู้นั้นก็อาจจะตัดสินใจลงทุนทางการศึกษาเป็นการเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น การตัดสินใจลงทุนทางการศึกษานี้สามารถอธิบายได้ด้วยภาพที่ 2.1 ดังนี้

ภาพที่ 2.1

รายได้ตามอายุเมื่อจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีและระดับมัธยมศึกษา



ที่มา: ดัดแปลงจาก บุญคง หันจางสิทธิ์, "เศรษฐศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์", 2549, น.225

จากภาพที่ 2.1 สมมตินักเรียนเมื่อเรียนจบมัธยมศึกษาตอนปลายอายุ 18 ปี ตัดสินใจไม่ศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาแต่เข้าทำงานในตลาดแรงงานเลย เขาจะได้รายได้เบื้องต้นต่อปี (ณ จุด A) เท่ากับ AF จากนั้นรายได้ต่อปีของเขาก็สูงขึ้นเรื่อยๆ เมื่อเขามีประสบการณ์ในการทำงานมากขึ้นจนกระทั่งอายุ 60 ปี เส้น FED จึงเป็นเส้นระดับรายได้ที่สูงขึ้นเรื่อยๆ หากเขาไม่เรียนต่อ (ในที่นี้สมมติให้เกษียณอายุการทำงานที่อายุ 60 ปี)

แต่ในทางกลับกันถ้าเขาตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรีอีก 4 ปี (เรียนระดับปริญญาตรี 4 ปี) ก่อนจะเข้าสู่ตลาดแรงงาน เขาจะต้องเสียเวลาอีก 4 ปี ในภาพคือ ช่วงตั้งแต่ A ถึง B ซึ่งเขาจะจบการศึกษาและเข้าสู่ตลาดแรงงานเมื่ออายุ 22 ปี รายได้เบื้องต้นเมื่อเขาเริ่มทำงานปีแรกคือ BI ซึ่งสูงกว่า AF แต่อาจจะเริ่มสูงกว่าหรือต่ำกว่า BE ก็ได้ และเส้น IJ จะเป็นเส้นรายได้ที่สูงขึ้นเรื่อยๆ จนถึงเกษียณอายุเมื่อ 60 ปี ซึ่งมีความชันมากกว่าเส้น FED ทั้งนี้ เพราะระดับการศึกษาที่สูงกว่าบวกกับประสบการณ์ในงานที่ทำ ทำให้เขามีประสิทธิผลในการ

ทำงานสูงกว่า รายได้จึงเพิ่มขึ้นต่อปีได้เร็วกว่า พื้นที่ EIID จึงเป็นรายได้ที่สูงกว่าอันเนื่องมาจาก ระดับการศึกษาที่สูงกว่า ซึ่งเป็นผลมาจากการที่เขาได้ลงทุนในการศึกษาไว้มากกว่า

ในส่วนรายจ่ายสำหรับการลงทุนในการศึกษาที่เขาได้ลงทุนไว้ในขณะที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นเวลา 4 ปีนั้น จะเห็นได้ว่าเขาได้ใช้จ่ายเป็นค่าใช้จ่ายโดยตรงสำหรับการศึกษา เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าหนังสือ ค่าอุปกรณ์ และอื่นๆที่จ่ายโดยตรงคือ พื้นที่ ABHG ส่วนพื้นที่ ABEF เป็นค่าใช้จ่ายโดยทางอ้อม หรือค่าเสียโอกาสที่เขาเสียไประหว่างที่เรียนในระดับอุดมศึกษาเป็นเวลา 4 ปี (รายได้ที่สูญเสียไประหว่างเรียน “Foregone Earnings”) และค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนอีกส่วนหนึ่งที่มีได้แสดงไว้ในภาพที่ 2.1 คือ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายทางใจ (Psychic Costs) เช่น ความยากลำบากระหว่างการเรียนที่ต้องมูมนะ อดหลับอดนอน และอื่นๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากสำหรับการหาออกมาเป็นตัวเงิน และเพื่อความง่ายในการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนมักจะทำให้ส่วนเสียของต้นทุนอันนี้หักลบกันไปกับส่วนได้ที่เขาได้จากการศึกษาที่เขาได้รับความสุขใจ อิ่มเอิบใจ รู้สึกมีเกียรติ ต่อการได้รับความสำเร็จจากการศึกษาในระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษา

เมื่อทำการประยุกต์ใช้เข้ากับการเรียนกวดวิชา โดยตั้งสมมติฐานว่าการเรียนกวดวิชา เพื่อต้องการสอบเข้าในระบบรับตรงและ/หรือระบบรับกลาง (Admissions) ของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐประเภทจำกัดรับเปรียบเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในที่นี้กำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชาเกิดขึ้นตั้งช่วงอายุ 16 - 18 ปี (ช่วงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และให้ถือว่าไม่มี ต้นทุนค่าเสียโอกาส) คือ MAON ค่าใช้จ่ายการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐประเภทจำกัดรับระดับปริญญาตรีคือ ABHG ค่าใช้จ่ายการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในสาขาวิชาเดียวกันคือ ABQP ที่มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าของรัฐ และรายได้ที่เกิดขึ้นหลังจากศึกษาจบในระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐประเภทจำกัดรับจนถึงเกษียณอายุคือ BCJI และรายได้ที่เกิดขึ้นหลังจากศึกษาจบในระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนจนถึงเกษียณอายุคือ BCLK (กรณีนี้กำหนดให้ค่าความชัน IU เท่ากับ KL โดยสมมติให้รายได้เริ่มต้นของบุคคลเมื่อจบการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐประเภทจำกัดรับสูงกว่าสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน แต่ให้มีอัตราความก้าวหน้าทางด้านรายได้จนถึงเกษียณอายุมีค่าเท่ากัน) ดังนั้น

$$\text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุนทางการศึกษาเข้าศึกษา} = \text{ABHG} + \text{MAON} \dots\dots(1)$$

ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐประเภทจำกัดรับ

ค่าใช้จ่ายในการลงทุนทางการศึกษาเข้าศึกษา = ABQP .....(2)  
ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ในกรณีปกติทั่วไป “ค่าใช้จ่ายในการลงทุนทางการศึกษาเพื่อเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐประเภทจำกัดรับ (1)” จะน้อยกว่าหรือเท่ากับ “ค่าใช้จ่ายในการลงทุนทางการศึกษาเพื่อเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (2)”

หากกำหนดให้ทั้ง 2 ทางเลือกมีรายได้ในอนาคตเท่ากัน ( $KJ = IJ$ ) จะทำให้

“ผลประโยชน์โดยรวม (Net Benefit) ของการเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐประเภทจำกัดรับ” มากกว่าหรือเท่ากับ “ผลประโยชน์โดยรวม (Net Benefit) ของการเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” จะทำให้ผู้เข้าศึกษาต่อตัดสินใจในการเรียนกวดวิชา และหากกำหนดให้รายได้ในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนน้อยกว่ารายได้ในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐประเภทจำกัดรับ ( $KJ < IJ$ ) จะทำให้เกิดแรงจูงใจให้ผู้เข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเรียนกวดวิชามากยิ่งขึ้น

#### 2.1.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2545)

อุปสงค์ในทางเศรษฐศาสตร์อาจให้คำจำกัดความได้ว่า อุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งหมายถึง “จำนวนต่างๆของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆของสินค้าชนิดนั้น ในระยะเวลาที่กำหนด”

ความต้องการซื้อ หมายถึง ความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจ (Ability and Willingness) ที่จะซื้อและมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายซื้อสินค้าและบริการนั้นๆได้ด้วย ความต้องการที่ปราศจากอำนาจซื้อจะไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์

ในการวิจัยได้ประยุกต์ใช้โดยนัยดังนี้ อุปสงค์ที่เกิดจากความต้องการซื้อ หมายถึง ความต้องการของผู้เรียนกวดวิชาที่มีศักยภาพในการจ่ายเงินเพื่อให้ได้มาซึ่งการเรียนกวดวิชานั้น ความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา (ในที่นี้อาจหมายถึง ความสามารถในการจ่ายของผู้ปกครอง หรือรายได้จากการมีรายได้ของผู้เรียนเอง) และความต้องการด้านแรงงาน บุคลากรของตลาดแรงงานในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ บนเงินงบประมาณหนึ่งๆ (Budget Constraint)

อุปสงค์ผู้บริโภคหรืออุปสงค์รายบุคคล (Consumer Demand or Individual Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าอย่างหนึ่ง que ผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งยินดีและสามารถซื้อในระดับราคาต่างๆ ในเวลาและสถานที่หนึ่งโดยปัจเจกอื่นๆอยู่คงที่ ในทฤษฎีนี้สามารถประยุกต์ “กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand)” ใช้กับงานวิจัยโดยนัยดังนี้ ปริมาณการเรียนกวดวิชาจะ

แปรผกผันกับราคา กล่าวคือ ถ้าราคาของการเรียนกวดวิชา 1 หน่วยมีราคาเพิ่มขึ้น ปริมาณการเรียนในหน่วยนั้นจะลดลง ในทางกลับกันถ้าราคาของการเรียนกวดวิชา 1 หน่วยมีราคาลดลง ปริมาณการเรียนในหน่วยนั้นจะเพิ่มขึ้น

### 2.1.1.3 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปรหรือปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีหลายประการดังนี้

2.1.1.3.1 ปริมาณซื้อสินค้าขึ้นอยู่กับราคาสินค้านั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มขึ้นปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลงปริมาณซื้อจะมีมาก

2.1.1.3.2 ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม รสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบชั่วคราวหนึ่งซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น รสนิยมของการเลือกเรียนกวดวิชาที่เปิดบริการในศูนย์การค้าที่ทันสมัย เป็นต้น แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็คงอยู่นาน เช่น รูปแบบของความนิยมในศตวรรษการศึกษา เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภคได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา รสนิยมเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อธุรกิจการค้า ดังนั้นหน่วยธุรกิจจึงยอมทุ่มเงินจำนวนมหาศาลโฆษณาเพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยม หรือมิฉะนั้นก็เพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิมนั่นเอง

2.1.1.3.3 ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้เฉลี่ยสูงขึ้นความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนแปลงไปคือ มักจะลดการบริโภคสินค้าราคาถูก ขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง ในกรณีผู้ที่ต้องการเรียนกวดวิชาจะเลือกเรียนกวดวิชาที่มีคุณภาพและบริการสูงกว่า แต่ราคาต่อหน่วยการเรียนกวดวิชาก็จะมีราคาสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) หมายถึง ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆของรายได้ โดยกำหนดให้สิ่งอื่นคงที่เป็นต้นว่า ราคาของหน่วยการเรียนกวดวิชานั้น ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง รสนิยม และปัจจัยอื่นคงที่ ในกรณีของการเรียนกวดวิชาจัดได้ว่าเป็นสินค้าปกติ ซึ่งหมายถึงสินค้าทั่วไปซึ่งผู้บริโภคจะทำการซื้อเพิ่มเมื่อมีรายได้สูงขึ้น และจะซื้อน้อยเมื่อมีรายได้ลดลง

2.1.1.3.4 ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามปกติ ความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้านั้นน้อยลงและหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้ เช่น การลดราคาของสถาบันกวดวิชาที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน จะทำให้ผู้เรียนมีความโน้มเอียงไปในทางที่จะเลือกเรียนกับสถาบันกวดวิชาที่มีราคาถูกลงกว่า เป็นต้น

2.1.1.3.5 ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล ในกรณีนี้อาจหมายถึงช่วงเวลาใกล้ การสอบเข้าในระดับอุดมศึกษาจะทำให้อุปสงค์ของความต้องการเรียนกวดวิชามากขึ้น เป็นต้น

2.1.1.3.6 จำนวนประชากร เมื่อประชากรมีจำนวนมากขึ้นความต้องการ สินค้าและบริการย่อมมีมากขึ้น ปริมาณซื้อสินค้าและจำนวนประชากรจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ในกรณีนี้อาจกล่าวได้ว่า อัตราการแข่งขันในการสอบเข้าสถาบันอุดมศึกษาทวี ความรุนแรงมากขึ้นเท่าไรก็เปรียบเสมือนจำนวนประชากรหรือความต้องการเรียนกวดวิชาเพิ่ม สูงขึ้นโดยเปรียบเทียบ

ปัจจัยเหล่านี้คือตัวกำหนดอุปสงค์ ณ ระดับอุปสงค์หนึ่งๆ ปัจจัยเหล่านี้จะคงที่เสมอ แต่ถ้ายปัจจัยหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปก็ทำให้อุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปด้วย

#### 2.1.1.4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่สามารถอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคได้มี 2 ทฤษฎีด้วยกัน คือ

2.1.1.4.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการอธิบายโดยอาศัยทฤษฎี อรรถประโยชน์ นักเศรษฐศาสตร์ในทฤษฎีนี้เชื่อว่า การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการก็เพราะว่า สินค้าหรือบริการนั้นก่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภค หรืออีกนัยหนึ่งคือสินค้าและบริการนั้น สามารถสร้างอรรถประโยชน์ (Utility) หรือความพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ ซึ่ง Alfred Marshall นัก เศรษฐศาสตร์สมัย Neoclassic ได้ตั้งข้อสมมติว่า อรรถประโยชน์สามารถเป็นหน่วยและเรียก หน่วยของอรรถประโยชน์ว่า Utility

2.1.1.4.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการอธิบายโดยอาศัยเส้นแห่งความ พอดีเท่ากัน เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคโดยอาศัย Utility ซึ่งถือว่ามีขอบเขตจำกัด เนื่องจากการเลือก Utility เป็นสิ่งที่สามารถวัดเป็นหน่วยได้นั้นห่างไกลต่อความเป็นจริงมาก นัก เศรษฐศาสตร์รุ่นต่อๆมาได้ค้นพบเครื่องมือที่จะอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคเรียกว่า เส้นแห่งความ พอดีเท่ากัน ซึ่งอธิบายถึงการบริโภคว่า ถ้าผู้บริโภคเพิ่มการบริโภคสินค้าอย่างหนึ่ง ผู้บริโภค จะต้องลดการบริโภคสินค้าอีกอย่างหนึ่ง หรือในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้บริโภคลดการบริโภคสินค้า

อย่างหนึ่ง ผู้บริโภคจะต้องเพิ่มการบริโภคสินค้าอีกอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ไม่ว่าจะบริโภคสินค้า 2 ชนิด ปริมาณเท่าใดก็ตามผู้บริโภคจะได้รับความพอใจเท่ากัน

### 2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดด้านการตลาด

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (ยุพาวรรณวรรณวานิชย์, 2548) ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ (Marketing Mix หรือ 4P's) ดังต่อไปนี้

#### 2.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการจะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของบริการ คุณภาพของบริการ ระดับขั้นของการบริการ ตราสินค้า สายการบริการ การรับประกัน และการบริการหลังการขาย นั่นคือส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์บริการจะต้องครอบคลุมขอบข่ายที่กว้าง เช่น การสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า (Product Differentiate) ในเรื่องของการรับประกันการสอบเข้าเรียนต่อในสถาบันอุดมศึกษาโดยการคืนเงินค่าเรียนในหน่วยนั้นๆ เป็นต้น

#### 2.1.2.2 ราคา (Price)

การพิจารณาด้านราคานี้จะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือ ค่านายหน้า และเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อการค้า เนื่องจากราคามีส่วนในการให้บริการต่างๆ มีความแตกต่างกันและมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากบริการโดยเทียบระหว่างราคาและคุณภาพของบริการ

#### 2.1.2.3 การจัดจำหน่าย (Place)

ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของตลาดบริการ ทั้งนี้ความง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีใช่แต่เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นประเภทช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงบริการอีกด้วย

#### 2.1.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดรวบรวมวิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารกับตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะผ่านการโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขาย และรูปแบบอื่น ทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านสื่อ เช่น การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

โดยสรุปของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีกรอบแนวคิดทางทฤษฎีทั้ง 2 ประเภท ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ กล่าวคือ

**ประเภทแรก** เป็นแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่สามารถประยุกต์ใช้กับการลงทุนในด้านการศึกษา อันได้แก่ การลงทุนในการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และการเรียนกวดวิชา ถ้าบุคคลนั้นเห็นว่าคุ้มค่าต่อการลงทุน และไม่เลือกลงทุนศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และการเรียนกวดวิชา ถ้าบุคคลนั้นเห็นว่าไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ซึ่งความคุ้มค่าต่อการลงทุนในที่นี้หมายถึง คุ้มค่าถ้าคิดว่ามีส่วนทำให้รายได้ของบุคคลนั้นมากขึ้น หรือช่วยในการได้รับคัดเลือกในการรับเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาประเภทจำกัดรับเพื่อที่จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของเขาเมื่อเข้าสู่วัยทำงาน ในส่วนเรื่องของปัจจัยที่มากำหนดอุปสงค์ก็จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้เรียนต่อการเลือกสถานที่เรียนกวดวิชา

**ประเภทที่สอง** เป็นแนวคิดทางการตลาด ได้แก่ ทฤษฎีและแนวคิดทางการตลาดของธุรกิจกวดวิชาที่วิเคราะห์ถึงส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ว่ามีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของการเลือกเรียนกวดวิชาของผู้เรียนอย่างไร

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าและทบทวนวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้อง หรือใกล้เคียงกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนกวดวิชา พอสรุปได้ดังนี้

ในการคัดเลือกนิสิตนักศึกษา นั้น หากพิจารณาถึงการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นโอกาสทางการศึกษาที่จะต้องเท่าเทียมกันของนักเรียนทุกคนแล้ว การสอบคัดเลือกเข้าก็ไม่จำเป็นต้องมี สำหรับประเทศไทยนั้นเนื่องจากจำนวนนักเรียนที่ต้องการเข้าสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีสูงมาก การสอบคัดเลือกจึงยังมีความจำเป็น และจะทวีความเข้มข้นขึ้นเนื่องจากสัดส่วนของผู้มีความประสงค์ที่จะสอบมีอัตราเพิ่มขึ้นมากกว่าการเพิ่มการรับของนิสิต นักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในแต่ละปี (จรัส สุวรรณเวลาและคณะ, 2540)

ด้วยเหตุนี้ ความต้องการเพื่อเข้าเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทยจึงมีมากขึ้น ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2545) จึงได้ศึกษาสภาพปัจจุบันของการกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทยและพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั่วประเทศมีอัตราการกวดวิชาประมาณร้อยละ 30 ลักษณะการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในปัจจุบันร้อยละ 73.9 ของนักเรียนที่กวดวิชาเรียนกับโรงเรียนกวดวิชา ร้อยละ 36.7 เรียนจากที่อื่นซึ่งไม่ใช่โรงเรียนกวดวิชา (เช่น เรียนกับโครงการที่โรงเรียนจัดให้ เรียนกับครูในโรงเรียน และเรียนจากที่อื่นที่อยู่ใกล้โรงเรียน) สำหรับวิชาที่มีการเรียนกวดวิชา มากที่สุดในทุกระดับการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการเรียนจากโรงเรียนกวดวิชา หรือเรียนจากที่อื่นซึ่งไม่ใช่

โรงเรียนกวดวิชาคือ วิชาคณิตศาสตร์ สำหรับเหตุผลในการกวดวิชานั้น พบว่า ส่วนใหญ่ของ  
กลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่กวดวิชาเพราะต้องการให้ผลการเรียนดีขึ้น ในขณะที่ส่วนใหญ่ของ  
ผู้ปกครองก็มีความเห็นในทำนองเดียวกัน ส่วนข้อเสนอแนะเพื่อการลดการกวดวิชานั้น ส่วนใหญ่  
มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ต้องพัฒนาการสอนของครูในโรงเรียนให้ดีขึ้น

การเติบโตอย่างรวดเร็วของอัตราการกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นได้สร้าง  
คำถามที่น่าสนใจว่า อะไรเป็นตัวกำหนดอุปสงค์ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาและความสำเร็จในการ  
สอบเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา การศึกษาของ ประภาภรณ์ เจริญกุล (2542) พบว่า  
ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ที่มีต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สายวิชา  
คณิตศาสตร์ - วิทยาศาสตร์ ของโรงเรียนรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ อายุ เพศ รายได้  
ผู้ปกครอง ค่าใช้จ่ายในการเรียนกวดวิชา ผลการเรียนเดิม และขนาดของโรงเรียน โดยนักเรียน  
ชายมีความน่าจะเป็นในการเรียนกวดวิชามากกว่านักเรียนหญิง นักเรียนที่มีอายุมากมีความ  
น่าจะเป็นในการเรียนกวดวิชามากกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย นักเรียนที่ผู้ปกครองมีระดับรายได้  
20,001 - 30,000 บาท มีความน่าจะเป็นในการเรียนกวดวิชามากกว่านักเรียนที่ผู้ปกครองมี  
รายได้ต่ำกว่า 20,001 บาท และนักเรียนที่ผู้ปกครองมีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ค่าใช้จ่ายใน  
การเรียนกวดวิชาส่งผลในทางลบกับความน่าจะเป็นในการเรียนกวดวิชา นักเรียนที่มีผลการเรียน  
ในระดับต่ำจะมีความน่าจะเป็นในการเรียนกวดวิชามากกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนในระดับสูง  
และนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนขนาดเล็กมีความน่าจะเป็นในการเรียนกวดวิชาน้อยกว่านักเรียนใน  
โรงเรียนขนาดกลางและขนาดใหญ่ ในส่วนของค่าใช้จ่าย นักเรียนที่เรียนกวดวิชาจะมีค่าใช้จ่าย  
สูงกว่าค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเพื่อเตรียมตัวสอบของนักเรียนที่ไม่ได้เรียนกวดวิชาค่อนข้างมาก คะแนน  
สอบหลายวิชาของนักเรียนที่เรียนกวดวิชาไม่สูงกว่าคะแนนสอบของนักเรียนที่ไม่เรียนกวดวิชา  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่า ขนาดของโรงเรียนและผลการเรียนของนักเรียนยังมี  
ผลต่อการสอบคัดเลือก

ความนิยมเรียนกวดวิชาดังกล่าวข้างต้นนั้นได้กระตุ้นให้ คณะกรรมการดำเนินการ  
วิจัย กระทรวงศึกษาธิการ (2547) สนใจว่า การกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอน  
ปลายจะมีผลต่อการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษามากน้อยเพียงใด  
ซึ่งก็พบว่า กลุ่มนักเรียนที่เรียนกวดวิชามีโอกาสสอบคัดเลือกได้มากกว่า 1.57 เท่า เมื่อ  
เปรียบเทียบกับกลุ่มนักเรียนที่ไม่ได้กวดวิชา โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนที่กวดวิชาแบบติวก่อนสอบ  
จะมีโอกาสสอบเข้าเอนทรานซ์ได้มากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับนักเรียนที่ไม่ได้กวดวิชาถึง 2 เท่า  
นอกจากนี้ยังพบอีกว่า การกวดวิชาไม่มีผลต่อการสอบเอนทรานซ์โดยตรง แต่ตัวแปรอื่นที่มีผลต่อ

การสอบเอนทรานซ์ ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนมัธยมปลาย (GPA) การเรียนที่ตรงตามสาขาที่ต้องการ และอาชีพของผู้ปกครอง

ผลจากการศึกษานี้เห็นได้ว่า การเรียนกวดวิชาไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ทำให้นักเรียนสอบเรียนต่อได้ แต่การสอบเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาได้นั้นปัจจัยอยู่ที่ตัวนักเรียนเอง โดยเฉพาะผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในระดับมัธยมศึกษา จึงไม่จำเป็นต้องเร่งกวดวิชาก่อนสอบ เพียงเพื่อการสอบเรียนต่อ แต่ควรส่งเสริมให้มีการเรียนรู้เพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้ดีขึ้น หรือเรียนกวดวิชาแบบซ่อมเสริมในบางเนื้อหาวิชาที่ยังอ่อนอยู่ โดยที่ GPA เป็นตัวแปรสำคัญในการสอบเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา จึงควรมุ่งพัฒนาตัวผู้เรียนให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และควรปรับปรุงระบบการวัดและประเมินผลให้สอดคล้องกับเป้าหมายของหลักสูตร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเค้าโครงของวรรณกรรมปริทัศน์ในอดีตมาประยุกต์ใช้ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องของปัจจัยและพฤติกรรมของการเลือกเรียนกวดวิชาต่อการรับเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีความแตกต่างจากวรรณกรรมปริทัศน์ดังกล่าวคือ การที่เลือกศึกษาวิจัยเปรียบเทียบในกลุ่มของนักศึกษาศาขานิติศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษารัฐบาลประเภทจำกัดรับและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนในการได้รับความสำเร็จในการได้รับคัดเลือกในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลประเภทจำกัดรับ รวมถึงวิเคราะห์ในเรื่องของปัจจัยในการให้ความสำคัญต่อการเลือกเรียนหรือไม่เรียนกวดวิชาว่ามีผลต่อความสำเร็จในการได้รับคัดเลือกในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลประเภทจำกัดรับอย่างไร