

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้ เป็นการนำเสนอกรอบการวิเคราะห์และรายละเอียดการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นการนำเสนอกรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย การศึกษาจำนวนผู้ประกอบการ อำนาจทางการตลาด การกระจุกตัวของตลาด การทดแทนกันของสินค้า การเข้าออกจากตลาด และความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ส่วนที่สอง เป็นการนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาและไม่ใช่ราคา และส่วนที่สาม เป็นการนำเสนอกรอบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยจะแบ่งกรอบในการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น โดยส่วนที่ 3.1 และ 3.2 จะเป็นการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาและไม่ใช่ราคา และส่วนที่ 3.3 จะเป็นการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ซึ่งรายละเอียดทั้งสามส่วนของกรอบการวิเคราะห์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

3.1 กรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของ

โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ

1) ศึกษาถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ

ศึกษาถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ โดยใช้วิธีบรรยายประกอบกับตารางและตัวเลขต่างๆ (Descriptive Method) เพื่ออธิบายถึงสภาพปัจจุบันของโรงเรียนกวดวิชา โดยแสดงจำนวน

1.1) ศึกษาถึงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจกวดวิชา อำนาจทางการตลาด และการวัดการกระจุกตัว

(1) การศึกษาจำนวนผู้ประกอบการ

(2) อำนาจทางการตลาด

(3) การกระจุกตัวของตลาด

ศึกษาถึงโครงสร้างการตลาดในแต่ละเขตพื้นที่ โดยจะทำการวิเคราะห์ ด้วยการใช้ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) และการกระจุกตัวของธุรกิจในแต่ละเขตพื้นที่ โดยใช้ทฤษฎีการกระจุกตัวของตลาด

อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio)

$$CR_n = \frac{\sum_{i=1}^n S_i}{T}$$

โดย CR_n = อัตราการกระจุกตัวของโรงเรียนกวดวิชาจำนวน n หน่วย

S_i = ยอดขายของจำนวนโรงเรียนกวดวิชาที่ i

T = ยอดขายทั้งหมดของโรงเรียนกวดวิชาในพื้นที่ที่กำหนด (ในแต่ละบริเวณที่มีการกระจุกตัว)

n = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดของโรงเรียนกวดวิชาในพื้นที่ที่กำหนด (ในแต่ละบริเวณที่มีการกระจุกตัว)

โดยทฤษฎีนี้ให้คำอธิบายว่า หากพื้นที่ใดมีอัตราการกระจุกตัวของธุรกิจมาก นั่นหมายความว่า มีธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่เข้ามาแข่งขันในพื้นที่นั้นๆ ค่อนข้างน้อย และในทางกลับกันหากพื้นที่ใดมีอัตราการกระจุกตัวของธุรกิจค่อนข้างน้อย นั่นหมายความว่า มีธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเข้ามาแข่งขันในพื้นที่นั้นๆ ค่อนข้างมาก

สำหรับพื้นที่ทำการศึกษาจะเลือกศึกษาใน 3 เขตพื้นที่ทำการศึกษา คือ เขตพระนคร เขตปทุมวัน และเขตบางกอกน้อย สำหรับเหตุผลของการเลือกพื้นที่ที่ทำศึกษานั้นได้ระบุไว้ใน ส่วนของขอบเขตการศึกษา นอกจากนี้ สถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาทั้ง 3 เขตพื้นที่ที่เลือก ทำการศึกษามีจุดเด่นที่โรงเรียนกวดวิชาแต่ละแห่งจะตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถ เดินทางไปมาระหว่างกันได้ ในระยะเวลาไม่เกิน 10 นาที นอกจากนี้ โรงเรียนกวดวิชาบางแห่งมีการ เช้าอาคารเดียวกันเพื่อเปิดโรงเรียนกวดวิชา ดังนั้น การวิเคราะห์การกระจุกตัวของธุรกิจในแต่ละ เขตพื้นที่ ภายใต้ภาวะที่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่ค่อนข้างสูง และการจรรยาบรรณติดขัดของ กรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์จะทำให้ทราบถึง บริเวณนั้นมีการแข่งขันกันมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ในส่วนของการโครงสร้างตลาด โดยเฉพาะค่าอัตราการกระจุกตัวของ ตลาดเพื่อศึกษาว่าธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในแต่ละเขตมีพฤติกรรมการแข่งขันกันเป็นอย่างไรนั้น มี ข้อจำกัดในการวิเคราะห์เนื่องจากผู้เรียนสามารถเดินทางไปเรียนนอกเขตพื้นที่ทำการศึกษาได้ ทำ ให้อาจมีการมองว่าโรงเรียนที่อยู่ในต่างเขตพื้นที่กันนั้นเป็นคู่แข่งของธุรกิจในเขตพื้นที่ทำการศึกษา ด้วย แต่ในความเป็นจริงแล้ว การตั้งโรงเรียนกวดวิชาในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขต กรุงเทพมหานครและในเขตตัวเมืองของต่างจังหวัด จะมีการตั้งโรงเรียนกวดวิชาที่เรียกว่าเป็น ลักษณะการรวมธุรกิจแบบคลัสเตอร์ (Cluster) นั่นคือ มีการเดินทางไปมาระหว่างโรงเรียนที่เป็นคู่แข่ง ทางธุรกิจกันได้อย่างสะดวก ทั้งๆ ที่โรงเรียนกวดวิชาแต่ละแห่งมีการแข่งขันกัน แต่ยังคงเลือกตั้ง โรงเรียนกวดวิชาในบริเวณเดียวกัน นอกจากนี้ ต่างเขตพื้นที่กันมักจะมีโรงเรียนกวดวิชาแห่ง เดียวกันแต่ทำการขยายสาขาไปตั้งในต่างพื้นที่ ประกอบกับภาวะที่การจรรยาบรรณติดขัดและค่าใช้จ่าย ในการเดินทางที่สูง รวมทั้งความรู้ที่ได้จากโรงเรียนกวดวิชาแต่ละแห่งสามารถทดแทนกันได้เป็น อย่างดี ทำให้การวิเคราะห์ค่าอัตราการกระจุกตัวของตลาด เพื่อจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรม การแข่งขันแต่ละเขตพื้นที่ได้ รวมทั้งจะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ต่อไปด้วย เนื่องจาก 3 เขตพื้นที่ ดังกล่าว มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ซึ่งได้อธิบายความแตกต่างของ 3 เขตพื้นที่ไว้แล้วในส่วน ของขอบเขตการศึกษา

สำหรับข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์การกระจุกตัวในแต่ละเขตพื้นที่นั้น สามารถกระทำ ได้หลายวิธี ในการได้มาซึ่งยอดรายรับรวมของกิจการในแต่ละปี ดังนี้

วิธีที่ 1) การใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการลงพื้นที่ สํารวจจำนวนที่นั่ง (เก้าอี้) ของแต่ละ โรงเรียนกวดวิชา และนำมาคูณกับค่าเล่าเรียนและจำนวนรอบที่เปิดการสอน คือ

ยอดขาย = จำนวนรอบที่เปิดสอนในแต่ละปี X จำนวนที่นั่ง X ค่าเล่าเรียนเฉลี่ยตลอดทั้งปี

แต่วิธีนี้จะพบอุปสรรค คือ ไม่ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความเป็นจริง เนื่องจากโรงเรียน กวดวิชาภาษาอังกฤษเกือบทุกแห่งไม่ได้เปิดสอนเฉพาะหลักสูตรเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศเท่านั้น แต่มีการเปิดสอนหลักสูตรภาษาอังกฤษประเภทอื่นๆ ด้วย ทำให้มีการวางจำนวนที่นั่ง(เก้าอี้) มากกว่าจำนวนนักเรียนที่สมัครเรียนหลักสูตรเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศในแต่ละรอบ อีกทั้ง โดยทั่วไปโรงเรียนกวดวิชาที่มีจำนวนที่นั่งมากกว่าจำนวนที่นั่งที่มีการใช้จริง เนื่องจากเพื่อที่จะ รองรับจำนวนนักเรียนในแต่ละรอบที่ไม่เท่ากัน

วิธีที่ 2) การใช้ข้อมูลทุติยภูมิ เนื่องจากโรงเรียนกวดวิชาทุกแห่งจะต้องแจ้ง รายละเอียดเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชากับหน่วยงานราชการ อาทิ สำนักบริหารงานคณะกรรมการ ส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และ สำนักงานเขตในแต่ละพื้นที่เป็นต้น นอกจากนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ของโรงเรียนกวดวิชาที่ไม่ได้ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จึงไม่สามารถเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับงบการเงินได้ทางเว็บไซต์ แต่จะ สามารถซื้อข้อมูลเกี่ยวกับงบการเงินที่โรงเรียนกวดวิชาที่แต่ละโรงเรียนได้จัดส่งให้กับกรมพัฒนา ธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ แต่ปัญหาที่ได้รับคือ ในงบการเงินที่รายงานไม่ได้มีการแยกเฉพาะ หลักสูตรการกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศ (TOEFL/IELTS) ทำให้วิธีการศึกษาวิธีที่สอง ประสบกับอุปสรรค

วิธีที่ 3) การใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการลงพื้นที่สำรวจจำนวนนักเรียนที่มาเรียน และ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน โดยมีแนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1) สำรวจ ณ วันแรกของการเปิดหลักสูตร โดยดูจากประกาศรายชื่อ หน้าชั้นเรียน ทำให้ได้จำนวนนักเรียนที่เรียนในหลักสูตรนั้นทั้งหมด ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลได้จากโรงเรียนกวดวิชาบางแห่ง เช่น สถาบันภาษาของมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ และคณะศิลปศาสตร์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แนวทางที่ 2) สำรวจ ณ วันแรกของการเปิดหลักสูตร โดยดูจากจำนวนนักเรียน ที่เข้าชั้นเรียน เนื่องจากวันแรกของการเรียนจะมีนักเรียนมาเข้าชั้นเรียนมากที่สุด ซึ่งถือได้ว่าเป็น ข้อมูลที่ถูกต้องรองลงมา

แนวทางที่ 3) ทำการสุ่มสำรวจอย่างน้อย 3 ครั้ง โดยสำรวจในช่วงเวลาที่ แตกต่างกันวันสุดสัปดาห์วันธรรมดา และวันหยุดนักขัตฤกษ์ แล้วทำการหาค่าเฉลี่ย

แนวทางที่ 4) ใช้วิธีสอบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน
กวดวิชา

ทั้งนี้ ทั้ง 3 แนวทางแรกดังกล่าว จะใช้วิธีสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของ
โรงเรียนกวดวิชาประกอบด้วย เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

สำหรับการประมาณค่ายอดรายรับ ในกรณีที่มีการใช้กลยุทธ์ราคาประกอบนั้น มี
แนวทางในการกำหนดราคาค่าเล่าเรียนที่ใช้ในการคำนวณ ดังนี้

แนวทางที่ 1) ในกรณีที่มีการใช้กลยุทธ์ราคาแบบทำการเก็บสองต่อ คือ การเก็บ
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า และการเก็บค่าเล่าเรียนอีกต่อหนึ่งนั้น โรงเรียนกวดวิชาที่ใช้วิธีการนี้ทั้งหมด
เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มีผู้เรียนจำนวนไม่มาก กล่าวคือ มีนักเรียนนักศึกษาที่เรียนในหลักสูตร
TOEFL/IELTS ไม่เกิน 12 คนต่อเดือนและค่าธรรมเนียมแรกเข้าก็ไม่สูงมากคือไม่เกิน 300 บาท
ดังนั้น ในการคำนวณจึงไม่ได้นับรวมค่าธรรมเนียมแรกเข้า เนื่องจากค่าธรรมเนียมดังกล่าวอาจ
เกิดจากนักเรียนนักศึกษาเรียนหลักสูตรอื่น เช่น คอมพิวเตอร์ แล้วมาเรียนภาษาเพิ่มเติม ซึ่งทำให้
ยากต่อการแบ่งแยกว่าค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักเรียนนักศึกษาที่เรียนเฉพาะหลักสูตร
TOEFL/IELTS

แนวทางที่ 2) ในกรณีที่มีการใช้กลยุทธ์ราคาและมีการแบ่งแยกราคาขาย เช่น การ
กำหนดอัตราค่าเล่าเรียนแบบขั้นบันไดนั้น จะทำการประมาณยอดรายรับของค่าเล่าเรียนจาก
ขั้นบันไดที่มีราคาค่าเล่าเรียนที่สูงที่สุดมาคูณกับจำนวนนักเรียนในขณะนั้น เนื่องจากโรงเรียนที่มี
การใช้กลยุทธ์การแบ่งค่าเล่าเรียนตามลำดับขั้นบันไดนั้น มีจำนวนนักเรียนเรียนไม่มาก กล่าวคือ
ไม่เกิน 20 รายต่อเดือน และนักเรียนนักศึกษาเกือบทั้งหมดเลือกสมัครแบบเรียนจำนวนชั่วโมง
น้อยที่สุด นั่นคือ นักเรียนนักศึกษาเหล่านั้นจะต้องจ่ายค่าเล่าเรียนในอัตราสูงสุด หรืออัตราแรกที่
โรงเรียนกวดวิชากำหนดก่อนที่จะลดราคาเป็นลำดับขั้นบันได อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะใช้ระดับ
ราคาสูงสุดแทนระดับราคาเฉลี่ย หรือ ระดับราคาที่ต่ำที่สุดในการประมาณค่าก็ไม่ส่งผลกระทบต่อ
การวิเคราะห์เมื่อเทียบกับรายรับของโรงเรียนกวดวิชาที่เป็นผู้นำตลาด ดังนั้น เพื่อให้ข้อมูล
ใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด เพราะนักเรียนเกือบทั้งหมดเลือกเรียนแบบจำนวน
ชั่วโมงน้อยที่สุด (จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนกวดวิชา) ฉะนั้น ผู้วิเคราะห์
จึงเลือกระดับราคาค่าเล่าเรียนในอัตราสูงสุดตามที่กล่าวไว้ข้างต้น

นอกจากนี้ จะทำการวิเคราะห์ผลการดำเนินการของโรงเรียนกวดวิชาอย่างน้อย 1
โรงเรียน ด้วยอัตราผลตอบแทนจากยอดขาย โดยจะทำการประมาณการรายรับ จากการออก

1.2) การทดแทนกันของสินค้า

ศึกษาถึงสิ่งทดแทนการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศ โดยทำการสำรวจผู้ที่เรียนกวดวิชา TOEFL และ IELTS ถึงสิ่งที่สามารถทดแทนการเรียนกวดวิชาได้ โดยการออกแบบสอบถาม แล้วนำเสนอในรูปแบบของสัดส่วนร้อยละ ตลอดจนนำมาหาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพของผู้เรียนกวดวิชา (คือ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้) ที่มีต่อสิ่งทดแทนการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศ

1.3) การเข้าออกจากตลาด

ศึกษาถึงการเข้าออกของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศ โดยจะเป็นการประเมินต้นทุนจมอย่างคร่าวๆ ที่ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาได้ลงทุนไป ซึ่งข้อมูลที่เป็นข้อมูลจากการสอบถามผู้บริหารกิจการ

1.4) ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร

ศึกษาถึงความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสารของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา โดยออกแบบสอบถาม เพื่อถามผู้ที่มาเรียนกวดวิชาถึงเหตุผลในการตัดสินใจมาเรียนกวดวิชา และเมื่อเรียนไปแล้วมีความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหน รวมทั้งถามเพิ่มเติมว่า ข้อมูลอะไรที่ผู้เรียนต้องการทราบเพิ่มเติมก่อนสมัครเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ

3.2 กรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขัน

3.2.1 พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา

ศึกษาถึงพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา (Price Competition) โดยแสดงการเปรียบเทียบราคาต่อชั่วโมงของโรงเรียนกวดวิชาทุกแห่งของในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษารวมทั้งการแสดงราคาเปรียบเทียบราคาต่อชั่วโมงของโรงเรียนกวดวิชาบางแห่งย้อนหลังมากที่สุด 5 ปี (หากเจ้าหน้าที่ที่ไปสัมภาษณ์ให้ข้อมูล) รวมทั้งแสดงจำนวนครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงราคา พร้อมทั้งอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงราคา เช่น (1) เพราะค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น (2) เพราะคู่แข่งลดราคา (3) เพราะจำนวนนักเรียนนักศึกษาลดลง (4) เพราะมีการลงทุนในอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้กับโรงเรียนมากขึ้น (5) เพราะมีต้นทุนในการปรับปรุงการเรียนการสอน เป็นต้น ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.2.2 พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา

ศึกษาถึงพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non-Price Competition) โดยจะทำการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่โรงเรียนกวดวิชานำมาใช้ใน 4 ประเด็น คือ คือ รูปแบบการเรียนการสอน/อาจารย์ผู้สอน เอกสารที่ใช้ประกอบการสอน สถานที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชา และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

3.3 กรอบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง

โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ

ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในของโรงเรียนกวดวิชา โดยจะทำการวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ โดยจะทำการวิเคราะห์โดยสรุปออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มีการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลุ่มที่ 2 เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มีการเติบโตของรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง และกลุ่มที่ 3 เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มีอัตราการเติบโตของรายได้คงที่หรือไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนมากนัก ในช่วงปี 2551 – เดือนกรกฎาคม 2552