

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 บทสรุป

สภาพสังคมในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต เนื่องจากบุคคลทั่วไปสามารถยกระดับทางสังคมให้เป็นที่ยอมรับได้ด้วยการศึกษาที่สูงขึ้น ประกอบกับมีหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนให้การอุดหนุนบุคลากรไปศึกษาต่อต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งผู้ประกอบการที่มีฐานะส่วนใหญ่นิยมให้ลูกหลานไปศึกษาต่อต่างประเทศ ทำให้ความต้องการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนและนักศึกษา เพื่อเข้าศึกษาต่อต่างประเทศมีมากขึ้น และตลาดธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศก็ตอบสนองโดยมีการขยายจำนวนโรงเรียนมากขึ้น จนกระทั่งภาวะการแข่งขันทางธุรกิจกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศมีความรุนแรงมากขึ้น อันมีผลต่อความนิยมที่เพิ่มขึ้นของโรงเรียนกวดวิชาแห่งนั้นที่จะสามารถขยายสาขาหรือความนิยมที่ลดลงอาจต้องปิดกิจการลง

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเรื่องนี้ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการแข่งขันของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ ทั้งในด้านราคาและที่ไม่ใช่ด้านราคา รวมทั้งเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาด (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด) ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ และความสัมพันธ์ของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด โดยใช้วิธีการศึกษาในเชิงแบบพรรณนาความ (Descriptive Method) เป็นหลัก และใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ประกอบกับการเข้าสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการหรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึกและการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักเรียนนักศึกษาที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนหลักสูตร TOEFL/IELTS ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ในเขตพระนคร เขตปทุมวัน และเขตบางกอกน้อย

การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะลงทุนในกิจการธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศและเป็นการกระตุ้นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนกวดวิชาเพื่อให้สามารถกำกับดูแลกิจการโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

### 5.1.1 สภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

ผลของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโรงเรียนกวดวิชาด้วย 5 ตัวแปร ตามทฤษฎีลักษณะโครงสร้างการตลาด ได้แก่ (1) ลักษณะบริการความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากแต่ละสถานศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันทั้งในประเภทอาจารย์ผู้สอน รูปแบบในการสอน ศิลปะในการถ่ายทอดความรู้ ตลอดจนสภาพและบรรยากาศในห้องเรียน (2) จำนวนผู้ซื้อผู้ขาย อำนาจทางการตลาด และการวัดการกระจุกตัว ซึ่งพบว่า ทั้งหลักสูตร TOEFL และ IELTS มีการกระจุกตัวที่ค่อนข้างสูงของผู้ประกอบการ 3 รายแรก และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างเขตแล้ว เขตปทุมวันมีอัตราการกระจุกตัวน้อยที่สุด รองลงมาเป็นเขตพระนคร และบางกอกน้อย ตามลำดับ (3) ความสามารถในการทดแทนความรู้ภาษาอังกฤษจากการเรียนกวดวิชา พบว่า มีหลายช่องทางที่จะได้รับความรู้ภาษาอังกฤษมาทดแทนการเรียนกวดวิชา แต่ประสิทธิภาพของช่องทางอื่นนั้นยังไม่เพียงพอเท่ากับช่องทางการเรียนกวดวิชาจากสถาบันกวดวิชา (4) การเข้าออกจากตลาดนั้น ไม่สามารถเข้าออกจากตลาดได้อย่างเสรี เนื่องจากมีอุปสรรคในด้านต้นทุนเกิดขึ้น ซึ่งต้นทุนที่สำคัญเป็นอันดับแรกได้แก่ ต้นทุนในการก่อสร้างอาคารสถานที่ รองลงมาคือ ต้นทุนในด้านการประชาสัมพันธ์และต้นทุนที่เป็นผลตอบแทนให้กับอาจารย์ผู้สอน ตามลำดับ (5) ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร พบว่า ทั้งนักเรียนนักศึกษาและโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศต่างก็ไม่มีข้อมูลที่สมบูรณ์ซึ่งกันและกัน กล่าวคือ นักเรียนนักศึกษาไม่ทราบคุณภาพของการสอนจนกว่าจะเรียนจบและนักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่ก็จะไม่เรียนซ้ำหลักสูตรเดิม แต่นักเรียนจะทราบข้อมูลคร่าวๆ ล่วงหน้าได้จากการทดลองเรียนฟรี ตำราที่ใช้ประกอบการเรียน ห้องเรียนและอุปกรณ์การเรียน ตลอดจนการสอบถามข้อมูลจากคนรู้จักที่เคยเรียนโรงเรียนกวดวิชานี้มาก่อน ในขณะเดียวกันโรงเรียนกวดวิชาก็ไม่ทราบว่านักเรียนนักศึกษามีความต้องการให้โรงเรียนเน้นสอนในทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน หรือการเขียนเป็นพิเศษ จึงจำเป็นต้องสอนทุกทักษะในจำนวนชั่วโมงที่เท่ากัน

เหตุผลหนึ่งที่ทำให้โครงสร้างตลาดของเขตพระนครและเขตบางกอกน้อยมีการกระจุกตัวในยอดขายค่อนข้างมากนั้น เนื่องจากมีจำนวนนักเรียนที่มาเรียนในเขตนี้ไม่มากนัก และผู้ประกอบการรายเดิมไม่ได้ตั้งราคาสูงจนเกินไปที่จะทำให้มีส่วนเกินทางเศรษฐกิจที่จะจูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขัน ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหม่ก็ไม่ประสงค์ที่จะเข้ามาแข่งขันในเขตพื้นที่มีปริมาณอุปสงค์ของการเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศที่จำกัด เพราะการเข้ามาแข่งขันจะทำให้ทั้งผู้ประกอบการรายเดิมและรายใหม่ขาดทุน ในขณะที่เขต

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการกระจุยตัวของโรงเรียนกวดวิชาที่เปิดสอนหลักสูตร IELTS ในเขตปทุมวันและเขตพระนครมีแนวโน้มการกระจุยตัวที่ลดลง ในช่วงปี 2551-2552 นั้นแสดงว่ามีการแข่งขันกันมากขึ้น แต่ในเขตบางกอกน้อยมีแนวโน้มการกระจุยตัวที่มากขึ้น นั่นคือ จะมีการแข่งขันของธุรกิจกันลดลง ซึ่งอาจนำไปสู่การผูกขาดของผู้ประกอบการรายใหญ่รายแรก

### 5.1.2 พฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

#### 1) พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา

การแข่งขันด้านราคาของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา พบว่า ไม่พบการแข่งขันทางด้านราคาที่ชัดเจน กล่าวคือ ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2548-2552) โรงเรียนกวดวิชาทั้งหมด 41 ที่ตั้งอยู่ในทั้ง 3 เขตพื้นที่ แต่ละโรงเรียนมีการเปลี่ยนแปลงราคา 0-3 ครั้ง ซึ่งโรงเรียนกวดวิชาเกือบทั้งหมดทำการปรับขึ้นราคา และการปรับราคาของโรงเรียนกวดวิชานั้นจะไม่ได้ปรับราคาขึ้นพร้อมกันอย่างชัดเจน นอกจากนี้ อัตราการกระจุยตัวของรายได้ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับการตั้งราคา กล่าวคือ โรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตรเดียวกันที่มีอัตราการกระจุยตัวสูงไม่ได้มีการตั้งราคาต่ำแล้วเรียนต่อชั่วโมงที่สูงตาม ในการตั้งราคาต่ำแล้วเรียนนั้นโรงเรียนกวดวิชาส่วนใหญ่จะมีการตั้งราคาตามความเชื่อและประสบการณ์ที่คิดว่าราคาต่ำแล้วเรียนนั้นและมีความเชื่อว่านักเรียนนักศึกษามีความสามารถในการจ่ายได้ โดยโรงเรียนกวดวิชาเกือบทั้งหมดจะไม่สนใจการเปลี่ยนแปลงราคาของโรงเรียนกวดวิชารายอื่น

อย่างไรก็ตาม โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศขนาดเล็ก (ในที่นี้ หมายถึง มีส่วนแบ่งการตลาดจำนวนนักเรียนน้อยกว่าร้อยละ 10 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมดในเขตนั้น) ส่วนใหญ่แล้วจะมีการตั้งราคาให้สอดคล้องกับราคาในท้องตลาด หรือคงราคาเดิมไว้ เพื่อไม่ให้เสียฐานลูกค้าไป นอกจากนี้ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศขนาดเล็กบางแห่งมีการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์เข้ามากำหนดราคาต่ำแล้วเรียน เช่น การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติชั้นสอง (อัตราค่าเล่าเรียนแตกต่างกันในแต่ละช่วงจำนวนชั่วโมงเรียน) การตั้งราคาแบบแบ่งแยกราชชาขาระดับสาม (อัตราค่าเล่าเรียนของนักเรียนนักศึกษา 2 กลุ่มไม่เท่ากัน เช่น กลุ่มนักเรียน

## 2) พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช้ราคา พบว่า

2.1) รูปแบบการเรียนการสอนอาจารย์ผู้สอนนั้น แต่ละโรงเรียนจะมีจุดขายเป็นการเฉพาะ กล่าวคือบางโรงเรียนเน้นอาจารย์ชาวไทยที่มีประสบการณ์ ในขณะที่บางโรงเรียนเน้นชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา รวมถึงบางโรงเรียนเน้นสอนสด ในขณะที่บางโรงเรียนเน้นการสอนด้วย VDO ซึ่งนักเรียนนักศึกษาสามารถดูได้ไม่จำกัด

2.2) เอกสารประกอบการสอน พบว่า บางโรงเรียนให้ตำราจากต่างประเทศ ในขณะที่บางโรงเรียนจัดพิมพ์เป็นตำราของโรงเรียน

2.3) สถานที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชา พบว่า โรงเรียนกวดวิชาที่ตั้งใหม่ส่วนใหญ่มาตั้งในศูนย์การค้ามากขึ้น

2.4) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ พบว่ามีการดำเนินการหลายรูปแบบ เช่น การพูดปากต่อปาก แผ่นพับ ป้ายโฆษณา การส่งข้อความสั้น (SMS) การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น

นอกจากนี้ ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่มีการวางแผนทางธุรกิจร่วมด้วย กล่าวคือ มีฝ่ายบริหาร ฝ่ายการตลาด ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำงานร่วมกับฝ่ายวิชาการ ในขณะที่โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ พบว่า เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่ชื่อเสียงอยู่เดิม ประกอบธุรกิจการสอนและบริหารด้วยตนเอง มักจะไม่สามารถปรับตัวได้ทัน ทั้งเทคนิคในการบริหารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับข้อสอบจริง

### 5.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจโรงเรียนกวดวิชากับสภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา กับสภาพแวดล้อม ได้จำแนกออกเป็น 3 กลุ่มตามอัตราการเติบโตของรายได้ในช่วง 3 ปี พบว่า **กลุ่มที่ 1** โรงเรียนกวดวิชาที่มีอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จุดแข็งที่สำคัญ คือ มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีฝ่ายบริหารและประชาสัมพันธ์ จุดอ่อนของกลุ่มที่ 1 นี้ไม่พบ เนื่องจากเปลี่ยนเป็นโอกาสได้ โอกาสที่สำคัญคือ สามารถลดต้นทุนการประชาสัมพันธ์เนื่องจากเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว และข้อจำกัดที่สำคัญ คือ ความยืดหยุ่นในการปรับตัวของกิจการ **กลุ่มที่ 2** โรงเรียนกวดวิชาที่มีอัตราการเติบโตของรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง จุดแข็งที่สำคัญคือ ความมีชื่อเสียงของกิจการ จุดอ่อนที่สำคัญ คือ อาจารย์มีอายุมากไม่สามารถถ่ายโอนงานให้ผู้อื่นช่วยเหลือได้ และขาดทักษะทางด้านบริหาร โอกาสที่สำคัญ คือ ปริมาณความต้องการเรียนหลักสูตร TOEFL และ IELTS มีมากขึ้น และข้อจำกัดที่สำคัญ คือ ไม่สามารถปรับเนื้อหาตามข้อสอบที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ทัน **กลุ่มที่ 3** โรงเรียนกวดวิชาที่มีอัตราการเติบโตของรายได้คงที่ จุดแข็งที่สำคัญ คือ มีผู้สอนหลายคน มีแผนการสอนที่ชัดเจน จุดอ่อนที่สำคัญคือ มีการเข้าออกจากกิจการของอาจารย์ผู้สอนสูง โอกาสที่สำคัญ คือ เป็นที่ไว้วางใจเนื่องจากโรงเรียนกวดวิชาเป็นผู้จัดสอบข้อสอบมาตรฐาน และข้อจำกัดที่สำคัญ คือ ความยืดหยุ่นในการปรับตัวของกิจการ

### 5.1.4 ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารกิจการหรือเจ้าหน้าที่

พบว่า ผู้บริหารของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์มุ่งที่จะถ่ายทอดความรู้ภาษาอังกฤษมากกว่ามุ่งให้นักเรียนนักศึกษาสอบได้คะแนนสูง นอกจากนี้ ยังพบว่าความสามารถในการบริหารจัดการของธุรกิจมีความแตกต่างกัน ระดับของเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการสอนมีความแตกต่างกัน รูปแบบการสอนมีความแตกต่างกัน ตลอดจนศักยภาพในการหาแหล่งเงินทุนมีความแตกต่างกัน สำหรับทัศนคติของผู้บริหารกิจการต่อการตั้งราคาค่าเล่าเรียน พบว่า

1) ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มการขึ้นราคาค่าเล่าเรียน เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของโรงเรียนกวดวิชาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเกินกว่าร้อยละ 20-30 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเดิม

2) ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนราคาตามคู่แข่งหรือตามราคาตลาด หากคู่แข่งประเภทเดียวกันมีการเปลี่ยนแปลงราคา (ขึ้น/ลง) ราคาร้อยละ 10-15 จากเดิม

3) ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะลดราคาลง หากจำนวนนักเรียนนักศึกษาลดลงมากกว่า ร้อยละ 10-15 จากเดิม

4) ผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคาค่าเล่าเรียน หากมีความจำเป็นที่จะต้องลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกเกินกว่าร้อยละ 20-25 ของที่เป็นอยู่

5) ผู้บริหารกิจการมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคาค่าเล่าเรียน หากมีต้นทุนในการปรับปรุงการเรียนการสอนมากกว่าร้อยละ 30 จากที่เป็นอยู่

#### 5.1.5 ทศนคติของนักเรียนนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนกวดวิชา

ปัจจัยที่นักเรียนนักศึกษาให้ความสำคัญในการตัดสินใจสมัครเรียนมากที่สุด คือ รูปแบบการสอน ร้อยละ 49.40 รองลงมาคือ เอกสารประกอบการสอนและสถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชา ร้อยละ 20.57 และ 19.55 ตามลำดับ และสุดท้ายคือรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 5.37

#### 5.1.6 ทศนคติของนักเรียนที่มีต่อการปรับปรุงหลักสูตร สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านรูปแบบการสอน พบว่า นักเรียนนักศึกษาต้องการให้โรงเรียนมีการปลูกจิตสำนึกให้นักเรียนฝึกทำโจทย์ด้วยตนเอง ให้มีการสื่อสารสองทางระหว่างอาจารย์ผู้สอนกับนักเรียน

2) ด้านอาจารย์ผู้สอน พบว่า ต้องการให้มาตรการเข้มงวดกับอาจารย์ชาวต่างชาติที่ไม่ใส่ใจในการเรียนการสอน

3) ด้านเอกสารและสื่อประกอบการเรียนการสอน พบว่า ต้องการให้มีการปรับปรุงคุณภาพของสื่อที่ใช้ เช่น DVD ที่เปิดสอนแล้วตัวอักษรไม่คมชัด รวมทั้งต้องการให้มีการทำเฉลยแจก

4) ด้านอาคารสถานที่ พบว่า ต้องการให้มีการปรับปรุงห้องเรียนให้มีความเหมาะสมทั้งในเรื่องความสะดวกและการถ่ายเทของอากาศ

5) ด้านสถานที่ตั้ง พบว่า ต้องการให้โรงเรียนกวดวิชาย้ายมาตั้งหรือขยายสาขาในบริเวณที่มีการคมนาคมสะดวก

6) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พบว่า ควรให้มีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในบางโรงเรียนกวดวิชา

7) ด้านราคา พบว่า ควรเพิ่มราคาให้สอดคล้องกับต้นทุนแทนการลดคุณภาพการเรียนการสอนด้วยการเพิ่มจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียน

## 5.2 ข้อเสนอแนะทางนโยบาย

1) การศึกษาต่อต่างประเทศในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนนักศึกษาชาวไทยนั้น เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศต่อไปในอนาคต ซึ่งการศึกษาในชั้นเรียนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการมีจุดมุ่งเน้นที่แตกต่างจากการเรียนกวดวิชา กล่าวคือ การเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศนั้น จะให้ความสำคัญมากกว่ากับการเข้าใจถึงรูปแบบของข้อสอบและลักษณะภาษาที่มีการใช้จริงในชีวิตประจำวันและในชั้นเรียนในต่างประเทศ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาควบคู่ไปกับการส่งเสริมหลักสูตรภาษาอังกฤษที่สอนในชั้นเรียนของกระทรวงศึกษาธิการ

2) คุณภาพและบรรยากาศในการเรียนการสอนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ประสิทธิภาพของการเรียนมีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาของรายงานฉบับนี้ พบว่า ทั้งผู้เรียนและผู้ประกอบการต่างไม่มีข้อมูลข่าวสารที่สมบูรณ์ซึ่งกันและกัน ดังนั้น เพื่อให้ความสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้น หน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลโรงเรียนกวดวิชา จึงควรส่งเสริมให้นักเรียนนักศึกษาที่จะสมัครเรียนสามารถทดลองเรียนได้ก่อนสมัครเรียน สามารถขอเอกสารประกอบการเรียนการสอนได้ ประกอบการให้โรงเรียนกวดวิชาที่มีสิทธิประเมินความรู้ นักเรียนนักศึกษาเพื่อแบ่งลักษณะชั้นเรียนที่นักเรียนนักศึกษาจำเป็นต้องเรียนได้ นอกจากนี้ ยังควรส่งเสริมให้แต่ละโรงเรียนจัดทำแผนการสอนเพื่อเป็นข้อตกลงร่วมกันว่าในหลักสูตรที่จะสมัครเรียนนั้นจะสอนเนื้อหาอะไรบ้างให้กับผู้เรียน

3) ผลการศึกษาในรายงานฉบับนี้ พบว่า มีโรงเรียนกวดวิชาบางแห่งที่ได้มีการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบต่างๆ เพื่อดึงส่วนเกินของผู้บริโภคจากอำนาจการผูกขาดที่มีอยู่ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าในปัจจุบัน ยังไม่พบว่าโรงเรียนที่มีอัตราการกระจุกตัวสูงได้มีการนำกลยุทธ์การตั้งราคามาใช้อย่างชัดเจนก็ตาม แต่มีโรงเรียนกวดวิชาบางแห่งได้เริ่มนำกลยุทธ์ทางด้านราคาใช้ ดังนั้น หน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลจำเป็นต้องทำการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการ

4) ควรส่งเสริมให้มีการแข่งขันในด้านที่ไม่ใช่ราคา โดยเฉพาะการแข่งขันให้มีการปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอนให้มีคุณภาพมากขึ้นจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานลำแสง คุณภาพของสื่อการสอน DVD เป็นต้น และคุณภาพด้านสาธารณสุข เช่น ห้องน้ำ เป็นต้น ทั้งนี้ การลงทุนเพื่อปรับปรุงคุณภาพการศึกษาดังกล่าว ผู้บริหารกิจการอาจจำเป็นต้องใช้งบประมาณในการลงทุน ทำให้ผู้ประกอบการบางรายอาจไม่สามารถแข่งขันได้เนื่องจากประสบกับอุปสรรคของเงินลงทุน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐอาจจำเป็นต้องปล่อยเงินกู้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ แทนการให้ผู้ประกอบการเดิมทำการร่วมทุนกับนักธุรกิจที่เล็งเห็นกำไร เพราะหากผู้ร่วมทุนซึ่งไม่ใช่อาจารย์ผู้สอน แต่เป็นนักธุรกิจที่มองหากำไรมากกว่าความรู้ที่จะให้กับนักเรียนนักศึกษา เป็นผลให้เกิดการแสวงหากำไรและค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นจะถูกผลักภาระให้กับนักเรียนนักศึกษาที่สมัครเรียนต่อไปในอนาคต

### 5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

1) การศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ มีข้อจำกัดในข้อมูลบางประการ กล่าวคือ การตัดสินใจขั้นสุดท้ายของนโยบายนั้น ในบางครั้งขึ้นอยู่กับคณะกรรมการของโรงเรียน ไม่ใช่การตัดสินใจเพียงผู้จัดการคนเดียวเท่านั้น และมีการตัดสินใจในนโยบายเป็นครั้งๆ นอกจากนี้ คำถามบางข้อ ผู้บริหารกิจการปฏิเสธที่จะให้ข้อมูล เนื่องจากเป็นความลับที่อาจจะส่งผลการร่วมลงทุน การแข่งขันของกิจการ หรือกลยุทธ์ก็เป็นไปได้

2) ข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย พบว่า เป็นการศึกษาช่วงระยะเวลาสั้นๆ จึงอาจได้ข้อมูลที่น้อยเกินไปที่จะยืนยันข้อสรุปที่เกิดขึ้น

### 5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป

1) เนื่องจากข้อมูลเฉพาะหลักสูตร TOEFL/IELTS ที่เกี่ยวกับราคาค่าเล่าเรียน จำนวนผู้เรียน ยังไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่รวบรวมและเผยแพร่ไว้ ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเพื่อศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศต้องใช้ข้อมูลจากปฐมภูมิ

2) งานวิจัยฉบับนี้ เลือกศึกษาเพียง 3 เขตพื้นที่เท่านั้น ซึ่งไม่สามารถสะท้อนพฤติกรรมการแข่งขันในเขตพื้นที่อื่นๆ ที่น่าสนใจได้ ดังนั้น การต่อยอดงานวิจัยฉบับนี้สามารถทำได้ด้วยการศึกษาในเขตพื้นที่อื่น เช่น ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในอำเภอเมืองหาดใหญ่ เป็นต้น รวมถึงขยายระยะเวลาในการศึกษา ซึ่งจะพบถึงการเปลี่ยนแปลงของวัฏจักรของธุรกิจได้

3) งานวิจัยฉบับนี้ เลือกศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาและที่ไม่ใช่ราคา โดยพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาได้ศึกษาเพียง 4 รูปแบบ คือ อาจารย์ผู้สอน เอกสารประกอบการสอน สถานที่ตั้งโรงเรียนกวดวิชา และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดังนั้น หากต้องการต่อยอดในงานวิจัยฉบับนี้สามารถทำได้ด้วยการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันในด้านอื่น เช่น การแข่งขันในด้านบริการ ด้านความสะอาด เป็นต้น