

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของวิถีชีวิตในสังคมปัจจุบัน เป็นวิถีแห่งการสร้างและพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้เป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในยุคโลกาภิวัตน์ การขับเคลื่อนสังคมและประเทศชาติ ไปสู่สังคมฐานความรู้ตามพลวัตที่เปลี่ยนแปลงไป ค่านิยมทางการศึกษาย่อมขึ้นอยู่กับความแตกต่างของแต่ละสังคมและวัฒนธรรม สำหรับค่านิยมในสังคมไทยเกี่ยวกับการศึกษานั้น เรื่องหนึ่งที่เราไม่อาจจะปฏิเสธได้ นั่นคือ การได้เข้าศึกษาในสถาบันที่มีชื่อเสียง

จากค่านิยมดังกล่าวทำให้ผู้ปกครองส่วนใหญ่จึงส่งเสริมและสนับสนุนให้บุตรหลานมีผลการเรียนที่ดีขึ้น ส่งเสริมการเพิ่มพูนทักษะ ความรู้และความสามารถที่จะทำให้สอบผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกวดวิชาจึงเป็นสิ่งที่เข้ามาเติมเต็มความต้องการเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี

ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (อ้างถึงใน ศีล มติธรรม, 2544) ได้กล่าว โดยมีใจความว่า โรงเรียนกวดวิชาค่อนข้างพบได้มากในประเทศแถบเอเชีย ละตินอเมริกา ในขณะที่แถบอเมริกาหรือยุโรปจะมีน้อย ซึ่งระบบการศึกษาเช่นนี้สะท้อนภาพของระบบสังคมในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกว่าจะมีการแบ่งกลุ่มคนให้แตกต่างกันออกไป และสังคมจะให้การยอมรับแก่คนตามฐานะ ตามความแตกต่างในด้านต่างๆ ทั้งความแตกต่างทางเศรษฐกิจ และด้านหน้าที่การงาน หากความแตกต่างเหล่านี้มีสูงก็จะนำไปสู่ความพยายามที่จะเลื่อนฐานะทางสังคม เช่น เมื่อแบ่งจากฐานะเศรษฐกิจว่ามีระดับใกล้เคียงกันแล้ว ก็อาจจะแบ่งต่อไปว่าระดับการศึกษาที่ได้รับมาจากสถาบันใด หรือมหาวิทยาลัยใด เป็นต้น กวดวิชาจึงเป็นภาพสะท้อนของคนที่ยากจะเลื่อนฐานะของตัวเองหรือของลูกตัวเอง

ปรากฏการณ์ของการศึกษาที่เกิดขึ้นจากการสังคมนิยม ในเรื่องการให้ความสำคัญกับคนเรียนเก่งและสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ ทำให้รูปแบบการศึกษาได้มุ่งเป้าหลักไปที่การสอบเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยปิดของรัฐ โดยค่านิยมของการแข่งขันเข้าสู่มหาวิทยาลัย นักเรียนที่สามารถสอบเข้าศึกษาต่อได้นั้น จะได้รับการยกย่องจากครอบครัว กลุ่มเพื่อน และสังคมรอบตัว

ส่วนการแข่งขันเพื่อเข้าสู่สาขาวิชาต่างๆ ที่ได้รับความนิยมจากตลาดแรงงาน ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ได้รับคามนิยมรุนแรงไม่แพ้กัน และอีกคือรายได้จากการประกอบอาชีพหลังจากสำเร็จการศึกษาในสายงานต่างๆ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดการแข่งขัน และเกิดค่านิยมในการแข่งขันสอบเข้าศึกษาต่อในระดับต่างๆ

จากปัจจัยการแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับต่างๆ ตามค่านิยมเหล่านี้ ในบางครั้งผู้เรียนอาจถูกบังคับความจริงด้วยค่านิยมแบบกลุ่มควันเหล่านี้ ทำให้ต้องเข้าเรียนในสาขาวิชาที่ตนเองไม่ได้ถนัดมากนัก แต่เลือกที่รายได้และผลตอบแทนตามกระแสโลกาภิวัตน์ และระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมมากกว่าการศึกษาเพื่อเข้าถึงศาสตร์ความรู้อย่างลึกซึ้งซึ่งตามความสามารถ เพราะค่านิยมในสังคมระบบทุนนิยมเชื่อว่า เงินคืออำนาจที่บันดาลได้ทุกอย่าง ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นแรงผลักดันให้เกิดการแข่งขันที่เข้มข้น และตึงเครียดมากขึ้น เพื่อการเข้าครอบครองสิทธิ์แห่งการมีตัวตนในมหาวิทยาลัยปิดของรัฐ และสาขาวิชาต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับของสังคมแรงงานในระบบทุนนิยมภายใต้การขับเคลื่อนของพลังแห่งยุคโลกาภิวัตน์

สภาพที่เด็กนักเรียนต้องคร่ำเคร่งกับการศึกษา และภาพของการเข้าใช้บริการในธุรกิจการกวดวิชาจึงเป็นภาพที่คนกลุ่มหนึ่งในสังคมได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยพุ่งความสนใจไปในแง่มุมที่ว่า การกวดวิชาเป็นปัญหาของระบบการศึกษา ทำให้เด็กไทยเกิดความเครียด เพิ่มภาระค่าใช้จ่ายให้แก่เด็กและผู้ปกครอง อีกทั้งทำให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับครอบครัวลดน้อยลง ทำให้ในการควบคุมการขยายตัวของโรงเรียนกวดวิชาจึงเริ่มมีขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2512 ดำเนินเรื่องมาจนกระทั่งหลังการออก พรบ.การศึกษาแห่งชาติปี พ.ศ.2542 แม้จะมีความจริงจิงเพื่อหาทางลดอัตราการเรียนรู้ของเด็กนักเรียนทั้งระดับประถม และมัธยมศึกษา เช่น การเปลี่ยนแปลงระบบการสอบคัดเลือกจากระบบคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาสถาบันอุดมศึกษา (Entrance) ดำเนินการเรื่องมาจนกระทั่งเป็นระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาระบบกลาง (Admissions: GAT, PAT) โดยเฉพาะในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่มุ่งกวดวิชา เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย กลับมีแนวโน้มที่สวนกระแสนโยบายที่มีต่อโรงเรียนกวดวิชาของภาครัฐอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงเรียนกวดวิชา และนักเรียนที่เข้าใช้บริการในระบบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งในขณะนั้นก็พบบทสรุปของความพยายามที่ไม่สัมฤทธิ์ผลของจากการแก้ปัญหาดังกล่าวว่าไม่ได้เกิดจากความผิดปกติของระบบการกวดวิชาแต่อย่างทีคาดคิดไว้ แต่ต้นตอที่แท้จริงของปัญหาในระบบการศึกษาต่างหากที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ไม่ว่าจะเป็นความไม่เท่าเทียมกัน และความด้อยคุณภาพในการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ความด้อยคุณภาพในด้านของการจัดการเรียนการสอนของครูผู้สอนการศึกษาในระบบ หรือแนวทางการวัดและประเมินผลที่เน้นให้เด็กท่องจำเพื่อใช้สอบมากกว่าการไตร่ตรอง การคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์อย่างมีเหตุผล

ดังนั้นภาพของกระแสที่เด็กนักเรียนหลังไหลเข้าสู่โรงเรียนกวดวิชาจึงเป็นตัวบ่งชี้ปัญหาเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี จนกว่าเมื่อไรก็ตามที่รัฐสามารถยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาของสถานศึกษาทั่วประเทศให้ได้มาตรฐานใกล้เคียงกัน หรือดีด้วยกัน แม้ว่าจะไม่ได้ดีเหมือนกันก็ตาม ราบใดที่ยังไม่มีการแก้ไขปัญหาคความไม่เท่าเทียมกันของคุณภาพการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ซึ่งเป็นเหตุผลักดันให้พ่อแม่ ผู้ปกครอง ตลอดจนเด็กนักเรียนต้องสอบเข้าแข่งขันในสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง มีความพร้อมในการจัดการศึกษาและสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่า ต้นตอของปัญหาเหล่านี้ก็จะยังทำให้โรงเรียนกวดวิชาจำเป็นต้องคงอยู่คู่กับวงการการศึกษาของไทยต่อไป (วีรบุช ปิณฑวณิช, 2547)

สำหรับท่าทีของรัฐบาลที่ผ่านมา (รัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ) ที่มีต่อโรงเรียนกวดวิชา สามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่า ในภาพรวมนั้นมีท่าทีของการร่วมมือกันมากขึ้นกว่าในรัฐบาลยุคก่อนหน้า เห็นได้เด่นชัดจากโครงการด้านการศึกษาที่ นายจурินทร์ ลักขณวิศิษฎ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ (ศธ.) เป็นประธานเปิดโครงการติวเข้มเติมเต็มความรู้ หรือ ติวเตอร์ชาแนล (Tutor Channel) เพื่ออนาคตชาติ เพื่อโอกาสทุกคน ในวันที่ 5 กันยายน พ.ศ.2552 ณ หอประชุมโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา โดยมีนักเรียนจากโรงเรียนต่างๆ เข้าร่วมกว่า 1,500 คน โครงการดังกล่าวจะทำให้นักเรียนทั่วประเทศมีโอกาสได้รับการเรียนการสอนแบบเดียวกับโรงเรียนกวดวิชา โดยติวเตอร์ชื่อดัง อาทิ ครูพีแ่น (Enconcept), เคมี่ อ.อี๋, รศ.สมัย เหล่าวานิชย์, อ.ปิง (ดาวองค์) เป็นต้น ออกอากาศการสอนผ่านสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะหรือฟรีทีวี (Free TV) ที่รับชมได้ทั่วไปโดยไม่ต้องติดตั้งอุปกรณ์รับสัญญาณเพิ่ม (ไทยรัฐ: เสมมา เเอาใจวัยโจ๋เปิดติวฟรีถึงบ้าน, 2552) ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้มีทั้งกระแสตอบรับจากเด็กนักเรียน และผู้ปกครองเป็นอย่างดีโดยดูได้จากการตั้งกระทู้ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ในเว็บไซต์ของสำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน จำนวนกว่า 200,000 รายการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ชมให้ความสนใจ และเห็นด้วยกับการให้มีโครงการนี้ ทั้งนี้จากความเห็นส่วนใหญ่ได้มีข้อเสนอแนะด้วย เช่น เด็กนักเรียนต่างจังหวัดต้องการให้ติวเตอร์สอนช้าลง (สยามรัฐ: ติวเตอร์ชาแนลเรตติงพุ่งกระชูด ตจว.เรียนไม่ทัน, 2552) และแม้ว่าในปี พ.ศ.2553-2554 ได้มีการปรับเปลี่ยนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการใหม่โดยมอบหมายให้ นายชินวรณ์ บุญยเกียรติ เข้ามาดำรงตำแหน่งซึ่งยังพบว่าโครงการดังกล่าวก็ยังคงดำเนินต่อไป

จากสภาพและปัญหาของระบบการศึกษาไทยที่ยังไม่สามารถสร้างมาตรฐานและความเท่าเทียมในทางการศึกษาให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปแบบที่ชัดเจนนั้นคงจะปฏิเสธไม่ได้ว่าโรงเรียนกวดวิชายังคงมีความจำเป็น และก่อให้เกิดความพึงพอใจในระดับหนึ่งแก่พ่อแม่ ผู้ปกครอง และเด็กนักเรียน อีกทั้งยังมีการจัดระเบียบ และกำหนดมาตรฐานโรงเรียนกวดวิชา ตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานโรงเรียนเอกชน ประเภทกวดวิชา พ.ศ.2545

(สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน [สช.], 2545) ดังที่ก้านทิพย์ ชาตวิวงศ์ (2539: 16) กล่าวไว้ว่า เมื่อการศึกษาถือว่าเป็นบริการประเภทหนึ่ง การซื้อหาบริการจะเกิดจากความต้องการในบริการนั้น และการจัดบริการให้ตอบสนองอย่างเพียงพอตรงตามความต้องการนั้นๆ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจการศึกษาที่มุ่งหวังผลกำไรมหาศาลคงไม่ให้ความสนใจในธุรกิจการศึกษาเท่าไรนัก เนื่องจากความเชื่อที่ว่า ผู้ที่ประกอบธุรกิจทางการศึกษาคงจะต้องมีคุณลักษณะพิเศษกว่าธุรกิจทั่วไป คือต้องมีความเป็นครู ต้องการสั่งสอนอบรมแก่นักเรียน และบุคคลทั่วไป อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ต้องการเห็นภาพสังคมในอนาคตที่เต็มไปด้วยผู้ที่ผ่านการศึกษาอบรม มีความรู้ความสามารถ เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วจึงหวังอย่างยิ่งว่า ภาพของการ โฆษณาชวนเชื่อที่เกินความจริง ภาพของโรงเรียนกวดวิชาเถื่อนคงจะหมดไป มีแต่การเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของการเรียนการสอนไม่ว่าจะเป็นสภาพของห้องเรียน ขนาดของห้องเรียนต่อจำนวนนักเรียนที่เหมาะสม รวมถึงการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมให้กับผู้เรียน เพื่อให้ได้ผู้เรียนที่มีความพร้อมและมีประสิทธิภาพครบทุกด้าน

กระแสการแข่งขันทางธุรกิจในยุคของโลกปัจจุบันของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมนั้น ได้แสดงผลลัพธ์เชิงประจักษ์แก่สายตามนุษยชาติไว้มากมายทั้งในแง่ของความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ เศรษฐกิจ และในแง่ของความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงความเสื่อมถอยด้านคุณธรรม ศีลธรรม และจริยธรรมของผู้คนจนผลักดันสังคมให้ต้องดำเนินการเพื่อลดปัญหาจากผลกระทบของความเจริญก้าวหน้าที่เราสัมผัสได้ดังกล่าวเป็นที่มาของการปรับเปลี่ยนสังคมจากระบบฐานเศรษฐกิจให้พร้อมเข้าสู่สังคมฐานความรู้และเอาใจใส่ต่อสรรพสิ่งบนโลกไว้เป็นสำคัญ

ท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจต่างๆ ในปัจจุบัน การคำนึงถึงสังคมและมุ่งหวังให้ธุรกิจสามารถดำเนินก้าวหน้าไปได้อย่างยั่งยืน ในความจริงที่ว่ากำไรเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นในการอยู่รอดและเป็นหนทางไปสู่จุดหมายที่สำคัญ แต่หาใช่สิ่งที่สำคัญที่สุดไม่ สำหรับวิสัยทัศน์ขององค์กรแล้ว กำไรอาจเปรียบเสมือนอากาศ อาหาร น้ำ และเลือดที่ใช้หล่อเลี้ยงร่างกาย แต่ในอีกทางหนึ่งสิ่งเหล่านี้ก็อาจจะไม่ใช่คำตอบสำหรับการดำรงอยู่ได้เสมอไป เพราะมีหลายองค์กรที่มีผลประกอบการดีเลิศ แต่เมื่อต้องประสบปัญหาวิกฤติต่างๆ กลับไม่สามารถเอาตัวรอดได้และล่มสลายไปชั่วข้ามคืน นอกจากนั้นผู้บริโภคยังได้ตระหนักถึงความปลอดภัยที่จะได้รับจากใช้สินค้าหรือบริการ ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นประเด็นเรียกร้องของผู้บริโภคมากขึ้น และธุรกิจใดก็ตามที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งเหล่านี้ได้ก็จะมีโอกาสที่จะอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืนได้ (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553: 4)

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553: 6) กล่าวไว้ว่า ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดขึ้นและขยายออกไปจากในอดีตมาก ขอบเขตด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การศึกษา สุขภาพ ความปลอดภัยในการทำงาน ที่อยู่อาศัย มลภาวะ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ได้แพร่หลายและกำลังมีมาตรฐานใหม่ออกมาอยู่เรื่อยๆ ในปี พ.ศ. 2535 มีการประชุมสุดยอดระดับโลกด้านสิ่งแวดล้อมหรือ Earth Summit และได้มีการประกาศทิศทางใหม่ของการพัฒนาว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)” ต่อมาปี พ.ศ.2542 นายโคฟี อันนัน (Kofi Annan) เลขาธิการสหประชาชาติ ได้ออกมาเรียกร้องให้ธุรกิจทั่วโลกแสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก (Good Global Citizenship) และประกาศ “The UN Global Compact” เพื่อให้เป็นกรอบดำเนินการการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับองค์กรธุรกิจ และในปีถัดมาองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (The Organisation for Economic Co-operation and Development: OECD) ก็ได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (The OECD Guidelines for Multinational Enterprises) ซึ่งเสนอให้บริษัทข้ามชาติของประเทศสมาชิก OECD ใช้แนวปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) และติดต่อกับขายเฉพาะกับคู่ค้าที่มีการปฏิบัติซื่อสัตย์ด้วยกัน

พนม คลี่ฉายา (2552: 42-45) ได้เสนอบทความวิชาการเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) ไว้ดังใจความสำคัญต่อไปนี้ ในอดีต การพัฒนาประเทศประเทศเน้นความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจ เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรม รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจแบบอุตสาหกรรม เช่น การคมนาคม ไฟฟ้า ประปา ตัวชี้วัดจากรายได้ประชาชาติ ซึ่งเป็นยุคของการพัฒนาแบบ “การทำให้ทันสมัย (Modernization)” เมื่อการพัฒนาที่เน้นเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมแพร่ขยายจากประเทศตะวันตกเข้าสู่ภูมิภาคอื่นๆ สิ่งตามมาคือเกิดความเหลื่อมล้ำแตกต่างระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศที่ด้อยพัฒนา ทำให้ประเทศที่ด้อยพัฒนาต้องคอยพึ่งพาประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งทำให้ประเทศด้อยพัฒนาไม่สามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเอง ในขณะที่เดียวกันมิติด้านสังคมและวัฒนธรรมได้ถูกมองข้าม การเติบโตของสังคมอุตสาหกรรมทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การเคลื่อนย้ายแรงงานภาคเกษตรกรรมสู่ภาคอุตสาหกรรมในเมืองใหญ่ เกิดปัญหาประชากรแออัดในเขตเมือง ความเสื่อมทางจริยธรรม อาชญากรรม สาธารณสุข รวมทั้งความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลมาจากของเสียจากอุตสาหกรรม และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่ออุตสาหกรรมอย่างมากมาย

การพัฒนาอุตสาหกรรมก่อให้เกิดผลกำไรต่อธุรกิจอย่างมากมาย จนทำให้ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมถูกละเลย และสะสมปัญหาไว้อย่างมากมายดังที่ปรากฏในปัจจุบัน ซึ่งมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ และสังคม โดยเฉพาะประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับความสนใจ

เป็นอย่างมากในทศวรรษที่ 70 นำมาสู่แนวคิด “การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)” ซึ่ง UN Commission on Environment and Development ให้คำจำกัดความว่า “เป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการปัจจุบัน โดยไม่ทำให้ประชาชนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดความสามารถในการที่จะสนองความต้องการของตนเอง” นั่นก็หมายความว่า การพัฒนาต้องสามารถตอบสนองความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบันและต่อเนื่องไปยังคนในรุ่นถัดๆ ไป โดยไม่สร้างผลกระทบอันเสียหายต่อโอกาสในการพัฒนาของคนรุ่นหลัง สารสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงต้องคำนึงถึงมิติของการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างสมดุล

จากอิทธิพลของแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เป็นวาระระดับโลกดังที่ได้กล่าวมานั้น จึงเป็นสาเหตุที่มาของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ทุกองค์กรจะต้องมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Porter, Michael และ Kramer, Mark (2006: 2-3) ที่เสนอให้เห็นว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรจำเป็นต้องทำโดยเฉพาะองค์กรธุรกิจด้วยเหตุผล 4 ประการ คือ

1. องค์กรมีหน้าที่ที่จะดำเนินการอย่างมีจริยธรรม อันหมายถึง การทำตนเป็น “คนดี (Good Citizen)” ที่กระทำในสิ่งที่ถูกต้องเสมอ (Do the Right Thing)
2. องค์กรมีหน้าที่ในการสร้างความยั่งยืน (Sustainability) โดยต้องดูแลและรักษาสິงแวดล้อมและชุมชนให้พัฒนาไปอย่างยั่งยืน อันหมายถึงการสนองความต้องการของเราในปัจจุบันโดยไม่ทำให้คนรุ่นหลังดำเนินได้อย่างไม่สบายเหมือนดังเช่นที่เราเป็นอยู่ในทุกวันนี้
3. องค์กรธุรกิจต้องพึงระลึกเสมอว่า ในความเป็นจริงนั้นการดำเนินธุรกิจเสมือนว่าเป็นกิจการที่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการจากสังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ทุกกลุ่ม ดังนั้นองค์กรจึงต้องไม่ทำให้สังคม ชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มเดือดร้อน
4. องค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม เป็นคนดี สร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อมและชุมชน รวมทั้งไม่ทำให้ชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเดือดร้อนเหตุผลสามประการที่กล่าวมาแล้ว ย่อมส่งผลดีต่อชื่อเสียงขององค์กร โดยองค์กรจะมีภาพลักษณ์ที่ดีเสริมสร้างตราสินค้า (Brand) ให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น สร้างขวัญกำลังใจให้แก่พนักงาน รวมไปถึงการเพิ่มคุณค่าให้แก่หุ้นองค์กรที่ซื้อขายกันในตลาดหลักทรัพย์ได้อีกด้วย

สำหรับประเด็นหลักของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ต้องเริ่มจากภายในสู่ภายนอก เริ่มจากสังคมใกล้ไปสู่สังคมไกลในวง

กว้างและสร้างการเชื่อมโยงระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ ซึ่งหลักการนี้เราสามารถมองเห็นได้จากพัฒนาการของแนวคิดนับแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน

พัฒนาการแนวคิดด้าน CSR เราได้เห็นมิติที่สำคัญในด้านต่างๆ คือ ขอบเขตความรับผิดชอบที่เริ่มต้นจากภายในองค์กรออกไปสู่สังคมภายนอก เราได้เห็นภาพการเชื่อมโยงไปยังผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) กับองค์กรเพิ่มมากขึ้น และสุดท้ายเราได้เห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องจากการแสวงหากำไรเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจขยายครอบคลุมไปสู่ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เกี่ยวข้องในวงกว้าง ซึ่งประเด็นสำคัญที่ได้กล่าวมานี้ได้ถูกนำไปสร้างความหมายของ CSR ในแง่มุมต่างๆ ที่ถึงแม้จะมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละลักษณะและมุมมองของแต่ละองค์กรก็ตาม อย่างไรก็ตามหลักการสำคัญที่ว่าด้วยเรื่องของการปฏิบัติจากภายใน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการครอบคลุมไปยังสังคมเป็นวงกว้างก็ยังคงอยู่ในทุกคำจำกัดความ (อนันตชัย ยुरประดม, ประชาชาติธุรกิจ, The Myth of CSR: ตอนที่ 1 พัฒนาการของ CSR , 2550 อ้างถึงใน มูลนิธิกองทุนการศึกษาเพื่อการพัฒนา)

Sri Urip (2010, xxi) ได้แสดงทัศนะเบื้องต้นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในใจความว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ CSR นั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่หนึ่งในหลายๆ ทฤษฎีทางการจัดการในแวดวงวิชาการที่เราจะเพิกเฉยได้เท่านั้น เพราะว่ามันได้เข้ามามีผลกระทบต่อกระแสนิยมที่ร้อนแรงของความสร้างสรรค์และประโยชน์แก่การให้คำปรึกษาในอุตสาหกรรมต่างๆ หลายต่อครั้งจะเห็นได้ว่า CSR ในฐานะของการคืนกลับไปสู่สังคมภายนอกองค์กรที่เชื่อว่าความรับผิดชอบต่อสังคมควรจะเกิดขึ้นเพื่อการคงอยู่ของประโยชน์ที่สังคมจะได้รับ ซึ่งเปรียบเสมือนกับที่องค์กรต้องจ่ายภาษีที่ได้จากการทำธุรกิจคืนกลับสู่รัฐบาล แต่อย่างไรก็ตามการจ่ายภาษีให้แก่รัฐนั้นเป็นสิ่งที่จำต้องทำแต่ในขณะที่ CSR นั้นจะเป็นพันธสัญญาที่กำหนดไว้ด้วยความตระหนักทางจริยธรรมเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรที่มุ่งหวังให้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม แต่เพียงแค่มุมมองนี้ยังไม่ถือว่าเป็น CSR ที่ตรงประเด็นทั้งหมด เพราะหลักการพื้นฐานและแบบแผนของ CSR ไม่เพียงแต่จะต้องส่งประโยชน์ไปยังสภาพแวดล้อมในวงกว้างแต่ยังต้องเป็นผลประโยชน์ที่เป็นเลิศแก่องค์กรนั้นๆ เองด้วย นอกเหนือไปจากนี้ CSR คือปรัชญาพื้นฐานของธุรกิจที่ควรจะนำมาเป็นรากฐานและผสมผสานเข้ากับการดำเนินของทุกๆ องค์กร มันไม่เพียงแต่เหมาะสมที่จะทำแต่ผลลัพธ์ที่สำคัญของการโอกาสในการเติบโตของธุรกิจก็จะถูกโอบล้อมไว้ด้วยความแนวคิด CSR ความสำเร็จที่ไม่หยุดยั้งขององค์กรขึ้นอยู่กับภาระหนักในสภาพแวดล้อม ในบริบทเกือบทั้งหมดของธุรกิจแล้วนั้นต้องมีตลาดที่จะขายและวิธีการที่สนองความต้องการของตลาดนั้นๆ มันจะส่งต่อไปยังผลประโยชน์ที่ดีที่สุดในพัฒนาการขยายโอกาสและส่งเสริมความเป็นไปที่ดีของตลาด รวมทั้งการเพิ่มการจัดการแหล่งทรัพยากรต่างๆ แก่ตลาดนั้น อีกด้วย

โดยทั่วไปแล้วผู้คนในแวดวงธุรกิจยังไม่เห็นประโยชน์ของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) เพราะฉะนั้นจึงยังไม่มีแรงผลักดันที่จะผสานแนวคิดนี้เข้าสู่ปรัชญาในกรอบกลยุทธ์หรือในขั้นตอนของการดำเนินงานธุรกิจของพวกเขา เกือบทั้งหมดยังคงเข้าใจว่ากิจกรรม CSR นั้นเป็นงานจำพวกการให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชนโดยองค์กรธุรกิจ และเป็นการบริจาคซ้ำของที่เหมาะสมสำหรับองค์กรที่ตั้งตัวได้อย่างมั่นคง กำลังเติบโต และมีผลกำไรจากการประกอบมากแล้ว ภาพของ CSR ในความเข้าใจในแบบฉบับเช่นนี้เป็นผลลัพธ์จากการมองเพียงด้านเดียวของผลประโยชน์ที่จะมอบให้กับชุมชนแวดล้อมและมีประโยชน์ในวงแคบๆ แก่องค์กรเท่านั้น ที่สำคัญกว่านั้นการมองในด้านเดียวแบบนี้จะไม่ก่อประโยชน์ให้แก่ทั้งชุมชนและองค์กรอย่างยั่งยืน (Sri Urip, 2010: 3)

จากข้อมูลดังกล่าวทั้งในเรื่องของความเป็นมาของบทบาทโรงเรียนกวดวิชาในประเทศไทยและกระแสความเปลี่ยนแปลงในการบริหารธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ทำให้ผู้วิจัยพบว่า ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชานั้นได้ปรับปรุงมาเป็นลำดับ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของวิธีการเรียนการสอน การใช้สื่อการเรียนการสอนที่แปลกใหม่ เทคโนโลยีการเรียนการสอนที่ทันสมัย ดึงดูดใจให้ผู้เรียนสามารถสนใจในบทเรียนได้ยาวนานมากขึ้น ภาพลักษณ์ของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาจึงควรมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่การเป็นองค์กรที่ดีงาม ดำเนินธุรกิจภายใต้คุณธรรม และจริยธรรม ตามปรัชญาของการศึกษาที่ไม่มุ่งแสวงหากำไรส่วนตน แต่เน้นการสร้างกำไรให้แก่สังคม หากวันนี้ภาพลักษณ์ของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชากำลังมีแนวโน้มว่าจะได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจอย่างยิ่งว่าเราจะมีวิธีอย่างไร ที่จะสามารถสร้างกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมให้เดินหน้าไปอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้นไปสู่เส้นทางที่เหมาะสมแห่งการเป็นธุรกิจที่ดีงาม มีคุณธรรม จริยธรรม สร้างสรรค์ และรับผิดชอบต่อสังคม อันจะนำไปสู่การยอมรับที่เพิ่มขึ้นจากสังคม พร้อมทั้งจะเป็นฟันเฟืองหนึ่งในการผลักดันสังคมไปสู่สังคมฐานความรู้ในอนาคต

คำถามการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารโรงเรียนกวดวิชาเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างไร
2. กลยุทธ์ที่จะใช้ในการส่งเสริมการบริหารโรงเรียนกวดวิชาตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารโรงเรียนกวดวิชาตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของการบริหารโรงเรียนกวดวิชาเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม
3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนกวดวิชาเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

โรงเรียนกวดวิชา หมายถึง สถานศึกษาที่จัดการสอนเพิ่มเติมจากเรียนปกติใน ชั้นเรียน ซึ่งปรากฏรายชื่ออยู่ในรายการ โรงเรียนกวดวิชาในสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษา เอกชน (สช.) มีเป้าหมายเพื่อการสอบแข่งขันเข้าศึกษาในสถานศึกษาต่างๆ หรือเป็นการเรียนซ่อม หรือเสริมความรู้ในชั้นเรียน เพื่อเสริมความพร้อม ชดเชยความรู้ที่บกพร่องอยู่ หรือต้องการเรียนล่วงหน้า โดยมีมุ่งหมายเพื่อทำคะแนนเพิ่มในชั้นเรียนหรือเพื่อเตรียมการสอบในระดับที่สูงขึ้น

ผู้บริหารโรงเรียนกวดวิชา หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่วิชาเป็นดูแล กำกับ และติดตามงานเชิงนโยบายในโรงเรียนกวดวิชา เช่น ผู้อำนวยการ (หรือรอง/ผู้ช่วยผู้อำนวยการ) ครูใหญ่ ผู้จัดการสาขา เป็นต้น หรืออาจเป็นในกรณีที่ผู้รับมอบใบจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาเป็นดูแล กำกับ และติดตามเชิงนโยบายโรงเรียนกวดวิชาเองก็ได้

เจ้าหน้าที่โรงเรียนกวดวิชา หมายถึง ผู้ทำงานระดับปฏิบัติการในโรงเรียนกวดวิชา เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานระดับปฏิบัติการของฝ่าย/แผนกต่างๆในโรงเรียนกวดวิชา

การบริหารโรงเรียนกวดวิชา หมายถึง การดูแล ติดตาม และประเมินงานในด้านนโยบาย การวางแผน และการดำเนินงานภายในโรงเรียนกวดวิชาในบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้โดย มุ่งเน้นใน 7 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน 2. ด้านการจัดการอาคาร สถานที่และสิ่งแวดล้อม 3. ด้านการบริหารกิจการนักเรียน 4. ด้านการสื่อสารและส่งเสริมการตลาด 5. ด้านงานธุรการและการบริหารทั่วไป 6. ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล และ 7. ด้านความสัมพันธ์ชุมชนและสังคมภายนอก

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การดำเนินงานขององค์กรที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยการดำเนินงานที่สร้างความสมดุลแก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การบริหารโรงเรียนกวดวิชาเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง แนวทางหรือมาตรการของโรงเรียนกวดวิชา เพื่อส่งเสริมให้โรงเรียนกวดวิชาสามารถดำเนินการ อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการบริหารโรงเรียนกวดวิชาตามแนวคิดความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ผู้วิจัยมุ่งศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย

ศึกษาสภาพ ปัญหา ความต้องการในการปรับปรุง และพัฒนาของการบริหาร โรงเรียนกวดวิชาในปัจจุบัน เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การส่งเสริมการบริหารโรงเรียนกวดวิชาตาม แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed-method Research)

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชาที่ขึ้น ทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.)

กลุ่มตัวอย่าง (Samples) สำหรับการวิจัยครั้ง แบ่งโดยวิธีการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามผ่านทางจดหมายไปยัง โรงเรียนกวดวิชาที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.)
2. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่มีหน้าที่ในการบริหาร โรงเรียนกวดวิชาที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) ตาม เกณฑ์ที่กำหนดไว้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการบริหารจัดการโรงเรียนกวดวิชาตาม แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
2. แนวการร่างกลยุทธ์การบริหารองค์กร
3. การบริหารโรงเรียนกวดวิชา

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

เพื่อศึกษาสภาพของการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม มุ่งหมายให้การดำเนินกิจการได้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกองค์กรในอันที่จะทำให้ อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุขทั้งในมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้น ศึกษาสภาพของการแสดงระดับความรับผิดชอบต่อสังคม 4 ระดับ (Carroll, 1991) และผ่านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม 6 ประเด็น (สาคร สุขศรีวงศ์, 2552: 75) ดังนี้

- ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม 4 ระดับ ได้แก่ 1) เศรษฐกิจ 2) กฎหมาย 3) จริยธรรม และ 4) เสียสละด้วยความสมัครใจ
- การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม 6 ประเด็น ได้แก่ 1) สุขภาพและสวัสดิภาพ 2) คุณภาพและบริการ 3) ข้อมูลข่าวสารและการศึกษา 4) สิ่งแวดล้อม 5) ศาสนาและวัฒนธรรม และ 6) สิทธิมนุษยชน

2. แนวการสร้างกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการบริหารองค์กร

เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ และสังเคราะห์แนวทางหรือมาตรการเชิงรุกขององค์กรที่ สอดคล้องกับทิศทางขององค์กร ซึ่งผู้บริหารระดับสูงได้จัดทำขึ้นหรือนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ อัน ให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรที่กำหนดไว้ หรือเป็นไปตามสภาพการเปลี่ยนแปลงของ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคม โดยใช้แนวทางในการวิเคราะห์ด้วยวิธีการประเมินความต้องการ จำเป็น (Priority Needs Index: PNI) โดยการใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสูตร Modified Priority Needs Index: PNI_{Modified} (สุวิมล ว่องวานิช, 2550: 277-282) จากนั้นนำมาวิเคราะห์จัดเรียงในรูปแบบของ SWOT Matrix เพื่อแสดงให้เห็นถึงจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภาวะคุกคาม (Threat) ขององค์กร แล้วจึงนำมาสังเคราะห์ เรียบเรียง ผ่านความเห็นของผู้วิจัย และประเมินผลผ่านความเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิจนได้เป็นกลยุทธ์การบริหาร โรงเรียนกวดวิชาเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

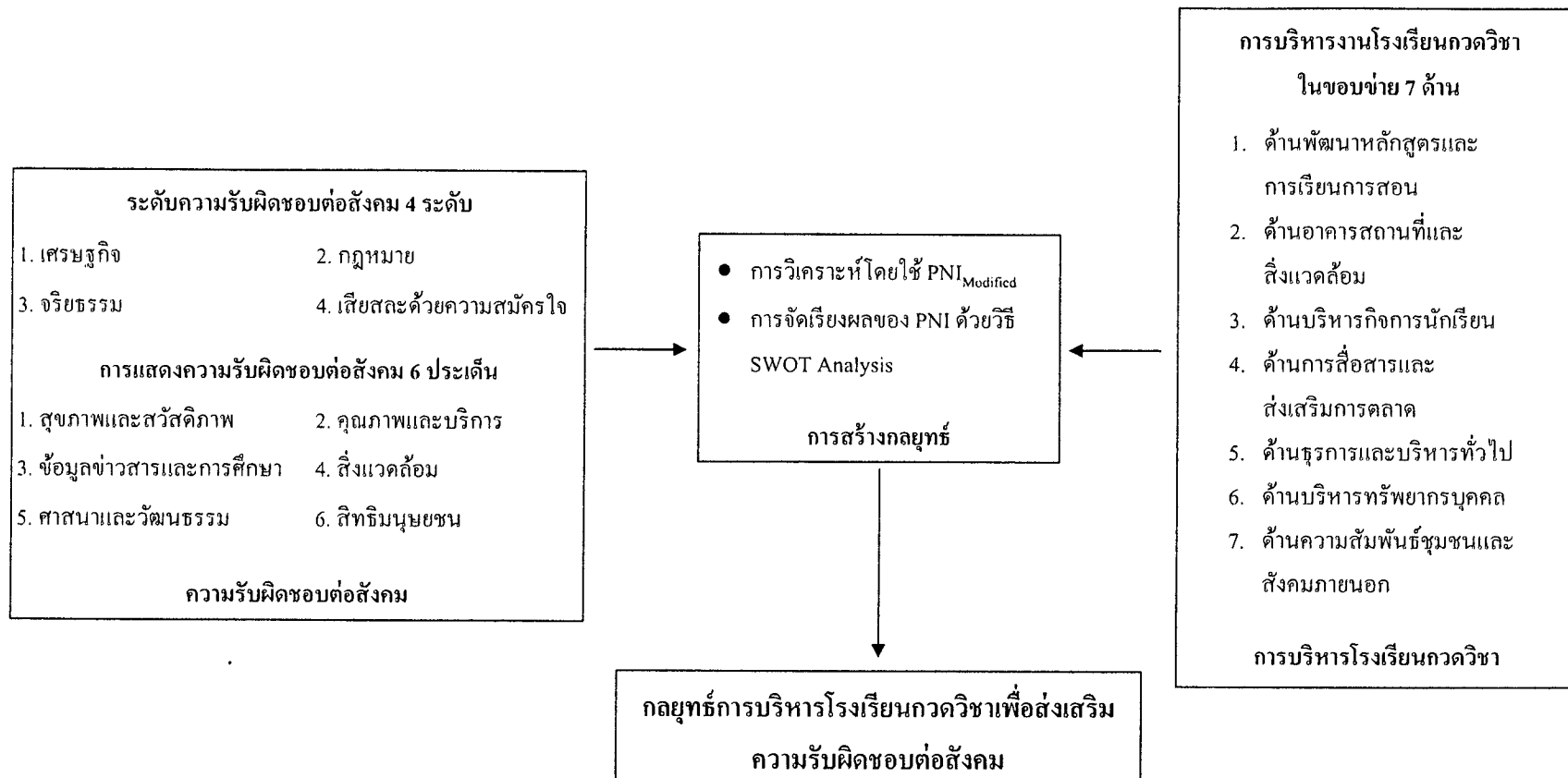
3. การบริหารโรงเรียนกวดวิชา

จากการศึกษาเอกสาร (สำนักคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2545; ดวง กมล บุญ โฉลก, 2546; ประภาวัลย์ ชวนไชยะกุล, 2546; ปณิธิ มากซุง, 2547; อุดมเดช ชาแก้ว, 2547; นริศรา สุปรากกร, 2549; สุดารัตน์ ศิริเมือง และน้ำฝน กัลญา, 2549; ชวภณ ปานมีทรัพย์, 2550; สำนักคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2550; นักรบ พิมพ์ขาว, 2551; ลลิตา นภารัตน์, 2551; วัฏฏะ, 2552; สุวิมล จีระทรงศรี, 2552; และเอกชัย กี่สุขพันธ์, 2552) จากการสังเคราะห์เอกสาร

ต่างๆ ผู้วิจัย พบว่า การบริหารงานโรงเรียนกวดวิชา สามารถแบ่งขอบข่ายงานบริหารออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน
- 2) ด้านการจัดการอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม
- 3) ด้านการบริหารกิจการนักเรียน
- 4) ด้านการสื่อสารและส่งเสริมการตลาด
- 5) ด้านการธุรการและบริหารทั่วไป
- 6) ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล
- 7) ด้านความสัมพันธ์ชุมชนและสังคมภายนอก

ประเด็นหลักทั้งสามที่กล่าวมาข้างต้นสามารถนำมาแสดงเป็นแผนภาพประกอบ เพื่ออธิบายกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การบริหาร โรงเรียนกวดวิชาเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูล หรือองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงเรียนกวดวิชาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ผู้บริหารโรงเรียนกวดวิชามีแนวทางในการบริหารจัดการโรงเรียนกวดวิชาเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี และได้รับการยอมรับจากสังคมอย่างยั่งยืน
2. สนับสนุนแนวคิดการบริหารจัดการธุรกิจที่มีคุณธรรม และรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อผลักดันธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมการศึกษา ได้ก้าวไปสู่สังคมฐานความรู้ และดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน