

การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ  
ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

นางสาวจารุณี จิตนกรโกศล



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาการจัดการธุรกิจและการบริการ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2563

Deciding on an Educational Institution to Study at  
the Vocational Certificate Level of Thonburi  
Commercial College Students

Miss Jarunee Chitthanagornkosol



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Business Administration in Business and Hospitality Management

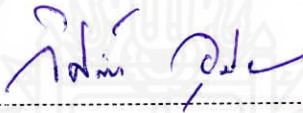
School of Management Science  
Sukhothai Thammathirat Open University


2020


หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อ  
ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ  
ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี  
ชื่อและนามสกุล นางสาวจรรุณี จิตชนากรโกศล  
แขนงวิชา การจัดการธุรกิจและบริการ  
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศนันท อุปรมัย

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2564

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศนันท อุปรมัย)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ประภาศรี พงศ์ธนาพานิช)

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ  
ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

**ผู้ศึกษา** นางสาวจรรุณี จิตธนากรโกศล **รหัสนักศึกษา** 2623002421

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการธุรกิจและการบริการ)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศนันท อูปรมย์ **ปีการศึกษา** 2563

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี (2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี และ (3) ปัจจัยด้านหลักสูตรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช. ปี 1 ทั้งสิ้นจำนวน 482 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาร์โย ยามาเน่ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ราคา และบุคลากร ตามลำดับ (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ได้แก่ กระบวนการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ (3) ปัจจัยหลักสูตรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ในด้านหลักสูตรโดยรวมคิดเป็นร้อยละ 73.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้ ด้านหลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 74.50 ด้านหลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 73.65 หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 72.60 หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพ และมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 72.40 และด้านหลักสูตรมีความหลากหลายให้เลือกเรียน อีกทั้งหลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน คิดเป็นร้อยละ 73.10 ตามลำดับ

**คำสำคัญ** วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยหลักสูตร การตัดสินใจ



**Independent Study title:** Deciding on an Educational Institution to Study at the Vocational Certificate Level of Thonburi Commercial College Students

**Author:** Miss Jarunee Chitthanagornkosol; **ID:** 2623002421;

**Degree:** Master of Business Administration (Business and Hospitality Management);

**Independent Study advisor:** Dr.Wisanun Uparamai, Assistant Professor; **Academic year:** 2020

### Abstract

The objectives of this study were to (1) study the relationship between marketing mix factors and decision-making on choosing an educational institution for further study at the vocational certificate level of Thonburi Commercial College students (2) study the curriculum factors that effects on the students decision to choose an educational institution to study at the vocational certificate level, and (3) study the importance degree of the marketing mix, affecting the decision to choose an educational institution to study.

The study was a quantitative study. The population used in this study were from 482 first-year vocational students of Thonburi Commercial College. The 400 sample size was determined using the Taro Yamane formula. A total sample size of 400 people was obtained by using a convenient randomization method. The questionnaire was used for data collection. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, correlation coefficient and multiple regression analysis.

The results of the study indicated that (1) consumers had a high level aspects toward the overall and individual marketing mixed factors of Thonburi Commercial College students: physical characteristics, price and personnel respectively. (2) The marketing mix factors was highly correlated with the decision to choose an educational institution to study at the vocational certificate level of students Thonburi Commercial College, i.e. process, personnel and physical characteristics, respectively, with statistical significance at the 0.01 level. (3) The curriculum factors affecting the decision to choose an educational institution to study at the vocational certificate level of Thonburi Commercial College students was at the statistically significant level of 0.05. It was able to share forecasts, in terms of overall curriculum, accounted for 73.22 percent. When each aspect was considered as follows: in terms of courses offered, focusing on the profession, accounted for 74.50 percent. The currently popular courses accounted for 73.65 percent. The courses offered to meet the needs of the labor market accounted for 72.60 percent. The quality of courses offered and the appropriate credits accounted for 72.40 percent. Finally, the variety of curriculum and the courses that met the learners' requirements accounted for 73.10 percent, respectively.

**Keywords:** Thonburi Commercial College, Marketing Mix, Course Factor, Decision Making

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ จาก รองศาสตราจารย์ประภาศรี พงศ์ธนาพานิช ว่าที่ร้อยตรี อาจารย์ ดร.ภุริพัฒน์ ชาญกิจ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศนันท อุปรมย์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้คำปรึกษา ในการศึกษาค้นคว้าอิสระ อีกทั้งให้ความรู้และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ ตลอดถึงแนวทาง ในการแก้ไขปัญหาถึงข้อบกพร่อง ส่งผลให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ครบถ้วนสมบูรณ์และสำเร็จ ไปได้ด้วยดี

ท้ายสุดนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขอน้อมรับคำแนะนำ และคำติชม เพื่อนำไปดำเนินการแก้ไข ปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นไป

จารุณี จิตธนากรโกศล

กันยายน 2564

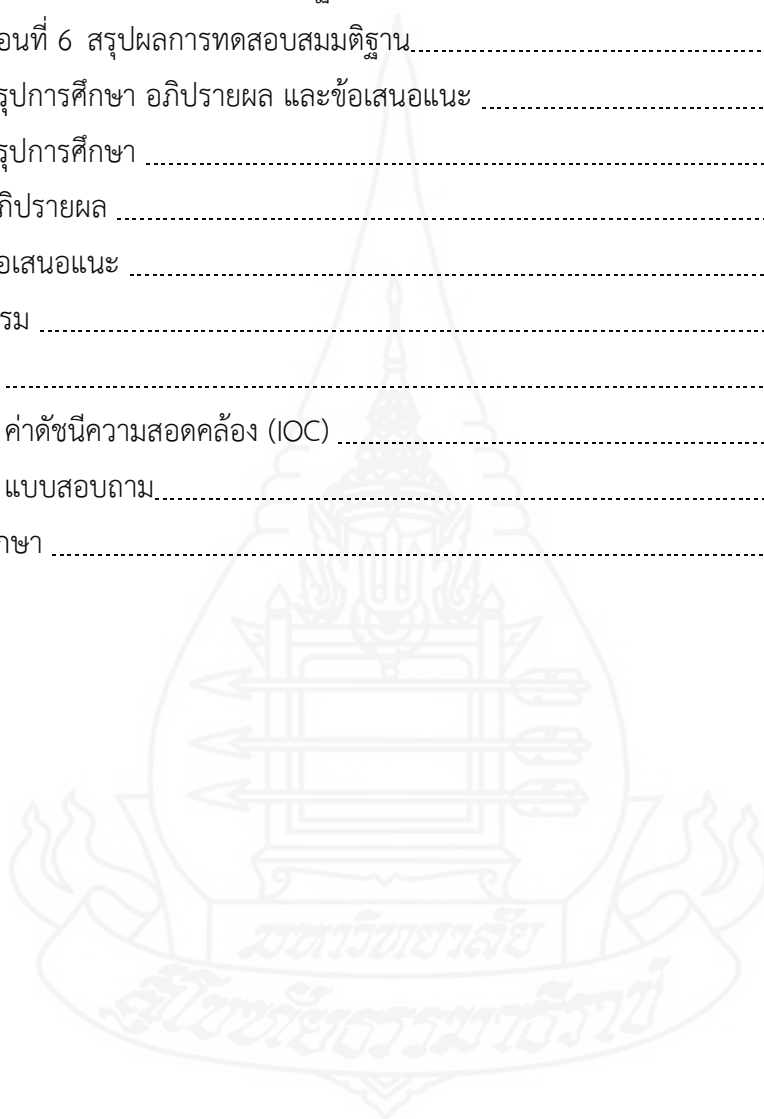


## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	4
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	5
สมมติฐานการศึกษา.....	6
ขอบเขตของการศึกษา.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักสูตร.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	55
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	55
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์.....	64
ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรี.....	67
ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยด้านหลักสูตรของวิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรี.....	75

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจศึกษาต่อวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	76
ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	78
ตอนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	87
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	91
สรุปการศึกษา .....	91
อภิปรายผล .....	95
ข้อเสนอแนะ .....	102
บรรณานุกรม .....	104
ภาคผนวก .....	111
ก ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) .....	112
ข แบบสอบถาม.....	121
ประวัติผู้ศึกษา .....	129



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้เรียนปีการศึกษา พ.ศ. 2561 จำแนกตามระดับการศึกษา.....	2
ตารางที่ 1.2 แสดงสถิติของผู้เรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช. ปี พ.ศ. 2561-2563 ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	17
ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	64
ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกรายได้ครอบครัวเฉลี่ย ต่อเดือน.....	65
ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพี่น้อง (รวมตนเองด้วย).....	65
ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค.....	66
ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานศึกษา ที่ผู้เรียนสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3.....	66
ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3.....	67
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านผลิตภัณฑ์.....	68
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านราคา.....	69
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการจัดจำหน่าย.....	70
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	71
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านบุคลากร.....	72
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านกระบวนการ.....	73
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านลักษณะกายภาพ.....	74
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม.....	75
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านหลักสูตร.....	76
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการตัดสินใจ.....	77
ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและการตัดสินใจ ศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	78
ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการ.....	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	80
ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	80
ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	81
ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	81
ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	82
ตารางที่ 4.24 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	82
ตารางที่ 4.25 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับ การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	83
ตารางที่ 4.26 แสดงผลปัจจัยหลักสู่การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อ ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีอิทธิพลต่อกัน.....	84
ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยหลักสู่การตัดสินใจเลือก สถานศึกษา เพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.28 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	87
ตารางที่ 4.29 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	88
ตารางที่ 4.30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตรมีผลต่อ การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี.....	89





## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดในการศึกษา .....	19
ภาพที่ 2.1	โครงสร้างของหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 .....	24



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีย่อมส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งรากฐานสำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้นย่อมได้รับการสนับสนุนพัฒนาการมาจากการศึกษาค้นคว้าด้วยสถานการณ์และการแข่งขันดังกล่าว สถานศึกษาจำเป็นต้องดำเนินการจัดระบบการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและการคาดการณ์ในความจำเป็นในการใช้ความรู้และทักษะสำหรับอนาคตที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงไปตามวิวัฒนาการ (สมศรี เพชรโชติ 2560) ด้วยเหตุนี้การศึกษาจึงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับสร้างคน สร้างสังคม และสร้างชาติ ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์สำคัญต่อการพัฒนาประเทศและสังคมต่อไป โดยทางภาครัฐได้ให้ความสำคัญโดยได้กำหนดแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2579) เน้นให้ผู้เรียนได้รับการจัดการศึกษาพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถของคนไทยด้านความรู้ในทักษะ ความรู้ความสามารถ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาประเทศ และรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกทั้งในปัจจุบันและนานาอารยประเทศ ด้วยเหตุจำเป็นการจัดการศึกษาในระบบโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยจึงมุ่งเน้นเป้าหมายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนกำลังและเตรียมบุคลากรของผู้สอนให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานเมื่อผู้เรียนสำเร็จการศึกษา (สมฤทัย อธิเรืองสิริ 2564)

การพัฒนาการศึกษาของไทยได้มีการจัดกรอบการศึกษาภายใต้การกำกับดูแลนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561 – 2580) เป็นแผนแม่บทหลักในการพัฒนาประเทศที่ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2562 โดยแผนแม่บทจะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบประชารัฐ ดังนั้น ภายใต้วิสัยทัศน์ “กระทรวงศึกษาธิการวางระบบ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ทักษะ มีทัศนคติที่ถูกต้องต่อบ้านเมือง มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคง มีคุณธรรม มีงานทำ มีอาชีพ และเป็นพลเมืองที่เข้มแข็ง” ของแผนยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ (พ.ศ. 2563 – 2565) (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอาชีวศึกษาเป็นสถาบันการศึกษาจัดตั้งตามพระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2551 มาตรา 6 และมาตรา 13 ประกอบกับกฎกระทรวงว่าด้วยการรวม

สถานศึกษาอาชีวศึกษาเพื่อจัดตั้งสถานการณ์อาชีวศึกษา พ.ศ. 2555 โดยสถานการณ์อาชีวศึกษาซึ่งเป็น สถานศึกษาสำคัญหนึ่งหน่วยตามยุทธศาสตร์ของกระทรวงศึกษาในการตอบสนองกำลังคนด้าน การผลิตและพัฒนากำลังคน รวมทั้งงานวิจัยที่สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ ที่มีเป้าหมาย เพื่อสร้างขีดความสามารถให้ผู้เรียนได้รับการเพิ่มเติมความรู้ ทักษะในการประกอบอาชีพ ที่ตรงกับ สภาพตลาดแรงงาน กำลังคนได้รับการผลิตและพัฒนาตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ รวมทั้งมีองค์ความรู้ นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ ที่สนับสนุนการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาในพื้นที่ โดยปัจจุบันจำนวนผู้เรียน อาชีวศึกษาปีการศึกษา พ.ศ. 2562 ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ทุกระดับการศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 1,875,915 คน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ดังแสดงผลตาม ตารางที่ 1.1 (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา 2562)

ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้เรียนปีการศึกษา พ.ศ.2562 จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนผู้เรียนอาชีวศึกษา		
	สถานศึกษา	สถานบันศึกษา	รวม
	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	537,810	206,739	644,549
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	244,786	113,768	357,554
หลักสูตรระยะสั้น และหลักสูตรนอกระบบอื่น	865,112	-	864,112

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (2562)

วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีได้จัดการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ซึ่งเป็น สถาบันการศึกษาหนึ่งที่ได้ถือกำเนิดขึ้นภายใต้ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ ณ วันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2500 แรกเริ่มเดิมทีเรียกชื่อเป็น *โรงเรียนพณิชยการธนบุรี* สังกัดกองโรงเรียน พณิชยและอุตสาหกรรม กรมอาชีวศึกษา และได้รับความนิยมและความต้องการของผู้ศึกษามากขึ้น จึงทำให้ผู้บริหารการศึกษาของวิทยาลัยโดยขุนวิทยาวุฒิ (นวม ชัยรัตน์) เป็นผู้อำนวยการกอง โรงเรียนพณิชยและอุตสาหกรรม กรมอาชีวศึกษา ในขณะนั้น ได้ขยายพื้นที่การศึกษาและสาขา การเรียนรู้เพิ่มเติมให้สอดคล้องกับความต้องการและในขณะเดียวกันพระมหารมัต โชติปาโล ซึ่งเป็น เจ้าอาวาสวัดบางแวก มีความมุ่งหมายสร้างโรงเรียนประชาบาล เพื่อให้การศึกษาแก่บุตรหลานใน ละแวกนี้ และได้สร้างเรือนไม้ 2 หลัง แต่เนื่องจากเกิดปัญหาขัดข้องบางประการจึงไม่สำเร็จตาม มุ่งหมาย ต่อมา ขุนวิทยาวุฒิ จึงกราบเรียนท่านเจ้าอาวาสวัดบางแวกให้ทราบและแจ้งความประสงค์ ว่าทางกระทรวงศึกษาธิการต้องการสร้างสถานศึกษาด้านพณิชยการเพิ่มเติม ท่านเจ้าอาวาสจึงมี

ความยินดี และมีความตั้งใจเพื่อให้ความมุ่งหมายสำเร็จ จึงได้ขายอาคารไม้สองหลังพร้อมยกที่ดินให้กับโรงเรียนจำนวน 9 ไร่ 3 งาน 2 ตารางวา โดยไม่มีค่าเช่าแต่ประการใดทั้งสิ้น โดยเปิดการสอนจริงเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2500 โดยมี อาจารย์สัณฑ์ พรนิมิตร ผู้ช่วยอาจารย์ใหญ่โรงเรียนพัฒนการพระนคร มาดำรงตำแหน่งอาจารย์ใหญ่โรงเรียนพัฒนการธนบุรีเป็นท่านแรกในปัจจุบัน (วิทยาลัยพัฒนการธนบุรี 2563)

ปัจจุบันวิทยาลัยพัฒนการธนบุรีได้ขยายการศึกษาและจัดหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 7 หลักสูตร ได้แก่ การบัญชี การเลขานุการ การตลาด เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ธุรกิจการค้าปลีก (ทวิภาคี) ภาษาต่างประเทศ และการท่องเที่ยว (ทวิภาคี) โดยกำหนดวิสัยทัศน์ให้เป็นสถาบันที่ผลิตผู้เรียนให้มีทักษะอาชีพด้านบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวที่เชี่ยวชาญเทคโนโลยีสู่การเป็นพลโลกดิจิทัล อย่างไรก็ตาม พัฒนาการของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรีในการรับเข้าศึกษาในช่วงปีการศึกษา 2561 – 2563 มีอัตราการลดลงในทุกปีการศึกษา ดังแสดงผลตามตารางที่ 1.2 (วิทยาลัยพัฒนการธนบุรี 2563)

ตารางที่ 1.2 แสดงสถิติของผู้เรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช. ปี พ.ศ. 2561-2563 ของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี

ปีการศึกษา	จำนวนผู้เรียน (คน)
2561	644
2562	605
2563	563

ที่มา: วิทยาลัยพัฒนการธนบุรี (2563)

จากตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนผู้เรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช. ปี พ.ศ. 2561-2563 ของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรีได้ลดลงอย่างต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจากผลการศึกษาและงานวิจัยของ อวภาส์ ฉันทศาสตร์รัศมี (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องสาเหตุการลดลงของจำนวนนักศึกษา ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ปทุมธานีและสมุทรปราการ) และแนวทางปรับตัวของมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แนวคิดโมเดลการขับเคลื่อนพลังทั้ง 5 ทฤษฎีสู่ส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ทฤษฎีแรงจูงใจ แผนภูมิสาเหตุและผล และ SWOT โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุการลดลงของจำนวนนักศึกษามาจากโครงสร้างประชากรของประเทศ

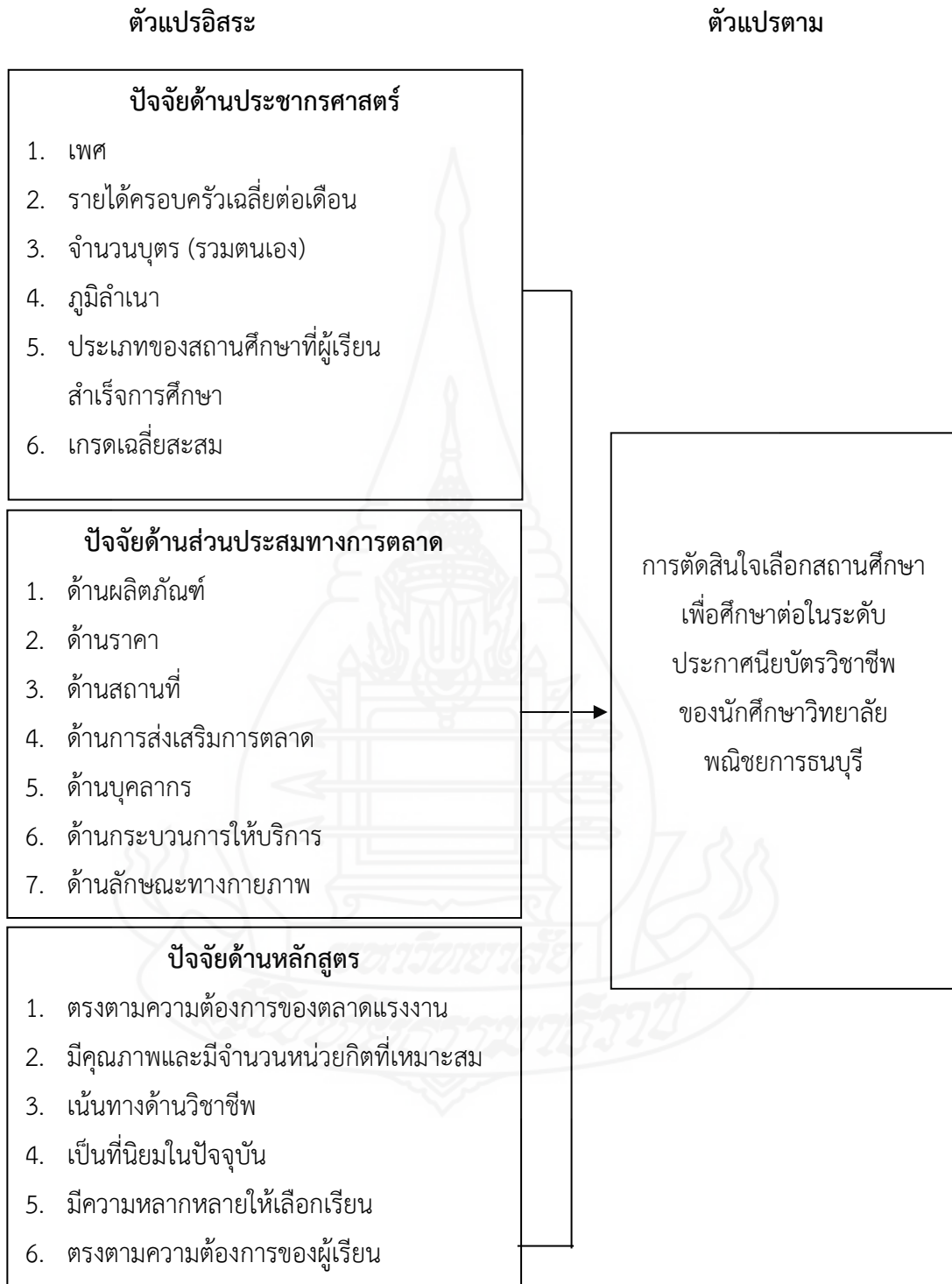
ที่เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่สามารถเรียนรู้ได้หลายช่องทางและสะดวกขึ้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการและมีความทันสมัย ชื่อเสียงของสถาบัน การมีโอกาสดำเนินการศึกษานอกระบบ การพัฒนาหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการและทันสมัย การมอบทุนการศึกษาหรือส่วนลด และสร้างชื่อเสียงของสถาบันให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักมากยิ่งขึ้น (อภิมหาสารคาม 2562) จะเห็นได้ว่าสาเหตุการลดลงของจำนวนนักศึกษาที่มีหลายสาเหตุที่สถาบันการศึกษาต้องตัดสินใจในการวางแผนกำหนดการเรียนการสอนและจำเป็นอย่างยิ่งที่วิทยาลัยหรือสถาบันการศึกษาต้องปรับเปลี่ยนภารกิจให้สอดคล้องกับยุคปัจจุบัน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ การบริหารจัดการวิทยาลัยฯ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และตลาดแรงงาน รวมทั้งเป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดความพึงพอใจให้แก่ผู้เรียน ผู้ปกครอง ชุมชน ซึ่งส่งผลดีต่อสถานศึกษาในทุกด้านต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี
- 2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี
- 2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านหลักสูตรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

### 3. กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

#### 4. สมมติฐานการศึกษา

4.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

4.3 ปัจจัยด้านหลักสูตรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

#### 5. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ผู้ศึกษากำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

5.1 **ขอบเขตด้านเนื้อหา** มุ่งศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านหลักสูตร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

5.2 **ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ในวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ที่ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ในปีการศึกษา 2564 จำนวน 482 คน

5.3 **ขอบเขตด้านพื้นที่** กำหนดพื้นที่ในการศึกษา คือ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เลขที่ 20 ซอยบางแวก 3 แขวงคูหาสวรรค์ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

5.4 **ระยะเวลาที่ทำการศึกษา** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ปัจจัยด้านหลักสูตรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี และระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยกำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือน มิถุนายน - สิงหาคม 2564



## 6. นวัตกรรมเฉพาะ

**6.1 การศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)** หมายถึง ผู้ศึกษาต่อในสายอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช. 1 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3

**6.2 นักเรียน** หมายถึง ผู้ที่ศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัย พณิชยการธนบุรี ระดับชั้น ปวช. 1

**6.3 ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง เป็นเครื่องมือทางการตลาดทางด้านบริการที่สามารถควบคุมได้ ใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 7 P's ดังนี้

**6.3.1 สินค้าและผลิตภัณฑ์** หมายถึง การจัดการเรียนการสอน หลักสูตรที่เปิดสอนของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 7 สาขา

**6.3.2 ทำเลที่ตั้ง** หมายถึง พื้นที่ที่วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ตั้งอยู่เปิดการเรียนการสอนในปัจจุบัน

**6.3.3 ราคา** หมายถึง ค่าเทอม ค่าบริการทางการศึกษาที่วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เก็บจากผู้เข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช.1

**6.3.4 การส่งเสริมด้านการตลาด** หมายถึง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ส่วนลดค่าเทอมแก่ผู้ศึกษาต่อที่วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เก็บจากผู้เข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช.1

**6.3.5 บุคลากร** หมายถึง ครู เจ้าหน้าที่ ที่ทำหน้าที่การเรียนการสอน และให้บริการด้านอื่น ๆ ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

**6.3.6 กระบวนการ** หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการด้านการเรียนการสอน และบริการอื่นทางการศึกษาแก่ผู้เรียน

**6.3.7 ลักษณะทางกายภาพ** หมายถึง อาคาร สถานที่ ห้องเรียน และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน

**6.4 หลักสูตร** หมายถึง รายวิชาที่เปิดสอนตามหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ทุกสาขา ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

**6.5 การตัดสินใจ** หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพื่อนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการให้บริการด้านการศึกษาของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้เรียน ผู้ปกครอง ชุมชน และส่งผลดีต่อการจัดการศึกษา

7.2 เพื่อนำผลการศึกษาด้านหลักสูตรเปิดสอนของสถานศึกษามาเป็นข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

7.3 เพื่อให้วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาด้านการศึกษา ด้านการตลาด ด้านหลักสูตร ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และตลาดแรงงาน



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาในหัวข้อเรื่องการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักสูตร
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับขนาดหรือจำนวนคนที่มีอยู่ในแต่ละสังคมภูมิภาคและระดับโลก นอกจากนี้ยังศึกษาเกี่ยวกับการกระจายตัวของประชากรและองค์ประกอบต่าง ๆ ของประชากร โดยองค์ประกอบของประชากรศาสตร์มีทั้งทางด้านชีววิทยาและสังคม สามารถแบ่งออกได้ดังนี้ (วิไลพร สุตันไชยนนท์ 2560, น. 60)

- 1) องค์ประกอบที่ติดตัวมาแต่กำเนิด เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ
- 2) องค์ประกอบที่หามาได้จากสังคม เช่น การศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะทาง

ประชากรศาสตร์ คือ

(1) เพศ (sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างของเพศชาย และเพศหญิงที่ต่างกัน ส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์ โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามมากที่สุด ส่วนเด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากที่สุด แต่ก็มีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงว่าชายและหญิงมีการสื่อสารและรับสื่อไม่ต่างกัน

(2) อายุ (Age) การจะสอนผู้ที่อายุต่างกันให้เชื่อฟังหรือเปลี่ยนทัศนคติหรือเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นมีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าที่จะสอนให้เชื่อฟัง ให้เปลี่ยนทัศนคติและเปลี่ยนพฤติกรรมก็ยิ่งยากขึ้นการวิจัยโดย ซี.เมเบิล (C. Maple) และไอ แอล เจนิสและดีเรฟ (I. L. Janis and D. Rife) ได้ทำการวิจัยและให้ผลสรุปว่าการชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนที่เพิ่มขึ้นอายุยังมีความสัมพันธ์ของข่าวสารและสื่ออีกด้วยเช่นภาษาที่ใช้ในวัยต่างกันก็ยังมี ความหมายต่างกันโดยจะพบว่าภาษาใหม่ ๆ แปลก ๆ จะพบในคนหนุ่มสาวสูงกว่าผู้สูงอายุ เป็นต้น

(3) การศึกษา (Education) เป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อพฤติกรรมของการสื่อสารของผู้รับสาร ดังนั้น วิจัยหลักชิ้นที่ชี้ว่าการศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก

#### (4) ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status)

อาชีพรายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลโดยมีรายงานหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน

จากผลงานวิจัยของ ชูติมา นิมนวล (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่มาตลาดโก้งโค้ง และอุทยานหลวงปู่ทวด ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหาร เพื่อตัวเอง เลือกซื้อในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า พบว่า อายุและอาชีพ มีผลต่อการเลือกซื้อแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกซื้อด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกซื้อด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บุษกร หวังดี (2564) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม และเพื่อค้นหาและศึกษาความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมทางเลือกซื้อ คอนโดมิเนียมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ปี 2563 โดยศึกษากลุ่มประชากร ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือต้องการที่จะซื้อ หรือมีความสนใจจะซื้อคอนโดมิเนียมและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้าน ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมมีเพียง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคลากร ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด และปัจจัยด้านบุคลากร

รวมทั้งงานวิจัยของ อโนปมา พิมพานุวัตร (2564) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จุ่มข้าวไรซ์เบอร์รี่ชนิดผง โดยกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยคือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จุ่มข้าวไรซ์เบอร์รี่ชนิดผง ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคจุ่มข้าวไรซ์เบอร์รี่ชนิดผงที่มีสถานภาพสมรส มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จุ่มข้าวไรซ์เบอร์รี่ชนิดผงโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้บริโภคจุ่มข้าวไรซ์เบอร์รี่ชนิดผงที่มีระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จุ่มข้าวไรซ์เบอร์รี่ชนิดผงโดยภาพรวม แตกต่างกัน

จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือเลือกซื้อที่แตกต่างกันตามรายได้ อาชีพ การศึกษา

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

การวางแผนการตลาดของสื่อออนไลน์ในสังคมปัจจุบันนั้นเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงความสำคัญมากที่สุด เนื่องด้วยสังคมปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่เป็นตัวหลักในการขับเคลื่อนตลาดและเศรษฐกิจ มีองค์ประกอบหรือกระบวนการหลายส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกัน การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของสื่อออนไลน์ให้เหมาะกับตลาดเป้าหมายเป็นหนึ่งในขั้นตอนหรือกระบวนการในการวางแผนการตลาดเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปตามแบบแผนและที่บรรลุตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ส่วนประสมทางการตลาด 7P's

Kotler (1997, p. 92 อ้างถึงใน โสภิตา รัตนสมโชค 2558, น. 10) ได้กล่าวไว้ว่าส่วนผสมการตลาดบริการ (Marketing Mix) คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการ รวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการซึ่งประกอบด้วย 7P's คือ

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขายอาจเป็นสินค้าที่มีตัวตนบริการความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการได้เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ สิ่งที่น่าเสนอขาย ผลิตภัณฑ์โดยธุรกิจเพื่อลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่อาจจะต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้าบริการและชื่อเสียงของผู้ขาย และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไรเมื่อต้องการที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่ธุรกิจโดยจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

2) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่จ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์บริการหรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็น P ตัวที่ 2 ที่เกิดขึ้นจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (cost) ลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ของผลิตภัณฑ์และบริการกับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาบริการให้บริการวันนี้มีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกันดังนั้นธุรกิจต้องมีเป้าหมายจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไรหรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด market share อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาด

3) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ช่องทางหรือสถานที่ที่ใช้ในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการซึ่งประกอบด้วยกระบวนการขนส่งการคลังสินค้าและสถานที่จำหน่ายสินค้า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่น่าเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ถึงแม้ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตขึ้นมาได้นั้นจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบจะจัดหามาได้เมื่อเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสารไปยังผู้ใช้บริการ สามารถสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการได้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบถึงการบริการแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค



5) บุคลากร (People หรือพนักงาน Employee) จะมองในส่วนของพนักงานในทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นการพูดจา มารยาทการแต่งกาย สีหน้าท่าทาง มีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร ซึ่งต้องคัดเลือก ฝึกอบรม จงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้และสามารถสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ

6) กระบวนการให้บริการ (Process) จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตของธุรกิจบริการ ซึ่งก็คือ กระบวนการขั้นตอน และประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย เจริญ ต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับจะคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า

7) ลักษณะกายภาพภายนอกและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) ปัจจัยที่มีผลต่อความประทับใจของลูกค้าแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้แก่ลูกค้าเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็ว มีป้ายโฆษณาหน้าร้านในตำแหน่งที่เหมาะสมเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าที่ลูกค้าควรได้รับ

ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ข้างต้น เป็นสิ่งสำคัญต่อการตลาดของธุรกิจเพื่อใช้กำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จะต้องจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจนั้น ๆ

ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix เป็นชุดของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดย Kotler (1999) ได้กำหนดส่วนผสมทางการตลาดไว้ 4 ด้าน 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ตามแนวคิดของ oomandbitner (1981 อ้างถึงใน Kotler 1999) ยังกล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มเติมอีก 3 ด้าน (3P's) ได้แก่ บุคคล ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการทำงาน โดยสามารถอธิบายได้ ดังนี้



1) ผลิตภัณฑ์ Product หมายถึง สิ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาด ซึ่งผู้บริโภคต้องจ่ายเงินเป็นการแลกเปลี่ยนบาทเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) และนอกจากผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้วยังครอบคลุมถึงเรื่อง ตราสินค้า (Brand) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคด้วย

2) ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่ต้องจ่ายเพื่อแลกมาซึ่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคามาจากวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา โดยราคาจะถูกผู้บริโภคนำไปเปรียบเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (Perceived Value) ของสินค้าหรือบริการ หากคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้สูงกว่าราคาจะเกิดการตัดสินใจซื้อ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

3) ช่องการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภคครอบคลุมทั้งเรื่องสถานที่และกิจกรรม โดยต้องพิจารณาในหลายด้าน เช่น ท่าเลที่ตั้ง การขนส่งและช่องทางการเข้าสู่ผู้บริโภค เป็นต้น

4) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การกระตุ้นยอดขายของกิจการทางเครื่องมือทางการตลาดและสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการโดยใช้เพื่อชักจูง (Persuade) ให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ได้ผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการสร้าง ความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคเพื่อหวังผลให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง

5) บุคคล หมายถึง ลักษณะของผู้ให้บริการที่เป็นส่วนสำคัญของงานบริการ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเช่นเดียวกับปัจจัยอื่น ๆ ลักษณะผู้ให้บริการที่ดีมาจากการคัดเลือก การฝึกอบรม บุคลากร การสร้างแรงจูงใจ ค่านิยมองค์กรและการสร้างวัฒนธรรมขององค์กร จึงจะทำให้เกิดการตอบสนองต่อผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ

6) ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่นำเสนอแก่ผู้บริโภคทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าทั้งรูปลักษณะของผู้ให้บริการ ความสะอาดเรียบร้อย การเจรจาที่สุภาพอ่อนโยนหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ผู้บริโภคควรได้รับ รวมถึงสิ่งแวดล้อมในการให้บริการและปัจจัยอื่น ๆ ที่จับต้องได้

7) กระบวนการทำงาน หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการปฏิบัติในงานบริการที่นำเสนอแก่ผู้ให้บริการ เพื่อมอบบริการที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพและเกิดความประทับใจ รวมถึงการกำหนดขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจนเพื่อให้แน่ใจได้ว่าองค์กรจะสามารถส่งมอบบริการที่มีมาตรฐาน

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด 7P's เป็นตัวแปรหลักที่ใช้ในการคิดวิเคราะห์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้ส่วนประสมทางการตลาดของ บุมส์ และบิทเนอร์ มาเป็นตัววิเคราะห์และนำกรอบแนวคิดจากด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ และด้านกระบวนการ มาเป็นส่วนหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลงานวิจัยของ ทรงพร เทือกสุบรรณ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักที่ซื้อสินค้า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้า และช่วงเวลาที่เข้ามาซื้อสินค้า ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เข้ามาซื้อสินค้า

รวีภา สู้สกุลสิงห์ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า โดยเก็บแบบสอบถามจากประชากรที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P's) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีค่ามากที่สุด

รวมทั้งงานวิจัยของ วริศรา สู้สกุลสิงห์ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นจากประชากรที่เคยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-24,999 บาท การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้

ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแทบทุกด้านอยู่ในระดับมาก มีเพียงปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวเท่านั้นที่อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ หรือเลือกซื้อที่แตกต่างกัน

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักสูตร

#### 3.1 ความหมาย ความสำคัญของหลักสูตร

มารุต พັນผล (2562) ได้กล่าวถึงหลักสูตร การประมวลประสบการณ์ทั้งหมดที่สถานศึกษาวางแผนและจัดให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างมีระบบให้บรรลุความมุ่งหมายที่กำหนด

ไพโรจน์ สตรียากร (2558) ได้กล่าวถึงหลักสูตร การจัดกิจกรรม โครงการ ประสบการณ์ เพื่อให้ผู้เรียนได้ผ่านมวลประสบการณ์หรือกิจกรรมเกิดการพัฒนาพุทธิพิสัยทักษะพิสัยและจิตพิสัยสามารถประกอบอาชีพและดำรงตนอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข

ความสำคัญของหลักสูตร กล่าวไว้ว่า หลักสูตรเป็นเครื่องมือพัฒนาคุณภาพประชากร ให้มีความรู้ความสามารถคุณลักษณะอันพึงประสงค์เป็นหัวใจของการจัดการศึกษา เป็นกรอบการกำหนดนโยบายทางการศึกษาอีกทั้งเป็นเครื่องมือชี้แนะแนวทางการปฏิบัติงานด้านการจัดการเรียนการสอนมีความสำคัญต่อผู้เรียนเพื่อให้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการเข้ารับการศึกษามีความสำคัญต่อชุมชนอันเป็นเครื่องมือพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนให้เป็นสมาชิกของชุมชน และประเทศชาติ

จากความหมายและความสำคัญของหลักสูตรจะเห็นได้ว่าหลักสูตรเป็นการจัดประสบการณ์ กิจกรรม โครงการ เพื่อให้เกิดประสบการณ์ โดยอาศัยการวางแผน อันจะส่งผลต่อการจัดการศึกษาใน ภาพรวมของประเทศและการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนบรรลุวัตถุประสงค์ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ซึ่งในการนำหลักสูตรไปใช้จำเป็นต้องมีการพัฒนาหลักสูตรให้มีความเหมาะสม

รูปแบบการพัฒนาหลักสูตร รูปแบบการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตร Noelket และ Schoenfeldt (อ้างถึงใน ไพโรจน์ สตรียากร 2558) ประกอบด้วย 7 ขั้นตอนได้แก่ 1) การวิเคราะห์สถานการณ์ เป็นการวิเคราะห์ความต้องการผู้เรียนความต้องการของสังคม 2) การกำหนดเงื่อนไขพื้นฐาน การกำหนดระดับการเรียนการสร้างแบบทดสอบข้อสอบการวัดผลการรวบรวมรายละเอียดจัดตั้งงบประมาณและนำหลักสูตรนี้ใช้กับระดับการศึกษาใด 3) การวิเคราะห์ยุทธวิธี เหตุผลการกำหนดเนื้อสัดส่วนของเนื้อหาการเลือกจุดเริ่มต้นของยุทธวิธี 4) จุดมุ่งหมายของการเรียน กำหนดวัตถุประสงค์ คุณสมบัติขอบเขตและการจัดเรียงลำดับวัตถุประสงค์ 5) การจัดการเรียนการสอน

การแบ่งเนื้อหา วางแผนการใช้สื่อวิธีการสอนและทำตารางเวลา 6) กระบวนการเรียนการสอนอธิบาย หรือหรือแสดงการนำหลักสูตรไปใช้ 7) การประเมินผล การนำหลักสูตรไปใช้ และทดสอบตัวหลักสูตร

จากรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรสรุปได้ว่าการพัฒนาหลักสูตรมีกระบวนการและ ขั้นตอนในการวิเคราะห์กำหนดเงื่อนไขวิธีการจุดมุ่งหมายนำไปสู่การจัดการเรียนการสอนโดยผ่าน กระบวนการการนำหลักสูตรไปใช้และมีการทดสอบเมื่อนำหลักสูตรไปใช้ส่งผลดีต่อการพัฒนา หลักสูตรโดยในการพัฒนาหลักสูตรนั้นต้องมีการบริหารการพัฒนาหลักสูตรอย่างมีกระบวนการและ ขั้นตอน

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) ความหมายและความสำคัญของการบริหาร หลักสูตรการบริหาร หมายถึง การทำงานของคณะบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่จะทำงานให้บรรลุ วัตถุประสงค์ที่วางไว้ นโยบาย การใช้กระบวนการการบริหาร ได้แก่ การวางแผน การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การติดต่อ การประเมินผล การปฏิบัติงาน เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ หน้าที่ของผู้บริหารจึงมี การจัดวางนโยบาย การวางแผนและการจัดตั้งวัตถุประสงค์ หน้าที่ถัดไป ได้แก่ การมอบหมายความ รับผิดชอบให้กับหน่วยงาน การประสานงานติดต่อ การจัดสรรทรัพยากรรวมทั้งการติดตาม ประเมินผลการบริหาร หลักสูตร จึงมีลักษณะงานคล้ายกับการบริหารงานลักษณะอื่น ๆ ใน สถานศึกษา แต่อาจแตกต่างกัน ในด้านวัตถุประสงค์ วิธีการและการประเมินผลการบริหารหลักสูตร จึงหมายถึง กระบวนการ บริหารงานการใช้หลักสูตร แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน คือ การเตรียมการหลักสูตร การดำเนินการเกี่ยวกับหลักสูตรและการประเมินผลหลักสูตรกระบวนการบริหารงาน สามารถ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ

1) ขั้นเตรียมการ เป็นการวางแผนการใช้หลักสูตร โดยต้องเตรียมการล่วงหน้าก่อน เปิด หลักสูตร การวางแผนการใช้หลักสูตรอย่างเป็นระบบ และนำนวัตกรรมทางการศึกษามาช่วยเป็น สิ่งจำเป็น การเตรียมการเกี่ยวกับหลักสูตรมีดังนี้

(1) การตรวจสอบหลักสูตรแม่บทก่อนนำไปใช้ ก็ได้มีการทดลองนำร่องการใช้ หลักสูตรแล้วในการตรวจสอบหลักสูตรแม่บท แต่ละสถานศึกษาสามารถทำได้เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพ ของสถานศึกษา โดยการตรวจสอบตั้งแต่วัตถุประสงค์ทั่วไป วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม รูปแบบ โครงสร้าง เนื้อหาวิชา วิธีการจัดการเรียนการสอน สื่อการสอน โดยมีวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบว่า เหมาะกับสภาพปัจจุบันของสถานศึกษานั้น ๆ ทั้งนี้เพราะสถานศึกษาแต่ละแห่ง มีสภาพท้องถิ่น แตกต่างกันไป จึงจำเป็นต้องปรับปรุงบ้างตามความเหมาะสม

(2) การประชาสัมพันธ์หลักสูตร การประชาสัมพันธ์หลักสูตรก่อนนำหลักสูตร ไปใช้ เป็นสิ่งจำเป็น ทั้งนี้ก็เพราะการเปลี่ยนแปลงหลักสูตร จะมีผลกระทบต่อการบริหารหลักสูตร ผู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร นับตั้งแต่ผู้บริหารสถานศึกษา ครูอาจารย์ นักเรียนนักศึกษาจะต้องได้รับ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงมากบ้างน้อยบ้างในลักษณะที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ก็เพราะการจัด

หลักสูตรเกี่ยวข้องกับหลายอย่าง ไม่เฉพาะการจัดการเรียนการสอนเท่านั้น แต่ยังสัมพันธ์กับสื่อ การสอน ห้องสมุด สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ หลักสูตร โดยเฉพาะผู้มีหน้าที่บริหารหลักสูตร ได้แก่ ฝ่ายวิชาการจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมของ สิ่งเหล่านี้ และต้องปรับปรุงแก้ไขวิธีการบริหารงาน เพื่อจะได้ใช้หลักสูตร ให้ประสบความสำเร็จ ตาม วัตถุประสงค์ที่วางไว้การประชาสัมพันธ์จะเริ่มต้นตั้งแต่การจัดทำหลักสูตรต้นแบบเป็นระยะเวลาว่า ได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้างการประชาสัมพันธ์ทำได้หลายรูปแบบดังนี้การออกแบบ เอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น การออกแผ่นปลิว บทความในหนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ การใช้สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น การประชุมสัมมนาเกี่ยวกับหลักสูตรใหม่ การเลือกใช้วิธี ประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายงบประมาณที่มีอยู่ ตลอดจนเวลาและโอกาสเป็น เรื่องที่ต้องพิจารณาเป็นเรื่อง ๆ ไป อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดการ ยอมรับในหลักสูตร ให้บุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าใจบทบาทหน้าที่ความสัมพันธ์ของหลักสูตรกับการเรียน การสอน

(3) การเตรียมความพร้อม การเตรียมความพร้อมของสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การบริหารหลักสูตรเป็นสิ่งจำเป็น เหมือนกับการจัดของต่าง ๆ ก่อนออกเดินทาง เมื่อไม่ให้เกิดการ ขัดข้องในระหว่างหลักสูตรกำลังดำเนินการ หรือระหว่างการเรียนการสอน การเตรียมความพร้อม มี หลายเรื่องดังนี้การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

ก. การเตรียมความพร้อมของครูผู้สอน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อ หลักสูตร การเปลี่ยนแปลงหลักสูตรประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้สอน เพราะเป็นผู้นำ หลักสูตรไปใช้ในห้องเรียนกับผู้เรียน สิ่งที่ต้องทำในการเตรียมความพร้อมด้านครูผู้สอนก็คือ การ สำรวจ จำนวนครูผู้สอน ความพร้อมในการสอน โดยเฉพาะความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของหลักสูตร การจัดเตรียมเนื้อหาหลักสูตร รวมทั้งทักษะในการสอน การประเมินผลการเรียน รวมทั้งการให้ความ เข้าใจกับผู้สอนให้มีเจตคติที่ดีต่อหลักสูตร

ข. การเตรียมผู้นิเทศการสอนและนักแนะแนวการศึกษา บุคลากรเหล่านี้ มีส่วนส่งเสริมให้หลักสูตรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปบุคลากรที่เกี่ยวข้องเหล่านี้มีความเข้าใจ เรื่องหลักสูตร ก็จะช่วยครูในด้านการเรียนการสอนได้ดีในการพัฒนาคุณภาพการสอน

ค. การเตรียมผู้บริหาร โดยที่ไปผู้บริหารมีหลายระดับ หากเป็นผู้บริหาร สถานศึกษาที่มีผู้อำนวยการ หัวหน้าคณะวิชา และหัวหน้าแผนกวิชา ตลอดจนหัวหน้างานอื่น ๆ ผู้บริหารมีความสำคัญต่อการพัฒนาหลักสูตรไม่ยิ่งหย่อนกว่าครูและผู้นิเทศการสอน เพราะเป็น ผู้กำกับดูแลหลักสูตรให้ดำเนินการไปอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารควรสำรวจสภาพและปัญหาของ สถานศึกษาในความดูแลของตนเพื่อจะได้พัฒนาและแก้ไขได้ถูกต้อง การประชุมสัมมนาผู้บริหาร เรื่อง



บทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตร จึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมทั้งแนวคิดและเทคนิคของงานบริหารหลักสูตร

ง. การเตรียมความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ วัสดุฝึก สื่อการสอน ห้องสมุด อาคารสถานที่ งบประมาณ สถานที่ฝึกงาน รวมทั้งการจัดทำคู่มือครูเกี่ยวกับหลักสูตร เป็นต้น การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับวัสดุในการสอนด้านทักษะปฏิบัติ โดยเฉพาะด้านวิชาชีพ วัสดุฝึกในโรงประลองและห้องปฏิบัติ การเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องเตรียมจัดซื้อ และจัดการไว้ล่วงหน้าก่อนการสอน มิฉะนั้นอาจเกิดการจัดซื้อและขาดแคลนในเวลาสอน จึงควรจะได้วางแผนการไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดซื้อวัสดุ

จ. การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับสื่อการสอนหลักสูตรใหม่ ย่อมต้องการสิ่งใหม่ ๆ การจัดหาไว้พร้อมเกี่ยวกับสื่อการสอน เช่น แผ่นใส เทป ตลอดจนอุปกรณ์ในการใช้สื่อ จึงเป็นสิ่งจำเป็น แต่ทั้งนี้ก็ต้องคำนึงถึงสภาพของสถานศึกษา เช่น ห้องที่จะใช้สื่อ ความสามารถของครูผู้สอน เจ้าหน้าที่ ช่างเทคนิคที่จะช่วยบริการการใช้สื่อด้วย

ฉ. การเตรียมอาคารสถานที่ อาคารสถานที่เป็นห้องเรียนบรรยาย ห้องปฏิบัติการ ห้องทดลอง โรงประลอง ควรจัดทำให้พร้อม ถ้าจำเป็นต้องมีการปรับปรุงอาคารสถานที่เหล่านั้น เช่น ห้องปฏิบัติก็ต้องจัดทำล่วงหน้าก่อนนำหลักสูตรไปใช้การเตรียมงบประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินงานหลักสูตรเป็นสิ่งจำเป็นมาก งบประมาณจะเป็นตัวบ่งชี้ที่จะทำให้หลักสูตรประสบความสำเร็จหรือไม่ นอกจากจะใช้ในด้านค่าจ้างตอบแทน และยังเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาวัสดุ หลักสูตร คู่มือครู คู่มือนักเรียน เอกสาร และอุปกรณ์การสอน สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสนับสนุนต่อการสอน

ช. การเตรียมห้องสมุด เป็นส่วนที่จะสนับสนุนการสอนให้ได้ผลดียิ่งขึ้น ครูและนักเรียนมีแหล่งค้นคว้า สามารถศึกษาเพิ่มเติมจากห้องสมุด จึงจำเป็นต้องจัดหาเอกสารต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการเรียนการสอนไว้ในห้องสมุดการเตรียมสถานที่ฝึกงาน การเรียนในด้านวิชาชีพ จำเป็นต้องมีสถานศึกษาเพื่อเป็นการฝึกทักษะปฏิบัติ และการนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปปฏิบัติจริง การเตรียมสถานที่ฝึกงานไว้พร้อมจะช่วยให้ดำเนินการเกี่ยวกับหลักสูตร ได้สะดวกและมีคุณภาพ

(4) การจัดทำโครงการสอน บางทีก็เรียกแผนการสอนเป็นการเตรียมของครูเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการและการประเมินผล การจัดทำโครงการสอน จะช่วยให้ครูได้ดำเนินการสอนไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

(5) การตรวจสอบความพร้อมของผู้เรียน เป็นสิ่งจำเป็น ได้แก่ การรับสมัครนักศึกษาเพื่อเข้าเรียน การสอบข้อเขียน สัมภาษณ์ ตลอดจนการตรวจสอบหลักฐานก่อนเข้าศึกษาต่อ ในบางครั้งหากมีความจำเป็นเมื่อพบว่าผู้เรียนต้องเติม หรือให้เรียนรู้เนื้อหาบางส่วนก่อนเข้าสู่หลักสูตรใหม่ ก็อาจต้องเปิดการสอนเพื่อปรับพื้นฐานของผู้เรียน เพื่อเตรียมตัวผู้เรียนให้สามารถเรียนในหลักสูตรใหม่ได้

(6) การตรวจสอบการยอมรับจากสังคม เป็นการตรวจสอบความพร้อมของชุมชน เช่น ความคิดเห็นของผู้ปกครองของสถานประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมที่จะรับผู้สำเร็จการศึกษา เพื่อเข้าทำงาน เพื่อจะได้การสนับสนุนจากชุมชน โดยการสำรวจความคิดเห็นเพื่อจะเป็นประโยชน์ ต่อการบริหารหลักสูตร

(7) การจัดโครงสร้างของหน่วยงานการบริหารหลักสูตรอยู่ในการบริหารของฝ่ายวิชาการ และคาบเกี่ยวกับฝ่ายอื่น ๆ ซึ่งเป็นฝ่ายสนับสนุนการสอน การจัดโครงสร้างของหน่วยงานเพื่อจะได้มีการรับผิดชอบเกี่ยวกับหลักสูตร โดยทั่วไปสถานศึกษามีหน่วยงานรองรับการบริหารหลักสูตรอยู่แล้ว แต่อาจจัดโครงการเฉพาะกิจขึ้นเมื่อเปิดหลักสูตร เช่น โครงการส่งเสริมและพัฒนาหลักสูตร เป็นต้น

2) ขั้นตอนการเกี่ยวกับหลักสูตรเป็นการนำหลักสูตรไปใช้ซึ่งจะมีทั้งฝ่ายปฏิบัติการหลักสูตร และฝ่ายสนับสนุนตลอดจนฝ่ายควบคุมการใช้หลักสูตร การดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตร มีดังนี้

(1) การประชุมครูและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร เช่น ความจำเป็นที่จะต้องมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตร เพื่อเป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลงและเข้าใจหลักสูตร

(2) การปฐมนิเทศนักเรียน เป็นการชี้แจงเกี่ยวกับการเรียนการสอน ซึ่งควรจะได้ชี้แจงให้นักเรียนนักศึกษาทราบถึงวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ลักษณะเนื้อหาวิชา โครงสร้าง จำนวนหน่วยกิตวิชาเลือก วิชาบังคับตลอดจนวิธีการลงทะเบียน เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรและสามารถปรับตัวเกี่ยวกับการศึกษา

(3) บริหารหลักสูตรการบริหารให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ นโยบาย การใช้กระบวนการการบริหาร ได้แก่ การวางแผน การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การติดต่อ การประเมินผล การปฏิบัติงาน ประกอบด้วยขั้นเตรียมการ ขั้นตอนการ เพื่อให้การใช้หลักสูตรมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร



### 3.2 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช. 2561 และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562

#### 3.2.1 หลักการของหลักสูตร

- 1) เป็นหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพหลังมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่าค่านวิชาชีพที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแผนการศึกษาแห่งชาติ เป็นไปตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ มาตรฐานการศึกษาของชาติและกรอบคุณวุฒิวิชาชีพศึกษาแห่งชาติ เพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนระดับฝีมือ ให้มีสมรรถนะ มีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ สามารถประกอบอาชีพได้ตรงตามความต้องการ ของสถานประกอบการและการประกอบอาชีพอิสระ
- 2) เป็นหลักสูตรที่เปิดโอกาสให้เลือกเรียนได้อย่างกว้างขวาง เน้นสมรรถนะเฉพาะด้านด้วยการปฏิบัติจริงสามารถเลือกวิธีการเรียนตามศักยภาพและโอกาสของผู้เรียน เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถเทียบโอนผลการเรียน สะสมผลการเรียน เทียบโอนความรู้และประสบการณ์จากแหล่งวิทยาการ สถานประกอบการและ สถานประกอบอาชีพอิสระ
- 3) เป็นหลักสูตรที่สนับสนุนการประสานความร่วมมือในการจัดการศึกษา ร่วมกันระหว่างหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน
- 4) เป็นหลักสูตรที่เปิดโอกาสให้สถานศึกษา สถานประกอบการ ชุมชนและท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตรให้ตรงตามความต้องการ โดยยึดโยงกับมาตรฐานอาชีพและสอดคล้องกับสภาพยุทธศาสตร์ของภูมิภาค เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

#### 3.2.2 จุดหมายของหลักสูตร

- 1) เพื่อให้มีความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในงานอาชีพสอดคล้องกับ มาตรฐานวิชาชีพ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพเลือกวิธีการ ดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสมกับตน สร้างสรรค์ความเจริญต่อชุมชน ท้องถิ่น และประเทศชาติ
- 2) เพื่อให้เป็นผู้มีปัญญา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใฝ่เรียนรู้ เพื่อพัฒนา คุณภาพชีวิตและการประกอบอาชีพมีทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะการเรียนรู้ ตลอดชีวิต ทักษะการคิด วิเคราะห์และ การแก้ปัญหา ทักษะด้านสุขภาวะและความปลอดภัย ตลอดจนทักษะการจัดการ สามารถสร้างอาชีพและพัฒนาอาชีพให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ
- 3) เพื่อให้มีเจตคติที่ดีต่ออาชีพมีความมั่นใจและภาคภูมิใจในวิชาชีพที่เรียน รักงาน รักหน่วยงาน สามารถทำงานเป็นหมู่คณะได้ดี โดยมีความเคารพในสิทธิและหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น

4) เพื่อให้เป็นผู้มีพฤติกรรมทางสังคมที่ดีงาม ทั้งในการทำงาน การอยู่ร่วมกัน การต่อต้านความรุนแรงและสารเสพติดมีความรับผิดชอบต่อครอบครัว หน่วยงาน ท้องถิ่น และประเทศชาติ ดำรงตนตามหลักปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียงเข้าใจและเห็นคุณค่าของการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมีจิตสาธารณะและจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี

5) เพื่อให้มีบุคลิกภาพที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีคุณธรรม จริยธรรม และวินัยในตนเอง มีสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ เหมาะสมกับงานอาชีพ

6) เพื่อให้ตระหนักและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศและโลกมีความรักชาติสำนึกในความเป็นไทย เสียสละเพื่อส่วนรวม ค้ำจุนรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

### 3.2.3 หลักเกณฑ์การใช้หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562

#### 1) การเรียนการสอน

(1) การเรียนการสอนตามหลักสูตรนี้ ผู้เรียนสามารถลงทะเลียนเรียนได้ทุกวิธีเรียนที่กำหนด และนำผลการเรียนแต่ละวิธีมาประเมินผลร่วมกันได้สามารถขอเทียบโอนผลการเรียน และขอเทียบโอนความรู้ และประสบการณ์ได้

(2) การจัดการเรียนการสอนเน้นการปฏิบัติจริง สามารถจัดการเรียนการสอนได้หลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจในหลักการ วิธีการและการดำเนินงานมีทักษะการปฏิบัติงานตามแบบแผน ในขอบเขตสำคัญและบริบทต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานประจำให้คำแนะนำพื้นฐานที่ต้องใช้ในการ ตัดสินใจวางแผนและแก้ไขปัญหา โดยไม่อยู่ภายใต้การควบคุมในบางเรื่องสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะทางวิชาชีพ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการแก้ปัญหาและการปฏิบัติงานในบริบทใหม่ รวมทั้งรับผิดชอบต่อตนเอง และผู้อื่น ตลอดจนมีคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ เจตคติและกิจนิสัยที่เหมาะสมในการทำงาน

#### 2) การจัดการศึกษาและเวลาเรียน

การจัดการศึกษาในระบบปกติใช้ระยะเวลา 3 ปีการศึกษา การจัดการเวลาเรียนให้ดำเนินการ ดังนี้

(1) ในปีการศึกษาหนึ่ง ๆ ให้แบ่งภาคเรียนออกเป็น 2 ภาคเรียนปกติหรือระบบทวิภาค ภาคเรียนละ 18 สัปดาห์ รวมเวลาการวัดผลโดยมีเวลาเรียนและจำนวนหน่วยกิตตามที่กำหนด และสถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบัน อาจเปิดสอนภาคเรียนฤดูร้อนได้อีกตามที่เห็นสมควร

(2) การเรียนในระบบชั้นเรียน ให้สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบัน  
เปิดทำการสอนไม่น้อยกว่า สัปดาห์ละ 5 วัน ๆ ละไม่เกิน 7 ชั่วโมง โดยกำหนดให้จัดการเรียนการสอน  
คาบละ 60 นาที

3) การคิดหน่วยกิต ให้มีจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 103 -  
110 หน่วยกิต การคิดหน่วยกิตถือเกณฑ์ดังนี้

(1) รายวิชาทฤษฎีที่ใช้เวลาในการบรรยายหรืออภิปราย 1 ชั่วโมงต่อ  
สัปดาห์ หรือ 18 ชั่วโมงต่อภาคเรียน รวมเวลาการวัดผล มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

(2) รายวิชาปฏิบัติที่ใช้เวลาในการทดลองหรือฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการ  
2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือ 36 ชั่วโมงต่อภาคเรียน รวมเวลาการวัดผล มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

(3) รายวิชาปฏิบัติที่ใช้เวลาในการฝึกปฏิบัติในโรงฝึกงานหรือภาคสนาม  
3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือ 54 ชั่วโมงต่อภาคเรียน รวมเวลาการวัดผล มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

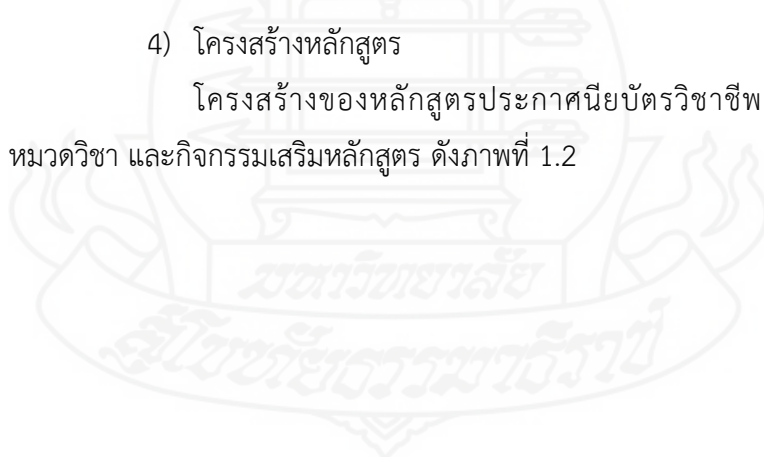
(4) การฝึกอาชีพในการศึกษาระบบทวิภาคี ที่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า 54  
ชั่วโมงต่อภาคเรียน รวมเวลาการวัดผล มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

(5) 3.5 การฝึกประสบการณ์สมรรถนะวิชาชีพในสถานประกอบการ ที่  
ใช้เวลาไม่น้อยกว่า 5 ชั่วโมงต่อภาคเรียน รวมเวลาการวัดผล มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

(6) 3.6 การทำโครงการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพที่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า  
54 ชั่วโมงต่อภาคเรียน รวมเวลาการวัดผล มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

4) โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างของหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562  
แบ่งเป็น 3 หมวดวิชา และกิจกรรมเสริมหลักสูตร ดังภาพที่ 1.2



1	2	3	4	5	6	7	8	9	ชื่อวิชา	ท-ป-น
									ลำดับที่วิชา 01-99	
									สาขาวิชา/วิชาเรียนร่วม	กลุ่มวิชา
2	x	x	0	0					หมวดวิชาสมรรถนะแกนกลาง	11 กลุ่มวิชาภาษาไทย 12 กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ 13 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ 14 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ 15 คลานวิชาสังคมศึกษา 16 กลุ่มวิชาสุขภาพและพลศึกษา 17 กลุ่มวิชาบูรณาการ 20 กิจกรรมเสริมหลักสูตร 9x วิชาเลือกเสรี
2	0	0	0	1					หมวดวิชาสมรรถนะวิชาชีพ กลุ่มสมรรถนะวิชาชีพพื้นฐาน	10 กลุ่มวิชาร่วมหลักสูตร (การประกอบอาชีพ) 20 กลุ่มวิชาเรียนร่วมหลักสูตร (คอมพิวเตอร์)
2	x	x	0	0					หมวดวิชาสมรรถนะวิชาชีพ กลุ่มสมรรถนะวิชาชีพพื้นฐาน	10 กลุ่มวิชาร่วมประเภทวิชา
2	x	x	x	x					หมวดวิชาสมรรถนะวิชาชีพ	10 กลุ่มสมรรถนะวิชาชีพพื้นฐาน 20 กลุ่มสมรรถนะวิชาชีพเฉพาะ 21-49 กลุ่มสมรรถนะวิชาชีพเลือก 51-79 กลุ่มสมรรถนะวิชาชีพเลือก (ทวิภาคี) 80 ฝึกประสบการณ์สมรรถนะวิชาชีพ 85 โครงการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพ 90x วิชาเลือกเสรี
									(-) รายวิชาพัฒนาโดยส่วนกลาง (*) รายวิชาพัฒนาโดยสถานศึกษา	
									สาขาวิชา	
									0 วิชาเรียนร่วม	
									ประเภทวิชา	
									01 ประเภทวิชาอุตสาหกรรม	06 ประเภทวิชาประมง
									02 ประเภทวิชาพาณิชยกรรม	07 ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
									03 ประเภทวิชาศิลปกรรม	08 ประเภทวิชาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
									04 ประเภทวิชาคหกรรม	09 ประเภทวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
									05 ประเภทวิชาเกษตรกรรม	10 ประเภทวิชาอุตสาหกรรมบันเทิงและดนตรี
									หลักสูตร	
									2 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ	ปวช

ภาพที่ 2.1 โครงสร้างของหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562

#### หมายเหตุ

- จำนวนหน่วยกิตของแต่ละหมวดวิชาและกลุ่มวิชาในหลักสูตรให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในโครงสร้างของแต่ละประเภทวิชาและสาขาวิชา
- การพัฒนารายวิชาในกลุ่มสมรรถนะวิชาชีพพื้นฐานและกลุ่มสมรรถนะวิชาชีพเฉพาะ จะเป็นรายวิชาบังคับที่สะท้อนความเป็นสาขาวิชาตามมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพ ด้านสมรรถนะวิชาชีพของสาขาวิชา ซึ่งยึดโยงกับมาตรฐานอาชีพ จึงต้องพัฒนากลุ่มรายวิชาให้ครบจำนวนหน่วยกิตที่กำหนด และผู้เรียนต้องเรียนทุกรายวิชา
- สถานศึกษาอาจศึกษาหรือสถาบันสามารถจัดรายวิชาเลือกตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และ/หรือพัฒนาเพิ่มตามความต้องการเฉพาะด้านของสถานประกอบการหรือตามยุทธศาสตร์ภูมิภาค เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งนี้ ต้องเป็นไปตามเงื่อนไขและมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพที่ประเภทวิชา สาขาวิชาและสาขางานกำหนด

5) การฝึกประสบการณ์สมรรถนะวิชาชีพ เป็นการจัดกระบวนการเรียนรู้ โดยความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันกับภาคการผลิต และหรือภาคบริการ หลังจากที่ผู้เรียนได้เรียนรู้ภาคทฤษฎีและการฝึกหัดหรือฝึกปฏิบัติเบื้องต้นในสถานศึกษา อาชีวศึกษา หรือสถาบันแล้วระยะเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ได้สัมผัส กับการปฏิบัติงานอาชีพ เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ทันสมัย และบรรยากาศการทำงานร่วมกัน ส่งเสริมการฝึกทักษะ กระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนทำได้ คิด เป็น ทำเป็นและเกิดการใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเกิดความมั่นใจและเจตคติที่ดีในการทำงานและการประกอบ อาชีพอิสระ โดยการจัดฝึกประสบการณ์สมรรถนะวิชาชีพต้องดำเนินการ ดังนี้

(1) สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันต้องจัดให้มีการฝึกประสบการณ์สมรรถนะวิชาชีพ ในรูปของการฝึกงานในสถานประกอบการ แหล่งวิชาการ รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานของรัฐ ในภาคเรียนที่ 5 และหรือ ภาคเรียนที่ 6 โดยใช้เวลารวมไม่น้อยกว่า 320 ชั่วโมง กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 หน่วยกิต

กรณีสถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันต้องการเพิ่มพูน ประสบการณ์สมรรถนะวิชาชีพ สามารถนำรายวิชาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับลักษณะงานไปเรียนหรือฝึก ในสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจหรือ หน่วยงานของรัฐในภาคเรียนที่จัดฝึกประสบการณ์สมรรถนะ วิชาชีพได้ รวมไม่น้อยกว่า 1 ภาคเรียน

(2) การตัดสินผลการเรียนและให้ระดับผลการเรียน ให้ปฏิบัติ เช่นเดียวกับรายวิชาอื่น

6) โครงการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพ เป็นรายวิชาที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ ศึกษาค้นคว้า บูรณาการความรู้ ทักษะและประสบการณ์ จากสิ่งที่ได้เรียนรู้ ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ตามความถนัดและความสนใจ ตั้งแต่การเลือกหัวข้อหรือเรื่อง ที่จะศึกษา ทดลอง พัฒนาและหรือ ประดิษฐ์คิดค้น โดยการวางแผน กำหนดขั้นตอนกระบวนการ ดำเนินการ ประเมินผล สรุปและจัดทำ รายงานเพื่อนำเสนอ ซึ่งอาจทำเป็นรายบุคคลหรือกลุ่มก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของโครงการนั้น ๆ โดยการจัดทำโครงการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพดังกล่าวต้องดำเนินการ ดังนี้

(1) สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันต้องจัดให้ผู้เรียนจัดทำโครงการ พัฒนาสมรรถนะวิชาชีพ ที่สัมพันธ์หรือสอดคล้องกับสาขาวิชา ในภาคเรียนที่ 5 และหรือภาคเรียนที่ 6 รวมจำนวน 4 หน่วยกิต ใช้เวลา ไม่น้อยกว่า 216 ชั่วโมง ทั้งนี้ สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบัน ต้องจัดให้มีชั่วโมงเรียน 4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ กรณีที่กำหนดให้เรียนรายวิชาโครงการ 4 หน่วยกิต

หากจัดให้เรียนรายวิชาโครงการ 2 หน่วยกิต คือ โครงการ 1 และ โครงการ 2 ให้สถานศึกษา อาชีวศึกษาหรือสถาบันจัดให้มีชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ที่เทียบเคียงกับ เกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น



(2) การตัดสินผลการเรียนและให้ระดับผลการเรียน ให้ปฏิบัติเช่นเดียวกับ รายวิชาอื่น

#### 7) กิจกรรมเสริมหลักสูตร

(1) สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันต้องจัดให้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ทุกภาคเรียน เพื่อส่งเสริมสมรรถนะแกนกลางและหรือสมรรถนะ วิชาชีพ ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม ระเบียบวินัย การต่อต้านความรุนแรง สารเสพติดและการ ทุจริต เสริมสร้างการเป็นพลเมืองไทยและพลโลก ในด้านการรักชาติ เทิดทูนพระมหากษัตริย์ ส่งเสริม การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ ทรงเป็นประมุข ทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทย ปลูกฝังจิตสำนึกและจิตอาสาในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมและ ทำประโยชน์ต่อชุมชนและท้องถิ่น ทั้งนี้ โดยใช้กระบวนการกลุ่ม ในการวางแผน ลงมือปฏิบัติ ประเมินผลและปรับปรุงการทำงานสำหรับนักเรียนอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ให้เข้าร่วมกิจกรรม ที่สถานประกอบการจัดขึ้น

(2) การประเมินผลกิจกรรมเสริมหลักสูตร ให้เป็นไปตามระเบียบ กระบวนการศึกษาดูงานว่าด้วยการ จัดการศึกษาและการประเมินผลการเรียนตามหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

#### 8) การจัดแผนการเรียน

เป็นการกำหนดรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตรที่จะดำเนินการเรียน การสอนในแต่ละภาคเรียน โดยจัดอัตราส่วนการเรียนรู้อาชีพต่อภาคปฏิบัติในหมวดวิชา สมรรถนะวิชาชีพ ประมาณ 20 : 80 ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะหรือกระบวนการจัดการเรียนรู้ของ แต่ละสาขาวิชา ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังนี้

(1) จัดรายวิชาในแต่ละภาคเรียน โดยคำนึงถึงรายวิชาที่ต้องเรียนตามลำดับ ก่อน-หลัง ความง่าย-ยาก ของรายวิชา ความต่อเนื่องและเชื่อมโยงสัมพันธ์กันของรายวิชา รวมทั้งรายวิชา ที่สามารถบูรณาการจัดการเรียนรู้ ร่วมกันในลักษณะของงาน โครงการและหรือชิ้นงานในแต่ละภาคเรียน

(2) จัดให้ผู้เรียนเรียนรายวิชาบังคับในหมวดวิชาสมรรถนะแกนกลาง หมวดวิชาสมรรถนะวิชาชีพ ในกลุ่มสมรรถนะวิชาชีพพื้นฐานและกลุ่มสมรรถนะวิชาชีพเฉพาะ และ กิจกรรมเสริมหลักสูตรให้ครบ ตามที่กำหนดในโครงสร้างหลักสูตร

ก. การจัดรายวิชาในหมวดวิชาสมรรถนะแกนกลาง ควรจัดกระจาย ทุกภาคเรียน

ข. การจัดรายวิชาในกลุ่มสมรรถนะวิชาชีพพื้นฐาน โดยเฉพาะ รายวิชาที่เป็นพื้นฐานของ การเรียนวิชาชีพควรจัดให้เรียนในภาคเรียนที่ 1



ค. การจัดรายวิชาในกลุ่มสมรรถนะวิชาชีพเฉพาะ ควรจัดให้เรียนก่อนรายวิชาในกลุ่มสมรรถนะ วิชาชีพเลือกและรายวิชาในหมวดวิชาเลือกเสรี

(3) จัดให้ผู้เรียนได้เลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มสมรรถนะวิชาชีพเลือกและหมวดวิชาเลือกเสรี ตามความถนัด ความสนใจ เพื่อสนับสนุนการประกอบอาชีพหรือศึกษาต่อ

(4) จัดรายวิชาทวิภาคีที่นำไปเรียนและฝึกในสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐ โดยประสานงานร่วมกับสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐ เพื่อพิจารณากำหนดภาคเรียน ที่จัดฝึกอาชีพ รวมทั้งกำหนดรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่ตรงกับลักษณะงานของสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐที่นำไปร่วมฝึกอาชีพในภาคเรียนนั้น ๆ

(5) จัดรายวิชาฝึกงานในภาคเรียนที่ 5 หรือ 6 ครั้งเดียว จำนวน 4 หน่วยกิต 320 ชั่วโมง (เฉลี่ย 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ต่อภาคเรียน) หรือจัดให้ลงทะเบียนเรียนเป็น 2 ครั้ง คือ ภาคเรียนที่ 5 จำนวน 2 หน่วยกิต และภาคเรียนที่ 6 จำนวน 2 หน่วยกิต รายวิชาละ 160 ชั่วโมง (เฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ต่อภาคเรียน) ตามเงื่อนไข ของหลักสูตรสาขาวิชานั้น ๆ

ในภาคเรียนที่จัดฝึกงานนี้ ให้สถานศึกษาพิจารณากำหนดรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่ตรงกับลักษณะงานของสถานประกอบการรัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐเพื่อนำไปเรียนและฝึกปฏิบัติในภาคเรียนที่จัดฝึกงานด้วย

การจัดฝึกงานในภาคเรียนฤดูร้อนสามารถทำได้โดยต้องพิจารณาระยะเวลาในการฝึกให้ครบ ตามที่หลักสูตรกำหนด

(6) จัดรายวิชาโครงการในภาคเรียนที่ 5 หรือ 6 ครั้งเดียว จำนวน 4 หน่วยกิต (12 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ต่อภาคเรียน) หรือ จัดให้ลงทะเบียนเรียนเป็น 2 ครั้ง คือ ภาคเรียนที่ 5 และภาคเรียนที่ 6 รวม 4 หน่วยกิต (6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ต่อภาคเรียน) ตามเงื่อนไขของหลักสูตรสาขาวิชานั้น ๆ

(7) จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรในแต่ละภาคเรียน ภาคเรียนละไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

(8) จัดจำนวนหน่วยกิตรวมในแต่ละภาคเรียน ไม่เกิน 22 หน่วยกิต สำหรับการเรียนแบบเต็มเวลา และไม่เกิน 12 หน่วยกิต สำหรับการเรียนแบบไม่เต็มเวลา ส่วนภาคเรียนฤดูร้อนจัดได้ไม่เกิน 12 หน่วยกิต ทั้งนี้ เวลาในการจัดการเรียนการสอนในภาคเรียนปกติ และภาคเรียนฤดูร้อนโดยเฉลี่ยไม่ควรเกิน 35 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ ส่วนการเรียนแบบไม่เต็มเวลาไม่ควรเกิน 25 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

ทั้งนี้ หากสถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันมีเหตุผลและความจำเป็นในการจัดหน่วยกิตและ เวลาในการจัดการเรียนการสอนแต่ละภาคเรียนที่แตกต่างไปจากเกณฑ์ข้างต้น อาจทำได้แต่ต้องไม่กระทบต่อ มาตรฐานและคุณภาพการศึกษา

#### 9) การศึกษาระบบทวิภาคี

เป็นรูปแบบการจัดการศึกษาที่เกิดจากข้อตกลงร่วมกันระหว่างสถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบัน กับสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐ โดยผู้เรียนใช้เวลาส่วนหนึ่งในสถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบัน และเรียนภาคปฏิบัติในสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐ เพื่อให้การจัดการศึกษาระบบทวิภาคีสามารถเพิ่มขีดความสามารถด้านการผลิตและพัฒนากำลังคนตรงตามความต้องการของผู้ใช้และเป็นไปตามจุดหมายของหลักสูตร ทั้งนี้ สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันต้องดำเนินการดังนี้

(1) นำรายวิชาทวิภาคีในกลุ่มสมรรถนะวิชาชีพเลือก รวมไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิตไปร่วมกำหนดรายละเอียดของรายวิชากับสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐที่ร่วมจัดการศึกษาระบบทวิภาคี ได้แก่ จุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา คำอธิบายรายวิชา เวลาที่ใช้ฝึกและจำนวนหน่วยกิตให้สอดคล้องกับลักษณะงานของสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งสมรรถนะวิชาชีพของสาขางาน ทั้งนี้ การกำหนดจำนวนหน่วยกิตและจำนวนชั่วโมงที่ใช้ฝึกอาชีพของแต่ละรายวิชาทวิภาคีให้เป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด และให้รายงานการพัฒนารายวิชาดังกล่าวให้สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาทราบด้วย

(2) ร่วมจัดทำแผนฝึกอาชีพ พร้อมแนวการวัดและประเมินผลในแต่ละรายวิชากับสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐที่ร่วมจัดการศึกษาระบบทวิภาคี เพื่อนำไปใช้ในการฝึกอาชีพ และดำเนินการวัดและประเมินผลเป็นรายวิชา

(3) จัดแผนการเรียนระบบทวิภาคีตามความพร้อมของสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐ ที่จัดการศึกษาระบบทวิภาคีร่วมกัน โดยอาจนำรายวิชาอื่นที่สอดคล้องกับลักษณะงานของสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐนั้น ๆ ไปจัดร่วมด้วยก็ได้

#### 10) การเข้าเรียน

ผู้เข้าเรียนต้องสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่า และมีคุณสมบัติเป็นไปตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการจัดการศึกษาและการประเมินผลการเรียนตามหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

## 11) การประเมินผลการเรียน

เน้นการประเมินสภาพจริง ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการจัดการศึกษา และการประเมินผลการเรียนตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ

## 12) การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

1) ใ้รายวิชาและจำนวนหน่วยกิตสะสมในทุกหมวดวิชา ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร แต่ละประเภทวิชาและสาขาวิชา และตามแผนการเรียนที่สถานศึกษา กำหนด

2) ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00

3) ผ่านเกณฑ์การประเมินมาตรฐานวิชาชีพ

4) ได้เข้าร่วมปฏิบัติกิจกรรมเสริมหลักสูตรตามแผนการเรียนที่สถานศึกษากำหนด และ “ผ่าน” ทุกภาคเรียน

## 13) การพัฒนารายวิชาในหลักสูตร

(1) หมวดวิชาสมรรถนะแกนกลาง สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันสามารถพัฒนารายวิชาเพิ่มเติม ในแต่ละกลุ่มวิชาเพื่อเลือกเรียนนอกเหนือจากรายวิชาที่กำหนดให้เป็นวิชาบังคับได้ โดยสามารถพัฒนาเป็นรายวิชา หรือลักษณะบูรณาการ ผสมผสานเนื้อหาวิชาที่ครอบคลุมสาระของกลุ่มวิชาภาษาไทย กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ กลุ่มวิชาสังคมศึกษา กลุ่มวิชาสุขศึกษาและพลศึกษาในสัดส่วนที่ เหมาะสม โดยพิจารณาจากมาตรฐานการเรียนรู้ของกลุ่มวิชานั้น ๆ เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ของหมวดวิชาสมรรถนะแกนกลาง

(2) หมวดวิชาสมรรถนะวิชาชีพ สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันสามารถเพิ่มเติมรายละเอียดของรายวิชาในแต่ละกลุ่มวิชาในการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ และสามารถพัฒนารายวิชาเพิ่มเติมในกลุ่มสมรรถนะ วิชาชีพเลือกได้ตามความต้องการของสถานประกอบการหรือยุทธศาสตร์ของภูมิภาคเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันของประเทศ ทั้งนี้ ต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับจุดประสงค์สาขาวิชาและสมรรถนะวิชาชีพ สาขางานด้วย

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันสามารถพัฒนารายวิชาเพิ่มเติมได้ ตามความต้องการของสถานประกอบการ ชุมชน ท้องถิ่น หรือยุทธศาสตร์ของภูมิภาคเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และหรือเพื่อการศึกษาต่อ

ทั้งนี้ การกำหนดรหัสวิชา จำนวนหน่วยกิตและจำนวนชั่วโมงเรียนให้ เป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

14) การปรับปรุงแก้ไข พัฒนารายวิชา กลุ่มวิชาและการอนุมัติหลักสูตร

(1) การพัฒนาหลักสูตรหรือการปรับปรุงสาระสำคัญของหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ให้เป็นหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สถาบันการอาชีวศึกษา และสถานศึกษา โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

(2) การอนุมัติหลักสูตร ให้เป็นหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

(3) การประกาศใช้หลักสูตร ให้ทำเป็นประกาศกระทรวงศึกษาธิการ

(4) การพัฒนารายวิชาหรือกลุ่มวิชาเพิ่มเติม สถานศึกษาอาชีวศึกษาหรือสถาบันสามารถดำเนินการได้ โดยต้องรายงานให้สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาทราบ

15) การประกันคุณภาพของหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน

ให้ทุกหลักสูตรกำหนดระบบประกันคุณภาพของหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนไว้ให้ชัดเจน อย่างน้อยประกอบด้วย 4 ด้าน คือ

(1) หลักสูตรที่ยึดโยงกับมาตรฐานอาชีพ

(2) ครู ทรัพยากรและการสนับสนุน

(3) วิธีการจัดการเรียนรู้การวัดและประเมินผล

(4) ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สถาบันการอาชีวศึกษาและสถานศึกษาจัดให้มีการประเมิน และรายงานผลการดำเนินการหลักสูตร เพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรที่อยู่ในความรับผิดชอบอย่างต่อเนื่อง อย่างน้อย

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision) หมายถึงการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะจากบรรดาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจชื่อ (AIDA) Lewis (1898 อ้างถึงใน สุพัตรา สมบูรณ์แก้ว และคณะ, 2562) 1. ความตั้งใจ (Attention) เริ่มต้นที่ผู้บริโภคจะต้องรู้จักสินค้าและบริการนั้นก่อนซึ่งก็เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมีความตั้งใจในการรับสาร 2. ความสนใจ (Interest) นอกจากการรู้จักสินค้าแล้วก็ยังไม่เพียงพอ ผู้บริโภคต้องถูกเร้าความสนใจ จนสามารถแยกแยะสินค้านั้นออกจากสินค้าอื่น ๆ ที่มีอยู่ในตลาด 3. ความปรารถนา (Desire) ความสนใจที่ถูกกระตุ้นจะกลายเป็นความอยากความปรารถนาที่จะได้ครอบครองนั้น 4. การกระทำ (Action) เมื่อความปรารถนาเกิดขึ้นแล้วกระบวนการซื้อจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อผู้บริโภคก้าวเข้าสู่ขั้นตอนสุดท้ายคือ การซื้อสินค้า สรุปได้ว่า

การตัดสินใจแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจ ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด ๆ นั้นจะเกี่ยวข้องกับทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของบุคคล ประกอบด้วย 4 ปัจจัย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552 อ้างถึงใน กันต์กนิษฐ์ วงศ์บรรลักษ์ณ์, 2560) ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factor) วัฒนธรรม เป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินการและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่ร่วมกัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
2. ปัจจัยด้านสังคม
3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factor) การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่าง ๆ
4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) หรือปัจจัยภายใน การตัดสินใจของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้านั้น

คอตเลอร์ (Kotler, 2000: pp. 176-178 อ้างถึงใน สุปกฤษฎณ์ ย์มรัมย์, 2561) กล่าวว่า สิ่งที่ผู้บริโภคใช้ ตัดสินใจประกอบด้วยปัจจัยภายในคือ แรงจูงใจ การรับรู้และการเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทักษะของผู้บริโภคซึ่งจะสะท้อนให้เห็นความต้องการ ความตระหนักในการที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย สุดท้ายคือการประเมินค่าของทางเลือกเหล่านั้น สุปกฤษฎณ์ ย์มรัมย์ (2561) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ คือ การกำหนดประเด็นที่สนใจรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและประโยชน์เพื่อเสนอทางเลือกที่ช่วยแก้ปัญหาหรือตอบโจทย์ใน ประเด็นที่สนใจ และตัดสินใจเลือกทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีการนำทางเลือกที่ได้เลือกแล้วไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมและมีเหตุผล

ลักษณะของการตัดสินใจ ชูชัย เทพสาร (2546, น. 15) ได้แบ่งการตัดสินใจของมนุษย์เป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1) การตัดสินใจตามธรรมชาติ หมายถึง การตัดสินใจที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติของการตัดสินใจของคนทั่วไปที่ปฏิบัติเป็นประจำ โดยการตัดสินใจที่ขาดการควบคุมอย่างเป็นระบบแม้ว่าจะมีเหตุผลแต่ก็เป็นเหตุผลทางอารมณ์มาเจือปนมากกว่าเหตุผลตามหลักตรรกศาสตร์ เช่น ในการเลือกคู่ครองจะพบว่า ส่วนใหญ่รูปร่างหน้าตาจะมีอิทธิพลต่อการเลือกคู่ครองเหนือคุณสมบัติอื่น ๆ จัดได้ว่าเป็นการตัดสินใจในระดับบุคคลหรือครอบครัว

- 2) การตัดสินใจที่ควรจะเป็น หมายถึง การตัดสินใจที่รู้ทั้งหลายได้รวบรวมไว้เป็นหลักปฏิบัติซึ่งเป็นไปตามหลักตรรกศาสตร์หรือตามเหตุผลปราศจากอารมณ์ มีการควบคุมอย่างเป็นระบบด้วยการศึกษา ปัญหา วิเคราะห์ปัญหา หาแนวทางแก้ไขและพิจารณาถึงผลกระทบแล้วจึงเลือกวิธีการที่ดีที่สุดเป็นการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพสูงเป็นการตัดสินใจระดับชุมชนหรือสังคม



ประเภทของการตัดสินใจ เนื่องจากการตัดสินใจมีผลทางการปฏิบัติเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในอนาคต ดังนั้น จึงใช้ปรากฏการณ์แห่งความไม่แน่นอนเป็นเกณฑ์ในการจัดหมวดหมู่ รศนา อัชชะกิจ (อ้างถึงใน จิระจิตต์ ราคา, 2540: น. 86-91) ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1) การตัดสินใจภายใต้ภาวะแน่นอน (Certainty) ผู้ตัดสินใจมีข้อมูลที่สมบูรณ์แน่นอนชัดเจนเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์กำหนดได้ว่าสถานการณ์ใดจะเกิดและเกิดอย่างไร แต่ในความเป็นจริงนั้น การตัดสินใจภายใต้ภาวะความแน่นอนมีโอกาสนั้นไปได้น้อยมากหรือแทบไม่มีเลย จึงได้นำกลวิธีการตัดสินใจทั้งหลายมาพัฒนาในรูปของการตัดสินใจภายใต้ภาวะที่แน่นอน โดยกำหนดข้อสมมติไว้ว่าสถานการณ์ใดบ้างที่จะเกิด

2) การตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอน (Uncertainty) การตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอนมีโอกาสดังกล่าวมากที่สุด ผู้ตัดสินใจต้องปฏิบัติด้วยความมืดมน เพราะปราศจากข้อมูลหรือแทบไม่มีข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณา เกณฑ์ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยรายบุคคลของผู้ตัดสินใจ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ประเภทดังนี้

(1) บุคคลประเภทใช้หลักการ Maximin (Maximize Minimum Pay-Off) หรือว่าได้น้อยดีกว่าไม่ได้เลย บุคคลประเภทนี้มักเป็นผู้ที่ระแวงระวังภัยไม่ไว้วางใจในความไม่แน่นอนมีประสบการณ์ ในทางคาดการณ์ด้านร้าย ฉะนั้นจึงตัดสินใจเลือกวิธีปฏิบัติที่แน่ใจว่าประสบผลสำเร็จต่ำสุดแต่ความแน่นอนสูง

(2) บุคคลประเภทใช้หลัก (Maximize Minimum Pay-Off) หรือบุคคลผู้โชคดีเสมอ บุคคลประเภทนี้จัดเป็นผู้มีประสบการณ์ในการคาดการณ์ล่วงหน้าในแง่ดีไม่คำนึงถึงความไม่แน่นอนเพราะเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญสูงสุดของตน

(3) บุคคลประเภทใช้หลัก Middle of the Line Between the Maximax and Maximin หรือประนีประนอม บุคคลทั้งสองประเภทนี้เหมาะสมสำหรับเมื่อร่วมในสถานการณ์ที่ประกอบด้วยบุคคลทั้งสองประเภทดังกล่าวข้างต้น

(4) บุคคลประเภท Criterion of Rationality หรือประเพณีนิยมความเสมอภาค ในกรณีนี้แตกต่าง จากกรณีประนีประนอม เพราะจะนำทางเลือกมาคิดถ่วงน้ำหนักให้เท่ากันและเหมือนกันหมด ส่วนการตัดสินใจยังคงยึดหลักเดียวกันคือพิจารณาจากค่าสูงสุดของปริมาณตามที่คาดหวัง

(5) บุคคลประเภทแม็กซ์-แมกซ์ (Miximax) หรือประเภทใฝ่สูงเกินศักดิ์ คือ พยายามรักษาโอกาสที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดหรือในอีกแง่หนึ่งคือปฏิบัติตามทางเลือกที่มีโอกาสเสียน้อยที่สุดนั่นเอง



3) การตัดสินใจภายใต้ภาวะเสี่ยง (Risk) การตัดสินใจภายใต้สภาวะการเสี่ยงมีโอกาสเป็นไปได้สูง รองจากการตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอน เนื่องจากภาวะนี้อยู่กึ่งกลางระหว่างภาวะแน่นอนและไม่แน่นอน การตัดสินใจจะทำตามข้อมูลที่มีอยู่บ้างแต่ไม่สมบูรณ์ ข้อมูลที่ได้รับเพียงช่วยให้คาดเดาว่าตามรูปแบบของความน่าจะเป็นนั้น สภาวะการณ์ใดมีโอกาสจะเกิดขึ้นได้บ้างโดยข้อมูลจะมีหลายรูปแบบและหลายตีกี่

กระบวนการตัดสินใจ เป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์โดยใช้หลักเหตุผลเป็นลักษณะของการหาทางออกที่ดีที่สุดเป็นพื้นฐาน มีนักวิชาการได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจ ดังนี้

อุมาพร เพิ่มพูน (อ้างถึงใน ชูชัย เทพสาร, 2546: น. 11-13) กล่าวว่าขั้นตอนในการตัดสินใจโดยถือแนวพิจารณาการแก้ปัญหา (Problem Solving Approach) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาโดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นตอนแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Data Collection) เนื่องจากว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นย่อมมีสาเหตุ การเสาะหาข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา คือ การเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุนั้นเพื่อมาเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจจะต้องกระทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ ทั้งในแง่ของการเก็บรวบรวมข้อมูล (Collective) และในแง่การวิเคราะห์ (Analysis) ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการวิจัย

2) ขั้นตอนการกำหนดทางเลือก (Formulating Alternative) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจเป็นการพยายามจะครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลาย ๆ วิธีต้องกำหนดให้ได้ในรูปธรรมหลักข้อเท็จจริงหลัก (Main Fact) เป็นอย่างไรบ้างและในทางปฏิบัติต้องสร้างฉาก (Scenario) ขึ้นมาก่อนว่าเรื่องนี้มีทางเลือกอะไรบ้างในทางเลือกนั้น ๆ มีข้อเท็จจริงรูปธรรมหลัก ๆ อะไรบ้าง

3) ขั้นตอนการวิเคราะห์ทางเลือก (Analysis Alternative) การวิเคราะห์ทางเลือกควรใช้ความเป็นจริงที่เป็นภาวะวิสัย (Objective Analysis) พยายามหลีกเลี่ยงการนำค่าทั้งหลายมาเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์

4) ขั้นตอนการเปรียบเทียบค่าทางเลือก (Value Comparison) ขั้นตอนนี้เป็นการเปรียบเทียบโดยนำค่ามาเกี่ยวข้องนำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่นที่ปลอดจากค่าแล้วมาพิจารณาทางเลือกอีกทีหนึ่ง

5) ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด (Choice Alternative on the Best Set of Alternative) ขั้นตอนนี้เป็นการตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด ชูชัย เทพสาร (2546, น. 16) กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจมี 6 ขั้นตอนดังนี้

(1) การกำหนดปัญหา โดยทั่วไปปัญหาหมายถึงสภาพที่ไม่เป็นที่พอใจและความไม่พอใจมักจะเกิด ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เป็นอยู่กับสิ่งที่ควรเป็นหรือที่ต้องการของผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจ

(2) กำหนดมาตรฐานสำหรับใช้ในการตัดสินใจ อันเป็นการระบุถึงลักษณะและปัจจัยต่าง ๆ ที่จะต้องใช้พิจารณาในการตัดสินใจ

(3) ลำดับความสำคัญของมาตรการหรือปัจจัยที่กำหนดไว้ว่าจะอะไรมีความสำคัญมากที่สุดและเรียงลำดับกันไว้

(4) กำหนดทางเลือกที่พอจะมีความเป็นไปได้จำนวนหนึ่ง และกำหนดคุณค่าของทางเลือกตามมาตรการแต่ละอย่าง

(5) เมื่อมีทางเลือกแล้ว ขั้นต่อไปเป็นการประเมินแต่ละทางเลือกว่ามีจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไรโดยอาศัยมาตรการหรือปัจจัยที่กำหนดไว้ และหาค่าของแต่ละทางเลือกอาศัยน้ำหนักของแต่ละมาตรการคูณกับคุณค่าของทางเลือก แล้วนำมารวมกันเป็นค่าทั้งหมดของแต่ละทางเลือก

6) ขั้นสุดท้าย คือ การเลือกเอาทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งน่าจะเป็นทางเลือกที่มีคะแนนมากที่สุด ชันนทีสิริ สายเป่า (2543, น. 12) กล่าวว่า ขั้นตอนของการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนได้แก่

(1) การจำแนกแยกแยะตัวปัญหาภายใต้ความรู้สึกว่าต้องหาทางเลือก ซึ่งหมายความว่าได้เกิดประเด็นปัญหาบางอย่างขึ้นแล้ว จุดสำคัญเบื้องต้นของการตัดสินใจจะต้องทำการสำรวจตรวจสอบให้แน่ชัดว่าประเด็นปัญหานั้นคืออะไรกันแน่

(2) การจำแนกแยกแยะสาเหตุแห่งตัวปัญหา การจำแนกแยกแยะสาเหตุแห่งตัวประเด็นปัญหาเป็นการกำหนดทางเลือกเพื่อทางเลือกที่จะปรับปรุงแก้ไขปัญหาหรือประเด็นอันป็นผลให้เป็นที่เหมาะสม

(3) การกำหนดและการเลือกทางเลือก สำหรับการกำหนดทางเลือกในเชิงกลยุทธ์นั้นจะต้องมีความต้องการแหล่งข้อมูลข่าวสารข้อมูลมาเป็นเหตุผลในการกำหนดทางเลือกต่อไป

การปฏิบัติการตามการตัดสินใจทางเลือก การปฏิบัติตามการตัดสินใจในการปฏิบัติการตาม ทางเลือกนี้จำเป็นที่จะต้องติดตามดูว่าเหตุการณ์สถานการณ์บางอย่างที่ได้คาดไว้อาจเปลี่ยนแปลงได้ เทย์เลอร์ (Taylor, 1997, pp. 198-199 อ้างถึงใน วุฒิชัย จานงล, 2540, น. 13-14) กล่าวถึง การตัดสินใจว่า เป็นกระบวนการตัดสินใจมีขั้นตอนการแก้ปัญหา ได้แก่

(1) การแยกแยะตัวปัญหา เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความรู้สึกว่าได้เกิดปัญหาขึ้น ซึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น ภายในว่ามีปรากฏการณ์บางอย่างที่ไม่เป็นไปตามที่คาดคิด จัดว่าเป็นขั้นการสร้าง ความแน่ใจและมั่นใจ โดยการทำความเข้าใจกับตัวปัญหาที่แท้จริง

(2) การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้นเป็นกิจกรรมด้านเขาวนปัญญา เป็นการค้นหาสาเหตุหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดตัวปัญหา โดยการเสาะหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของปัญหา ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ข่าวสารที่หามาขึ้นต้องมีความเกี่ยวข้องจำเป็นกับตัวปัญหาและเพียงพอ ในการแก้ปัญหา

(3) การประเมินค่าข่าวสารเป็นการประเมินว่าข่าวสารที่ได้มานั้นถูกต้องเหมาะสม เพียงพอตรงกับ เวลาสามารถนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่

(4) การกำหนดทางเลือก เป็นการกำหนดทางเลือกให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ทางเลือกนั้นพยายามที่จะครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลาย ๆ วิธีมีการลำดับความสำคัญของทางเลือกไว้แต่ยังยอมรับว่าทางเลือกแต่ละทางนั้นอาจช่วยแก้ไขปัญหาก็ได้ถูกต้องและเหมาะสม ในระดับที่แตกต่างกัน

(5) การเลือกทางเลือก เป็นการเลือกทางเลือกที่กำหนดไว้เพื่อจะนำไปปฏิบัติต่อไป เป็นที่ยอมรับว่าเป็นการตัดสินใจอย่างแท้จริง

(6) การปฏิบัติ การตัดสินใจเป็นการปฏิบัติตามผลของการตัดสินใจที่ได้เลือก ทางเลือกไว้แล้ว วรรณ พรมบุญมย์ (2540, น. 50) กล่าวว่า การตัดสินใจจะเกิดขึ้นจะต้องมีขั้นตอน ดังนี้ คือ

ก. การเข้าใจกระบวนการตัดสินใจในการเลือกที่จะทำอะไรก็ตามที่ต้องใช้การ ตัดสินใจซึ่งจะต้องเสี่ยง แต่การเสี่ยงดังกล่าวนี้นี้จะต้องมีหลักการ คือ มีการศึกษาตนเองตั้งแต่การรับรู้ เรื่องของตนเองมีการหาทางเลือกและมีการสำรวจอาชีพตนเอง

ข. การรู้จักตนเอง การรู้จักตนเองเป็นการรู้จักและเข้าใจความคิดความรู้สึก และการกระทำของตน รู้เหตุรู้ผล มองตนในแง่ดี มองผู้อื่นในแง่ดี รักตนเอง รักผู้อื่น มองเห็นคุณค่าใน ตนเองและผู้อื่น

ค. การมีความรู้เรื่องการพัฒนาตนเพื่ออาชีพ คือ มีความรู้ในเรื่องการพัฒนา ไปสู่ความสำเร็จในชีวิต ซึ่งหมายถึงความสำเร็จในอาชีพ นักการศึกษากล่าวว่าการทำงานที่จะทำให้คน ประสบความสำเร็จในอาชีพควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ

- ก) มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทุกชีวิตต้องตื่นตัว ยอมรับและมองหาทักษะใหม่
- ข) ถามใจตนเองดูก่อนว่าเรามีค่านิยม ความสามารถ มีความต้องการหรือไม่
- ค) มุ่งสู่เส้นทาง มองหาสิ่งที่เป็นไปได้ ซึ่งตรงกับศักยภาพที่แท้จริงของตน
- ง) ศึกษาค้นคว้าอย่างต่อเนื่อง หาสิ่งที่เหมาะสมกับชีวิตตนทุกรูปแบบ
- จ) ขอความร่วมมือจากทุกฝ่าย สอบถามผู้รู้

ฉ) การเลือกตัดสินใจอย่างใดไป ควรมีการตรวจสอบค้นหาข้อดีข้อเสียอีกครั้ง เพื่อได้ผลที่แน่นอน ซิลากยี (Szilagyi, 1984: pp. 211–214) กล่าวว่า กระบวนการของการตัดสินใจ มีรายละเอียดที่สำคัญ 5 ประการ คือ

การตระหนักและการชี้ให้เห็นถึงปัญหา ก่อนอื่นผู้บริหารจะต้องทราบว่าเป้าหมายขององค์การ คือ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจและมองเห็นช่องว่างระหว่างเป้าหมายและความเป็นจริงซึ่งคือปัญหานั้นเอง โดยที่มาของปัญหานั้นได้แก่แหล่งข้อมูลจากภายใน และภายนอกองค์การนั่นเอง

การพัฒนาและประเมินทางเลือกเป็นการรวบรวมความคิดและทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหา นั้น ๆ การพัฒนาทางเลือกก็คือการทำให้เกิดทางเลือกหลาย ๆ ทาง

การเลือกสรรทางเลือกใดจากหลาย ๆ ทางเลือก เป็นการนำทางเลือกแต่ละทางมาประเมินเพื่อเลือกทางเลือกที่เหมาะสมกับเป้าหมายขององค์การทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ตัดสินใจ

การปฏิบัติการการตัดสินใจที่เกิดขึ้นนั้นจะมีการสื่อสารให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบไม่ว่าจะเป็นการบอกกล่าวด้วยวาจาหรือด้วยลายลักษณ์อักษร เพื่อให้เกิดการปฏิบัติและมีผลย้อนกลับ

การประเมินผล ในการประเมินผลนั้นมีคำถามอยู่สามประการสำหรับผู้ประเมิน ได้แก่ กิจกรรมที่กระทำไปนั้นได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือยัง พนักงานรวมทั้งลูกคามีส่วนร่วมในการยอมรับการตัดสินใจนั้นในระยะยาวหรือไม่อย่างไร และคำถามสุดท้ายคือ ได้รับอะไรจากการนำการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ อาจกล่าวได้ว่าขั้นตอนของการตัดสินใจที่จำเป็นจะต้องมีการดำเนินการเกิดขึ้นตั้งแต่เกิดความรู้สึกในตัวปัญหา หาข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ประเมินค่าข่าวสาร กำหนดทางเลือก การเลือกทางเลือกและการปฏิบัติตามการตัดสินใจ การตัดสินใจจะถูกต้องหรือเหมาะสมขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจ ดังนั้น การตัดสินใจเลือกของบุคคลมักเป็นการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ตนพึงพอใจโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ ดังกล่าวมาข้างต้น และในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเป็นการเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการในที่นี้คือ สถานศึกษาซึ่งเปิดให้บริการทางการศึกษานั้นเอง ฉะนั้นในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาจึงมีความจำเป็นต้องทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งหมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา การตัดสินใจเป็นหัวใจในการปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยมีความเกี่ยวข้องกับทุก ๆ เรื่องทุก ๆ กรณี การตัดสินใจเป็นส่วนสำคัญของนักศึกษาไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

เนื่องจากในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจล้วนแต่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทั้งสิ้นผลลัพธ์ของตัดสินใจที่เกิดขึ้นนั้นไม่ว่าจะเป็นความล้มเหลวหรือนำมาซึ่งความสำเร็จย่อมมีผลกระทบกับมหาวิทยาลัยและนักศึกษาจำนวนมาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ชูติมา คล้ายสังข์ (2564) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไว้ 4 ด้าน คือ 1. ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ หลักธรรมของสังคม ระบบการศึกษาและสิ่งแวดล้อม 2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น อาชีพ การทำมาหากิน รายได้ การเพิ่มผลผลิต อาหาร เงินทุน และสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ 3. ปัจจัยด้านผู้ตัดสินใจ เช่น ระดับการศึกษา ระดับสติปัญญา ความรอบรู้ในเรื่องต่าง ๆ ประสบการณ์เดิม วุฒิภาวะ นิสัย อารมณ์ และความจำเป็นส่วนตัวของผู้ตัดสินใจ 4. ปัจจัยด้านเวลาสถานที่และข้อเท็จจริง ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจที่กระทำในเวลาสถานที่และข้อเท็จจริงที่ได้รับมีปริมาณและคุณภาพแตกต่างกัน วิธีเลือกใช้ อาจแตกต่างกันด้วย รีตเดอร์ (Reeder, 1996: pp. 179-182 อ้างถึงใน สุจรรยา น้ำทองคำ, 2558) กล่าวว่า การตัดสินใจในรูปแบบจิตวิทยาสังคมนั้นโดยทั่วไปรูปแบบทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและพฤติกรรมของมนุษย์นั้น สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยบุคคลจะแปลงสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเหล่านั้นเข้าสู่ตัวคน ๆ นั้นซึ่งการแปลงปัจจัยภายนอกมาสู่ตัวบุคคลนี้จะอยู่ในรูปของความเชื่อ (Beliefs) และความไม่เชื่อ (Disbeliefs) ซึ่งความเชื่อและความไม่เชื่อเป็นเหตุผลที่บุคคลใช้ในการตัดสินใจเลือกกระทำ พฤติกรรม ดังนั้น ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจไม่ได้เกิดจากปัจจัยภายนอกโดยตรง การตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคลจะประกอบด้วย ความเชื่อและความไม่เชื่อหลาย ๆ อย่างรวมกันและการกระทำทางสังคม (Social Action) ประกอบด้วยกลุ่มของปัจจัยหลายประการ บุคคลอาจตัดสินใจกระทำ พฤติกรรมอย่างเดียวกัน แต่ปัจจัยหรือเหตุผลการตัดสินใจจะแตกต่างกัน เหตุผลดังกล่าวประกอบด้วย (1) ปัจจัยดึงดูด (2) ปัจจัยผลัก และ (3) ปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ประกอบด้วย

(1) เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย (Goals) คือ กิจกรรม วัตถุประสงค์ คุณลักษณะ ความรู้ กิจธุระ หรือสภาพความเป็นอยู่ที่คุณต้องการ ความมุ่งหมายที่จะให้บรรลุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นผู้กระทำจะมีการกำหนดเป้าหมายหรือจุดประสงค์ไว้ล่วงหน้าและผู้กระทำพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทาง เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์หรือเป้าหมายนั้น

(2) ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือของกลุ่มต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความเชื่อนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหรือความรู้ นั่นเองซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลและพฤติกรรมทางสังคมบุคคลในกรณีที่ว่าคุณบุคคล และจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ซึ่งความเชื่อนี้ (ราชบัณฑิตยสถาน,



2525: น. 25) ได้ให้คำนิยามว่าเป็นการยอมรับข้อเสนอดีข้อเสนอนิ่งว่าเป็นความจริงความเชื่อทำให้เกิดภาวะทางจิตใจในแต่ละบุคคล ซึ่งอาจเป็นพื้นฐานสำหรับการกระทำโดยสมัครใจของบุคคลนั้น แต่อย่างไรก็ตาม ความเชื่อนี้จะส่งผลให้บุคคลกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นก็ไม่ได้

(3) ค่านิยม (Value Standard) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือ เป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตนเองเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ผู้กระทำเชื่อว่าวิถีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีตัวเองหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบที่จะยึดถือปฏิบัติ ค่านิยมของมนุษย์หรือของผู้กระทำทางสังคมจะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบ ดังนั้นค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคล โดยบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่

(4) นิสัยและขนบธรรมเนียม (Habit and Customs) คือ แบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้วและสืบต่อกันมาด้วยประเพณี ซึ่งถ้ามีการละเมิดก็มักจะถูกบังคับด้วยการที่สังคมไม่เห็นชอบด้วยในการตัดสินใจที่จะเลือกกระทำ เช่น ไม่มีการอนุมัติไม่มีการร่วมพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของมนุษย์หรือของผู้กระทำทางสังคมส่วนหนึ่งเนื่องมาจากแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้ให้แล้ว

## 2) ปัจจัยผลักดัน (Push factors) ประกอบด้วย

(1) ความคาดหวัง (Expectation) เป็นการรับรู้ของผู้กระทำทางสังคมว่าบุคคลอื่นกลุ่มหรือสังคม โดยทั่วไปต้องการให้เชื่อหรือรู้สึก หรือประพฤติปฏิบัติอย่างไรโดยเฉพาะภายใต้สถานการณ์นั้น หรือกล่าวได้ว่าความคาดหวัง คือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง ซึ่งคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นถือปฏิบัติและกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้น ในการตัดสินใจในการเลือกกระทำพฤติกรรมของบุคคล (Social Action) ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและทำที่ของบุคคลอื่นด้วย

(2) ข้อผูกพัน (Commitment) เป็นสิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าเขาถูกผูกมัดที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ตนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ผู้กระทำจะทำตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่น ดังนั้นข้อผูกพันจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม เพราะผู้กระทำตั้งใจ จะกระทำสิ่งนั้น ๆ เนื่องจากเขาเชื่อว่าข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ

(3) การบังคับ (Forces) เป็นตัวช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจกระทำได้เร็วขึ้น เพราะขณะที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำสิ่งต่าง ๆ เป็นความเชื่อที่อยู่ในใจของผู้กระทำว่าตนเองต้องตัดสินใจหรือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ตนเองรู้สึกว่าจะไม่มีทางเลือกอื่นอีก นอกจากจะต้องประพฤติปฏิบัติตามในสถานการณ์ที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำสิ่งต่าง ๆ แต่ยังไม่แน่ใจว่าจะกระทำดีหรือไม่นั้นการบังคับ



จะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจปฏิบัติได้เร็วขึ้น ดังนั้นการบังคับจึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม เนื่องจากบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติเมื่อถูกบังคับให้ทำ

### 3) ปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน (Able Factors)

(1) โอกาส (Opportunity) คือ ความเชื่อของผู้กระทำที่มีต่อสถานการณ์หรือทางเลือกที่มีอยู่ซึ่งเมื่อผู้กระทำพิจารณาแล้วเห็นว่าภายใต้สถานการณ์นั้นมีช่องทางจังหวะเวลาที่เหมาะสมและเปิดโอกาสให้เลือกกระทำได้ ดังนั้นการที่บุคคลจะตัดสินใจและประพฤติปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใดลงไปจึงขึ้นอยู่กับโอกาสที่มีในสถานการณ์นั้น

(2) ความสามารถ (Ability) คือ การรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับกำลังหรือพลังของตนเองในการที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดใดจนบรรลุผลสำเร็จภายใต้สถานการณ์นั้น ๆ ผู้กระทำจะตระหนักถึงความสามารถของตนเองก่อนที่การตัดสินใจและกระทำทางสังคมเพราะรู้ว่าถ้าตัดสินใจกระทำไปแล้วจะมีความสามารถกระทำได้นั่นเอง ดังนั้น โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะกระทำพฤติกรรมใด ๆ จะพิจารณาขีดความสามารถของตนเองเสียก่อน

(3) การสนับสนุน (Support) คือ การช่วยเหลือซึ่งผู้กระทำเชื่อว่ากำลังได้รับหรือจะได้รับจากผู้อื่นในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้กระทำจะเป็นผู้เลือก ดังนั้นบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่ตัดสินใจและกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเมื่อรู้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่น

ซูซีย์ เทพสาร (2546, น. 13) กล่าวว่า ปัจจัยของการตัดสินใจในแนวคิด ซึ่งสรุปได้ว่าการตัดสินใจอะไรจะต้องพิจารณาปัจจัย 3 อย่าง คือ ประการแรก ได้แก่ ข้อมูลจากตนเองที่ผู้รู้จักตนเองอย่างถ่องแท้ เพียงธรรมแล้ว ประการที่สอง การใช้ข้อมูลทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ประการที่สาม ด้านความรู้วิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาบางตัวก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ การรับรู้ ค่านิยม และบุคลิกภาพ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

(1) การรับรู้ (Perception) จะมีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของบุคคลให้แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะจะมีอิทธิพลในสถานการณ์การตัดสินใจที่ไม่แน่นอน ข้อมูลในการตัดสินใจไม่เพียงพอ และยังมีบทบาทสำคัญเมื่อจะต้องตัดสินใจเลือกทางที่ไม่มีข้อแตกต่างกันมากนัก ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการรับรู้ ได้แก่ ประสบการณ์ ค่านิยมของแต่ละบุคคล บุคลิกภาพ พื้นฐานทางวัฒนธรรม และลักษณะทางกายภาพของแต่ละบุคคล

(2) ค่านิยม เป็นกรอบมาตรฐานซึ่งใช้เป็นกรอบกำหนดทางเลือกของคนจากทางเลือกต่าง ๆ ถ้ามามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจ ค่านิยมอาจจะเรียนรู้จากพ่อ แม่ ครู อาจารย์ เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน พื้นฐานทางสังคม สื่อมวลชนและอื่น ๆ นอกจากค่านิยมแล้วจริยธรรมในสังคมก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจกล่าวคือ ในการแสวงหาทางเลือกต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจนั้น ผู้ตัดสินใจ

ต้องคำนึงถึงจริยธรรมหรือค่านิยมของสังคมนั้น ๆ ด้วยว่าทางเลือกนั้นนำไปปฏิบัติแล้วสังคมยอมรับหรือไม่ หรือจะก่อให้เกิดปัญหาหรือมีผลกระทบต่อจริยธรรมของคนในสังคมหรือไม่

(3) บุคลิกภาพ (Personality) ของผู้ตัดสินใจแต่ละคนจะมีอิทธิพล เช่น บางคนอาจจะมีบุคลิกภาพกล้าเสี่ยง กล้าได้กล้าเสีย บางคนชอบรีรอในการตัดสินใจ บางคนชอบทดลอง เมื่อพบเหตุการณ์เดียวกัน ผู้ตัดสินใจที่มีบุคลิกภาพต่างกันจะเลือกวิธีในการแก้ปัญหาแตกต่างกัน วัชร ทรัพย์มี (2539, น. 557-558) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ

ก. ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลได้ผลเสียต่อตนเอง เช่น ในการเลือกอาชีพจะคำนึงถึงรายได้จะทำให้มีกิน มีใช้ ระดับใด งานนั้นน่าสนใจตรงตามความถนัดความสามารถของตนหรือไม่ จะทำงานในท้องถิ่นที่ตนต้องการหรือไม่ มีโอกาสก้าวหน้าและมีความมั่นคงในการทำงานนั้นมากน้อยเพียงใด

ข. ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลได้ผลเสียต่อคนใกล้ชิด ซึ่งเป็นบุคคลที่สำคัญเพียงพอใหม่ มีเวลาให้กับครอบครัวหรือไม่ มีสวัสดิการสำหรับครอบครัวหรือไม่

ค. ปัจจัยด้านการยอมรับตนเอง โดยบุคคลจะพิจารณาว่าถ้าเลือกกระทำเช่นนี้แล้วตนเองภูมิใจหรือไม่ รับผิดชอบหรือไม่ เช่น ถ้าตัดสินใจศึกษาต่อสาขาวิชานี้ตนเองภูมิใจหรือรู้สึกด้อยเป็นต้น

ง. ปัจจัยด้านบุคคลแวดล้อม เช่น พ่อแม่ ญาติพี่น้อง ครูอาจารย์ เพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ บุคคลในเรื่องต่าง ๆ อาทิ การตัดสินใจเลือกสาขาการเรียน เลือกอาชีพ เลือกคู่ตัดสินใจปลูกบ้านหรือ กระทั่งการตัดสินใจเล็ก ๆ น้อย ๆ

จ. ปัจจัยด้านศีลธรรมจรรยา การตัดสินใจของบุคคลไม่ใช่จะคำนึงถึงสิ่งที่จะทำให้บุคคลนั้นพึงพอใจทั้งหมด ยังมีปัจจัยด้านศีลธรรมจรรยาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ถ้าสิ่งที่ตัดสินใจลงไปตนเองพอใจแต่ผิดศีลธรรมจรรยา ก็ทำให้ตัดสินใจเช่นนั้นไม่ได้

ฉ. ปัจจัยด้านการยอมรับของสังคม เช่น ในสังคมที่คิดว่าการหย่าร้างเป็นเรื่องธรรมดา กับสังคมที่คิดว่าการหย่าร้างเป็นเรื่องร้ายแรง การตัดสินใจหย่าร้างในกรณีแรกคงง่ายกว่ากรณีหลัง เป็นต้น

ช. ปัจจัยด้านอารมณ์ ในขณะที่บุคคลตกอยู่ในสภาพที่มีอารมณ์รุนแรง เช่น รัก เกลียด โกรธ กลัว หรือกังวลอย่างหนัก ถ้าตัดสินใจอะไรลงไปในขณะที่นั้นมีแนวโน้มที่จะเกิดความผิดพลาดได้ง่าย หรือในกรณีที่มีเรื่องสำคัญต้องตัดสินใจ คนเราจะเกิดความเครียดไม่แน่ใจว่าการตัดสินใจนั้นเหมาะสมหรือไม่ การตัดสินใจจึงควรรอให้อารมณ์อยู่ในสภาวะสงบเสียก่อนแล้วจึงค่อยพิจารณาตัดสินใจ

วุฒิชัย จ้านง (2540, น. 16-17) ได้กล่าวพฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์ไว้ 9 ประเด็น คือ

1) นิสัยเป็นผลของการเรียนรู้หรือการสร้างประสบการณ์ที่ผ่านมาแล้ว หากว่าการประพฤติปฏิบัติซึ่งเป็นไปค่อนข้างจะอัตโนมัติเพราะว่าได้มีการประพฤติปฏิบัติเช่นนี้มาก่อนแล้ว และรู้สึกว่าได้ผลดีพอสมควรเพราะการตัดสินใจและการเลือกทางเลือกในสถานการณ์ใหม่ซึ่งถึงแม้จะเป็นสถานการณ์ใหม่ แต่คล้ายกับสถานการณ์เก่ามนุษย์ชอบที่จะตัดสินใจตามความเคยชินที่ได้ปฏิบัติมา

2) การแก้ปัญหา ลักษณะของการตัดสินใจในระดับที่สองนี้โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมของมนุษย์ ที่พยายามเกี่ยวข้องกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมคือการประเมินสิ่งใหม่ ๆ ในสถานการณ์ใหม่ พยายามที่จะใช้เทคนิควิธี ตลอดจนจนกลวิธีต่าง ๆ ที่ใช้มาแนวทางปฏิบัติแต่ละครั้งในหลายกรณีมิได้ทำโดยนิสัยแต่มีหลายวิธีที่จะใช้ประเมินสถานการณ์ใหม่ ๆ เพื่อที่จะหาช่องทางในการแก้ปัญหาเหล่านั้น

3) ความสร้างสรรค์ เป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์แปลงใหม่ซึ่ง เดอร์กิน (Durkin) กล่าวแนะนำไว้ว่าในตอนแรกเป็นเรื่องของการทดลองแล้วประสบความสำเร็จผิดพลาดถัดไปคือการค่อย ๆ วิเคราะห์ และท้ายที่สุดคือการจัดรูปแบบใหม่โดยทันทีการสร้างสรรคนี้มีลักษณะของการเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย รวมทั้งการใช้ความรู้สึกประเภทหนึ่งที่เราเรียกว่าลางสังหรณ์ สาเหตุที่เกิดความรู้สึกเช่นนั้นมิได้ หมายความว่าผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ หากแต่ว่าเป็นการมองเห็นช่องทางโดยสภาพสิ่งบอกใบ้

4) การเรียนรู้และการรับรู้ พฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์โดยทั่ว ๆ ไปมักจะต้องเริ่มต้นจากการที่ที่เราได้รับรู้ ซึ่งทั้งนี้เราอาจจะยอมรับความจริงข้อหนึ่งว่าในสภาพการรับรู้ของมนุษย์นั้น มักจะเป็นไปในลักษณะที่เรียกว่า “เลือกที่จะรับรู้” การเรียนรู้และการรับรู้ของบุคคลนั้นเป็นลักษณะของการสั่งสมทางสังคม

5) ฐานะและบทบาท การรับรู้ในฐานะและบทบาทของตัวเองนั้นเป็นสิ่งสำคัญมากอีกประการหนึ่ง เพราะลักษณะการที่บุคคลเข้ามาทำงานในองค์การใด ๆ ก็ตามจำเป็นต้องมีบทบาทที่ตนแสดง และยิ่งไปกว่านั้นจะต้องพยายามผสมผสานบทบาทส่วนตัวที่แสดง หรือวิธีการที่จะพัฒนาตนเองกับบทบาทที่ตัวต้องการแสดงตามความต้องการองค์การ ซึ่งในกรณีนี้เป็นความสำคัญอย่างยิ่งยวดที่ทำการตัดสินใจต้องทำความเข้าใจให้ดี ไม่เช่นนั้นแล้วลักษณะการตัดสินใจจะเป็นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ส่วนตัวมากกว่าองค์การ

6) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในพฤติกรรมการตัดสินใจที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลตลอดจนการสั่งสมทางสังคมในองค์การ

7) ภาวะผู้นำ ลักษณะภาวะผู้นำที่ผู้ทำการตัดสินใจต้องใช้จะแสดงออกมาถึงกระบวนการวิธีที่ผู้ทำการตัดสินใจ เป็นต้นว่าถ้าผู้นั้นยกอำนาจของตนเป็นใหญ่แต่ผู้เดียวมีความเชื่อถือและตั้งมั่น มีความเป็นตัวของตัวเองมากเกินไป ภาวะผู้นำนั้นจะส่งผลออกมาในกระบวนการตัดสินใจของผู้นั้นในขณะเดียวกันจะเห็นว่าภาวะผู้นำนั้นเปลี่ยนไป กระบวนการตัดสินใจจะเปลี่ยนไปด้วย เช่น ภาวะผู้นำอาจจะเป็นไปในลักษณะไม่กล้าตัดสินใจ เป็นต้น

8) การร่วมอำนาจกัน การปฏิบัติส่วนหนึ่งของสังคมนั้นเป็นการแลกเปลี่ยนอำนาจซึ่งกันและกันในกรณีของผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาจะมีการร่วมอำนาจกันว่า ถ้าฐานของอำนาจผู้ใต้บังคับบัญชาเท่าๆ กับอำนาจของผู้บังคับบัญชาแล้วการร่วมอำนาจจะมีมากขึ้น กระบวนการตัดสินใจหากว่าในสังคมไทยโดยเฉพาะฐานอำนาจของผู้ใต้บังคับบัญชานั้นอยู่ต่ำกว่าผู้บังคับบัญชาอย่างมากเหลือเกิน ในกรณีเช่นนี้เราจะเห็นว่าอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจโดยตรงนั้นมักจะตกอยู่ที่ผู้บังคับบัญชา

9) การปฏิบัติต่อกัน การปฏิบัติต่อกันว่ามีการยอมรับหรือการประสานงาน เข้าอกเข้าใจกันมากน้อย สักประการใด ซึ่งลักษณะการเช่นนี้นี้ย่อมจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเอกบุคคลในองค์การนั้น เช่น การร่วมมือประสานกันมีอยู่น้อยเพราะฉะนั้นการตัดสินใจอาจจะออกมาเป็นเอกเทศได้

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญจิต สงวนโรจน์ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จากรอบแฟ้มสะสมผลงานประจำปีการศึกษา 2563 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และด้านหลักสูตร พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเหตุผลส่วนตัว อยู่ระดับปานกลาง หากเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยด้านเหตุผลส่วนตัวอยู่ลำดับท้ายสุด ดังนั้นผู้บริหารมหาวิทยาลัยควรมีการปรับปรุงระบบบริหารจัดการด้านเหตุผลส่วนตัว การจัดทำข้อมูลที่น่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้หลากหลาย จัดทำข้อมูลทุนการศึกษาประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ จัดทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และทุกจังหวัด เพื่อให้มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

จำลอง สุริวงค์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชน ให้บุตรหลานของผู้ปกครอง นักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ของครอบครัวกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่า F-test (One-way ANOVA)

จิราพร วรเวชวิทยา (2559) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช กล่าวว่า จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้และสถานภาพสมรส ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ห้องอาหารครัวเมืองราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ 30-39 ปี มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท และมีสถานภาพโสด โดยระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ห้องอาหารครัวเมืองราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ห้องอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ฉัตรชัย สุขนิยม และนิภาพร เฉลิมนิรันดร์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาในวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต โดยศึกษาจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต ปีการศึกษา 2560 ในหลักสูตรดุริยางคศาสตรบัณฑิต และหลักสูตรเทคโนโลยี บัณฑิต (สาขาการผลิตดนตรี) จำนวน 59 คน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว รวมทั้งการสัมภาษณ์นักศึกษา ของวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 5 คน และผู้บริหารระดับสูงของทางวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 1 คน จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรี วิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต มากที่สุดคือ ด้านอาจารย์ผู้สอน รองลงมาคือ ด้านภาพลักษณ์ของวิทยาลัยดนตรี ด้านบริหารจัดการของวิทยาลัยดนตรี ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน และด้านหลักสูตร ตามลำดับ



ชัยวัฒน์ ชัตติวงศ์ และพุมิธร จิรายุส (2561) ได้ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยด้านการตลาดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีค่า Sig ทั้งหมด เท่ากับ 0.000, 0.010, 0.032 และ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง Sig เท่ากับ 0.887, 0.052 และ 0.475 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถเขียนสมการทำนายได้ในรูปคะแนน มาตรฐาน  $Z$  (Decision Making) = 0.174 Place + 0.133 Promotion + 0.102 People + 0.386Process โดยปัจจัยทั้งหมดมีอิทธิพลต่อการพยากรณ์อยู่ที่ 77.9% ( $R^2 = 0.779$ ) และส่วนที่เหลืออีก 22.1% เกิดจาก อิทธิพลของตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้นำมาศึกษาและมีความคาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (Std. Error) อยู่ที่ 0.40

ณัฐพัชร์ มณีวรรณ, ภาณุวัฒน์ ศิริनुพงษ์ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยส่งเสริมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดสมุทรปราการ ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย ด้านส่วนตัวผู้เรียนประกอบด้วยปัจจัยค่านิยมในการศึกษาต่อ ค่านิยมในอาชีพ การคล้อยตามกลุ่ม อ้างอิง การรับรู้เกี่ยวกับสถานศึกษา ด้านครอบครัวประกอบด้วย การสนับสนุนของผู้ปกครอง ด้านลักษณะการจัดการ ประกอบด้วยสาขาวิชา ครู บุคลากร และสื่อ อุปกรณ์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนที่ศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ชั้นปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2559 จำนวน 335 เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .93 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 162 คน เป็นเพศหญิง 173 คน เป็นนักเรียนสาขาวิชาการบัญชี 64 คน สาขาวิชาการตลาด 79 คน และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ 193 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่งเสริมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านลักษณะการจัดการอยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านครอบครัว และลำดับสุดท้ายคือ ด้านส่วนตัวผู้เรียน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยค่านิยมในการศึกษาต่อเป็นปัจจัยส่งเสริม การเลือกศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยค่านิยมในอาชีพ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้เกี่ยวกับสถานศึกษา การสนับสนุนของผู้ปกครอง สาขาวิชา ครู บุคลากร และสื่อ อุปกรณ์ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน



ธนวรรณ รักภู (2557) ได้ศึกษาการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีของนักศึกษาภาคปกติปีการศึกษา 2556 และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ประชากรที่ใช้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ภาคปกติ เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2556 จำนวน 1,171 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยสุตรของทาโร ยามาเน่ และสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.79 ด้านสถานที่ตั้งมีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.77 ด้านการประชาสัมพันธ์มีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 ด้านบุคลากรมีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน มีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย รายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ่ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

โนรี คำวิชิต และนันทยา น้อยจันทร์ (2558) ได้ศึกษาการศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดสิงห์สถิต จังหวัดชัยนาท ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดสิงห์สถิต จังหวัดชัยนาท และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนเทศบาลวัดสิงห์สถิต จังหวัดชัยนาท จำแนกตามอาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัว กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดสิงห์สถิตจังหวัดชัยนาท จำนวน 267คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดสิงห์สถิตจังหวัดชัยนาท เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติทดสอบเอฟ (F-test )

ประเสริฐชัย เพชรประเสริฐ และกนกอร สมปราชญ์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษา กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 260 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้บริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และโมเดลการวัดองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

เข้าศึกษาต่อสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เรียงลำดับค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ผลผลิตภัณฑ์ ( $\beta = 0.993$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.929 2) ราคา ( $\beta = 0.987$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.940 3) สภาพแวดล้อม ( $\beta = 0.967$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.9364) การให้บริการ ( $\beta = 0.949$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.9005) ช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\beta = 0.871$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.759 6) การส่งเสริมการตลาด ( $\beta = 0.810$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.656 และ 7) บุคลากร ( $\beta = 0.784$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.614

มนตรี รอดแก้ว และอาทิตย์ ชูชัย (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณ์ ราชวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2560 ในเขตอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโรงเรียนในเขตอำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี จำนวน 203 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามเพศ และผลการเรียนเฉลี่ย (GPA) โดยภาพรวมมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำแนกตามรายได้/ต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3. แนวทางในการส่งเสริมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถานศึกษาควรจัดให้มีสถานที่พักของนักศึกษาอย่างเหมาะสม เนื่องจากจะมีความปลอดภัย และจะทำให้เกิดความสะดวกต่อผู้เรียน และควรใช้การประชาสัมพันธ์ในสถานที่ที่ใกล้เคียง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลด้านการจัดการศึกษา และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันมากขึ้น

เมธาวี สุขปาน (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยตัวอย่างของนักเรียน ระดับการศึกษาระดับวิชาชีพ (ปวช.) ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีจำนวน 400 คน พบว่า ผลการทดสอบแบบจำลองโลจิสติกส์ คะแนนของความสำเร็จทางด้านความพอใจกับต้นทุน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ที่วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยทั้งสอง ค้นพบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยรายชื่อทางค่านความพอใจเฉลี่ย ได้แก่ ความชอบและความถนัดส่วนตัวมากที่สุด รองลงมา ชื่อเสียงของสถานศึกษาที่เป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนานและเป็นของรัฐบาล รวมทั้งการชักชวนจากเพื่อน ตามลำดับ และเมื่อจำแนกปัจจัยทางด้านต้นทุน ได้แก่ สะดวกใน

การเดินทางมากที่สุดและเสียค่าเล่าเรียนถูก ตามลำดับ ส่วนปัจจัยรายชื่อที่นักเรียนให้ความสำคัญน้อยที่สุด 3 อันดับในการเลือกศึกษาต่อที่นี้ ได้แก่ อันดับแรก ทางด้านห้องเรียนและอุปกรณ์การเรียนการสอน รองลงมา ข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ และกฎระเบียบข้อบังคับและแต่งกายที่เข้มงวด ตามลำดับ

ยูพา ไทยพิทักษ์ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาศาสนบริหารธุรกิจ หนองจอก กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาศาสนบริหารธุรกิจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชน เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้าน และเพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่แตกต่างและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาศาสนบริหารธุรกิจ ประชากรที่ศึกษา คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพที่เข้ามาศึกษาต่อ ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาศาสนบริหารธุรกิจ เมื่อปีการศึกษา 2558 และปีการศึกษา 2559 จำนวน 336 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 จำนวน 185 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบประเมิน ส่วนที่ 2) สำรองปัจจัยที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาศาสนบริหารธุรกิจของผู้ตอบแบบประเมิน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1) การประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยฯ ด้านที่ 2) ชื่อเสียงของวิทยาลัยฯ ด้านที่ 3) การจัดการเรียนการสอนของวิทยาลัยฯ ด้านที่ 4) การสนับสนุนของผู้ปกครอง ด้านที่ 5) ด้านทัศนคติของผู้เรียน ด้านที่ 6) การตัดสินใจของผู้เรียน และส่วนที่ 3) ข้อเสนอแนะ โดยแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 32 ข้อ ซึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าไคร้กำลังสอง

วิทวัส เหล่ามะลอ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ กลุ่มปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยทางด้านสังคม ตามลำดับ ซึ่งสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่นคือ ปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งกำลังศึกษาอยู่ระดับชั้น ม.6 โดยที่ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนโรงเรียนของรัฐบาล มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51 ขึ้นไป และรายได้รวมต่อเดือนของครอบครัว ต่ำกว่า

40,000 บาท และแนวโน้มหรือความต้องการที่จะตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยใช้ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ได้แก่ ปัจจัยปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และเป็นที่ยอมรับของสังคม และปัจจัยด้านสังคมยกย่องในความรู้ความสามารถ

ศศิวิมล แสนเมือง (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของ มทส. ในมุมมองของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2) ศึกษาปัจจัยในการเลือกมหาวิทยาลัยโดยทั่วไปของนักเรียนที่มีผลการเรียนดี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ โดยรวมต่อการเลือก มทส. ในมุมมองของนักเรียนที่มีผลการเรียนดี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 4) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านหลักสูตรต่อการเลือก มทส. ในมุมมองของนักเรียนที่มีผลการเรียนดี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคลต่อการเลือก มทส. ในมุมมองของนักเรียนที่มีผลการเรียนดี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างพบว่า ภาพลักษณ์บุคลิกภาพของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีแบ่งออกเป็นปัจจัย คือ ด้านบุคลิกภายนอก ได้แก่ รักสงบ สะอาด สงบ เสงี่ยม และมีการปรับปรุงตลอดเวลาด้านความสามารถ ได้แก่ ฉลาด มั่นคง กระตือรือร้น รวดเร็ว ด้านการเรียน ได้แก่ จริงจัง เครื่องเคียดมีสาระ ยาก ด้นรสนิยม ได้แก่ ดิดดิน ขึ้นนอก ด้านมูลค่า ได้แก่ แพง ทันสมัย และผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตร และเหตุผลส่วนบุคคล พบว่า ทั้งปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตร และเหตุผลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

สุดารัตน์ วุฒิมงคลพานิช (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน คะแนนเฉลี่ยสะสม ระดับชั้นของนักเรียน อาชีพของบิดา และอาชีพของมารดา ที่มีผลต่อนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 (2) ในการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร และเพื่อสำรวจลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในการเลือกซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ ประกอบการตัดสินใจในแผนธุรกิจหรือแผนการตลาดให้สามารถตอบสนอง



ลักษณะความต้องการของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในกรุงเทพมหานครอย่างมีประสิทธิภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัย ด้านครูผู้สอน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านความสะดวก ในการเข้าถึงสถาบันกวดวิชาและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และการชำระเงิน ในด้านปัจจัยประชากรศาสตร์พบว่า ปัจจัยด้านคะแนนเฉลี่ยสะสมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนักเรียนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ในช่วง 3.51-4.00 มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อคอร์สเรียนจากสถาบันกวดวิชาสูงกว่านักเรียนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสมมน้อยกว่า 3.00

เหมือนฝัน ธัญญศรีชัย (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยได้นำปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7P's) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านราคาและสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความสะดวก และปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ (2) ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านเพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายแตกต่างกันหรือไม่ จากผลงานวิจัยพบว่า เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

อชิระ สัจจธรวัด และวิลาลินี ยนต์วิทย์ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีต่อการตัดสินใจ สมัครเรียนหลักสูตรด้านการประกอบอาหารของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ปัจจัยด้านจิตวิทยา และการตัดสินใจสมัครเรียนหลักสูตรด้านการประกอบอาหารของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ศึกษาความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจสมัครเรียนหลักสูตรด้านการประกอบอาหาร 3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีต่อการตัดสินใจสมัครเรียนหลักสูตรด้านการประกอบอาหาร และ 4) ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีต่อการตัดสินใจสมัครเรียนหลักสูตรด้านการประกอบอาหาร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน ด้านการประกอบ

อาหาร พบว่า มี 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ในขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนหลักสูตรด้านการประกอบอาหารของนักศึกษา โดยที่ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญ มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

อรรถกฤต อินทะโย (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียนในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งศึกษาวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้ ได้แก่ เป้าหมาย ความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีและความเคยชิน ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความคาดหวัง พันธะสัญญา และแรงเสริม และปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ โอกาส ความสามารถและการสนับสนุน พบว่า นักเรียนในระดับชั้นปีที่ 1 ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 351 คน ที่เลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงรายนั้นเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุ 16 ปี เกรดเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.01–3.00 จำนวนพี่น้องในแต่ละครอบครัว 2 คน และมักจะเป็นลูกคนแรก que เลือกเรียนสายอาชีพนี้ บิดามารดาจะอาศัยอยู่ด้วยกัน มีภูมิลำเนาจะอยู่ในจังหวัดเชียงราย ผู้ปกครองมีวุฒิการศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้ส่งบุตรหลานมาเรียนต่อสายอาชีพ อาชีพผู้ปกครองส่วนมากจะเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ย 200,000 บาทต่อปี จากปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยดึงดูดได้ค่าเฉลี่ย 4.82 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 ปัจจัยผลักดันได้ค่าเฉลี่ย 4.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 และปัจจัยสนับสนุนได้ค่าเฉลี่ย 4.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 แสดงว่าปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยนั้นมีระดับความสอดคล้องมากที่สุด โดยนักเรียนส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยผลักดันมาก เพราะสามารถทำให้นักเรียนจบการศึกษาตามที่หลักสูตรกำหนด มีโครงการเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีทุนการศึกษาให้กับนักเรียนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ และที่สำคัญ เรียนจบแล้วมีงานทำและศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นได้

อารดา ชัยวิวัฒน์พงศ์ และวาทีต อินทุลักษณ์ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในสถาบันการเรียนเสริมทักษะในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน ในสถาบันการเรียนเสริมทักษะในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีจุดประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบตัวแปรในการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลาน และ 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในสถาบันการเรียนเสริมทักษะ การวิจัยนี้จะเน้นกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ปกครองที่ส่งบุตร หลานเข้าศึกษาในสถาบันการเรียนเสริมทักษะในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในสถาบันการเรียนเสริมทักษะส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 42-51 ปี สถานภาพสมรส



ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย มีรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป อีกทั้งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 อีกทั้งมีปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดสามอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ย 4.65 และส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยที่ 4.47 และส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในระดับมาก และปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยที่ 4.45 และส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในระดับมาก ในด้านการตัดสินใจนั้นผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกระบวนการเสริมทักษะ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ขั้นตอนที่สำคัญมากที่สุดสามอันดับแรกคือ 1) ด้านการรับรู้ปัญหาและความต้องการ 2) ด้านการตัดสินใจซื้อ และ 3) ด้านการประเมินและวิเคราะห์ทางเลือก ส่วนด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการลงมือคือ ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ผู้ประกอบการสถาบันการเรียนเสริมทักษะควรกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้บริโภครวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ตามกลุ่มเป้าหมาย และผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเพื่อนำมาปรับใช้กับธุรกิจบริการในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ ซึ่งล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในสถาบันการเรียนเสริมทักษะทั้งสิ้น ทั้งนี้ยังสร้างความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อบริการของสถาบันการเรียนเสริมทักษะให้มากขึ้นด้วย

อุทุมพร ไฉนลาด และจงดี โตอิม (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลปัจจัยและความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษากลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2557 จำนวน 115 คน โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.955 ได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 100 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 87 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาในระดับสูง ( $3.8 \pm 0.56$ ) การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านคุณลักษณะสถาบัน ( $4.25 \pm 0.51$ ) ด้านการประกอบอาชีพ ( $3.95 \pm 0.48$ ) และด้านหลักสูตร ( $3.78 \pm 0.57$ ) ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ( $3.22 \pm 0.68$ ) ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านคุณลักษณะสถาบัน คือ ผลการเรียนสะสมในระดับปริญญาตรี โดยสัมพันธ์ไปในทางตรงข้ามระดับน้อย ( $r=-0.248$ ) และรายได้ของบัณฑิต สัมพันธ์ไปในทางเดียวกันระดับปานกลาง ( $r=0.312$ ) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านหลักสูตร คือ รายได้ของบัณฑิต โดยสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันระดับน้อย ( $r=0.252$ ) และรายได้ของผู้ปกครองสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันระดับน้อย ( $r=-0.293$ ) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจศึกษาต่อ คือ รายได้ของผู้ปกครอง โดยสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันระดับน้อย ( $r=0.267$ ) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านหลักสูตรและด้านสังคมและเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สาขาวิชาที่เรียนในระดับปริญญาตรีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภักจิรา เกตุบุตร (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 (หลักสูตรไทย) ปีการศึกษา 2562 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวนทั้งสิ้น 276 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรและวิชาการ ด้านความภาคภูมิใจ ด้านความคาดหวังในอนาคต มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิตอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านหลักสูตรและวิชาการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนด้านเศรษฐกิจและสังคม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิตอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ เกรดเฉลี่ยสะสม รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งด้านหลักสูตรและวิชาการ ด้านความภาคภูมิใจ ด้านเศรษฐกิจและสังคม และด้านความคาดหวังในอนาคต

มนตรี รอดแก้ว และอาทิตย์ ชูชัย (2563) บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี 3) ศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2560 ในเขตอำเภอลำปาง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโรงเรียนในเขตอำเภอนองแคว จังหวัดสระบุรี จำนวน 203 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามเพศ และผลการเรียนเฉลี่ย (GPA) โดยภาพรวมมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำแนกตามรายได้/ต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3. แนวทางในการส่งเสริมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับ

ปริญญาตรี สถานศึกษาควรจัดให้มีสถานที่พักของนักศึกษาอย่างเหมาะสม เนื่องจากจะมีความปลอดภัย และจะทำให้เกิดความสะดวกต่อผู้เรียน และควรใช้การประชาสัมพันธ์ในสถานที่ที่ใกล้เคียง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลด้านการจัดการศึกษา และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันมากขึ้น

วิทวัส เหล่ามะลอ (2562) จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS มากที่สุดคือ กลุ่มปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยทางด้านสังคม ตามลำดับ ซึ่งสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นคือปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งกำลังศึกษาอยู่ระดับชั้น ม.6 โดยที่ส่วนใหญ่เป็น นักเรียนโรงเรียนของรัฐบาล มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51 ขึ้นไป และรายได้รวมต่อเดือนของครอบครัว ต่ำกว่า 40,000 บาท และแนวโน้มหรือความต้องการที่จะตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยใช้ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ได้แก่ ปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และเป็นที่ยอมรับของสังคม และปัจจัยด้านสังคมยกย่องในความรู้ความสามารถ

ประเสริฐชัย เพชรประเสริฐ และกนกอร สมปราชญ์ (2561) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 260 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้บริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และโมเดลการวัดองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เรียงลำดับค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อยได้แก่ 1) ผลสัมฤทธิ์ ( $\beta = 0.993$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.929 2) ราคา ( $\beta = 0.987$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.940 3) สภาพแวดล้อม ( $\beta = 0.967$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.936 4) การให้บริการ ( $\beta = 0.949$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.900 5) ช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\beta = 0.871$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ

0.759 6) การส่งเสริมการตลาด ( $\beta = 0.810$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.656 และ 7) บุคลากร ( $\beta = 0.784$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R_2$ ) เท่ากับ 0.614

อุทุมพร ไฉนลาด และจงดี โตอิม (2559) วัตถุประสงค์ของวิจัยนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยและความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2557 จำนวน 115 คน โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.955 ได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 100 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 87 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาในระดับสูง ( $3.8 \pm 0.56$ ) การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านคุณลักษณะสถาบัน ( $4.25 \pm 0.51$ ) ด้านการประกอบอาชีพ ( $3.95 \pm 0.48$ ) และด้านหลักสูตร ( $3.78 \pm 0.57$ ) ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ( $3.22 \pm 0.68$ ) ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านคุณลักษณะสถาบัน คือ ผลการเรียนสะสมในระดับปริญญาตรี โดยสัมพันธ์ไปในทางตรงข้ามระดับน้อย ( $r = -0.248$ ) และรายได้ของบัณฑิต สัมพันธ์ไปในทางเดียวกันระดับปานกลาง ( $r = 0.312$ ) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านหลักสูตร คือ รายได้ของบัณฑิต โดยสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันระดับน้อย ( $r = 0.252$ ) และรายได้ของผู้ปกครองสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันระดับน้อย ( $r = -0.293$ ) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ คือ รายได้ของผู้ปกครอง โดยสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันระดับน้อย ( $r = 0.267$ ) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านหลักสูตรและด้านสังคมและเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สาขาวิชาที่เรียนในระดับปริญญาตรีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาถึงการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยผู้ศึกษาได้มีการดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักเรียนที่ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ที่เข้าศึกษาต่อในปีการศึกษา 2564 จำนวน 482 คน

##### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1970 อ้างถึงใน ประคอง กรรณสูตร, 2538: น. 110) จากขนาดกลุ่มตัวอย่าง 482 คน

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

- เมื่อ  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
 $e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = ขนาดของประชากร

โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนจากการเป็นตัวแทนของประชากรได้ไม่เกินร้อยละ 5



แทนค่า

$$N = 482$$

$$E = .05$$

แทนค่าสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{482}{1+482(0.05)^2} \\ &= \frac{482}{483(0.0025)} \\ &= \frac{482}{2.205} \\ &= 218.59 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 218 คน โดยให้ได้ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมประชากรทั้งหมดในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงได้สำรวจจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ ดังนั้น ผู้ศึกษาได้ใช้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน ในการเก็บข้อมูล การจัดทำการศึกษา ทำการเลือกตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาต่อวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ในปีการศึกษา 2564

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลเพื่อนำมาออกแบบแบบสอบถามให้เกิดความสมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด โดยในการออกแบบเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่แบ่งออกเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ประกอบด้วยแบบสอบถามจำนวน 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตร (รวมตนเอง) ภูมิลำเนา ประเภทของสถานศึกษาที่ผู้เรียนสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 เกรดเฉลี่ยสะสม



ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านประสมทางการตลาดประกอบด้วย ข้อคำถามที่เกี่ยวข้องครอบคลุมปัจจัย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ ใช้มาตรวัดแบบช่วง (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ประมาณค่าแบบ Likert's Scale (เอกณรงค์ วรสีหะ, 2563)

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็นของความภักดี
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการแบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ใช้เกณฑ์ในการจัดระดับค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ผลจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.50 – 4.49	เห็นด้วยมาก
2.50 – 3.49	เห็นด้วยปานกลาง
1.50 – 2.49	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.49	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตร ประกอบด้วย ข้อคำถามความต้องการตลาดแรงงาน คุณภาพและหน่วยกิตครบถ้วน เน้นด้านวิชาชีพ มีความนิยมในการเรียนปัจจุบัน มีความหลากหลายตรงความต้องการของผู้เรียน มีเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ ใช้มาตรวัดแบบช่วง (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ประมาณค่าแบบ Likert's Scale (เอกณรงค์ วรสีหะ, 2563)

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็นของความภักดี
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการแบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ใช้เกณฑ์ในการจัดระดับค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ผลจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.50 – 4.49	เห็นด้วยมาก
2.50 – 3.49	เห็นด้วยปานกลาง
1.50 – 2.49	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.49	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการตัดสินใจ มีเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ ใช้มาตราวัดแบบช่วง (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ประมาณค่าแบบ Likert's Scale (เอกณรงค์ วรสีหะ, 2563)

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็นของความภาคภูมิใจ
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการแบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ใช้เกณฑ์ในการจัดระดับค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ผลจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.50 – 4.49	เห็นด้วยมาก
2.50 – 3.49	เห็นด้วยปานกลาง
1.50 – 2.49	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.49	เห็นด้วยน้อยที่สุด

## 2.2 การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาสร้างเครื่องมือและทำการพัฒนาเครื่องมือในการศึกษาเพื่อเก็บข้อมูล โดยมีขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือดังนี้

2.2.1 ศึกษาและทำการทบทวน ทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรมต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการออกแบบแบบสอบถาม

2.2.2 สร้างแบบสอบถามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

2.2.3 นำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา หาความสอดคล้องระหว่างคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์การศึกษา (Index of Item – Objective Congruence: IOC)

2.2.4 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามทดลอง (Try – out) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำมาหาค่าความเชื่อมั่นรายข้อ (Item Analysis) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS ได้ค่าเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.7 ขึ้นไป จากคำถามจำนวน 52 ข้อ โดยการหาค่าเท่ากับ 0.984 ถือว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้

2.2.5 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในหัวข้อต่าง ๆ อันเป็นปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยใช้แบบสอบถามดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

**3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี จำนวนทั้งหมด 400 ชุด โดยผู้ศึกษาดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา ลักษณะของแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการตอบแบบสอบถามด้วยการใช้แบบสอบถามแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ Google Form ในการเก็บข้อมูลในสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 จำนวน 400 ชุด ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ผ่านครูที่ปรึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

**3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากวิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมด ตรวจสอบความสมบูรณ์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์แทนค่า การคำนวณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการนำเสนอข้อมูลพื้นฐาน ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

**4.1.1 ข้อมูลทั่วไป**เกี่ยวกับแบบสอบถามใช้วิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) นำเสนอในรูปแบบค่าร้อยละ (Percentage)

**4.1.2 การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)** ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ใช้สถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

**4.1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)** ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ใช้สถิติค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

**4.1.4 ปัจจัยด้านหลักสูตรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)** ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ใช้สถิติค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

สูตรที่ใช้ในการหาค่าเฉลี่ย มีดังนี้

1) สถิติค่าร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{F(100)}{N}$$

แทนค่า

P คือ ค่าคะแนนเฉลี่ย

F คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2) สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541: น. 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

แทนค่า

$\bar{X}$  คือ ค่าเฉลี่ย

$\sum x$  คือ ค่าผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$n$  คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3) สถิติส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ SD) (ล้วน สายยศ และอังคณา 2540, น. 53)

$$SD = \frac{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2}}{n(-1)}$$

แทนค่า

SD คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x$  คือ ค่าผลรวมของคะแนน

$n$  คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

4.2.1 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) ในการทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สูตรที่ใช้ในการหาค่าเฉลี่ย มีดังนี้

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ $k$	หมายถึง	จำนวนตัวแปรอิสระที่ใช้ในสมการ
$\hat{Y}$	หมายถึง	ค่าประมาณหรือค่าทำนาย
$b_0$	หมายถึง	แทนค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย
$b_1, \dots, b_k$	หมายถึง	น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึง $k$ ตัวที่ตามลำดับ
$X_1, \dots, X_k$	หมายถึง	คะแนนตัวแปรอิสระ ตัวที่ 1 ถึง ตัวที่ $k$

4.2.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวិทยาลัยพาณิชย์การธนบุรี โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่มีอิสระต่อกัน หรือหาค่าสัมพันธระหว่างข้อมูล 2 ชุด (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544: น. 314)

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง  $-1 \leq r \leq 1$  ความหมายของค่า r คือ

- 1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า ตัวแปรอิสระ (x) และตัวแปรตาม (y) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
- 2) ค่า r เป็นบวก แสดงว่าตัวแปรอิสระ (x) และตัวแปรตาม (y) ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- 3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปรอิสระ (x) และตัวแปรตาม (y) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
- 4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้  $-1$  หมายถึง ตัวแปรอิสระ (x) และตัวแปรตาม (y) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
- 5) ถ้า  $r = 0$  แสดงว่าตัวแปรอิสระ (x) และตัวแปรตาม (y) ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- 6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ (x) และตัวแปรตาม (y) มีความสัมพันธ์กันน้อย

สูตรที่ใช้ในการหาค่าเฉลี่ย มีดังนี้

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n X_i Y_i - n\bar{X}\bar{Y}}{\sqrt{\left[ \sum_{i=1}^n X_i^2 - n\bar{X}^2 \right] \left[ \sum_{i=1}^n Y_i^2 - n\bar{Y}^2 \right]}}$$

หรือ

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \left( \sum_{i=1}^n X_i \right) \left( \sum_{i=1}^n Y_i \right)}{\sqrt{\left[ n \sum_{i=1}^n X_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n X_i \right)^2 \right] \left[ n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n Y_i \right)^2 \right]}}$$

หรือ

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\left[ \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \right] \left[ \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2 \right]}}$$



สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์,  
2544: น. 316)

ถ้าค่า  $r$  มีค่ามากกว่า 0.91 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก  
ถ้าค่า  $r$  มีค่ามากกว่า 0.71 - 0.90 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง  
ถ้าค่า  $r$  มีค่ามากกว่า 0.31 - 0.70 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง  
ถ้าค่า  $r$  มีค่ามากกว่า 0.01 - 0.30 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ  
ถ้าค่า  $r$  มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของ นักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำเสนอผลการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์
- ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี
- ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยด้านหลักสูตรของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี
- ตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจศึกษาต่อวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี
- ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน
- ตอนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน พี่น้อง (รวมตนเองด้วย) ภูมิลำเนา ประเภทสถานศึกษาที่ผู้เรียนสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ตอนต้น ม.3 เกรดเฉลี่ยสะสม ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ สรุปผลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	153	38.3
หญิง	247	61.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และเพศชาย มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	106	26.5
10,001 – 20,000 บาท	207	51.7
20,001 – 30,000 บาท	67	16.8
30,001 - 40,000 บาท	13	3.3
40,000 ขึ้นไป	7	1.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมา มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 13 คน และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพี่น้อง (รวมตนเองด้วย)

พี่น้อง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คน	98	24.5
2 คน	178	44.5
3-4 คน	108	27.0
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	16	4.0
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิก พี่น้องรวมตนเอง 2 คน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาจำนวนพี่น้อง 3-4 คน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 จำนวนพี่น้อง 1 คน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และจำนวนพี่น้องรวมตนเอง มากกว่า 5 คนขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพ และปริมณฑล	311	77.8
ต่างจังหวัด	89	22.3
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา ในกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมา ต่างจังหวัด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3

ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานศึกษาที่ผู้เรียนสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3

ประเภทของสถานศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รัฐ	324	81.0
เอกชน	67	16.8
อื่นๆ	9	2.3
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตามประเภทของสถานศึกษาที่ผู้เรียนสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 เป็นโรงเรียนของรัฐบาล จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมา เป็นโรงเรียนเอกชน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และเป็นโรงเรียนประเภทอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3

เกรดเฉลี่ยสะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.50 -2.00	24	6.0
2.01-2.50	73	18.3
2.51-3.00	122	30.5
3.01-3.50	120	30.0
3.51 ขึ้นไป	61	15.3
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสมในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 2.51-3.00 จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาเกรดเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 เกรดเฉลี่ยสะสม 2.01-2.50 มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 เกรดเฉลี่ยสะสม 3.51 ขึ้นไป มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และเกรดเฉลี่ยสะสมในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 1.50 -2.00 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

## ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปผลได้ดังตารางที่ 4.7 – 4.14

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านผลิตภัณ์ท์

ด้านผลิตภัณ์ท์	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ความเก่าแก่ของสถาบันการศึกษา	3.51	0.884	มาก
2. ชื่อเสียงของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เป็นที่รู้จัก/ได้รับรางวัลระดับประเทศ	3.69	0.869	มาก
3. มีรูปแบบการเรียนการสอนที่เข้าใจง่าย และทันสมัย	3.45	0.930	มาก
4. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของ ตลาดแรงงาน	3.62	0.864	มาก
5. อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนทันสมัย เช่น ห้อง excellent ห้องเรียน ภาษาอังกฤษ echo ve	3.59	0.905	มาก
รวม	3.57	0.710	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ ชื่อเสียงของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีเป็นที่รู้จัก/ได้รับรางวัลระดับประเทศ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนมีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนทันสมัย เช่น ห้อง excellent ห้องเรียนภาษาอังกฤษ echo ve ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ความเก่าแก่ของสถาบันการศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 มีรูปแบบการเรียนการสอนที่เข้าใจง่ายและทันสมัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45



ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านราคา

ด้านราคา	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ค่าหน่วยกิตมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการศึกษาอื่น ๆ ในตลาด	3.60	0.772	มาก
2. ค่าบริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสม	3.54	0.883	มาก
3. ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความเหมาะสมเทียบกับคุณภาพการศึกษาของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี	3.74	0.838	มาก
4. ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับสถานศึกษาอื่น ๆ ในตลาด	3.73	0.859	มาก
5. ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี	3.72	0.840	มาก
รวม	3.66	0.7154	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความเหมาะสมเทียบกับคุณภาพการศึกษาของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาคือ ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับสถานศึกษาอื่น ๆ ในตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ค่าหน่วยกิตมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการศึกษาอื่น ๆ ในตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ค่าบริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ เดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่านหลายสาย	3.65	0.916	มาก
2. วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้ สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3	3.03	1.172	ปานกลาง
3. วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	3.00	1.235	ปานกลาง
4. วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบสถานศึกษา เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอุปกรณ์การเรียน	3.67	0.894	มาก
5. วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ในแหล่ง ชุมชนเข้าถึงสถานศึกษาได้ง่าย	3.55	0.900	มาก
6. วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ สามารถเดินทางมายังสถานศึกษาทางน้ำ	3.30	1.084	มาก
รวม	3.36	0.814	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบสถานศึกษา เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอุปกรณ์การเรียน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่เดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่านหลายสาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงสถานศึกษาได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางมายังสถานศึกษาทางน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
มีป้ายประชาสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลง เกี่ยวกับหลักสูตรของสถานศึกษา	3.60	0.760	มาก
มีการโฆษณาผ่าน facebook เว็บไซต์ ของวิทยาลัยพัฒนวิชาการรวดเร็ว ทันสมัย ครบถ้วน	3.70	0.898	มาก
มีการแนะแนวการศึกษาจากวิทยาลัย พัฒนวิชาการธนบุรีในสถานศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ม.3	3.40	1.088	ปานกลาง
มีการส่งเสริมการขายลดค่าสมัครเรียน และลดค่าเทอม	3.67	0.953	มาก
มีทุนการศึกษาให้กับผู้เรียนหลากหลาย ประเภท เช่น ขาดแคลนทุนทรัพย์ นักเรียน เรียนดี นักกีฬา สร้างชื่อเสียงให้กับ สถานศึกษา	3.76	0.893	มาก
รวม	3.62	0.749	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ มีทุนการศึกษาให้กับผู้เรียนหลากหลายประเภท เช่น ขาดแคลนทุนทรัพย์ นักเรียน เรียนดี นักกีฬา สร้างชื่อเสียงให้กับสถานศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขายลดค่าสมัครเรียน และลดค่าเทอม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และมีการแนะแนวการศึกษาจากวิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรีในสถานศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านบุคลิกภาพ

ด้านบุคลิกภาพ	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ครูผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ และ ความสามารถ ในสาขาที่ทำการสอน	3.71	0.885	มาก
ครูผู้สอนมีความเอาใจใส่ และดูแลผู้เรียน อย่างใกล้ชิด	3.62	0.929	มาก
ครูผู้สอนมีทักษะการถ่ายทอดความรู้ที่ชัดเจน เข้าใจง่ายไปยังผู้เรียน	3.54	0.928	มาก
ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและ การแต่งกายที่ดี	3.78	0.868	มาก
ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีการให้บริการแก่ ผู้เรียนด้วยความเสมอภาค	3.62	0.948	มาก
เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ต่อผู้เรียน/ ผู้ใช้บริการ	3.71	0.911	มาก
เจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนได้ ถูกต้องและรวดเร็ว เมื่อผู้เรียนต้องการ ความช่วยเหลือ	3.68	0.925	มาก
รวม	3.66	0.788	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ด้านบุคลิกภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ต่อผู้เรียน/ผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนได้ถูกต้องและรวดเร็ว เมื่อผู้เรียนต้องการความช่วยเหลือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาคือ ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีการให้บริการแก่ผู้เรียนด้วยความเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และครูผู้สอนมีทักษะการถ่ายทอดความรู้ที่ชัดเจน เข้าใจง่ายไปยังผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
มีขั้นตอนการให้บริการการลงทะเบียน ของผู้เรียนมีความรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน	3.63	0.855	มาก
มีขั้นตอนการให้บริการของวิทยาลัย พัฒนการธนบุรีมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยน ได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน	3.63	0.839	มาก
มีการตรวจสอบคุณภาพโดยได้รับ การประเมินมาตรฐานการจัดการศึกษา จากสำนักงาน	3.66	0.871	มาก
มีการตรวจสอบคุณภาพการศึกษา และ หน่วยงานภายนอกในทุก 5 ปี	3.59	0.845	มาก
มีการจัดสอบมาตรฐานทางการศึกษาสำหรับ ผู้เรียนที่จะสำเร็จการศึกษาทั้งในระดับ ปวช. และ ปวส.	3.68	0.812	มาก
รวม	3.63	0.762	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ มีการจัดสอบมาตรฐานทางการศึกษาสำหรับผู้เรียนที่จะสำเร็จการศึกษาทั้งในระดับ ปวช. และปวส. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาคือ มีการตรวจสอบคุณภาพโดยได้รับการประเมินมาตรฐานการจัดการศึกษาจากสำนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ มีขั้นตอนการให้บริการของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรีมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และมีการตรวจสอบคุณภาพการศึกษา และหน่วยงานภายนอกในทุก 5 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านลักษณะกายภาพ

ด้านลักษณะกายภาพ	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
มีอาคารสถานที่ที่มีความสวยงาม	3.76	0.893	มาก
มีการตกแต่งห้องเรียน และห้องปฏิบัติการ ที่สร้างบรรยากาศส่งเสริมการเรียนรู้ ให้กับผู้เรียน	3.63	0.897	มาก
มีความสะอาดของอาคารสถานที่	3.76	0.899	มาก
มีความสะดวกสบายของที่จอดรถ	3.65	0.943	มาก
มีการให้บริการ ห้องพยาบาล สหกรณ์ มีร้าน กาแฟของวิทยาลัย ห้องสมุด โรงอาหาร ห้องน้ำที่เพียงพอกับความต้องการ	3.76	0.917	มาก
มีป้ายแสดงชื่ออาคาร ส่วนงานบริการผู้เรียน อย่างชัดเจน เช่น ห้องสำนักงาน อาคารเรียน อย่างชัดเจน	3.81	0.927	มาก
รวม	3.72	0.794	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ มีป้ายแสดงชื่ออาคาร ส่วนงานบริการผู้เรียนอย่างชัดเจน เช่น ห้องสำนักงาน อาคารเรียน อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาคือ มีการให้บริการ ห้องพยาบาล สหกรณ์ มีร้านกาแฟของวิทยาลัย ห้องสมุด โรงอาหาร ห้องน้ำที่เพียงพอกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีความสะอาดของอาคารสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และมีการตกแต่งห้องเรียน และห้องปฏิบัติการที่สร้างบรรยากาศส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63



ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.57	0.710	มาก
2. ด้านราคา	3.66	0.715	มาก
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.36	0.814	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.62	0.749	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.66	0.788	มาก
6. ด้านกระบวนการ	3.63	0.762	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.72	0.794	มาก
รวม	3.67	0.785	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านราคา และด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.66 ด้านกระบวนการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านการส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และด้านการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

### ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยด้านหลักสูตรของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านหลักสูตร หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน หลักสูตรที่มีความหลากหลายให้เลือกเรียน หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปผลได้ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านหลักสูตร

ด้านหลักสูตร	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ ของตลาดแรงงาน	3.63	0.880	มาก
2. หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและ มีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม	3.62	0.853	มาก
3. หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ	3.73	0.864	มาก
4. หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	3.68	0.882	มาก
5. หลักสูตรมีความหลากหลายให้เลือกเรียน	3.66	0.913	มาก
6. หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ ของผู้เรียน	3.66	0.910	มาก
รวม	3.66	0.883	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นหลักสูตรของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ด้านหลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาคือ หลักสูตรมีความหลากหลายให้เลือกเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และหลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

#### ตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจศึกษาต่อวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจ ได้แก่ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี หลักสูตรการจัดการเรียนการสอน การจัดการเรียนการสอนของครูผู้สอน การสื่อสารในช่องทางต่าง ๆ กระบวนการให้บริการ อาคารสถานที่ห้องเรียน การแนะนำผู้อื่นให้ศึกษาต่อที่วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสรุปผลได้ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการตัดสินใจ

ด้านการตัดสินใจ	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านมีความพึงพอใจต่อชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของวิทยาลัย พัฒนการธนบุรี	3.73	0.873	มาก
2. ท่านมีความพึงพอใจต่อหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน	3.66	0.898	มาก
3. ท่านมีความพึงพอใจต่อการจัด การเรียนการสอนของครูผู้สอน	3.60	0.849	มาก
4. ท่านมีความพึงพอใจต่อการสื่อสาร ในช่องทางต่าง ๆ ของวิทยาลัย พัฒนการธนบุรี	3.64	0.912	มาก
5. ท่านมีความพึงพอใจต่อกระบวนการ ให้บริการของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี	3.65	0.887	มาก
6. ท่านมีความพึงพอใจต่ออาคารสถานที่ ห้องเรียน	3.73	0.870	มาก
7. ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้ศึกษาต่อที่ วิทยาลัยพัฒนการธนบุรี	3.69	0.951	มาก
รวม	3.67	0.781	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจศึกษาต่อวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี ด้านการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านมีความพึงพอใจต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาคือ ท่านมีความพึงพอใจต่ออาคารสถานที่ ห้องเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาคือ ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้ศึกษาต่อที่วิทยาลัยพัฒนการธนบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมาคือ ท่านมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรการจัดการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ ท่านมีความพึงพอใจต่อ

กระบวนการให้บริการของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รองลงมาคือ ท่านมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในช่องทางต่างๆ ของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี 3.64 และ ท่านมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนของครูผู้สอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

## ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 ใช้การวิเคราะห์หาค่าสถิติค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) เพื่อทดสอบความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพัฒนการธนบุรี สรุปผลได้ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพัฒนการธนบุรี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.57	0.710	มาก
ด้านราคา	3.66	0.715	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.36	0.814	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.62	0.749	มาก
ด้านบุคลากร	3.66	0.788	มาก
ด้านกระบวนการ	3.63	0.762	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.72	0.794	มาก
รวม	3.67	0.785	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านราคา และด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และด้านการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

## 5.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีความสัมพันธ์กัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 ใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สรุปผลได้ดังตารางที่ 4.18 - 4.25

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

		การตัดสินใจศึกษาต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสหสัมพันธ์	0.764**
ด้านผลิตภัณฑ์	P	<.001
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

		การตัดสินใจศึกษาต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสหสัมพันธ์	0.670**
ด้านราคา	P	<.001
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

		การตัดสินใจศึกษาต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสหสัมพันธ์	0.594**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	P	<.001
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง



ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

		การตัดสินใจศึกษาต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสหสัมพันธ์	0.789**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	P	<.001
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

		การตัดสินใจศึกษาต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสหสัมพันธ์	0.814**
ด้านบุคลากร	P	<.001
	ระดับความสัมพันธ์	สูง

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

		การตัดสินใจศึกษาต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสหสัมพันธ์	0.837**
ด้านกระบวนการ	P	<.001
	ระดับความสัมพันธ์	สูง

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

		การตัดสินใจศึกษาต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสหสัมพันธ์	0.812**
ด้านลักษณะทางกายภาพ	P	<.001
	ระดับความสัมพันธ์	สูง

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง

ตารางที่ 4.25 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

การตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี			
	ค่าสหสัมพันธ์	P	ระดับความสัมพันธ์
ผลิตภัณฑ์	0.764**	<.001	ปานกลาง
ราคา	0.670**	<.001	ปานกลาง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.594**	<.001	ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	0.789**	<.001	ปานกลาง
บุคลากร	0.814**	<.001	สูง
กระบวนการ	0.837**	<.001	สูง
ลักษณะทางกายภาพ	0.812**	<.001	สูง

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านกระบวนการ ( $R = 0.837$ ) อยู่ในระดับสูง เรียงค่าจากมากไปน้อย คือ ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.814$ ) ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.812$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับสูง รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.789$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.764$ ) ด้านราคา มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.670$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.594$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

### 5.3 สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตรกับตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีอิทธิพลต่อกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งปัจจัยด้านหลักสูตรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี สรุปผลได้ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านหลักสูตร กับตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีอิทธิพลต่อกัน

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	177.531	6	29.589	169.915	.000
Residual	68.436	393	.174		
Total	245.967	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร และกับตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีอิทธิพลต่อกันอย่างน้อย 1 ตัวแปร มีและสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านหลักสูตร กับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวិทยาลัยพัฒนการธนบุรี มีอิทธิพลต่อกัน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธีการเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

Model	B	S.E	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.624	.099		6.312	.000
หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ( $X_1$ )	.185	.045	.207	4.144*	.000
หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม ( $X_2$ )	.237	.050	.258	4.702*	.000
หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ ( $X_3$ )	.012	.050	.013	.237	.813
หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ( $X_4$ )	.104	.046	.117	2.291*	.023
หลักสูตรที่มีความหลากหลายให้เลือกเรียน ( $X_5$ )	.075	.044	.087	1.699	.090
หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน ( $X_6$ )	.223	.042	.259	5.364*	.000
			r = .850      Adjusted R <sup>2</sup> = .718		
			R <sup>2</sup> = .722      S.E. = .417		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ( $X_1$ ) หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม ( $X_2$ ) หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ( $X_4$ ) หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน ( $X_6$ ) โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.023 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักศึกษาวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร และกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีอิทธิพลต่อกัน ได้ร้อยละ 71.8 (adjusted R<sup>2</sup>) โดยสามารถนำเสนอสมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี (Y<sub>1</sub>) ได้ดังนี้

$$Y_1 = .624 + .185 (X_1) + .237 (X_2) + .104 (X_4) + .223 (X_6)$$

จากสมการสามารถสรุปได้ ดังนี้ หากไม่พิจารณาหลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน (X<sub>1</sub>) หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม (X<sub>2</sub>) หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน (X<sub>4</sub>) หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน (X<sub>6</sub>) จะมีการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี (Y<sub>1</sub>) เพิ่มขึ้น .624 หน่วย

ถ้าพิจารณาหลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน (X<sub>1</sub>) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี (Y<sub>1</sub>) เพิ่มขึ้น 0.185 หน่วย กล่าวคือ ถ้าหลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานเพิ่มขึ้น จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้มุมมองของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีด้านอื่น ๆ คงที่

ถ้าพิจารณาหลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม (X<sub>2</sub>) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี (Y<sub>1</sub>) เพิ่มขึ้น 0.237 หน่วย กล่าวคือ ถ้าหลักสูตรที่เปิดสอนมีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสมเพิ่มขึ้น จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้มุมมองของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีด้านอื่น ๆ คงที่

ถ้าพิจารณาหลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน (X<sub>4</sub>) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี (Y<sub>1</sub>) เพิ่มขึ้น 0.104 หน่วย กล่าวคือ ถ้าหลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสมเพิ่มขึ้น จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้มุมมองของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีด้านอื่น ๆ คงที่



ถ้าพิจารณาหลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน ( $X_6$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของ นักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ( $Y_1$ ) เพิ่มขึ้น 0.223 หน่วย กล่าวคือ ถ้าหลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียนเพิ่มขึ้น จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ มุมมองของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีด้านอื่น ๆ คงที่

## ตอนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

ตารางที่ 4.28 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.57	0.710	มาก
ด้านราคา	3.66	0.715	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.36	0.814	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.62	0.749	มาก
ด้านบุคลากร	3.66	0.788	มาก
ด้านกระบวนการ	3.63	0.762	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.72	0.794	มาก
รวม	3.67	0.785	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านราคา และด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านกระบวนการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และด้านการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ตารางที่ 4.29 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

การตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี			
	ค่าสหสัมพันธ์	P	ระดับความสัมพันธ์
ผลิตภัณฑ์	0.764**	<.001	ปานกลาง
ราคา	0.670**	<.001	ปานกลาง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.594**	<.001	ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	0.789**	<.001	ปานกลาง
บุคลากร	0.814**	<.001	สูง
กระบวนการ	0.837**	<.001	สูง
ลักษณะทางกายภาพ	0.812**	<.001	สูง

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (R = 0.837) อยู่ในระดับสูง เรียงค่าจากมากไปน้อยคือ ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (R = 0.814) ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (R = 0.812) มีความสัมพันธ์ในระดับสูง รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (R = 0.789) ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (R = 0.764) ด้านราคา มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับ

การตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (R = 0.670) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (R = 0.594) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

Model	B	S.E	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.624	.099		6.312	.000
หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ ของตลาดแรงงาน (X <sub>1</sub> )	.185	.045	.207	4.144*	.000
หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและ มีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม (X <sub>2</sub> )	.237	.050	.258	4.702*	.000
หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ (X <sub>3</sub> )	.012	.050	.013	.237	.813
หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน (X <sub>4</sub> )	.104	.046	.117	2.291*	.023
หลักสูตรที่มีความหลากหลายให้เลือกเรียน (X <sub>5</sub> )	.075	.044	.087	1.699	.090
หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ ของผู้เรียน (X <sub>6</sub> )	.223	.042	.259	5.364*	.000
	r = .850		Adjusted R <sup>2</sup> = .718		
	R <sup>2</sup> = .722		S.E. = .417		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน (X<sub>1</sub>) หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม (X<sub>2</sub>) หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน (X<sub>4</sub>) หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน (X<sub>6</sub>) โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.023 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร และกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา เพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีอิทธิพลต่อกัน ได้ร้อยละ 71.8 (adjusted R<sup>2</sup>) โดยสามารถนำสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการ พยากรณ์การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษา วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี (Y<sub>1</sub>) ได้ดังนี้

$$Y_1 = .624 + .185 (X_1) + .237 (X_2) + .104 (X_4) + .223 (X_6)$$



## บทที่ 5

### สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าที่สนใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี และ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านหลักสูตรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ซึ่งทำการสรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 1. สรุปการศึกษา

##### 1.1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 จำนวนสมาชิก พี่น้องรวมตนเอง 2 คน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ภูมิลำเนาในกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 ประเภทของสถานศึกษาที่ผู้เรียนสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 รัฐบาล จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 เกรดเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม. 3 2.51-3.00 มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5

##### 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การศึกษาค้นคว้าที่สนใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านราคา และด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ด้านกระบวนการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านการส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และด้านการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ซึ่งสรุปผลการพิจารณาเป็นรายด้านได้ ดังนี้

**1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์** โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ ชื่อเสียงของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีเป็นที่รู้จัก/ได้รับรางวัลระดับประเทศ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนมีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนทันสมัย เช่น ห้อง excellent ห้องเรียนภาษาอังกฤษ echo ve ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ความเก่าแก่ของสถาบันการศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 มีรูปแบบการเรียนการสอนที่เข้าใจง่ายและทันสมัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ตามลำดับ

**1.2.2 ด้านราคา** โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความเหมาะสม เทียบกับคุณภาพการศึกษาของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาคือ ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับสถานศึกษาอื่น ๆ ในตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ค่าหน่วยกิตมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการศึกษาอื่น ๆ ในตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ค่าบริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

**1.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย** โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบสถานศึกษา เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอุปกรณ์การเรียน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ในพื้นที่เดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่านหลายสาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงสถานศึกษาได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางมายังสถานศึกษาทางน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ตามลำดับ

**1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ มีทุนการศึกษาให้กับผู้เรียนหลากหลายประเภท เช่น ขาดแคลนทุนทรัพย์ นักเรียน เรียนดี นักกีฬา สร้างชื่อเสียงให้กับสถานศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขายลดค่าสมัครเรียน และลดค่าเทอม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และมีการแนะนำการศึกษาจากวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีในสถานศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ตามลำดับ



**1.2.5 ด้านบุคลากร** โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ต่อผู้เรียน/ผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ที่สามารถให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนได้ถูกต้องและรวดเร็ว เมื่อผู้เรียนต้องการความช่วยเหลือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาคือ ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีการให้บริการแก่ผู้เรียนด้วยความเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และครูผู้สอนมีทักษะการถ่ายทอดความรู้ที่ชัดเจน เข้าใจง่ายไปยังผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

**1.2.6 ด้านกระบวนการ** โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ มีการจัดสอบมาตรฐานทางการศึกษาสำหรับผู้เรียนที่จะสำเร็จการศึกษาทั้งในระดับ ปวช. และปวส. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาคือ มีการตรวจสอบคุณภาพโดยได้รับการประเมินมาตรฐานการจัดการศึกษาจากสำนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ มีขั้นตอนการให้บริการของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และมีการตรวจสอบคุณภาพการศึกษา และหน่วยงานภายนอกในทุก 5 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ตามลำดับ

**1.2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ** โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ มีป้ายแสดงชื่ออาคาร ส่วนงาน บริการผู้เรียนอย่างชัดเจน เช่น ห้องสำนักงาน อาคารเรียน อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาคือ มีการให้บริการ ห้องพยาบาล สหกรณ์ มีร้านค้าแพคเกจของวิทยาลัย ห้องสมุด โรงอาหาร ห้องน้ำที่เพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีความสะอาดของอาคารสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีความสะอาดสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และมีการตกแต่งห้องเรียน และห้องปฏิบัติการที่สร้างบรรยากาศส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ตามลำดับ

### **1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านหลักสูตรในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี**

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านหลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุด คือ หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาคือ หลักสูตรมีความหลากหลายให้เลือกเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และหลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพ และมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ

#### 1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของ นักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านมีความพึงพอใจต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาคือ ท่านมีความพึงพอใจต่ออาคารสถานที่ ห้องเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาคือ ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้ศึกษาต่อที่วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมาคือ ท่านมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรการจัดการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ ท่านมีความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รองลงมาคือ ท่านมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในช่องทางต่าง ๆ ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี 3.64 และท่านมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนของครูผู้สอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

#### 1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**1.5.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี** พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านราคา และด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านกระบวนการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านการส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และด้านการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

**1.5.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีความสัมพันธ์กัน** พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านกระบวนการ ( $R = 0.837$ ) อยู่ในระดับสูง เรียงค่าจากมากไปน้อยคือ ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.814$ ) ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.812$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับสูง รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.789$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.764$ ) ด้านราคา มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับการตัดสินใจ

ศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.670$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $R = 0.594$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางตามลำดับ

**1.5.3 สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี** พบว่า หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ( $X_1$ ) หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม ( $X_2$ ) หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ( $X_4$ ) หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียน ( $X_6$ ) โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.023 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร และกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีอิทธิพลต่อกัน ได้ร้อยละ 71.8 (adjusted  $R^2$ )

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

**2.1 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี** โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อจากมากไปน้อย ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านบุคลากร โดยวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีการจัดการด้านอาคารสถานที่ ห้องเรียน ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน และอำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน มีการให้บริการที่ราคามีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับความคุ้มค่า คุณภาพ ประโยชน์ที่ผู้เรียนได้รับ และครูผู้สอนที่มีความรู้ความชำนาญในการจัดการเรียนการสอน และการให้บริการ การดูแลผู้เรียน และซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อชิระ สัจจนวนัต และวิลาสินี ยนต์วิทย์ (2563) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีต่อการตัดสินใจสมัครเรียนหลักสูตรด้านการประกอบอาหารของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ต่อการตัดสินใจสมัครเรียนหลักสูตรด้านการประกอบอาหารของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของ

จำลอง สุริวงค์ (2561) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร โดยพบว่า ผู้ปกครอง นักเรียนที่ประกอบอาชีพ ระดับการศึกษา และมีรายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกัน ตัดสินใจเลือก สถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัย ชัยณรงค์ พิสุทธิ (2561) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล อีกทั้งสอดคล้องกับ ชัยวัฒน์ ชัตติวงศ์ และพุฒิธร จิรยุส (2561) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร และกระบวนการ และปัจจัยด้านการตลาดคือ ผลិតภัณฑ์ ราคา และลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา

**2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้**

**2.2.1 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการตลาดกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีจำนวน 7 ด้าน** โดยเรียงลำดับตามระดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับดังนี้

ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์สูงกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยกระบวนการให้บริการของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี การลงทะเบียนมีความรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน การให้บริการมีความปรับเปลี่ยนให้สะดวกแก่ผู้เรียน มีการตรวจสอบคุณภาพการจัดการศึกษาทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก อีกทั้งมีการจัดสอบมาตรฐานสำหรับผู้เรียนที่จะสำเร็จการศึกษาในระดับ ปวช. และปวส. ดังนั้น ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการกระบวนการ จึงมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถกฤต อินทะโย (2560) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียนในจังหวัดเชียงราย พบว่า สาเหตุที่นักเรียนเลือกเรียนสถานศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดเชียงรายจากความมีชื่อเสียง และประทับใจรุ่นพี่ โดยมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง นักเรียนหาข้อมูลการสมัครเรียนผ่านช่องทางแนะนำที่มีครูแนะนำและเอกสารแนะนำสถานศึกษา อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดารัตน์ วุฒิมงคลพานิช



(2559) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ เช่นการจัดตารางเรียนมีความถูกต้องเหมาะสม ความสะดวก รวดเร็ว ในการให้บริการ การเตรียมความพร้อมของเอกสารประกอบการสอนเป็นอย่างดี รวมถึงการให้ข้อมูล ด้านการเรียน แนะนำการศึกษาต่อที่ถูกต้องของสถาบัน

ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์สูง กับกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยบุคลากร ที่ให้บริการของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ครูผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ ความสามารถในสาขา ที่สอน มีความเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนอย่างใกล้ชิด มีทักษะการถ่ายทอดความรู้ เข้าใจได้ง่าย ครูและเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและแต่งกายที่ดี มีการให้บริการอย่างเสมอภาค อีกทั้งเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ ดีต่อผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ รักษ์ (2557) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี โดยพบว่าด้านบุคลากรมีความสำคัญ ลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพัชร์ มณีวรรณ และภาณุวัฒน์ ศิริพงษ์ (2560) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม พบว่า ด้านครูผู้สอนมีคุณภาพและสาขาวิชาที่น่าสนใจอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับ ฉัตรชัย สุขนิยม และนิภาพร เฉลิมนิรันดร (2561) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา ในวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต โดยศึกษาจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยดนตรีมหาวิทยาลัย รังสิต ปีการศึกษา 2560 พบว่า ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านดนตรีโดยตรง และมีผลงานการแสดงดนตรีเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนของ นักศึกษา

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์สูงกับกับการตัดสินใจเลือก สถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยลักษณะทางกายภาพของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี อาคารสถานที่สวยงาม มีการตกแต่งห้องเรียน ห้องปฏิบัติการที่สร้างบรรยากาศส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน มีความสะอาดของส่วนที่ สะดวกสบายในการจอดรถ มีบริการห้องพยาบาล สหกรณ์ ร้านกาแฟ ห้องสมุด โรงอาหาร ห้องน้ำที่ เพียงพอกับความต้องการ มีป้ายแสดงอาคารส่งงานในการให้บริการผู้เรียนอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้อง กับการศึกษาของ ยุพา ไทยพิทักษ์ (2560) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาสาธิตบริหารธุรกิจ หนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านรูปแบบการแต่งกาย มีความเรียบร้อยและดูดีอยู่ในระดับ มากที่สุด ส่งผลให้นักเรียนมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้นและดึงดูดความสนใจของผู้ที่กำลังตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โนรีคำวิจิต และนันทิยา น้อยจันทร์ (2558) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง

การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดสิงห์สถิต จังหวัดชัยนาท ซึ่งพบว่า ด้านสภาพแวดล้อม เช่น การจัดโรงอาหาร บรรยากาศ ภูมิทัศน์ที่สวยงาม ความสะอาด ปลอดภัย แสงสว่างในห้องเรียนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาของผู้ปกครอง

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ปานกลางกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยการส่งเสริมการตลาดของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยมีป้ายประชาสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับหลักสูตรการสอน มีการโฆษณาผ่าน Facebook เว็บไซต์ รวดเร็ว ทันสมัย ครบถ้วน การแนะนำการศึกษาในสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม. 3 ลดค่าสมัครและค่าเทอม การจัดทุนการศึกษาให้กับผู้เรียนในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ ชัตติวงศ์ และ พุฒิธร จิรายุส (2561) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมีด้านสถานที่ และการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากรและกระบวนการ รวมทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการนำเสนอ รวมทั้งลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษามีผลต่อการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนตรี รอดแก้ว และอาทิตย์ ชูชัย (2560) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย พบว่า ควรใช้การประชาสัมพันธ์ในสถานที่ที่ใกล้เคียง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลด้านการจัดการศึกษา และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเสริฐชัย เพชรประเสริฐ และกนกอร สมปราชญ์ (2561) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า การส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ปานกลางกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยผลิตภัณฑ์ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีความเก่าแก่ ชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จัก/ได้รับรางวัลระดับประเทศ รูปแบบการเรียนการสอนเข้าใจง่ายและทันสมัย หลักสูตรทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนทันสมัย เช่น ห้องเรียน Excellent ห้องเรียนภาษาอังกฤษ Echo ve ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล แสนเมือง (2554) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ด้านภาพลักษณ์บุคลิกภาพของมหาวิทยาลัยเป็น



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยในการศึกษาต่อ อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาวิ สุขปาน (2556) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตร ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน พบว่าปัจจัยที่มีความพึงพอใจมากที่สุดด้านชื่อเสียงของสถานศึกษาที่เป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของสถานศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารดา ชัยวิวัฒน์พงศ์ และวาทิต อินทลักษณ์ (2564) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในสถาบันการเรียนเสริมทักษะในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยพบว่า ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการนสถาบันการเรียนเสริมทักษะในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อีกทั้งสอดคล้องกับ ขวัญจิต สงวนโรจน์ (2564) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาจากรอบแพ้มะสมผลงาน ประจำปีการศึกษา 2563 พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา

ด้านราคา มีความสัมพันธ์ปานกลางกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยราคาบริการของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ค่าหน่วยกิตมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับสถานศึกษาอื่น ๆ ในตลาด ค่าบริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสม ค่าเล่าเรียนทั้งหมด เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ความคุ้มค่า และประโยชน์ที่ผู้เรียนได้รับจากวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เหมือนฝัน ธัญญศรีชัย (2559) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านราคา ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย การแจ้งค่าใช้จ่าย ค่าเล่าเรียนที่ชัดเจน ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจในการเรียน ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน และอัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนกวดวิชาอื่น และยังสอดคล้องกับ จิราพร วรเวชวิทยา (2559) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหาร ครัวเมืองราช ปัจจัยด้านราคามีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหาร ครัวเมืองราช

ด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ปานกลางกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี โดยการจัดจำหน่ายของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ตั้งในพื้นที่เดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่านหลายสาย ใกล้สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม. 3 อยู่ใกล้ที่พักอาศัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบสถานศึกษา เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอุปกรณ์การเรียน ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงสถานศึกษา

ได้ง่าย สามารถเดินทางทางน้ำได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวัฒน์ ชัตติวงค์ (2561) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนประสมด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ประกอบด้วยด้านสถานที่ และการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร และกระบวนการ ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณี ศรีพรหม (2558) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้ บริการโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งพบว่า ความสำคัญมากที่สุดคือ สถานที่บริการตั้งอยู่ในบริเวณที่สะดวกในการเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของมนตรี รอดแก้ว และอาทิตย์ ชูชัย (2560) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ความปลอดภัย ก่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้เรียนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของมหาวิทยาลัย

**2.2.2 ระดับหลักสูตรกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี** โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อจากมากไปน้อยพบว่า หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน โดยวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีเปิดสอนตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานมีคุณภาพ หน่วยกิตที่เหมาะสม เน้นด้านวิชาชีพ เป็นที่นิยม มีให้เลือกหลากหลาย และตรงกับความต้องการของผู้เรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญจิต สงวนโรจน์ (2564) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาจากรอบแพ้มะสมผลงาน ประจำปีการศึกษา 2563 พบว่าปัจจัยด้านหลักสูตร และด้านเหตุผลส่วนตัวเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ สอดคล้องกับ วิทวัส เหล่ามะลอ (2562) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยพบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา สอดคล้องกับ ปฐมา อาแว และนียา วาเฮร์ ไพบูลย์ (2562) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี โดยพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านโปรแกรม/หลักสูตร และด้านเหตุผลส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับ อุทุมพร ไฉนลาด และจงดี โตอัม (2559) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยและความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ รักู (2557) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจ เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมลแสนเมือง (2554) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยของนักเรียน

จากการพิจารณาพบว่า หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของผู้เรียนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร และกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีอิทธิพลต่อกัน ได้ร้อยละ 71.8 (adjusted R<sub>2</sub>) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนตรี รอดแก้ว และอาทิตย์ ชูชัย (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยมหามงกุฎราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี 3) ศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในวิทยาลัยมหามงกุฎราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2560 ในเขตอำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโรงเรียนในเขตอำเภอนองแคะ จังหวัดสระบุรี จำนวน 203 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามเพศ และผลการเรียนเฉลี่ย (GPA) โดยภาพรวมมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำแนกตามรายได้/ต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แนวทางในการส่งเสริมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถานศึกษาควรจัดให้มีสถานที่พักของนักศึกษาอย่างเหมาะสม เนื่องจากจะมีความปลอดภัย และจะทำให้เกิดความสะดวกต่อผู้เรียน และควรใช้การประชาสัมพันธ์ในสถานที่ที่ใกล้เคียง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลด้านการจัดการศึกษา และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันมากขึ้น

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านหลักสูตร เพราะปัจจัยทั้งสองส่วนนี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ก่อให้เกิดความพึงพอใจหลังจากการตัดสินใจศึกษาต่อ ดังนั้นจึงต้องสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

**3.1.1 ด้านกระบวนการ** จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผู้บริโภคให้ความสนใจในด้านกระบวนการ เป็นอันดับแรก ดังนั้นจึงควรพัฒนาด้านกระบวนการ ให้มีคุณภาพเพิ่มสูงขึ้น พัฒนากระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก ถูกต้อง แม่นยำ มีการประกันด้านคุณภาพในกระบวนการให้บริการ และการวัดคุณภาพการจัดการศึกษา การสอบมาตรฐาน ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่มีคุณภาพของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา เพื่อส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีในการศึกษาต่อต่อไป ในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

**3.1.2 ด้านบุคลากร** ควรเพิ่มทักษะการถ่ายทอดความรู้ ชัดเจนเข้าใจง่าย การให้บริการด้วยความเสมอภาค โดยการจัดการอบรมพัฒนาด้านการจัดการเรียนการสอน และทักษะการถ่ายทอด รูปแบบการสอนที่ส่งผลดีต่อการจัดการเรียนการสอน อีกทั้งมีการจัดกระบวนการให้บริการ และการสร้างคุณลักษณะการให้บริการที่ดีและยุติธรรมในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ

**3.1.3 ด้านลักษณะทางกายภาพ** ควรเพิ่มป้ายแสดงอาคาร ส่วนงานให้บริการ การดูแลด้านความสะอาด การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก และห้องบริการที่ให้บริการแก่ผู้เรียนอย่างเหมาะสมและเพียงพอกับความต้องการ และส่งเสริมบรรยากาศให้ผู้เรียนมีความสุขในการใช้ชีวิตในรั้วสถานศึกษา เช่น ห้องโหมมรม ห้องให้คำปรึกษา ห้องสนทนา การพักผ่อน สถานที่พักผ่อน และแหล่งเรียนรู้ เป็นต้น

**3.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด** ควรให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการเพิ่มช่องทางการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะ การใช้สื่อ Social Media เป็นช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค และเสียค่าใช้จ่ายน้อยในปัจจุบัน โดยต้องทำอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ และทันสมัย รวดเร็ว มีความน่าสนใจ และมีความคิดสร้างสรรค์ เช่น การใช้สื่อ Youtube, Application, Tictok ในการสื่อสาร และการจัดการเรียนการสอน การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากเป็นที่นิยมและครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภค



**3.1.5 ด้านผลิตภัณฑ์** วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและได้รับรางวัลในระดับประเทศ หลักสูตรที่เปิดสอนมีความทันสมัย ดังนั้น จึงควรพัฒนาการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ และได้รับรางวัลอย่างต่อเนื่อง ทั้งผู้เรียน ครูผู้สอน และสถานศึกษา เพื่อรักษาชื่อเสียง และควรมีการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ตลาดแรงงาน สังคม ประเทศต่อไป

**3.1.6 ด้านราคา** วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี มีค่าเล่าเรียนที่เหมาะสมกับคุณภาพการจัดการศึกษา และค่าเล่าเรียนมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับสถานศึกษาอื่น ดังนั้นจึงควรมีการจัดการด้านคุณภาพการจัดการศึกษาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ในการตัดสินใจเลือกเรียนเมื่อเทียบกับความคุ้มค่าของค่าเล่าเรียน และค่าหน่วยกิต โดยปรับลดค่าบริการทางการศึกษาอื่น ๆ เช่น ค่ากิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

**3.1.7 ด้านการจัดจำหน่าย** ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียนภายในสถานศึกษา โดยให้ผู้เรียนใช้บริการหรือจำหน่ายในราคาถูก มีคุณภาพเมื่อเทียบกับร้านค้าภายนอก เพื่อลดภาระในการเรียน และเป็นการส่งเสริมการตลาดอีกทางหนึ่งของสถานศึกษา

**3.1.8 ปัจจัยด้านหลักสูตร** ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมากที่สุด คือ หลักสูตรการเปิดสอนเน้นด้านวิชาชีพ ที่เน้นสอนให้ปฏิบัติได้จริง มีการเรียนการสอนทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติ ควบคู่กับการฝึกจิตนิสัยในการทำงาน การอยู่ในสังคม และการดำรงชีวิต ด้านหลักสูตรควรมีการพัฒนาหลักสูตรอยู่เสมอ เช่น การพัฒนาหลักสูตรด้านธุรกิจดิจิทัล ดังนั้นสถานศึกษาควรเน้นด้านวิชาชีพที่ทันสมัยและเป็นที่ต้องการของผู้เรียนและตลาดแรงงานเป็นสำคัญ

## 3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

3.2.1 ควรทำการศึกษาตัวแปรปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม พฤติกรรมที่ส่งผลต่อตัดสินใจเพิ่มขึ้นที่เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

3.2.2 การศึกษาคั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคลที่เป็นกลุ่มอ้างอิง เช่น ผู้ปกครอง ครูระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 เพื่อให้ผลการศึกษามีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กฤษณน กงใจรักษ์. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- กันต์กนิษฐ วังศ์บรรลักษ์ณ ธีทัต ตริศิริโชติ และศรายุทธ โชคชัยวรรตน์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 10(2), 134-135.
- ขวัญจิต สงวนโรจน์. (2563). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาจากรอบแฟ้มสะสมผลงานประจำปีการศึกษา 2563. วารสารก้าวหน้าโลกวิทยาศาสตร์, 20(2), 51-52.
- จำลอง สุริวงศ์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครอง นักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดพิจิตร (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, นครสวรรค์.
- จิระจิตต์ รากา. (2541). พฤติกรรมมนุษย์ในองค์การ (พิมพ์ครั้งที่16). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิราพร วรเวชวิทยา. (2559). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, เพชรบุรี.
- ฉัตรชัย สุขนิยม และ นิภาพร เฉลิมนิรันดร. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ ๑๓ ปีการศึกษา ๒๕๖๑, 1854-1868.
- ชนันท์ลลิตี สายเป่า. (2543). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ จากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ชัยวัฒน์ ชัตติวงศ์ และพุดฉิร จิรายุส. (2561). ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 12(3), 1-15.

- ชุติมา นิ่มนวล. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22(1), 27-34.
- ชูชัย เทพสาร. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกบริษัทรักษาความปลอดภัย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2549. *เทคนิคการเขียนเค้าโครงการวิจัย: แนวทางสู่ความสำเร็จ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์ โพรเกรสซิฟ.
- ณัฐพัชร์ มณีวรรณ และภาณุวัฒน์ศิรินุพงศ์. (2560). ปัจจัยส่งเสริมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม. *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 11 (1), 22 – 32.
- ทรงพร เทือกสุบรรณ. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพมหานคร.
- ธนวรรณ รักอุ. (2557). การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีของนักศึกษาภาคปกติ ปีการศึกษา 2556 (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, กาญจนบุรี.
- โนรี คำวิชิต และนันทยา น้อยจันทร์. (2558). การศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดสิงห์สถิต จังหวัดชัยนาท. *วารสารวิชาการเครือข่าย บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ*, 5(8), 25-44.
- ประเสริฐชัย เพชรประเสริฐ และกนกอร สมปราชญ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. *วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 12(3), 35-42.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). *การบริหารงานวิชาการ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- ไพโรจน์ สติรยากร. (2558). *ยุทธวิธีการพัฒนาหลักสูตรอาชีพและเทคนิคศึกษา และการฝึกอบรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แดเน็กซ์อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น.

- ภัคจิรา เกตุบุตร อัสนีย์ เหมกระศรี และชาลิสา คล้ายพึ่งสินธุ์. (2562). ความพึงพอใจการให้บริการ  
งานด้านการศึกษาภาควิชาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล. *รายงานการ  
ประชุมวิชาการระดับชาติโครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทาง  
วิชาการด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 3*, 4(6), 410 - 431.
- มนตรี รอดแก้ว และอาทิตย์ ชูชัย. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับ  
ปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย.  
*วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด*, 9(2), 561-572.
- มารุต พัฒนาผล. (2562). แนวคิดหลักการพัฒนาหลักสูตร. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2564 จาก  
[www.curriculumandlearning.com](http://www.curriculumandlearning.com).
- เมธาวี สุขปาน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตร  
วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี (วิทยานิพนธ์  
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,  
กรุงเทพมหานคร.
- ยุพา ไทยพิทักษ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชน ระดับ  
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาศาสนาบริหารธุรกิจ หนองจอก  
กรุงเทพมหานคร. (*รายงานการวิจัยวิทยาลัยอาชีวศึกษาศาสนาบริหารธุรกิจ เขตพื้นที่  
การศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา  
กระทรวงศึกษาธิการ*). กรุงเทพมหานคร.
- รวิภา ผู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผล  
ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขต  
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*,  
5(2), 66-83.
- วรรณมา พรหมบุรณย์. (2540). *การพัฒนามนุษย์ที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สหธรรมมิก.
- วรรณิ ศรีพรหม. (2558). *พฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการโรงพยาบาล  
เอกชน* (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วรศรา ผู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่  
ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใน  
เขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารเศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย  
ทักษิณ*, 12(1), 99-118.

- วัชร ทรัพย์มี. (2533). ทฤษฎีและกระบวนการให้บริการปรึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- วิหวัส เหล่ามะลอ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS. สำนักบริหารและพัฒนาวិชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (รายงานการวิจัยฉบับนี้ได้รับงบประมาณ สนับสนุนจากสำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วุฒิชัย จำนง. (2540). พฤติกรรมการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บารมีการพิมพ์ โอเดียนสโตร์.
- ศศิวิมล แสนเมือง. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของ นักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (วิทยานิพนธ์ปริญญา การจัดการมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, พิษณุโลก.
- สมฤทัย ธีรเรืองสิริ และดวงกมล อุ่ณจิตติ. (2564). การตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาสารสนเทศศึกษา ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐ. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์, 29(1), 149 – 175.
- สมศรี เพชรโชติ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรครุศาสตร ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วารสารวิทยาลัยอุตสาหกรรม, 11(3), 168-184.
- สุจรรยา น้ำทองคำ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทางสื่อออนไลน์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนา บริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุดารัตน์ วุฒิมงคลพานิช. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนพิเศษจากสถาบัน กวดวิชา ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- สุภกฤษ์ฐณัฐ ยิ้มแย้ม. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อรองเท้าแบรนด์อาดิดาส ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- สุพัตรา สมบูรณ์ แก้วและคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในมิติสุขภาพ ช่องปากของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลเมืองนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารทันตภิบาล, 31(2), 121 – 135.

- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- เหมือนฝัน ธัญญศรีชัย. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- อชิระ สัจจนวัต และ วิลาสินยนต์วิทย์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีต่อการตัดสินใจสมัครเรียนหลักสูตรด้านการประกอบอาหารของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14(2), 534-554
- อโนปมา พิมพานุวัตร. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จมูกข้าวไรซ์เบอร์รี่ชนิดผง Factops Affecting Consumer's Buying Decisions for Riceberry Germ Powder. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15(1), 253 – 267.
- อรรถกฤต อินทะโย. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียนในจังหวัดเชียงราย (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- อวภาส ฉันทศาสตร์รัตมี. (2562). สาเหตุการลดลงของจำนวนนักศึกษา และแนวทางเลือกในการปรับตัวของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.
- อารดา ชัยวิวัฒน์พงศ์. (2564). ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในสถาบันการเรือนเสริมทักษะในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). วิทยาลัยดุสิตธานี, กรุงเทพมหานคร.
- อุทุมพร ไฉลาต และจงดี โตอ้อม. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 10(2), 166-177.

เอกฉรงค์ วรสีหะ. (2558). นวัตกรรมด้านอาหารกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของคนไทย.

วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 5(9), 1-13.







ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

## ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

### แบบสอบถามจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

#### ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ลำดับ ที่	ประชากรศาสตร์	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1	เพศ - เพศหญิง - เพศชาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน - น้อยกว่า 10,000 บาท - 10,001 – 20,000 บาท - 20,001 – 30,000 บาท - 30,001 - 40,000 บาท - 40,001 ขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	จำนวนพี่น้อง (รวมตนเองด้วย) - 1 คน - 2 คน - 3-4 คน - มากกว่า 5 คนขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	ภูมิลำเนา - กรุงเทพฯ และปริมณฑล - ต่างจังหวัด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ลำดับ ที่	ประชากรศาสตร์	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่	คนที่	คนที่		
		1	2	3		
5	ประเภทของสถานศึกษาที่ผู้เรียนสำเร็จ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 - รัฐ - เอกชน - อื่นๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6.	เกรดเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษา ตอนต้น ม.3 - 1.50 -2.00 - 2.01-2.50 - 2.51-3.00 - 3.01-3.50 - 3.51 ขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้



## ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ลำดับ ที่	ส่วนประสมการตลาด	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปล ผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
สินค้าและผลิตภัณฑ์ Product						
1	ความเก่าแก่ของสถาบันการศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ชื่อเสียงของวิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรีเป็นที่รู้จัก/ ได้รับรางวัลระดับประเทศ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	มีรูปแบบการเรียนการสอนที่เข้าใจง่ายและ ทันสมัย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	หลักสูตรที่เปิดสอนมีความทันสมัยสอดคล้องกับ ความต้องการของตลาดแรงงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนทันสมัย เช่น ห้อง excellent ห้องเรียนภาษาอังกฤษ echo ve	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	ระดับการศึกษาที่ครอบคลุมความต้องการ ในระดับ ปวช. ปวส. และปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านค่าใช้จ่าย Price						
1	ค่าหน่วยกิตมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับ การศึกษาอื่น ๆ ในตลาด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ค่าบริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.	ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความเหมาะสม เทียบกับ คุณภาพการศึกษาของวิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.	ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับ สถานศึกษาอื่น ๆ ในตลาด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5.	ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับ ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากวิทยาลัยพัฒนวิชาการ ธนบุรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ลำดับ ที่	ส่วนประสมการตลาด	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปล ผล
		คนที่	คนที่	คนที่		
		1	2	3		
ด้านสถานที่ตั้ง Place						
1	วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่เดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่านหลายสาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบสถานศึกษา เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอุปกรณ์การเรียน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	วิทยาลัยพณิชยการธนบุรีตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงสถานศึกษาได้ง่าย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางมายังสถานศึกษาทางน้ำ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านการส่งเสริมการตลาด Promoton						
1	มีป้ายประชาสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับหลักสูตรของสถานศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	มีการโฆษณาผ่าน facebook เว็บไซต์ของวิทยาลัยพณิชยการรวดเร็ว ทันสมัย ครบถ้วน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	มีการแนะแนวการศึกษาจากวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีในสถานศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ม.3	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	มีการส่งเสริมการขายลดค่าสมัครเรียน และลดค่าเทอม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	มีทุนการศึกษาให้กับผู้เรียนหลากหลายประเภท เช่น ขาดแคลนทุนทรัพย์ นักเรียนเรียนดี นักกีฬา สร้างชื่อเสียงให้กับสถานศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้



ลำดับ ที่	ส่วนประสมการตลาด	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปล ผล
		คนที่	คนที่	คนที่		
		1	2	3		
ด้านบุคลากร Personal						
1	ครูผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ และ ความสามารถ ในสาขาที่ทำการสอน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ครูผู้สอนมีความเอาใจใส่ และดูแลผู้เรียน อย่างใกล้ชิด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	ครูผู้สอนมีทักษะการถ่ายทอดความรู้ที่ชัดเจน เข้าใจง่ายไปยังผู้เรียน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและ การแต่งกายที่ดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีการให้บริการแก่ ผู้เรียนด้วยความเสมอภาค	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ต่อผู้เรียน/ผู้ใช้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
7	เจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนได้ ถูกต้องและรวดเร็ว เมื่อผู้เรียนต้องการ ความช่วยเหลือ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านกระบวนการ Process						
1	มีขั้นตอนการให้บริการการลงทะเบียนของ ผู้เรียนมีความรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	มีขั้นตอนการให้บริการของวิทยาลัยพณิชยการ ธนบุรีมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	มีการตรวจสอบคุณภาพโดยได้รับการประเมิน มาตรฐานการจัดการศึกษาจากสำนักงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	มีการตรวจสอบคุณภาพการศึกษา และหน่วยงาน ภายนอกในทุก 5 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	มีการจัดสอบมาตรฐานทางการศึกษาสำหรับ ผู้เรียนที่จะสำเร็จการศึกษาทั้งในระดับ ปวช. และ ปวส.	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ลำดับ ที่	ส่วนประสมการตลาด	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปล ผล
		คนที่	คนที่	คนที่		
		1	2	3		
ด้านลักษณะทางกายภาพ Physical Evidence						
1	มีอาคารสถานที่ที่มีความสวยงาม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	มีการตกแต่งห้องเรียน และห้องปฏิบัติการที่สร้าง บรรยากาศส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	มีความสะอาดของอาคารสถานที่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	มีความสะดวกสบายของที่จอดรถ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5.	มีการให้บริการ ห้องพยาบาล สหกรณ์ มีร้านค้าแพคเกจของวิทยาลัย ห้องสมุด โรงอาหาร ห้องน้ำที่เพียงพอกับความต้องการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	มีป้ายแสดงชื่ออาคาร ส่วนงาน บริการผู้เรียน อย่างชัดเจน เช่น ห้องสำนักงาน อาคารเรียน อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้



## ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตร

ลำดับ ที่	ปัจจัยด้านหลักสูตร	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปล ผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1	หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ ของตลาดแรงงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและ มีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	หลักสูตรมีความหลากหลายให้เลือกเรียน	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้
6	หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ ของผู้เรียน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

## ส่วนที่ 4 การตัดสินใจ

ลำดับ ที่	การตัดสินใจ	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปล ผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1	ท่านมีความพึงพอใจต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ท่านมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรการจัด การเรียนการสอน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	ท่านมีความพึงพอใจต่อการจัด การเรียนการสอนของครูผู้สอน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้สื่อสารใน ช่องทางต่าง ๆ ของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	ท่านมีความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการของวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	ท่านมีความพึงพอใจต่ออาคารสถานที่ ห้องเรียน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
7	ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้ศึกษาต่อที่วิทยาลัย พัฒนการธนบุรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

$$\begin{aligned}
 \text{ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เฉลี่ยทั้งฉบับ} &= \frac{57(1)+1(0.67)}{58} \\
 &= 0.99
 \end{aligned}$$



ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม



## แบบสอบถาม

การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)  
ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช วัตถุประสงค์ในการจัดทำแบบสอบถามเพื่อเป็นการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนี้ จะถูกเก็บเป็นความลับและใช้สำหรับการศึกษานี้เท่านั้น

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านเลือก (เลือกตอบคำถามในแต่ละข้อเพียงข้อเดียว) ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

แบบสอบถามข้อมูลในการศึกษาหัวข้อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของนักศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ประกอบด้วยแบบสอบถามจำนวน 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตร

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการตัดสินใจ



## ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

### 1. เพศ

1. เพศหญิง  2. เพศชาย

### 2. รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 10,000 บาท  2. 10,001 – 20,000 บาท  
 3. 20,001 – 30,000 บาท  4. 30,001 - 40,000 บาท  
 5. 40,001 ขึ้นไป

### 3. จำนวนพี่น้อง (รวมตนเองด้วย)

1. 1 คน  2. 2 คน  
 3. 3-4 คน  4. มากกว่า 5 คนขึ้นไป

### 4. ภูมิลำเนา

1. กรุงเทพฯ และปริมณฑล  2. ต่างจังหวัด

### 5. ประเภทของสถานศึกษาที่ผู้เรียนสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3

1. รัฐ  2. เอกชน  3. อื่น ๆ

### 6. เกรดเฉลี่ยสะสม

1. 1.50 -2.00  2. 2.01-2.50  
 3. 2.51-3.00  3. 3.01-3.50  
 4. 3.51 ขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านประสมทางการตลาด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามความคิดเห็นของท่าน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้

- |   |         |   |
|---|---------|---|
| 1 | หมายถึง | เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด |
| 2 | หมายถึง | เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อย       |
| 3 | หมายถึง | เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญปานกลาง    |
| 4 | หมายถึง | เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมาก        |
| 5 | หมายถึง | เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด  |

ลำดับ ที่	ส่วนประสมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>สินค้าและผลิตภัณฑ์ Product</b>						
1	ความเก่าแก่ของสถาบันการศึกษา					
2	ชื่อเสียงของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เป็นที่รู้จัก/ได้รับรางวัลระดับประเทศ					
3	มีรูปแบบการเรียนการสอนที่เข้าใจง่ายและ ทันสมัย					
4	หลักสูตรที่เปิดสอนมีความทันสมัยสอดคล้อง กับความต้องการของตลาดแรงงาน					
5	อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนทันสมัย เช่น ห้อง excellent ห้องเรียนภาษาอังกฤษ echo ve					
<b>ด้านค่าใช้จ่าย Price</b>						
1	ค่าหน่วยกิตมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับ การศึกษาอื่น ๆ ในตลาด					
2	ค่าบริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสม					
3	ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความเหมาะสม เทียบกับ คุณภาพการศึกษาของวิทยาลัยพณิชยการ ธนบุรี					

ลำดับ ที่	ส่วนประสมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>ด้านค่าใช้จ่าย Price</b>						
4	ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับ สถานศึกษาอื่นๆ ในตลาด					
5	ค่าเล่าเรียนทั้งหมด มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับ ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากวิทยาลัย พัฒนวิชาการธนบุรี					
<b>ด้านสถานที่ตั้ง Place</b>						
1	วิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ เดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่านหลายสาย					
2	วิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3					
3	วิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรีตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย					
4	วิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรอบสถานศึกษา เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอุปกรณ์การเรียน					
5	วิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรีตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงสถานศึกษาได้ง่าย					
6	วิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ สามารถเดินทางมายังสถานศึกษาทางน้ำ					
<b>การส่งเสริมด้านการตลาด Promotion</b>						
1	มีป้ายประชาสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลง เกี่ยวกับหลักสูตรของสถานศึกษา					
2	มีการโฆษณาผ่าน facebook เว็บไซต์ของ วิทยาลัยพัฒนวิชาการรวดเร็ว ทันสมัย ครบถ้วน					
3	มีการแนะแนวการศึกษาจากวิทยาลัย พัฒนวิชาการธนบุรีในสถานศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ม.3					
4	มีการส่งเสริมการขายลดค่าสมัครเรียน และลดค่าเทอม					

ลำดับ ที่	ส่วนประสมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>การส่งเสริมด้านการตลาด Promotion</b>						
5	มีทุนการศึกษาให้กับผู้เรียนหลากหลายประเภท เช่น ขาดแคลนทุนทรัพย์ นักเรียนเรียนดี นักกีฬา สร้างชื่อเสียงให้กับสถานศึกษา					
<b>บุคลากร Personal</b>						
1	ครูผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ ในสาขาที่ทำการสอน					
2	ครูผู้สอนมีความเอาใจใส่ และดูแลผู้เรียนอย่างใกล้ชิด					
3	ครูผู้สอนมีทักษะการถ่ายทอดความรู้ที่ชัดเจน เข้าใจง่ายไปยังผู้เรียน					
4	ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี					
5	ครูผู้สอน/เจ้าหน้าที่มีการให้บริการแก่ผู้เรียนด้วยความเสมอภาค					
6	เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ต่อผู้เรียน/ผู้ใช้บริการ					
<b>บุคลากร Personal</b>						
7	เจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนได้ถูกต้องและรวดเร็ว เมื่อผู้เรียนต้องการความช่วยเหลือ					

ลำดับ ที่	ส่วนประสมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>กระบวนการ Process</b>						
1	มีขั้นตอนการให้บริการการลงทะเบียนของ ผู้เรียนมีความรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน					
2	มีขั้นตอนการให้บริการของวิทยาลัยพณิชยการ ธนบุรีมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน					
3	มีการตรวจสอบคุณภาพโดยได้รับการประเมิน มาตรฐานการจัดการศึกษาจากสำนักงาน					
4	มีการตรวจสอบคุณภาพการศึกษา และ หน่วยงานภายนอกในทุก 5 ปี					
5	มีการจัดสอบมาตรฐานทางการศึกษาสำหรับ ผู้เรียนที่จะสำเร็จการศึกษาทั้งในระดับ ปวช. และ ปวส.					
<b>ลักษณะทางกายภาพ Physical Evidence</b>						
1	มีอาคารสถานที่ที่มีความสวยงาม					
2	มีการตกแต่งห้องเรียน และห้องปฏิบัติการที่ สร้างบรรยากาศส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน					
3	มีความสะอาดของอาคารสถานที่					
<b>ลักษณะทางกายภาพ Physical Evidence</b>						
4	มีความสะดวกสบายของที่จอดรถ					
5	มีการให้บริการ ห้องพยาบาล สหกรณ์ มีร้าน กาแฟของวิทยาลัย ห้องสมุด โรงอาหาร ห้องน้ำที่เพียงพอกับความต้องการ					
6	มีป้ายแสดงชื่ออาคาร ส่วนงาน บริการผู้เรียน อย่างชัดเจน เช่น ห้องสำนักงาน อาคารเรียน อย่างชัดเจน					

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตร

ลำดับ ที่	หลักสูตร	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>หลักสูตร</b>						
1	หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ ของตลาดแรงงาน					
2	หลักสูตรที่เปิดสอนที่มีคุณภาพและ มีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม					
3	หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นทางด้านวิชาชีพ					
4	หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน					
5	หลักสูตรมีความหลากหลายให้เลือกเรียน					
6	หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ ของผู้เรียน					

## ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการตัดสินใจ

ลำดับ ที่	การตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ท่านมีความพึงพอใจต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี					
2	ท่านมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรการจัด การเรียนการสอน					
3	ท่านมีความพึงพอใจต่อการจัด การเรียนการสอนของครูผู้สอน					
4	ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้สื่อสารในช่องทาง ต่าง ๆ ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี					
5	ท่านมีความพึงพอใจต่อกระบวนการการ ให้บริการของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี					
6	ท่านมีความพึงพอใจต่ออาคารสถานที่ ห้องเรียน					
7	ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้ศึกษาต่อที่วิทยาลัย พณิชยการธนบุรี					



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวจรรุณี จิตธนากรโกศล
วัน เดือน ปีเกิด	30 มีนาคม 2523
สถานที่เกิด	อำเภอภาษีเจริญ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ปีการศึกษา 2546
สถานที่ทำงาน	วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี
ตำแหน่ง	ข้าราชการครู

