ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

นางปิยะรัตน์ สาริพัฒน์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2554

Factors Related to The Requirement on Decision was Made to Study in Private Education Colleges in Bantakun District, Suratthani Province

Mrs. Piyarat Saripat

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2011

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ชื่อและนามสกุล	นางปิยะรัตน์ สาริพัฒน์
แขนงวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์จีราภรณ์ สุธัมมสภา

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2554

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์จีราภรณ์ สุธัมมสภา)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์วรรณี ชลนภาสถิตย์)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมพงศ์ มีสมนัย)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้ศึกษา นางปิยะรัตน์ สาริพัฒน์ **รหัสนักศึกษา** 2513003992 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์จีราภรณ์ สุธัมมสภา **ปีการศึกษา** 2554

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน (2)ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน (3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน (4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา เขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอพนม และอำเภอคีรีรัฐนิคม จำนวน 400 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ยามาเน่ ได้จำนวน 298 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ตามเขตพื้นที่อำเภอ และโรงเรียนจากนั้นจึงสุ่มเลือกผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อ คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ใช้พิจารณาในการเลือกศึกษาต่อในแต่ละด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ จำนวนสาขาวิชา ด้านราคา คือมีเงินกู้ยืมให้ศึกษา ด้านสถานที่ คือการเดินทางสะดวก และปลอดภัย ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีงานรองรับ ด้านบุคลากร คือ ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ สภาพแวดล้อมน่าศึกษาเล่าเรียน และด้านกระบวนการ คือ มีการจัดระบบการเรียนการสอนที่ดี (3) ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ ระดับผลการเรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ สาขาที่เลือกศึกษา ลักษณะของโรงเรียน และสถานที่ตั้งอำเภอ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ ความต้องการในการศึกษาต่อ ปัจจัยทางการตลาดบริการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Independent Study title: Factors Related to The Requirement on Decision was Made to Study in Private Education Colleges in Bantakun District, Suratthani Province
Author: Mrs. Piyarat Saripat; **ID:** 2513003992;
Degree: Master of Business Administration ;
Independent Study advisor: Cheraporn Sudhamasapha, Associate Professor ;
Academic year: 2011

Abstract

The purposes of this independent study were to: (1) study on decision to study; (2) study on importance level of the service marketing mix for the decision to study; (3) study on relationship between personal factors with the decision to study; and(4) study on relationship between service marketing mix factors with the decision was made to study in private education colleges of the students grade 9^{th}.

The population of this study was the students grade 9th in Bantakun, Phanom and Khiriratnikom Districts among 400 participants. Sampling method by formula of Taro Yamane selected 298 samples by Stratified sampling by area and school.The students were then selected by purposive sampling method.A questionnaire was use instrument to collect data. Data was analyzed frequency, percentage and chi square test.

The independent study results showed that ; (1) the majority of the main reasons for decision to study were that graduation could many jobs; (2) the service marketing mix for decision to study in each aspect were. Products of quantity of faculty, Price of having education loan, Place was convenient and safety transportation, Promotion was job occur, Personal was knowledgeable teacher; Physical environment was good environment for studying and, Process was good learning and teaching process; (3) analysis of the relationship between personal factors of . school record, average income of family, person who affect decision to study, field study, type of colleges, and location (district) with the main reason for decision to study in statistically significant at 0.05 ;level. (4) analysis of the relationship between the service marketing mix, including Products, Promotion, Personal, Physical environment ,and Process with the decision to study has found the service marketing mix related with the main reason for decision to study in statistically significant at 0.05 level.

Keywords: The requirement on decision to study,
Factors of the mix service marketing , The service marketing mix

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก รองศาตราจารย์จีราภรณ์ สุธัมมสภา อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทาง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ จนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แขนงต่างๆ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาแห่งนี้

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัว ที่คอยเป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี ทำให้ผู้ศึกษามีความมานะ อดทนในการเรียนจนสำเร็จสมความมุ่งหวัง และขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กันมาโดยตลอด

พร้อมกันนี้ ขอขอบคุณ คณะอาจารย์ และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3ในเขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอพนม และอำเภอคีรีรัฐนิคม ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้รับถือเป็นผลงานทางวิชาการซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

ท้ายสุดนี้ ความดีและคุณประโยชน์ต่างๆ อันเกิดจากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบเป็นกตเวทิตาแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

ปิยะรัตน์ สาริพัฒน์

กันยายน 2554

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญตาราง ..... ฌ

สารบัญภาพ ..... ฎ

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์การศึกษา 2

สมมติฐานการศึกษา 2

ขอบเขตของการศึกษา 3

กรอบแนวคิดในการศึกษา 4

นิยามศัพท์เฉพาะ 5

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 7

แนวคิดเกี่ยวกับการอาชีวศึกษาเอกชน 7

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสุราษฎร์ธานี 11

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 19

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 23

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 28

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 28

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 30

การเก็บรวบรวมข้อมูล 31

การวิเคราะห์ข้อมูล 32

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 33
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 33
ตอนที่ 2 ความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน 37
ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อ
ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน 38
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับ
การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 42
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับ
ความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน 52
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 68
สรุปการศึกษา 68
อภิปรายผล 70
ข้อเสนอแนะ 75
บรรณานุกรม 77
ภาคผนวก 81
แบบสอบถาม 82
ประวัติผู้ศึกษา 88

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 จำนวนสถานศึกษา ครูผู้สอน และนักเรียนนักศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ.2552 13
ตารางที่ 2.2 จำนวนสถานศึกษา ครูผู้สอน และนักเรียนนักศึกษา อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ.2554 18
ตารางที่ 3.1 การสุ่มตัวอย่างและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 29
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 33
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลหลัก ในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน 37
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน 38
ตารางที่ 4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามเพศ 43
ตารางที่ 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามระดับผลการเรียน 44
ตารางที่ 4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง 45
ตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 46
ตารางที่ 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามจำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา 47

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ 48
ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามสาขาที่เลือกศึกษาต่อ 49
ตารางที่ 4.11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามลักษณะของโรงเรียน 50
ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามสถานที่ตั้งอำเภอ 51
ตารางที่ 4.13 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับ การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 53
ตารางที่ 4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับ การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านราคา 55
ตารางที่ 4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับ การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ 56
ตารางที่ 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับ การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 57
ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับ การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร 59

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ 61
ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ 63
ตารางที่ 4.20 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี 66

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา 4

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยอยู่ในสภาวะเศรษฐกิจที่เพิ่งฟื้นตัวจากสถานการณ์ต่างๆ อันเป็นปัจจัยลบทั้งด้านปัญหาเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ปัญหาความไม่สงบทางภาคใต้ และปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง เหล่านี้ส่งผลให้ดัชนีราคาผู้บริโภคลดลง โดยผู้บริโภคมีรายได้เท่าเดิมแต่รายจ่ายเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจต่างๆ ตกอยู่ในสภาวะที่ต้องแข่งขันกันอย่างหนักหน่วงเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ให้สามารถครองใจผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ธุรกิจใดสามารถสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ความครบครัน สะดวกสบาย น่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคได้ ธุรกิจนั้นก็สามารถสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ให้เกิดกับผู้บริโภคได้ ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจการศึกษาซึ่งได้ปรับเข้าสู่ระบบของธุรกิจมากขึ้น โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาที่รัฐบาลมีนโยบายผลักดันให้มหาวิทยาลัยของภาครัฐออกนอกระบบราชการ ทำให้มหาวิทยาลัยต้องเร่งหารายได้เพื่อใช้ในการบริหารจัดการ ส่งผลให้มีการเปิดสอนหลักสูตรใหม่ๆ เพิ่มขึ้นทั้งหลักสูตรปริญญาโท หลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการ หลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง หลักสูตรภาคสมทบต่างๆ โดยมหาวิทยาลัยของรัฐแทบทุกแห่ง เปิดรับนิสิตนักศึกษาหลักสูตรภาคพิเศษเป็นจำนวนมาก นอกเหนือจากการรับภาคปกติที่ผ่านระบบการสอบคัดเลือก ทั้งที่เป็นหลักสูตรภาษาไทยและหลักสูตรนานาชาติ นอกจากนี้ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในวิทยาเขตต่างๆ รวมถึงสถาบันราชภัฏทั้ง 41 แห่งทั่วประเทศ ยังเปิดรับนักศึกษาเพิ่มมากขึ้นกว่าทุกปี จึงเป็นที่มาที่ทำให้สถาบันอุดมศึกษาต้องใช้กลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนิสิตนักศึกษามากขึ้น สำหรับการศึกษาภาคบังคับของประเทศไทยนั้น คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือระดับอาชีวศึกษา ซึ่งสถานศึกษาภาครัฐส่วนใหญ่เป็นการศึกษาต่อในสายสามัญ ในขณะที่จำนวนสถานศึกษาของภาครัฐเพื่อรองรับความต้องการศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษายังไม่เพียงพอ การดำเนินธุรกิจวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนจึงเป็นธุรกิจทางการศึกษาที่น่าสนใจในการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด

จังหวัดสุราษฎร์ธานีตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งตะวันตก เป็นแหล่งจุดเชื่องโยงเส้นทางคมนาคมของภาคใต้ตอนบน และเป็นศูนย์กลางการค้าการพาณิชย์ การบริการ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นว่าการลงทุนในธุรกิจการศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรให้ตรงกับความ

ต้องการของตลาดแรงงานมีความน่าสนใจ ซึ่งปัจจุบันจังหวัดสุราษฎร์ธานีแบ่งพื้นที่การศึกษาออกเป็น 3 เขต โดยมีสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษาทั้งสิ้น 13 แห่ง สำหรับในเขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุนและอำเภอใกล้เคียงนั้น มีเพียงวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุราษฎร์ธานี เพียงแห่งเดียวที่จัดการเรียนการสอนในระดับ อาชีวศึกษา และมีเพียง 3 แผนก โดยในระดับปวช.มีแผนรับนักศึกษาดังนี้ ภาควิชาพานิชยการ 30 คน เกษตรกรรม 90 คน และประมง 30 คน รวมทั้งสิ้น 150 คน จากนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 ใน 3 อำเภอ รวมทั้งสิ้น 1,160 คน ทำให้นักเรียนที่มีความสนใจจะศึกษาต่อในสายอาชีพ จำต้องเดินทางไปศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีระยะทางไกลและเป็นการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายของผู้ปกครอง รวมทั้งอาจส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนโครงการจัดตั้งวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกต้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

2.2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

3. สมมติฐานการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

4. ขอบเขตของการศึกษา

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้กรอบแนวคิดโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดบริการของคอตเลอร์ (Kotler, 1994: 2003)

4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา เขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอพนม และอำเภอคีรีรัฐนิคม รวมจำนวน 400 คน

4.3 ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย

4.3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับผลการเรียน อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ สาขาที่เลือกศึกษาต่อ ลักษณะของโรงเรียน และสถานที่ตั้งอำเภอ

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ แบ่งเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

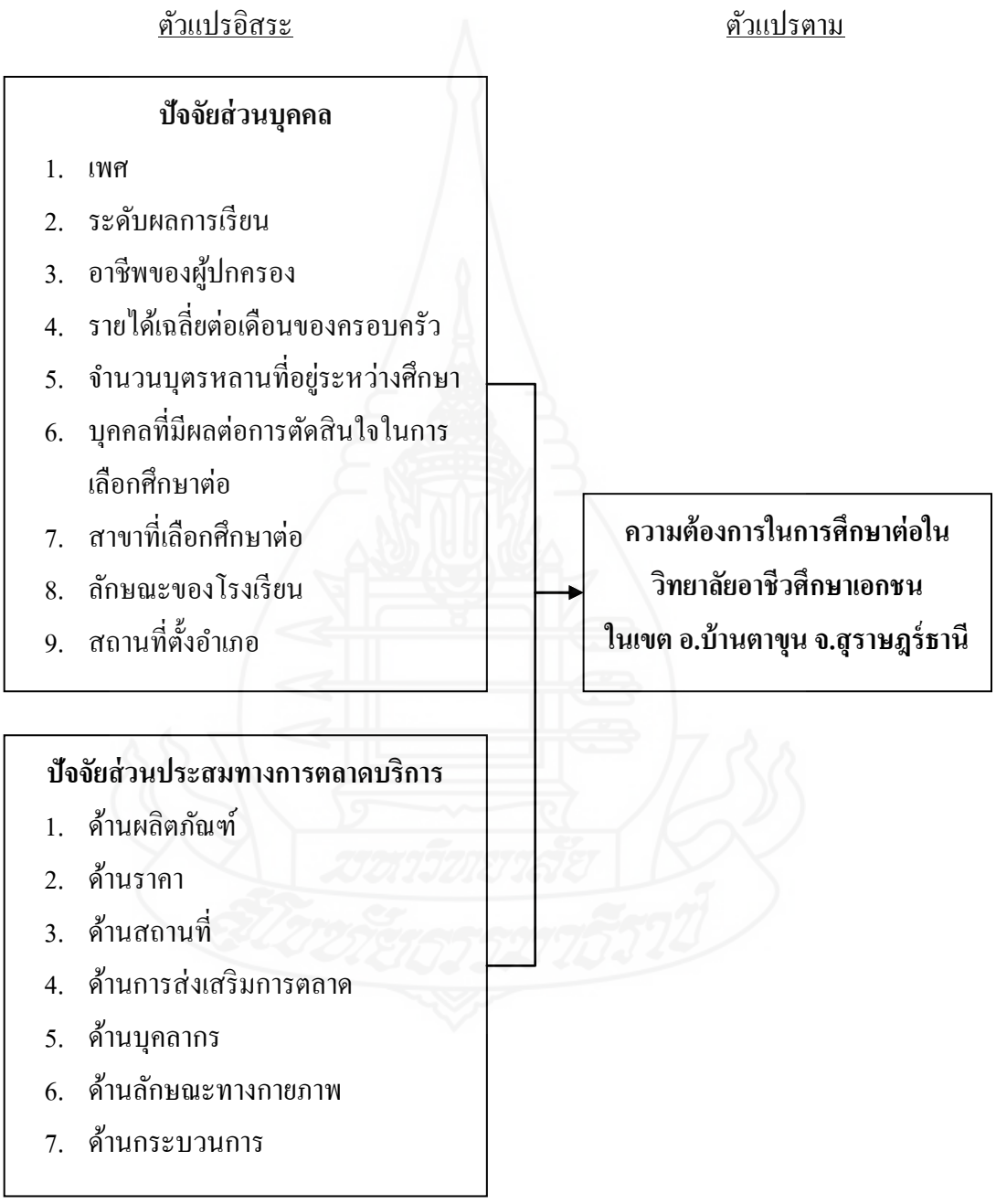
4.3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.4 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ทำการศึกษา คือ ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เดือนมีนาคม พ.ศ.2554

5. กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน หมายถึง สถานศึกษาสังกัดคณะกรรมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ ที่ได้รับอนุญาตให้จัดการเรียนการสอนสายอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และ/หรือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

6.2 นักเรียน หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 ของสถานศึกษาในเขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอคีรีรัฐนิคม และอำเภอพนม

6.3 การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน หมายถึง การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในสายวิชาชีพหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พ.ศ.2546 (สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ) โดยใช้เหตุผลประกอบในการพิจารณาและมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน

6.4 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะภายนอกของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ประกอบด้วย เพศ ระดับผลการเรียน อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ สาขาที่เลือกศึกษาต่อ ลักษณะของโรงเรียน และสถานที่ตั้งอำเภอ

6.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับงานบริการ แบ่งเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่นำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ และมีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ทำให้ทราบถึงความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

7.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

7.3 ได้ข้อมูลสารสนเทศที่สามารถนำไปปรับใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนที่ถูกต้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภค อันจะทำให้เกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการต่อไป

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้ศึกษารวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการอาชีวศึกษาเอกชน
2. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการอาชีวศึกษาเอกชน

1.1 ความหมายของการอาชีวศึกษา

แฮรีส (Hariss, 1981 อ้างถึงใน เมธี ปิลันธนานนท์, 2543: 47) กล่าวว่า การอาชีวศึกษา เป็นการศึกษาเพื่อการงานทุกชนิดซึ่งบุคคลถูกใจในงานนั้นและเป็นความต้องการของสังคม การอาชีวศึกษาเป็นพิเศษเฉพาะซึ่งแตกต่างกับการศึกษาทั่วไปที่จัดเพื่อพัฒนาทักษะ ความสามารถ ความเข้าใจ เจตคติอุปนิสัยที่ดีในการทำงาน อันเป็นความต้องการจำเป็นที่คนทำงานอาชีพต้องมี เพื่อจะได้เจริญก้าวหน้าและสร้างผลผลิตได้ดีเมื่อรับการบรรจุเข้าทำงานหรือประกอบอาชีพแล้ว

เมธี ปิลันธนานนท์ (2543: 48) กล่าวว่า การอาชีวศึกษา เป็นการศึกษาเพื่อเตรียมบุคลากรด้านฝีมือระดับคุณวุฒิที่ต่ำกว่าปริญญา สำหรับอาชีพหนึ่งหรือกลุ่มอาชีพช่างและงานต่างๆ การอาชีวศึกษาตามปกติจัดขึ้นในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จะต้องจัดให้มีการศึกษาพื้นฐานทั่วไป วิชาทฤษฎีสัมพันธ์และฝึกภาคปฏิบัติ เพื่อพัฒนาฝีมือที่ต้องการสำหรับอาชีพหนึ่งๆ สัดส่วนของวิชาต่างๆ จะแตกต่างกัน แต่ตามปกติแล้วจะต้องเน้นการฝึกภาคปฏิบัติ

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2542 อ้างถึงใน สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์, 2549: 20) กล่าวว่า การศึกษาเป็นระบบหนึ่งในสังคม ส่วนการอาชีวศึกษาเป็นระบบย่อยของการศึกษา การศึกษาเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต การอาชีวศึกษาจึงเป็นการศึกษาเพื่อชีวิต โดยมุ่งให้ผู้ที่ได้รับ

การศึกษาหรือฝึกอบรมในด้านนี้ได้มีสมรรถภาพในการทำงาน มีความสามารถในการประกอบอาชีพ รวมทั้งความรู้ความสามารถและทักษะในการผลิต ซึ่งมีคำอยู่ 2 คำ ที่ใช้ในการศึกษาเพื่ออาชีพ คือ การอาชีวศึกษา (Vocational Education) และเทคนิคศึกษา (Technical Education) เป็นการมองการศึกษาที่เป็นระดับของการจัดการศึกษา โดยนัยนี้ ความหมายของการอาชีวศึกษาก็จะแตกต่างจากเทคนิคศึกษา ดังนี้

1. การอาชีวศึกษา เป็นการศึกษาวิชาชีพสาขาต่างๆ ที่อาศัยความรู้ระดับต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งรวมถึงการศึกษาในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เพื่อผลิตกำลังคนตั้งแต่ระดับแรงงานทั่วไป (Unskilled) ไปจนถึงแรงงานฝีมือ (Skilled)

2. เทคนิคศึกษา เป็นการศึกษาวิชาชีพในระดับการศึกษาที่สูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อผลิตกำลังคนที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน ระดับกึ่งวิชาชีพชั้นสูง (Semi Professional) เป็นการศึกษาในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค

การอาชีวศึกษาเป็นการจัดการศึกษาที่ครอบคลุมกิจกรรมที่เป็นประสบการณ์ในด้านการศึกษาที่จะช่วยให้บุคคลได้ค้นพบความสามารถของตนเอง เพื่อใช้ในการทำงานและประกอบอาชีพ นอกจากนี้ การอาชีวศึกษายังหมายถึง การมุ่งผลิตกำลังคน โดยมุ่งให้ผู้สำเร็จการศึกษาทางด้านอาชีวศึกษา ทางด้านเทคนิคศึกษามีคุณภาพที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ชาติ กำลังคนที่ผลิตโดยการอาชีวศึกษามีหลายระดับ ดังนี้

1. กำลังคนระดับกึ่งฝีมือ
2. กำลังคนระดับช่างฝีมือ
3. กำลังคนระดับช่างเทคนิค
4. กำลังคนระดับช่างเทคนิคชั้นสูง

การอาชีวศึกษาจึงเป็นการศึกษาที่แตกต่างจากการศึกษาทั่วไป ในแง่ที่ว่า เป็นการศึกษาเพื่อการทำงานและประกอบอาชีพในการจัดการศึกษาจึงต้องจัดเพื่อพัฒนาทักษะวิชาชีพ ความสามารถ ความเข้าใจ และเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ รวมทั้งการสร้างอุปนิสัยที่ดีและจำเป็นในการทำงาน

ความหมายของการอาชีวศึกษาจึงครอบคลุมระดับกว้างไปจนถึงแคบ และความหมายของการอาชีวศึกษาอยู่ที่การมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการอาชีวศึกษา นักบริหารอาชีวศึกษา จึงให้ความหมายของการอาชีวศึกษาในด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตในด้านอาชีพและการทำงาน ดังนี้

1. ผู้บริหารโรงเรียนอาชีวศึกษา ก็จะให้ความหมายของการอาชีวศึกษาในด้านของการมุ่งผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพในการประกอบอาชีพในสาขาวิชาต่างๆ

2. ครูอาชีวศึกษาจะมองการอาชีวศึกษาในการให้การศึกษาแก่ผู้เรียน โดยมุ่งความรู้และทักษะที่จะนำไปประกอบอาชีพ รวมทั้งการพัฒนาเจตคติที่ดีต่อการทำงาน

3. ส่วนนักเรียนหรือผู้เรียนด้านอาชีวศึกษาก็มองการอาชีวศึกษาในด้านการศึกษาวิชาชีพในสาขาวิชาต่างๆ ตามความต้องการและความถนัดของตน เพื่อจะได้นำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพและทำงานได้

1.2 เป้าหมายและจุดประสงค์ของการอาชีวศึกษา

วีระพันธ์ สิทธิพงศ์ และคณะ (2544: 11-13) กล่าวถึง เป้าหมายและจุดประสงค์ของการอาชีวศึกษาไว้ดังนี้

เป้าหมายของการอาชีวศึกษาโดยรวม มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. เพื่อผลิตกำลังคนระดับกลางให้กับระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ

2. เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานให้กับระบบอุตสาหกรรม และการสร้างอาชีพให้กับพลเมืองของประเทศ

3. เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับเยาวชนที่จะได้มีโอกาสเลือกเรียนรายวิชาชีพที่ตนเองมีความสนใจและมีความถนัด

4. เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาการถ่ายทอดความรู้ และความชำนาญในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต

5. เพื่อพัฒนาและปรับปรุงจิตสำนึกของผู้จะเข้าสู่งาน และผู้ปฏิบัติงานอยู่แล้วให้เข้าใจสภาพการเปลี่ยนแปลงของระบบงานและเทคโนโลยีที่พวกเขาจะต้องปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพงานและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

6. เพื่อเตรียมความพร้อมของผู้เข้าสู่อาชีพที่จะต้องมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตและอาจถึงขั้นเปลี่ยนงานใหม่หลายครั้ง เมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนไป

และจุดประสงค์ของการจัดการอาชีวศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้การศึกษาและการฝึกอบรมที่จำเป็นแก่การประกอบอาชีพโดยตรงและเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกเรียนได้ตามความถนัด ความสนใจ และความต้องการของตลาดแรงงานอย่างกว้างขวางโดยให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและสังคม

2. เพื่อให้การฝึกงานฝึกฝีมือที่ใช้เทคโนโลยีโดยปฏิบัติจนเกิดทักษะคุณธรรมและสติปัญญา สามารถจัดการเชิงธุรกิจ เชิงอุตสาหกรรม และเชิงเทคโนโลยีที่สามารถนำไปประกอบอาชีพได้จริง

3. เพื่อให้การอาชีวศึกษาครบวงจรโดยฝึกให้มีทักษะในวิชาชีพจนสามารถผลิตได้ จำหน่ายได้ จัดการได้ บริการได้ และบริโภคได้ตามความหลากหลายของอาชีพตามเนื้อหาวิชาตามเวลาฝึก ตามวุฒิภาวะ และตามสภาพท้องถิ่นที่แตกต่างกัน

4. เพื่อให้การศึกษาและฝึกอบรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ สามารถสร้างอาชีพเข้าสู่อาชีพ รักษาอาชีพและพัฒนาอาชีพให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ

5. เพื่อให้สามารถสร้างทักษะสร้างคุณธรรม สร้างสติปัญญาจากแหล่งวิทยาการ สถานประกอบการอาชีพอิสระ และศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองได้

6. เพื่อให้รู้สึกในการป้องกันอุบัติภัย รักงาน รักหน่วยงาน สามารถทำงานเป็นหมู่คณะได้ดีโดยมีความเคารพในสิทธิและหน้าที่ของตนเองและของผู้อื่น

7. เพื่อให้มีบุคลิกภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีคุณธรรม มีสุขภาพและอนามัยที่สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ

8. เพื่อให้มีความเข้าใจในปัญหาเศรษฐกิจสังคมและการเมืองของประเทศและของโลกปัจจุบัน มีความสำนึกในความเป็นไท ดำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์และการปกครองระบอบประชาธิปไตย

1.3 รูปแบบของการจัดการศึกษาของอาชีวศึกษา

วีระพันธ์ สิทธิพงศ์ และคณะ (2544: 35-49) กล่าวถึง รูปแบบของการจัดอาชีวศึกษาว่า รูปแบบของการจัดอาชีวศึกษามีอยู่ 4 รูปแบบประกอบด้วย

1. การจัดอาชีวศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน เป็นการเน้นที่การผลิตผู้ที่จบอาชีวศึกษา ด้วยระบบโรงเรียนจนแล้วเสร็จ แต่อาจมีการฝึกงานในสถานประกอบการบ้างตามแต่ผู้บริหารจะให้ความสำคัญหรือมีโอกาส

2. การจัดอาชีวศึกษาระบบความร่วมมือ เป็นการจัดการศึกษาที่มีวิธีการประสานการเรียนการสอนและฝึกอบรมบางส่วนในสถานศึกษา และการฝึกภาคปฏิบัติในสถานประกอบการ

3. การจัดอาชีวศึกษาโดยใช้อุตสาหกรรมเป็นฐานเป็นการจัดการศึกษาโดยที่อุตสาหกรรมเป็นผู้มีส่วนร่วมรับผิดชอบงานจัดการศึกษาและฝึกอบรมเป็นส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดโดยสถานศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย การฝึกปฏิบัติสถานประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบแทบทั้งหมด อาจมีการขอความช่วยเหลือจากสถานศึกษาช่วยสอนภาคทฤษฎีให้บ้างบางส่วน และนักเรียนจะต้องขึ้นทะเบียนสมัครเข้ารับการศึกษาและฝึกอบรมกับสถานประกอบการโดยตรง

4. การจัดอาชีวศึกษาระบบศูนย์ฝึกอาชีพ เป็นการจัดการศึกษาในลักษณะที่เป็นการจัดตั้งโรงเรียนขึ้นในโรงงาน โดยที่การดำเนินงานของศูนย์ฝึกจะมีลักษณะการดำเนินการคล้ายกับสถานศึกษา แต่มีบรรยากาศของอุตสาหกรรมอยู่มาก และการจัดการและการบริหารงานส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารของสถานประกอบการนั้นเอง

2. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ตอนกลางภาคใต้ของประเทศไทย เป็นเมืองเก่าแก่ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ มีความสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศาสนา และ วัฒนธรรมประเพณีมากที่สุดเมืองหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จากสภาพภูมิศาสตร์ที่อุดมสมบูรณ์และชัยภูมิที่เหมาะสม ส่งผลให้สุราษฎร์ธานีมีความเจริญรุ่งเรืองสูงสุดแห่งหนึ่งในภูมิภาค และบนเส้นทางแห่งการพัฒนาสู่ความเจริญรุ่งเรืองมั่งคั่งดังกล่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีส่วนเกี่ยวข้องกับพระบารมีแห่งบูรพมหากษัตริย์ ที่มีบทบาทยิ่งต่อสุราษฎร์ธานี แม้แต่ชื่อ “สุราษฎร์ธานี” ก็ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงพระราชทานนามให้ซึ่ง แปลว่า “เมืองแห่งคนดี” ด้านศาสนาและประเพณีวัฒนธรรม มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ สวยงาม โบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลชั้นนำระดับโลก (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2553)

2.1 ที่ตั้งและขนาด

จังหวัดสุราษฎร์ธานีตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของภาคใต้ ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยทางรถยนต์ประมาณ 645 กิโลเมตรมีเนื้อที่ประมาณ 13,079.61 ตารางกิโลเมตร หรือ 8,174,758.61 ไร่ มีเนื้อที่มากเป็นอันดับ 6 ของประเทศ และมีพื้นที่มากที่สุดในภาคใต้ ฝั่งทะเลด้านอ่าวไทยในจังหวัด สุราษฎร์ธานี มีความยาวประมาณ 156 กิโลเมตร มีเกาะขนาดใหญ่ ได้แก่ เกาะสมุย เนื้อที่ 227.25 ตารางกิโลเมตร เกาะพะงัน มีเนื้อที่ 194.2 ตารางกิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีหมู่เกาะอ่างทอง และเกาะบริวาร 42 เกาะ เกาะสมุยเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัด ห่างจากฝั่งทะเลประมาณ 20 กิโลเมตร และห่างจากศาลากลางจังหวัดประมาณ 80 กิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดชุมพรและอ่าวไทย
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราชและกระบี่
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดพังงาและระนอง
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับอ่าวไทยและจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.2 การปกครองและประชากร

การปกครองแบ่งเป็น 1,074 หมู่บ้าน 128 ตำบล และ 19 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี กาญจนดิษฐ์ เกาะสมุย ไชยา คีรีรัฐนิคม ท่าฉาง บ้านนาสาร พุนพิน ท่าชนะ พนม พระแสง เวียงสระ ดอนสัก เคียนซา บ้านตาขุน เกาะพะงัน บ้านนาเดิม ชัยบุรี และวิภาวดี

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 138 แห่ง ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 3 แห่ง เทศบาลตำบล 26 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 107 แห่ง

อัตราความหนาแน่นของประชากร 70 คน ต่อ 1 ตารางกิโลเมตร

จำนวนบ้าน 378,848 ครัวเรือน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2552)

ประชากรแฝง ประมาณ 250,000-300,000 คน เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในทุกด้าน เศรษฐกิจมีความมั่นคง ประชากรมีรายได้ค่อนข้างสูง ทำให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นในธุรกิจและสถานประกอบการต่าง ๆ มาก จึงทำให้มีประชากรจากพื้นที่จังหวัดต่างๆ ทั้งภาคอีสาน และภาคใต้ อพยพมาทำงานในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวนมาก แต่ไม่ได้ย้ายทะเบียนบ้านมาให้ถูกต้องโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เทศบาลเมืองเกาะสมุย และอำเภอเกาะพะงัน ซึ่งจังหวัดและอำเภอต่าง ๆ ได้รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่เข้ามาอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ย้ายทะเบียนเข้ามาอยู่ในพื้นที่ให้ถูกต้องตามกฎหมาย

2.3 การศึกษา

จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสถานศึกษาทั้งสิ้น 659 แห่ง มีครูและอาจารย์ 10,220 คน มีนักเรียน นักศึกษา 216,009 คน อัตราส่วนครูและอาจารย์ ต่อนักเรียน นักศึกษา เป็น 1 : 21.13 โดยสามารถแยกตามประเภทได้ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 จำนวนสถานศึกษา ครูผู้สอน และนักเรียนนักศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ.2552

สังกัด	จำนวน สถานศึกษา (โรง)	จำนวนผู้สอน (คน)	จำนวนนักเรียน/ นักศึกษา (คน)	อัตราส่วน ครู:นักเรียน
สนง.คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน	541	6,774	128869	1:19
สนง.คณะกรรมการการศึกษาเอกชน	75	1,809	43,165	1:24
กรมอาชีวศึกษา	7	372	9,846	1:26
สนง.การศึกษาท้องถิ่น	21	552	11,134	1:20
กรมตำรวจ(ต.ช.ด.)	4	38	587	1:15
สถาบันอุดมศึกษา	6	589	21,620	1:37
สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ	4	26	189	1:70
สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงสาธารณสุข	1	60	599	1:10
รวม	659	10,220	216,009	2:21.13

ที่มา: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 (2552)

นอกจากนี้ ยังมีสถานศึกษาในระดับอื่น ดังนี้

1. ระบบการศึกษานอกโรงเรียน คือ ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนมีสถานศึกษาทุกอำเภอ

2. สถาบันเปิดสอนระดับปริญญาโท คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์(นิด้า) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เขตการศึกษาสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยรามคำแหงและมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ศูนย์วิทยบริการจังหวัดสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหามุฏราชวิทยาลัย (วัดธรรมบูชา)

3. สถาบันเปิดสอนวิชาชีพ คือ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 11 สุราษฎร์ธานี วิทยาลัยสารพัดช่างสุราษฎร์ธานี และวิทยาลัยการอาชีพไชยา

2.4 สภาพทางเศรษฐกิจ

โครงสร้างเศรษฐกิจหลักของจังหวัดสุราษฎร์ธานี 5 อันดับแรก พิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) ปี พ.ศ.2551 ได้แก่ สาขาเกษตรกรรมสัดส่วนร้อยละ 36.86 สาขาอุตสาหกรรมสัดส่วนร้อยละ 14.56 สาขาการขายส่งขายปลีกสัดส่วนร้อยละ 9.81 สาขาโรงแรมและภัตตาคารสัดส่วน ร้อยละ 9.01 สาขา การขนส่งสัดส่วนร้อยละ 5.09 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม

จังหวัดราษฎร์ธานี เมื่อพิจารณาเศรษฐกิจของจังหวัด ตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2551 จะเห็นได้ว่า โครงสร้างเศรษฐกิจหลักยังคงเป็น 5 สาขาหลักข้างต้น ซึ่งสัดส่วนไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ.2551 ณ ราคาประจำปี มีมูลค่า 131,475 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัวประชากร 133,248 บาท/คน/ปี หากพิจารณา ณ ราคาคงที่ ปี พ.ศ.2551 ขยายตัวร้อยละ 2.69

2.5 โครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่ง

1. ทางรถยนต์ การเดินทางระหว่างจังหวัดสุราษฎร์ธานี กับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง มีความสะดวก มีเส้นทางที่สำคัญ คือ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 41 แยกจากถนนเพชรเกษมที่จังหวัดชุมพร เข้าสู่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่อไปยังจังหวัดนครศรีธรรมราช และสงขลา แยกเข้าสู่ตัวเมืองสุราษฎร์ธานีที่อำเภอพุนพิน โดยใช้ถนนสาย 401

2. ทางรถไฟ รถไฟสายใต้ทุกขบวนผ่านสถานีสุราษฎร์ธานี ในเขตอำเภอพุนพิน ระยะทางกรุงเทพฯ-สุราษฎร์ธานี ประมาณ 650 กิโลเมตร (สถานีรถไฟสุราษฎร์ธานีอยู่ห่างจากอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 14 กิโลเมตร)

3. ทางน้ำ การคมนาคมทางน้ำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการคมนาคมขนส่งทางน้ำมีเรือโดยสารวิ่งรับส่งในแม่น้ำตาปีและมีการคมนาคมขนส่งสินค้าทางทะเล จากกรุงเทพฯ มายังจังหวัดสุราษฎร์ธานี และระหว่าอำเภอเมืองกับอำเภอเกาะสมุย และเกาะพะงัน นอกจากนี้ มีการคมนาคมทางน้ำโดยเรือเฟอร์รี่ ซึ่งเป็นเรือโดยสารข้ามฟากขนาดใหญ่ ระหว่างฝั่งอำเภอดอนสัก-เกาะสมุย-เกาะพะงัน-เกาะเต่า

4. ทางอากาศ จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสนามบินพาณิชย์ 2 แห่ง เป็นสนามบินศุลกากร ซึ่งสามารถพัฒนาให้มีความพร้อมทุกด้าน เพื่อรองรับการเป็นสนามบินนานาชาติในอนาคต คือ ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี อยู่ที่อำเภอพุนพิน และท่าอากาศยานเกาะสมุย ซึ่งให้บริการเที่ยวบินทั้งในและต่างประเทศ

โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค

1. การไปรษณีย์โทรเลข ปัจจุบันมีสำนักงานไปรษณีย์โทรเลขในทุกอำเภอของจังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถให้บริการได้ทุกตำบล

2. โทรศัพท์ จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสำนักงานบริการโทรศัพท์ 8 แห่ง ชุมสาย 84 ชุมสาย มีจำนวนเลขหมายโทรศัพท์ทั้งหมด 93,005 เลขหมาย

3. ไฟฟ้า มีแหล่งผลิตกระแสไฟฟ้า คือ

3.1 โรงไฟฟ้าพลังน้ำเขื่อนรัชชประภา ตั้งอยู่ที่อำเภอบ้านตาขุน สร้างกั้นคลองแสง ตัวเขื่อนสูง 90 เมตร สันเขื่อนยาว 761 เมตร อ่างเก็บน้ำมีความจุ 5,640 ล้าน ลบ.ม. มีเครื่องกำเนิด ไฟฟ้าขนาด 80 เมกกะวัตต์ จำนวน 3 เครื่อง สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าเฉลี่ย ปีละ 544 ล้านกิโลวัตต์

3.2 โรงไฟฟ้าพลังความร้อนสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ที่อำเภอพุนพิน เป็นโรงไฟฟ้าพลังกังหันแก๊ส จำนวน 2 เครื่อง สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้า เฉลี่ยปีละ 356.24 ล้านกิโลวัตต์

4. ประปา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสำนักงานประปา 6 แห่ง คือ สำนักงานประปาสุราษฎร์-ธานี บ้านนาสาร บ้านตาขุน กาญจนดิษฐ์ ไชยา และเกาะสมุย รวมกำลังผลิตที่ใช้งาน 107,832 ลบ.ม./วัน

2.6 ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอบ้านตาขุน

ที่ตั้งและอาณาเขต อำเภอบ้านตาขุนตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือติดต่อกับอำเภอสุขสำราญ (จังหวัดระนอง) และอำเภอวิภาวดี

ทิศตะวันออกติดต่อกับอำเภอวิภาวดีและอำเภอคีรีรัฐนิคม

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอพนม

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอคุระบุรี (จังหวัดพังงา)

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอบ้านตาขุนแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 4 ตำบล 29 หมู่บ้าน ได้แก่

1. เขาวง	6 หมู่บ้าน
2. พะแสง	9 หมู่บ้าน
3. พรุไทย	9 หมู่บ้าน
4. เขาพัง	5 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น ท้องที่อำเภอบ้านตาขุนประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 5 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลบ้านเชี่ยวหลาน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเขาพังทั้งตำบล

2. เทศบาลตำบลบ้านตาขุน ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลเขาวง

3. องค์การบริหารส่วนตำบลเขาวง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเขาวง (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลบ้านตาขุน)

4. องค์การบริหารส่วนตำบลพะแสง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพะแสงทั้งตำบล

5. องค์การบริหารส่วนตำบลพรุไทย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพรุไทยทั้งตำบล

2.7 ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอคีรีรัฐนิคม

ที่ตั้งและอาณาเขต อำเภอคีรีรัฐนิคม มีพื้นที่ 812.3 ตร.กม. ตั้งอยู่ทางตอนกลางค่อนไปทางทิศตะวันตกของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอวิภาวดี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอพุนพิน

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเคียนซาและอำเภอพนม

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอบ้านตาขุนอำเภอพนม

ประชากร อำเภอคีรีรัฐนิคม มีประชากรประมาณ 41,908 คน

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอคีรีรัฐนิคมแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 8 ตำบล 84 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ท่าขนอน 15 หมู่บ้าน
2. บ้านยาง 11 หมู่บ้าน
3. น้ำหัก 11 หมู่บ้าน
6. กะเปา 10 หมู่บ้าน
7. ท่ากระดาน 9 หมู่บ้าน
8. ย่านยาว 10 หมู่บ้าน
9. ถ้ำสิงขร 10 หมู่บ้าน
10. บ้านทำเนียบ 9 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น ท้องที่อำเภอคีรีรัฐนิคมประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 9 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลท่าขนอน ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลท่าขนอน

2. องค์การบริหารส่วนตำบลท่าขนอน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่าขนอน (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลท่าขนอน)

3. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านยาง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบ้านยางทั้งตำบล

4. องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำหัก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลน้ำหักทั้งตำบล

5. องค์การบริหารส่วนตำบลกะเปา ครอบคลุมพื้นที่ตำบลกะเปาทั้งตำบล

6. องค์การบริหารส่วนตำบลท่ากระดาน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่ากระดานทั้งตำบล

7. องค์การบริหารส่วนตำบลย่านยาว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลย่านยาวทั้งตำบล

8. องค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำสิงขร ครอบคลุมพื้นที่ตำบลถ้ำสิงขรทั้งตำบล

9. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านทำเนียบ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบ้านทำเนียบทั้งตำบล

2.8 ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอพนม

ที่ตั้งและอาณาเขต อำเภอพนมตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัด ห่างจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี 82 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบ้านตาขุน

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอคีรีรัฐนิคมและอำเภอเคียนซา

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอพระแสง อำเภอปลายพระยา (จังหวัดกระบี่) อำเภอทับปุดและอำเภอเมืองพังงา (จังหวัดพังงา)

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอกะปง อำเภอตะกั่วป่า และอำเภอคุระบุรี (จังหวัดพังงา)

ศาสนา ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และศาสนาคริสต์บางส่วน เนื่องจากตำบลคลองชะอุ่น เป็นที่ตั้งของโบสถ์คริสต์ แม่พระองค์อุปถัมภ์ (Maria Auxilium Christianorum)

ประชากร อำเภอพนม มีประชากรประมาณ 32,875 คน แบ่งเป็น เพศชาย 16,802 คน เพศหญิง 16,073 คน มีจำนวนครัวเรือน 8,052 ครอบครัว

การศึกษา สถาบันการศึกษาหลักของอำเภอพนม ประกอบด้วย โรงเรียนชุมชนบ้านช่องม้าเหลียว โรงเรียนประถมศึกษาประจำอำเภอ โรงเรียนพนมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษาประจำอำเภอ และวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุราษฎร์ธานี โดยสามารถแยกตามประเภทได้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 จำนวนสถานศึกษา ครูผู้สอน และนักเรียนนักศึกษา อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ.2554

โรงเรียน	จำนวนสถานศึกษา (โรง)	จำนวนผู้สอน (คน)	จำนวนนักเรียน (คน)
ระดับประถม	16	122	2,665
ขยายโอกาส	7	155	2,711
มัธยม	1	38	782
เอกชน	2	55	1,390
รวม	26	370	7,548

ที่มา: วิกิพีเดีย (2554)

อำเภอพนมมีเนื้อที่โดยประมาณ 1,160 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 720,000 ไร่ โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติ 2 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติเขาสก และอุทยานแห่งชาติคลองพนม

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปของอำเภอพนมเป็นภูเขาสูง โดยเฉพาะทางทิศตะวันตก มีกว่าร้อยละ 60 ของพื้นที่ทั้งหมด มีที่ราบเชิงเขาเพียงเล็กน้อย มีลักษณะเป็นลอนลูกฟูก เป็นต้นกำเนิดของลำคลอง 2 สาย ที่สำคัญ คือ คลองศกและคลองพนม ซึ่งไหลลงสู่แม่น้ำพุมดวงและแม่น้ำตาปี

ลักษณะภูมิอากาศตอนเช้าของอำเภอพนมนั้นจะมีอากาศหนาวมีหมอกปกคลุมตลอดทั้งปีคล้ายลักษณะทางภาคเหนือของประเทศไทย จนกระทั่งหลัง 10.00 น. เป็นต้นไป อากาศจึงกลับสู่ภาวะปกติ จึงได้รับสมญานามว่า “เขาเสียบหมอก” แต่ลักษณะภูมิอากาศโดยทั่วไปจะมีลักษณะอากาศร้อนและอบอุ่น มี 2 ฤดู คือ ฤดูร้อนและฤดูฝน ฤดูร้อนจะร้อนอบอ้าว เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม-เดือนเมษายน ส่วนในฤดูฝน อากาศจะเย็น มีฝนตกและมีหมอกหนาแน่น

สภาพเศรษฐกิจ อำเภอพนมมีลักษณะการประกอบอาชีพทางการเกษตร เป็นอาชีพหลัก อาชีพค้าและรับจ้าง เป็นอาชีพรอง

พืชเศรษฐกิจหลัก คือ ยางพารา มีพื้นที่ปลูกยางพารา 161,566 ไร่ และปาล์มน้ำมัน มีพื้นที่ลูกปาล์ม 32,000 ไร่ พืชเศรษฐกิจรอง คือ กาแฟ มีพื้นที่ปลูกกาแฟ 11,427 ไร่ ไม้ผล (เงาะ ทุเรียน มังคุด ลองกอง และอื่นๆ) มีพื้นที่ปลูกไม้ผล 11,970 ไร่

การคมนาคม การเดินทางจากตัวเมืองสุราษฎร์ธานีใช้เส้นทางสุราษฎร์ธานี-ตะกั่วป่า (ทางหลวงหมายเลข 401) นอกจากนี้ ยังสามารถเดินทางจากกรุงเทพมหานครถึงอำเภอพนมได้โดยตรง โดยรถโดยสารประจำทางและสายการบินต่างๆ

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอพนมแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 6 ตำบล 56 หมู่บ้าน ได้แก่

1. พนม 13 หมู่บ้าน
2. ต้นยวน 12 หมู่บ้าน
3. คลองศก 8 หมู่บ้าน
4. พลูเถื่อน 5 หมู่บ้าน
5. พังกาญจน์ 5 หมู่บ้าน
6. คลองชะอุ่น 13 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น ท้องที่อำเภอพนม ประกอบด้วย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 6 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลพนม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพังกาญจน์ทั้งตำบลและบางส่วนของตำบลพนม
2. เทศบาลตำบลคลองชะอุ่น ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองชะอุ่นทั้งตำบล
3. องค์การบริหารส่วนตำบลพนม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพนม (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลพนม)
4. องค์การบริหารส่วนตำบลต้นยวน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลต้นยวนทั้งตำบล
5. องค์การบริหารส่วนตำบลคลองศก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองศกทั้งตำบล
6. องค์การบริหารส่วนตำบลพลูเถื่อน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพลูเถื่อนทั้งตำบล

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ชุดของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์การนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดขององค์การในตลาดเป้าหมาย โดยทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการของคอตเลอร์ (Kotler, 1994 อ้างถึงใน อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2542: 312-314) ประกอบด้วย องค์ประกอบ 7 ประการ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่นำเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า (Value) และสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต□องมีคุณประโยชน□หลัก (Core Benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Product) หรือเกินความคาดหวัง (Augmented Product) รวมถึง

การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายขายอาจมีตัวตนหรือไม □ก็ได□ ผลิตภัณฑ์□จึงประกอบด้วยสินค□า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล

2. ราคา (Price) คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินที่เกิดขึ้นถัดจากผลิตภัณฑ์ เป็นต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่าย ในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน ดังนั้นราคาจึงมีบทบาทในการกำหนดว่าลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ รวมทั้งมีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบราคาระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์เพราะราคา คือ ต้นทุนของลูกค้า

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่างๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และการบริการจากองค์การไปยังตลาดหรือผู้บริโภค ให้เป็นที่พอใจและประทับใจของลูกค้า ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญขึ้น การส่งสินค้าและบริการง่ายขึ้นสำหรับผู้ผลิตและสำหรับลูกค้า การจัดจำหน่ายมี 4 วิธี ดังนี้

3.1 การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) โดยร้านประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้าขึ้นมา

3.2 การให้บริการถึงบ้านลูกค้า หรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงบ้านลูกค้า หรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า การให้บริการแบบนี้ธุรกิจไม่ต้องมีการจัดตั้งสำนักงาน หรือเปิดเป็นร้านให้บริการ ลูกค้าติดต่อด้วยการใช้โทรศัพท์หรือโทรสาร

3.3 การให้บริการผ่านตัวแทน การให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์ หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ

3.4 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นบริการที่อาศัยเทคโนโลยี เพื่อการให้บริการเป็นไปอย่างสะดวก

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารการตลาดระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย โดยส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) ใช้สร้างภาพระยะยาวให้กับผลิตภัณฑ์และบริการทำให้เกิดการขายเร็วขึ้น

4.2 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นการสื่อข่าวสารที่อาจนำลูกค้าไปยังผลิตภัณฑ์ หรือเป็นการจูงใจที่มีคุณค่าต่อลูกค้า ประกอบด้วยเครื่องมือมากมาย เช่น คูปอง การแจก หรือการแถม เป็นต้น

4.3 การประชาสัมพันธ์และการพิมพ์เผยแพร่ (Public Relations) เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ หรือการดำเนินงานของบริษัทให้เข้าถึงลูกค้าที่ชอบหลีกเลี่ยงพนักงานขายและโฆษณา

4.4 การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) เป็นการสร้างความนิยมชมชอบ ความเชื่อ การตัดสินใจเลือกและซื้อ โดยอาศัยบุคคลเป็นผู้แจ้งข่าวสาร

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการส่งข่าวสารสู่บุคคลหนึ่งโดยเฉพาะได้อย่างรวดเร็ว ผ่านเครื่องมือที่มีหลายรูปแบบ เช่น จดหมายตรง โทรศัพท์ และ E-mail เป็นต้น

5. บุคคล (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริการทั้งหมด ซึ่งหมายรวมถึงทั้งลูกค้า บุคคลที่จำหน่าย และบุคคลที่ให้บริการหลังการขาย บุคคลเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตสินค้าและการให้บริการ ในปัจจุบันซึ่งสถานการณ์การแข่งขันธุรกิจรุนแรงขึ้น บุคคลจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ โดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก ฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง ดังนั้น พนักงานจึงต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีทัศนคติที่ดี มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความรู้สึกประทับใจต่อการให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียม สามารถตอบสนองและแก้ปัญหาต่างๆ ของลูกค้า มีความคิดริเริ่มและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์การได้

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร ความมีระเบียบภายในสำนักงาน การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ความสะอาดของอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้ในการบริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า และเพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์หรือคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจ และประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค จะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อนและความหลากหลาย ในด้านความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและ

ความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ เป็นต้น ส่วนในด้านความหลากหลายต้องพิจารณาถึงความอิสระและความยืดหยุ่น เช่น สามารถเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ เป็นต้น ทำให้มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความแตกต่าง

สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของลูกค้า ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก หรือจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ (What) เมื่อมีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่ต้องการ (Where) และในรูปแบบที่ต้องการ (How) ซึ่งนักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปลูกค้าจะใช้เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการให้บริการ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 437-438)

1. การบริการที่นำเสนอ (Offering) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการ คือ

1.1 ลักษณะการให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary Service Package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ

1.2 ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary Service Features) ได้แก่ บริการที่กิจการมีบริการเพิ่มเติมให้นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

2. การบริการส่งมอบ (Delivery) ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอเหนือกว่าคู่แข่งขัน โดยการตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ในอดีต คำพูดโฆษณาของธุรกิจ ลูกค้าจะเลือกธุรกิจให้บริการโดยถือเกณฑ์ภายหลังจากการรับบริการ เขาจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่สนใจ แต่ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังของเขา ลูกค้าก็จะใช้บริการนั้นซ้ำ

3. ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทที่ให้บริการ โดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลอดจนการสื่อสารการตลาดอื่นๆ

4. ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative Features) เป็นการเสนอบริการให้ลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งทั่วไป นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์จากสัญลักษณ์และตราสินค้า

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดรูปแบบการวิจัย โดยรวบรวมจากงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ต่างๆ ดังนี้

พัศนีย์ บุญงาม (2548) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักเรียนนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 17-18 ปี เกรดเฉลี่ยสะสม 2.00-2.99 รายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาต่อน้อยกว่า 3 คน และอาชีพของผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน ตามลำดับ คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสถาบัน ด้านราคา และด้านสถานที่ตั้ง ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นเดียวกัน ตามลำดับ คือ ด้านจิตวิทยา ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม และด้านสังคม

ฉัตรปวีณ อำภา (2549) ได้ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน โรงเรียนเทคโนโลยีหมู่บ้านครู ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนในแผนกพาณิชยกรรม ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมก่อนเข้าเรียน 2.00-2.50 สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนรัฐบาล ระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่ำกว่าปริญญาตรี ผู้ปกครองมีอาชีพรับจ้าง และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองน้อยกว่า 10,000 บาท ปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาของนักเรียนมีน้ำหนักในการตัดสินใจมาก เมื่อพิจารณารายด้านมีน้ำหนักในการตัดสินใจมากทุกด้าน ตามลำดับ คือ ด้านชื่อเสียงและคุณภาพด้านวิชาการ ด้านการส่งเสริมการประกอบอาชีพ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านค่าใช้จ่าย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่มีแผนกวิชาที่กำลังศึกษา ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมก่อนเข้าเรียน ประเภทของโรงเรียนเดิม ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองที่ต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่ในกรณีอาชีพของผู้ปกครองนั้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันในด้านการส่งเสริมการประกอบอาชีพ

ปริวิชญ์ ไชยประเสริฐ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ คือ ด้านเนื้อหา หลักสูตรและวัสดุอุปกรณ์ ด้านครู บุคลากรและนักเรียน และด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถานศึกษา ด้านราคาโดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ คือ สถานศึกษามีบริการทุนการศึกษาหรือกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และมีโครงการหารายได้ระหว่างเรียนให้กับนักเรียน ด้านการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ คือ สถานศึกษามีที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก และมีการให้บริการในการติดต่อสื่อสารระหว่างครูหรือบุคลากรได้สะดวก เช่น ทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ คือ มีบริการหน่วยแนะแนวของสถานศึกษามาให้ข้อมูล มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และมีการให้โควตาเพื่อเข้าศึกษาต่อเป็นกรณีพิเศษ การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย ระหว่างนักเรียนชายและนักเรียนหญิง พบว่า มีความแตกต่างกันในด้านราคา ส่วนปัจจัยทางการตลาดด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ละเอียด ศรีหาเหง่า (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาของเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 19 ปี วุฒิการศึกษาระดับปวช. (ประเภทพณิชยกรรม) ภูมิลำเนาอยู่นอกอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ปกครองมีอาชีพรับจ้าง รายได้ของนักศึกษามาจากบิดามารดา และเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษาของเอกชน เกิดจากความชอบส่วนตัวของนักศึกษามากที่สุด และเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน เพราะสามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ และเหตุผลที่เลือกหลักสูตรพณิชยกรรมส่วนใหญ่ เพราะว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจหรือเป็นผู้ประกอบการ มีความได้เปรียบในการสมัครงาน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า สาขาที่นักศึกษาเลือกศึกษาในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับอาชีพที่คาดว่าจะทำในอนาคต ในขณะที่รายได้ครัวเรือนของนักศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษาที่นักศึกษากำลังศึกษาในปัจจุบัน การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจของนักศึกษา ปัจจัยภายใน พบว่า ด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ การที่โรงเรียนมีการติดตามแจ้งพฤติกรรมให้ผู้ปกครองทราบสม่ำเสมอ และดูแลเอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายนอก พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจของนักศึกษาที่เลือกสถานที่เรียนปัจจุบัน ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจ รองลงมา คือ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและทันสมัย การรับนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาและระดับมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยรัฐบาลมากขึ้น ค่านิยมในการส่งลูกเข้าโรงเรียนเอกชนที่มีชื่อเสียง และการที่ระดับราคาสินค้าสูงขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ

จำนงศรี ก่อเกิด (2550) ได้ศึกษาองค์ประกอบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนพงษ์สวัสดิ์พณิชยการ จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อโรงเรียนพงษ์สวัสดิ์พณิชยการ จังหวัดนนทบุรี จัดอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.38-3.91 โดยมีองค์ประกอบการตัดสินใจ ประกอบด้วย ด้านค่าธรรมเนียมและสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์ของครูกับผู้ปกครอง ด้านการบริการของโรงเรียนและครู ด้านอาคารสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อม ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการสอน

สุธาสินี เรืองฉาย (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ โรงเรียนพณิชยการลานนาเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 15 ปี สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จากโรงเรียนในสังกัดรัฐบาล ด้วยระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.51-2.99 บิดามารดามีสถานภาพสมรสอยู่ร่วมกัน ประกอบอาชีพรับจ้าง มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท และระยะทางจากบ้านถึงโรงเรียนพณิชยการลานนาเชียงใหม่อยู่ระหว่าง 11-20 กิโลเมตร การตัดสินใจศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ โรงเรียนพณิชยการลานนาเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองเป็นผู้ช่วยในการตัดสินใจ โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัยในระดับมาก ตามลำดับ คือ ด้านระเบียบปฏิบัติของโรงเรียน ด้านเกียรติยศชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านความต้องการในการประกอบอาชีพและรายได้ ด้านสภาพแวดล้อม อาคารและสถานที่ของโรงเรียน ด้านสิทธิประโยชน์ ด้านการจัดหลักสูตรและการเรียนการสอน และด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

ยศศักดิ์ ทองสุข (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาช่างไฟฟ้ากำลัง โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาช่างไฟฟ้ากำลัง โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม ที่สำคัญ 5 ด้าน ตามลำดับ คือ ด้านความมุ่งหมายทางการศึกษา ด้านหลักสูตร ด้านชื่อเสียง

และบทบาทของโรงเรียน ด้านส่วนตัว และด้านทั่วไป เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า (1) ด้านหลักสูตร ตามลำดับ คือ หลักสูตรที่ส่งเสริมความก้าวหน้าของตนเองในอนาคต หลักสูตรตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรตรงกับความสามารถและความถนัด และตรงกับความต้องการที่จะศึกษาต่อ และสาขาช่างไฟฟ้าสอดคล้องกับลักษณะงานทางบ้าน (2) ด้านความมุ่งหมายทางการศึกษา ตามลำดับ คือ ต้องการใช้ความรู้หรือคุณวุฒิไปใช้ในการทำงาน ต้องการพัฒนาตนเอง ต้องการความรู้เพิ่มเติมในด้านนี้ และต้องการมีความรู้ความสามารถ (3) ด้านชื่อเสียงและบทบาทของโรงเรียน ตามลำดับ คือ โรงเรียนมีบรรยากาศสภาพแวดล้อมเหมาะสมต่อการเรียน มีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทันสมัยทางวิชาการ มีความพร้อมในการจัดการศึกษา และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป (4) ด้านเหตุผลส่วนตัว ตามลำดับ คือ ต้องการความรู้ให้กับตนเองเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต ต้องการคุณวุฒิเพื่อความมั่นใจในการนำไปใช้งาน รวมถึงต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม และ (5) ด้านทั่วไป ตามลำดับ คือ พี่หรือบุคคลในครอบครัวเป็นศิษย์เก่าของโรงเรียน โรงเรียนอยู่ใกล้บ้าน รวมถึงได้รับทุนการศึกษา บิดามารดาให้การสนับสนุนและได้รับการชักชวนจากเพื่อน

วิลาวัลย์ นามวงค์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ โรงเรียนสารภีพิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า (1) นักเรียนเห็นว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ตามลำดับ คือ ด้านความคาดหวังในการศึกษาต่อระดับสูง ด้านเกียรติยศชื่อเสียงของวิชาชีพและสถาบัน และด้านความคาดหวังในการประกอบอาชีพและรายได้
(2) ผู้บริหารสถานศึกษาเห็นว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ตามลำดับ คือ ด้านความเหมาะสมในหลักสูตร การบริหารงานการขยายการจัดการศึกษาในหลักสูตร ด้านการประชาสัมพันธ์และการแนะแนวของโรงเรียน และด้านการศึกษาต่อในระดับสูง (3) ครูผู้สอนเห็นว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ตามลำดับ คือ ด้านการประชาสัมพันธ์และการแนะแนวของโรงเรียน ด้านการประกอบอาชีพของผู้เรียน และด้านการศึกษาต่อระดับสูง และ (4) ในส่วนของผู้ปกครองเห็นว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ตามลำดับ คือ ด้านการประกอบอาชีพและรายได้ ด้านเกียรติยศชื่อเสียงของวิชาชีพและสถาบัน และด้านความคาดหวังในการศึกษาต่อระดับสูง

สัมนาการณ์ บุญเรือง (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์ เขต 3 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับ

อาชีวศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์ เขต 3 ทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้ง 6 ด้าน ตามลำดับ คือ ด้านความถนัดและความสนใจ ด้านเกียรติยศและค่านิยมในวิชาชีพ ด้านชื่อเสียงและคุณภาพของสถานศึกษา ด้านค่าใช้จ่าย ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง และด้านอาคารสถานที่และที่ตั้ง ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แตกต่างกันในด้านอาคารสถานที่และที่ตั้ง นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมก่อนเข้าศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาโดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แตกต่างกันในด้านความถนัดและความสนใจ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านอาคารสถานที่และที่ตั้ง และด้านชื่อเสียงและคุณภาพของสถานศึกษา และนักศึกษาที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษา ทั้งภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

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

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอพนม และอำเภอคีรีรัฐนิคม จำนวน 1,160 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอคีรีรัฐนิคม และอำเภอพนม จำนวน 400 คน

การกำหนดขนาดตัวอย่าง ผู้ศึกษาคำนวณโดยใช้สูตรของ ยามาเน (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ดังนี้

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

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของกลุ่มประชากรเป้าหมาย

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ในที่นี้ใช้ 0.05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{1,160}{1+1,160(0.05)^2} = 297.44 \text{ ตัวอย่าง}$$

ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างและแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามเขตพื้นที่อำเภอ โรงเรียน และประเภทของโรงเรียน แล้วจึงสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มในจำนวนที่เท่ากัน ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 การสุ่มตัวอย่างและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

อำเภอ	โรงเรียน	ประเภทของโรงเรียน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	
			จำนวนนักเรียน (คน)	จำนวนนักเรียน (คน)	สัดส่วน
บ้านตาขุน	บ้านตาขุนวิทยา	มัธยม	164	57	14.14
	รัชประภาวิทยาคม	มัธยม	45	16	3.88
	วัดพรุศรี	ขยายโอกาส	12	4	1.03
			221	76	19.05
พนม	พนมศึกษา	มัธยม	112	39	9.66
	อุปถัมภ์วิทยา	มัธยม	111	38	9.57
	บ้านเขานาใน	ขยายโอกาส	44	15	3.79
	บ้านคลองชะอุ่น	ขยายโอกาส	8	3	0.69
	บ้านถ้ำผึ้ง	ขยายโอกาส	22	8	1.90
	บ้านบางสาร	ขยายโอกาส	18	6	1.55
	บ้านอรุโณทัย	ขยายโอกาส	241	83	20.78
	วัดถ้ำวราราม	ขยายโอกาส	14	5	1.21
	ชุมชนวัดปากตรัง	ขยายโอกาส	22	8	1.90
			592	204	51.03
คีรีรัฐนิคม	คีรีรัฐวิทยาคม	มัธยม	94	32	8.10
	บ้านทำเนียบ	มัธยม	128	44	11.03
	บ้านดอนสุวรรณ	ขยายโอกาส	18	6	1.55
	บ้านต้นมะพร้าว	ขยายโอกาส	21	7	1.81

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

อำเภอ	โรงเรียน	ประเภทของโรงเรียน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	
			จำนวนนักเรียน (คน)	จำนวนนักเรียน (คน)	สัดส่วน
	บ้านน้ำราด	ขยายโอกาส	27	9	2.33
	มหาราชบ้านแสงอรุณ	ขยายโอกาส	34	12	2.93
	วัดโกศาวาส	ขยายโอกาส	25	9	2.16
			347	120	29.91
รวม (คน)			1,160	400	100.00

แล้วจึงสุ่มเลือกผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในแต่ละโรงเรียนในเขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอคีรีรัฐนิคม และอำเภอพนม ให้ตอบแบบสอบถามจนครบจำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนสร้างดังนี้

2.1.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบคำถามในแบบสอบถาม

2.1.2 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2.1.3 แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย เพศ ระดับผลการเรียน อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ สาขาที่เลือกศึกษาต่อ ลักษณะของโรงเรียน และสถานที่ตั้งอำเภอ ซึ่งเป็นคำถามแบบ Nominal Scale โดยให้เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 1 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามแบบ Nominal Scale โดยให้เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งเป็นคำถามแบบ Nominal Scale โดยให้เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว

2.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและภาษา พร้อมทั้งแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) และสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ แล้วจึงได้นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1-30 มีนาคม พ.ศ.2554 โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ประสานงานกับผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนในเขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอคีรีรัฐนิคม และอำเภอพนม ในการตอบแบบสอบถาม

3.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามตามจำนวนและวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ พร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับ จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

3.3 นำข้อมูลที่ได้เข้าระบบกระบวนการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วจึงนำผลไปวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนการศึกษา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายปัจจัยส่วนบุคคล ความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการทดสอบด้วยค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษานำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ประกอบด้วย เพศ ระดับผลการเรียน อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ สาขาที่เลือกศึกษาต่อ ลักษณะของโรงเรียน และสถานที่ตั้งอำเภอ โดยใช้การคำนวณค่าความถี่และร้อยละ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

(n=400)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1) ชาย	156	39.00
1.2) หญิง	244	61.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=400)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ระดับผลการเรียน		
2.1) ต่ำกว่า 2.00	76	19.00
2.2) 2.00-2.50	123	30.75
2.3) 2.51-3.00	109	27.25
2.4) มากกว่า 3.00 ขึ้นไป	92	23.00
3. อาชีพของผู้ปกครอง		
3.1) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	7.00
3.2) ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	14	3.50
3.3) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	80	20.00
3.4) เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	195	48.75
3.5) รับจ้างทั่วไป	83	20.75
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว		
4.1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	81	20.25
4.2) 10,000-20,000 บาท	170	42.50
4.3) 20,001-30,000 บาท	74	18.50
4.4) 30,001-40,000 บาท	52	13.00
4.5) ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป	23	5.75
5. จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา		
5.1) คนเดียว	122	30.50
5.2) 2-3 คน	223	55.75
5.3) 4-5 คน	33	8.25
5.4) ตั้งแต่ 6 คน ขึ้นไป	22	5.50
6. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ		
6.1) พ่อ-แม่	364	91.00
6.2) เพื่อน	5	1.25
6.3) ครู	6	1.50
6.4) พี่-น้อง	13	3.25
6.5) อื่นๆ เช่น ญาติ คนรู้จักที่เป็นศิษย์เก่า หรือบุคคลทั่วไปที่ประกอบอาชีพในพื้นที่ เป็นต้น	12	3.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=400)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. สาขาที่เลือกศึกษาต่อ		
7.1) คหกรรม	31	7.75
7.2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	101	25.25
7.3) ศิลปกรรม	76	19.00
7.4) เกษตรกรรมและประมง	32	8.00
7.5) อุตสาหกรรม	29	7.25
7.6) บริหารธุรกิจและพานิชยกรรม	131	32.75
8. ลักษณะของโรงเรียน		
8.1) โรงเรียนมัธยมศึกษา	228	57.00
8.2) โรงเรียนขยายโอกาส	172	43.00
9. สถานที่ตั้งอำเภอ		
9.1) บ้านตาขุน	82	20.50
9.2) พนม	201	50.25
9.3) คีรีรัฐนิคม	117	29.25

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวน 400 ตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

เพศ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.00 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.00

ระดับผลการเรียน ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับผลการเรียน 2.00-2.50 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาคือ ระดับผลการเรียน 2.51-3.00 คิดเป็นร้อยละ 27.25 ระดับ ผลการเรียนมากกว่า 3.00 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.00 และระดับผลการเรียนต่ำกว่า 2.00 น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.00

อาชีพของผู้ปกครอง ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมาคือ อาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 20.75 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 20.00 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.00 และอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.50

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่ในครอบครัวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.75

จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่ในครอบครัวที่มีจำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา 2-3 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมาคือ จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 30.50 จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา 4-5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และจำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษาตั้งแต่ 6 คน ขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.50

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี พ่อ-แม่ เป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.00 รองลงมาคือ พี่-น้อง คิดเป็นร้อยละ 3.25 บุคคลอื่นๆ เช่น ญาติ คนรู้จักที่เป็นศิษย์เก่า หรือบุคคลทั่วไปที่ประกอบอาชีพในพื้นที่ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 3.00 ครู คิดเป็นร้อยละ 1.50 และเพื่อน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.25

สาขาที่เลือกศึกษาต่อ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกศึกษาต่อในสาขาบริหารธุรกิจและพานิชยกรรม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมาคือ สาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.25 สาขาศิลปกรรม คิดเป็นร้อยละ 19.00 สาขาเกษตรกรรมและประมง คิดเป็นร้อยละ 8.00 สาขาคหกรรม คิดเป็นร้อยละ 7.75 และสาขาอุตสาหกรรม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.25

ลักษณะของโรงเรียน ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 57.00 และโรงเรียนขยายโอกาส คิดเป็นร้อยละ 43.00

สถานที่ตั้งอำเภอ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างศึกษาในโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอพนม มากที่สุด 50.25 รองลงมาคือ อำเภอคีรีรัฐนิคม คิดเป็นร้อยละ 29.25 และอำเภอบ้านตาขุน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.50

ตอนที่ 2 ความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การคำนวณค่าความถี่และร้อยละ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	26	6.50
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	120	30.00
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	121	30.25
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	38	9.50
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	20	5.00
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	25	6.25
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	50	12.50

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน โดยเมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมาคือ สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 30.00 สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก คิดเป็นร้อยละ 9.50 วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 6.50 สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 6.25 และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ แบ่งเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยใช้การคำนวณค่าความถี่และร้อยละ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

(n=400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		
1.1) วิทยาลัยอยู่ในเครือข่ายหรือเป็นสาขาของวิทยาลัยอาชีวศึกษาที่มีอายุการก่อตั้งที่ยาวนานและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	53	13.25
1.2) วิทยาลัยได้รับการประกันคุณภาพมาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ	98	24.50
1.3) สาขาวิชาที่เปิดสอนมีให้เลือกเรียนได้หลากหลาย	173	43.25
1.4) สาขาวิชาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	13	3.25
1.5) มีการเปิดสอนทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ (ภาคค่ำ หรือเสาร์-อาทิตย์)	40	10.00
1.6) มีชุดเครื่องแบบที่สวยงามและทันสมัย	23	5.75
2. ปัจจัยด้านราคา		
2.1) ค่าธรรมเนียมการศึกษาถูกกว่าที่อื่น	64	16.00
2.2) ได้รับส่วนลดค่าเล่าเรียน	73	18.25
2.3) ผู้ปกครองสามารถเบิกค่าเล่าเรียนได้	67	16.75
2.4) สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้	61	15.25
2.5) มีการอำนวยความสะดวกด้านเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างเพียงพอและเหมาะสม	135	33.75

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

(n=400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ปัจจัยด้านสถานที่		
3.1) สถานที่ตั้งของวิทยาลัยอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	87	21.75
3.2) สถานที่ตั้งของวิทยาลัยอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	42	10.50
3.3) การเดินทางไป-มาสะดวก และปลอดภัย	189	47.25
3.4) มีระดับการศึกษาต่อเนื่องถึง ปวส.	82	20.50
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		
4.1) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หรือป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เป็นต้น	52	13.00
4.2) การแนะนำของครู/ครูแนะแนวจากโรงเรียนเดิม	46	11.50
4.3) ศิษย์เก่าของวิทยาลัยในเครือข่ายเป็นผู้แนะนำ	24	6.00
4.4) ญาติพี่น้องหรือเพื่อนเป็นผู้แนะนำ	53	13.25
4.5) มีการให้ของขวัญ ของรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นๆ สำหรับผู้ที่ชำระค่าเล่าเรียนตามระยะเวลาที่กำหนด	43	10.75
4.6) มีจดหมายข่าวเกี่ยวกับสาขาที่เปิดสอน กิจกรรมของวิทยาลัย รวมถึงการแนะนำการสมัครงานส่งให้ถึงบ้าน	34	8.50
4.7) มีงานรองรับ	103	25.75
4.8) มีทุนการศึกษา	44	11.00
5. ปัจจัยด้านบุคลากร		
5.1) ผู้บริหารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม	41	10.25
5.2) ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถและวุฒิการศึกษาในสาขาที่สอน	138	34.50
5.3) ครูผู้สอนประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งในและนอกเวลาสอน	109	27.25
5.4) จำนวนครูผู้สอนมีเพียงพอและเหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา	59	14.75
5.5) เจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยมีความสุภาพและให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส	53	13.25

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

(n=400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ		
6.1) สภาพแวดล้อมของวิทยาลัยร่มรื่น สวยงาม และน่าศึกษาเล่าเรียน	112	28.00
6.2) ห้องเรียนสะอาด อากาศถ่ายเท และไม่มีเสียงรบกวนในการเรียนการสอน	59	14.75
6.3) มีห้องสมุดและห้องปฏิบัติการในการเรียนและฝึกทักษะที่เพียงพอ	66	16.50
6.4) มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัยและเพียงพอกับจำนวนนักศึกษา	104	26.00
6.5) อาคารสถานที่มีความสวยงาม มั่นคงและปลอดภัย	14	3.50
6.6) มีความทันสมัยในด้านเทคโนโลยี	45	11.25
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ		
7.1) มีการจัดระบบการเรียนการสอนที่ดี	135	33.75
7.2) มีระบบการติดตาม แจ้งความประพฤติของนักศึกษาให้ผู้ปกครองทราบอย่างสม่ำเสมอ และดูแลเอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี	60	15.00
7.3) มีกฎระเบียบในการควบคุมความประพฤติและการปฏิบัติตนของนักศึกษาให้อยู่ในกรอบที่ดีงามของสังคม	89	22.25
7.4) มีระบบการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากบุคคลภายนอกและนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น	41	10.25
7.5) มีการส่งเสริมกิจกรรมพิเศษ เช่น กีฬา ดนตรี เป็นต้น	75	18.75

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมากที่สุด คือ สาขาวิชาที่เปิดสอนมีให้เลือกเรียนได้หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคือ วิทยาลัยได้รับการประกันคุณภาพมาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ คิดเป็นร้อยละ 24.50 วิทยาลัยอยู่ในเครือข่ายหรือเป็นสาขาของวิทยาลัยอาชีวศึกษาที่มีอายุการก่อตั้งที่ยาวนานและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับคิดเป็นร้อยละ 13.25 มีการเปิดสอนทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ (ภาคค่ำ หรือเสาร์-อาทิตย์)

คิดเป็นร้อยละ 10.00 มีชุดเครื่องแบบที่สวยงามและทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 5.75 และสาขาวิชาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.25

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมากที่สุด คือ มีการอำนวยความสะดวกด้านเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างเพียงพอและเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ ได้รับส่วนลดค่าเล่าเรียน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ผู้ปกครองสามารถเบิกค่าเล่าเรียนได้ คิดเป็นร้อยละ 16.75 ค่าธรรมเนียมการศึกษาถูกกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 16.00 และสามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.25

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่ ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมากที่สุด คือ การเดินทางไป-มาสะดวก และปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของวิทยาลัยอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก คิดเป็นร้อยละ 21.75 มีระดับการศึกษาต่อเนื่องถึง ปวส. คิดเป็นร้อยละ 20.50 และสถานที่ตั้งของวิทยาลัยอยู่ใกล้แหล่งชุมชน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.50

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมากที่สุด คือ มีงานรองรับ คิดเป็นร้อยละ 25.75 รองลงมาคือ ญาติพี่น้องหรือเพื่อนเป็นผู้แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 13.25 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หรือป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 13.00 การแนะนำของครู/ครูแนะแนวจากโรงเรียนเดิม คิดเป็นร้อยละ 11.50 มีทุนการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.00 มีการให้ของขวัญ ของรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นๆ สำหรับผู้ที่ชำระค่าเล่าเรียนตามระยะเวลาที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 10.75 มีจดหมายข่าวเกี่ยวกับสาขาที่เปิดสอน กิจกรรมของวิทยาลัย รวมถึงการแนะนำการสมัครงานส่งให้ถึงบ้าน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และศิษย์เก่าของวิทยาลัยในเครือข่ายเป็นผู้แนะนำ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.00

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมากที่สุด คือ ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถและวุฒิการศึกษาในสาขาที่สอน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาคือ ครูผู้สอนประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งในและนอกเวลาสอน คิดเป็นร้อยละ 27.25 จำนวนครูผู้สอนมีเพียงพอและเหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 14.75 เจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยมีความสุภาพและให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส คิดเป็นร้อยละ 13.25 และผู้บริหารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.25

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมของวิทยาลัยร่มรื่น สวยงาม และน่าศึกษาเล่าเรียน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัยและเพียงพอกับจำนวนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.00 มีห้องสมุดและห้องปฏิบัติการในการเรียนและฝึกทักษะที่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 16.50 ห้องเรียนสะอาด อากาศถ่ายเท และไม่มีเสียงรบกวนในการเรียนการสอน คิดเป็นร้อยละ 14.75 มีความทันสมัยในด้านเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 11.25 และอาคารสถานที่มีความสวยงาม มั่นคงและปลอดภัย น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.50

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมากที่สุด คือ มีการจัดระบบการเรียนการสอนที่ดี คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ มีกฎระเบียบในการควบคุมความประพฤติและการปฏิบัติตนของนักศึกษาให้อยู่ในกรอบที่ดีงามของสังคม คิดเป็นร้อยละ 22.25 มีการส่งเสริมกิจกรรมพิเศษ เช่น กีฬา ดนตรี เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 18.75 มีระบบการติดตาม แจ้งความประพฤติของนักศึกษาให้ผู้ปกครองทราบอย่างสม่ำเสมอ และดูแลเอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมีระบบการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากบุคคลภายนอกและนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.25

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยการทดสอบด้วยค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2-test) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามเพศ

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	เพศ			χ^2	Sig.
	ชาย	หญิง	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	16	10	26	7.499	0.277
	(4.00)	(2.50)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	45	75	120		
	(11.25)	(18.75)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	45	76	121		
	(11.25)	(19.00)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	13	25	38		
	(3.25)	(6.25)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	6	14	20		
	(1.50)	(3.50)	(5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	9	16	25		
	(2.25)	(4.00)	(6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	22	28	50		
	(5.50)	(7.00)	(12.50)		
รวม	156	244	400		
	(39.00)	(61.00)	(100.00)		

จากตารางที่ 4.4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามเพศ พบว่า เพศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

ตารางที่ 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามระดับผลการเรียน

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ระดับผลการเรียน					χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 2.00	2.00-2.50	2.51-3.00	มากกว่า 3.00 ขึ้นไป	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	8 (2.00)	11 (2.75)	3 (0.75)	4 (1.00)	26 (6.50)	31.027	0.029*
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	16 (4.00)	30 (7.50)	35 (8.75)	38 (9.50)	120 (30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	17 (4.25)	44 (11.00)	36 (9.00)	25 (6.25)	121 (30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	10 (2.50)	7 (1.75)	15 (3.75)	6 (1.50)	38 (9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	8 (2.00)	5 (1.25)	4 (1.00)	3 (0.75)	20 (5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	6 (1.50)	9 (2.25)	4 (1.00)	6 (1.50)	25 (6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	11 (2.75)	17 (4.25)	12 (3.00)	10 (2.50)	50 (12.50)		
รวม	76 (19.00)	123 (30.75)	109 (27.25)	92 (23.00)	400 (100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามระดับผลการเรียน พบว่า ระดับผลการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	อาชีพของผู้ปกครอง						χ^2	Sig.
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	รับจ้างทั่วไป	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4 (1.00)	2 (0.50)	7 (1.75)	11 (2.75)	2 (0.50)	26 (6.50)	29.087	0.217
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	10 (2.50)	3 (0.75)	26 (6.50)	63 (15.75)	18 (4.50)	120 (30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	9 (2.25)	5 (1.25)	21 (5.25)	59 (14.75)	27 (6.75)	121 (30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	1 (0.25)	0 (0.00)	10 (2.50)	17 (4.25)	10 (2.50)	38 (9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	1 (0.25)	1 (0.25)	4 (1.00)	9 (2.25)	5 (1.25)	20 (5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	3 (0.75)	0 (0.00)	5 (1.25)	14 (3.50)	3 (0.75)	25 (6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษฯ	0 (0.00)	3 (0.75)	7 (1.75)	22 (5.50)	18 (4.50)	50 (12.50)		
รวม	28 (7.00)	14 (3.50)	80 (20.00)	195 (48.75)	83 (20.75)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง พบว่า อาชีพของผู้ปกครองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

ตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว						χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	6 (1.50)	8 (2.00)	3 (0.75)	7 (1.75)	2 (0.50)	26 (6.50)	40.058	0.021*
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	18 (4.50)	52 (13.00)	30 (7.50)	15 (3.75)	9 (2.25)	120 (30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	23 (5.75)	54 (13.50)	21 (5.25)	13 (3.25)	6 (1.50)	121 (30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	13 (3.25)	12 (3.00)	6 (1.50)	5 (1.25)	2 (0.50)	38 (9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	4 (1.00)	8 (2.00)	4 (1.00)	3 (0.75)	1 (0.25)	20 (5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	1 (0.25)	9 (2.25)	5 (1.25)	8 (2.00)	2 (0.50)	25 (6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษฯ	16 (4.00)	27 (6.75)	5 (1.25)	1 (0.25)	1 (0.25)	50 (12.50)		
รวม	81 (20.25)	170 (42.50)	74 (18.50)	52 (13.00)	23 (5.75)	400 (100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มี

ความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามจำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา					χ^2	Sig.
	คนเดียว	2-3 คน	4-5 คน	ตั้งแต่ 6 คน ขึ้นไป	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	7	16	2	1	26	27.086	0.077
	(1.75)	(4.00)	(0.50)	(0.25)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	34	70	10	6	120		
	(8.50)	(17.50)	(2.50)	(1.50)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	46	62	8	5	121		
	(11.50)	(15.50)	(2.00)	(1.25)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	13	17	3	5	38		
	(3.25)	(4.25)	(0.75)	(1.25)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	5	10	1	4	20		
	(1.25)	(2.50)	(0.25)	(1.00)	(5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	9	14	2	0	25		
	(2.25)	(3.50)	(0.50)	(0.00)	(6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษฯ ระหว่างเรียน	8	34	7	1	50		
	(2.00)	(8.50)	(1.75)	(0.25)	(12.50)		
รวม	122	223	33	22	400		
	(30.50)	(55.75)	(8.25)	(5.50)	(100.00)		

จากตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามจำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา พบว่า จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษาในครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

ตารางที่ 4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ						χ^2	Sig.
	พ่อ-แม่	เพื่อน	ครู	พี่-น้อง	อื่นๆ	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	22	2	0	2	0	26	47.886	0.003*
	(5.50)	(0.50)	(0.00)	(0.50)	(0.00)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่	112	0	1	5	2	120		
คาดหวังจะทำในอนาคต	(28.00)	(0.00)	(0.25)	(1.25)	(0.50)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถ	116	0	1	2	2	121		
ประกอบอาชีพได้หลากหลาย	(29.00)	(0.00)	(0.25)	(0.50)	(0.50)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	34	1	2	1	0	38		
	(8.50)	(0.25)	(0.50)	(0.25)	(0.00)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	16	0	1	0	3	20		
	(4.00)	(0.00)	(0.25)	(0.00)	(0.75)	(5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้ง	23	0	1	0	1	25		
ภาคปกติและภาคพิเศษ	(5.75)	(0.00)	(0.25)	(0.00)	(0.25)	(6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษ	41	2	0	3	4	50		
ระหว่างเรียน	(10.25)	(0.50)	(0.00)	(0.75)	(1.00)	(12.50)		
รวม	364	5	6	13	12	400		
	(91.00)	(1.25)	(1.50)	(3.25)	(3.00)	(100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ พบว่า บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามสาขาที่เลือกศึกษาต่อ

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	สาขาที่เลือกศึกษาต่อ							χ^2	Sig.
	คหกรรม	อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	ศิลปะกรรม	เกษตรกรรมและประมง	อุตสาหกรรม	บริหารธุรกิจและพานิชยกรรม	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	5 (1.25)	3 (0.75)	4 (1.00)	6 (1.50)	1 (0.25)	7 (1.75)	26 (6.50)	44.785	0.040*
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	6 (1.50)	38 (9.50)	18 (4.50)	8 (2.00)	9 (2.25)	41 (10.25)	120 (30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	9 (2.25)	28 (7.00)	20 (5.00)	8 (2.00)	11 (2.75)	45 (11.25)	121 (30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	6 (1.50)	6 (1.50)	13 (3.25)	3 (0.75)	0 (0.00)	10 (2.50)	38 (9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	0 (0.00)	7 (1.75)	3 (0.75)	2 (0.50)	1 (0.25)	7 (1.75)	20 (5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	2 (0.50)	5 (1.25)	4 (1.00)	4 (1.00)	2 (0.50)	8 (2.00)	25 (6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	3 (0.75)	14 (3.50)	14 (3.50)	1 (0.25)	5 (1.25)	13 (3.25)	50 (12.50)		
รวม	31 (7.75)	101 (25.25)	76 (19.00)	32 (8.00)	29 (7.25)	131 (32.75)	400 (100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามสาขาที่เลือกศึกษาต่อ พบว่า สาขาที่เลือกศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามลักษณะของโรงเรียน

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ลักษณะของโรงเรียน			χ^2	Sig.
	โรงเรียนมัธยมศึกษา	โรงเรียนขยายโอกาส	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	9	17	26	14.849	0.021*
	(2.25)	(4.25)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	81	39	120		
	(20.25)	(9.75)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	63	58	121		
	(15.75)	(14.50)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	25	13	38		
	(6.25)	(3.25)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	12	8	20		
	(3.00)	(2.00)	(5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	14	11	25		
	(3.50)	(2.75)	(6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	24	26	50		
	(6.00)	(6.50)	(12.50)		
รวม	228	172	400		
	(57.00)	(43.00)	(100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามลักษณะของ

โรงเรียน พบว่า ลักษณะของโรงเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามสถานที่ตั้งอำเภอ

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	สถานที่ตั้งอำเภอ				χ^2	Sig.
	บ้านตาขุน	พนม	คีรีรัฐนิคม	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	6	15	5	26	21.308	0.046*
	(1.50)	(3.75)	(1.25)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่	31	55	34	120		
คาดหวังจะทำในอนาคต	(7.75)	(13.75)	(8.50)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถ	28	65	28	121		
ประกอบอาชีพได้หลากหลาย	(7.00)	(16.25)	(7.00)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	6	19	13	38		
	(1.50)	(4.75)	(3.25)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	5	12	3	20		
	(1.25)	(3.00)	(0.75)	(5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาค	1	12	12	25		
ปกติและภาคพิเศษ	(0.25)	(3.00)	(3.00)	(6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษ	5	23	22	50		
ระหว่างเรียน	(1.25)	(5.75)	(5.50)	(12.50)		
รวม	82	201	117	400		
	(20.50)	(50.25)	(29.25)	(100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามสถานที่ตั้งอำเภอ พบว่า สถานที่ตั้งอำเภอของโรงเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยการทดสอบด้วยค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2-test) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์							χ^2	Sig.
	วิทยาลัยอยู่ในเครือข่ายฯ ที่มีอายุการก่อตั้งที่ยาวนานและมีชื่อเสียงฯ	วิทยาลัยได้รับการประกันคุณภาพมาตรฐานการศึกษาฯ	สาขาที่เปิดสอนมีให้เลือกเรียนได้หลากหลาย	สาขาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	มีการเปิดสอนทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	มีชุดเครื่องแบบที่สวยงามและทันสมัย	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	12	6	4	1	1	2	26	1.120	0.000*
	(3.00)	(1.50)	(1.00)	(0.25)	(0.25)	(0.50)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	5	34	64	2	7	8	120		
	(1.25)	(8.50)	(16.00)	(0.50)	(1.75)	(2.00)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	24	33	48	3	5	8	121		
	(6.00)	(8.25)	(12.00)	(0.75)	(1.25)	(2.00)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	5	6	17	2	7	1	38		
	(1.25)	(1.50)	(4.25)	(0.50)	(1.75)	(0.25)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	3	4	7	0	6	0	20		
	(0.75)	(1.00)	(1.75)	(0.00)	(1.50)	(0.00)	(5.00)		

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์							χ^2	Sig.
	วิทยาลัยอยู่ในเครือข่ายฯ ที่มีอายุการก่อตั้งที่ยาวนานและมีชื่อเสียงฯ	วิทยาลัยได้รับการประกันคุณภาพมาตรฐานการศึกษาฯ	สาขาที่เปิดสอนมีให้เลือกเรียนได้หลากหลาย	สาขาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	มีการเปิดสอนทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	มีชุดเครื่องแบบที่สวยงามและทันสมัย	รวม		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	2 (0.50)	1 (0.25)	7 (1.75)	4 (1.00)	10 (2.50)	1 (0.25)	25 (6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	2 (0.50)	14 (3.50)	26 (6.50)	1 (0.25)	4 (1.00)	3 (0.75)	50 (12.50)		
รวม	53 (13.25)	98 (24.50)	173 (43.25)	13 (3.25)	40 (10.00)	23 (5.75)	400 (100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา						χ^2	Sig.
	ค่าธรรมเนียมการศึกษาถูกกว่าที่อื่น	ได้รับส่วนลดค่าเล่าเรียน	ผู้ปกครองสามารถเบิกค่าเล่าเรียนได้	สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้	มีการอำนวยความสะดวกด้านการกู้ยืมเงินฯ	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	5	4	4	3	10	26	18.324	0.787
	(1.25)	(1.00)	(1.00)	(0.75)	(2.50)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	20	24	19	21	36	120		
	(5.00)	(6.00)	(4.75)	(5.25)	(9.00)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	19	22	20	18	42	121		
	(4.75)	(5.50)	(5.00)	(4.50)	(10.50)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	11	8	7	6	6	38		
	(2.75)	(2.00)	(1.75)	(1.50)	(1.50)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	1	4	3	2	10	20		
	(0.25)	(1.00)	(0.75)	(0.50)	(2.50)	(5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	3	5	5	4	8	25		
	(0.75)	(1.25)	(1.25)	(1.00)	(2.00)	(6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	5	6	9	7	23	50		
	(1.25)	(1.50)	(2.25)	(1.75)	(5.75)	(12.50)		
รวม	64	73	67	61	135	400		
	(16.00)	(18.25)	(16.75)	(15.25)	(33.75)	(100.00)		

ตารางที่ 4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่					χ^2	Sig.
	สถานที่ตั้งของวิทยาลัยอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	สถานที่ตั้งของวิทยาลัยอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	การเดินทางไป-มาสะดวกและปลอดภัย	มีระดับการศึกษาต่อเนื่องถึง ปวส.	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	6	1	15	4	26	27.445	0.071
	(1.50)	(0.25)	(3.75)	(1.00)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	22	8	64	26	120		
	(5.50)	(2.00)	(16.00)	(6.50)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	25	20	54	22	121		
	(6.25)	(5.00)	(13.50)	(5.50)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	11	7	15	5	38		
	(2.75)	(1.75)	(3.75)	(1.25)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	8	1	6	5	20		
	(2.00)	(0.25)	(1.50)	(1.25)	(5.00)		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	4	1	16	4	25		
	(1.00)	(0.25)	(4.00)	(1.00)	(6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	11	4	19	16	50		
	(2.75)	(1.00)	(4.75)	(4.00)	(12.50)		
รวม	87	42	189	82	400		
	(21.75)	(10.50)	(47.25)	(20.50)	(100.00)		

ตารางที่ 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด									χ^2	Sig.
	มีการโฆษณาฯ ผ่านสื่อต่างๆ	การแนะนำของครู/ครูแนะแนวฯ	ศิษย์เก่าของวิทยาลัยในเครือข่ายเป็นผู้แนะนำ	ญาติพี่น้องหรือเพื่อนเป็นผู้แนะนำ	มีการให้ของขวัญ ของรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นฯ	มีจดหมายข่าวฯ ส่งให้ถึงบ้าน	มีงานรองรับ	มีทุนการศึกษา	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	5	4	1	5	5	1	3	2	26	96.242	0.000*
	(1.25)	(1.00)	(0.25)	(1.25)	(1.25)	(0.25)	(0.75)	(0.50)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	16	13	7	8	7	16	34	19	120		
	(4.00)	(3.25)	(1.75)	(2.00)	(1.75)	(4.00)	(8.50)	(4.75)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	14	19	8	12	12	9	41	6	121		
	(3.50)	(4.75)	(2.00)	(3.00)	(3.00)	(2.25)	(10.25)	(1.50)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	3	3	2	10	12	2	3	3	38		
	(0.75)	(0.75)	(0.50)	(2.50)	(3.00)	(0.50)	(0.75)	(0.75)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	0	1	2	7	0	2	3	5	20		
	(0.00)	(0.25)	(0.50)	(1.75)	(0.00)	(0.50)	(0.75)	(1.25)	(5.00)		

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด									χ^2	Sig.
	มีการโฆษณาฯ ผ่านสื่อต่างๆ	การแนะนำของครู/ครูแนะแนวฯ	ศิษย์เก่าของวิทยาลัยในเครือข่ายเป็นผู้แนะนำ	ญาติพี่น้องหรือเพื่อนเป็นผู้แนะนำ	มีการให้ของขวัญ ของรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นๆ	มีจดหมายข่าวฯ ส่งให้ถึงบ้าน	มีงานรองรับ	มีทุนการศึกษา	รวม		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	1 (0.25)	3 (0.75)	2 (0.50)	6 (1.50)	1 (0.25)	0 (0.00)	6 (1.50)	6 (1.50)	25 (6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	13 (3.25)	3 (0.75)	2 (0.50)	5 (1.25)	6 (1.50)	4 (1.00)	13 (3.25)	4 (1.00)	50 (12.50)		
รวม	52 (13.00)	46 (11.50)	24 (6.00)	53 (13.25)	43 (10.75)	34 (8.50)	103 (25.75)	45 (11.25)	400 (100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร						χ^2	Sig.
	ผู้บริหารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม	ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถและวุฒิการศึกษาในสาขาที่สอน	ครูผู้สอนประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งในและนอกเวลาสอน	จำนวนครูผู้สอนมีเพียงพอและเหมาะสมฯ	เจ้าหน้าที่ฯ มีความสุภาพและให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	8	7	5	3	3	26	48.481	0.002*
	(2.00)	(1.75)	(1.25)	(0.75)	(0.75)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	11	46	36	15	12	120		
	(2.75)	(11.50)	(9.00)	(3.75)	(3.00)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	13	47	20	24	17	121		
	(3.25)	(11.75)	(5.00)	(6.00)	(4.25)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	3	10	14	10	1	38		
	(0.75)	(2.50)	(3.50)	(2.50)	(0.25)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	0	8	7	2	3	20		
	(0.00)	(2.00)	(1.75)	(0.50)	(0.75)	(5.00)		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร						χ^2	Sig.
	ผู้บริหารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม	ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถและวุฒิการศึกษาในสาขาที่สอน	ครูผู้สอนประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งในและนอกเวลาสอน	จำนวนครูผู้สอนมีเพียงพอและเหมาะสมฯ	เจ้าหน้าที่ฯ มีความสุภาพและให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส	รวม		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	2	8	7	3	5	25		
	(0.50)	(2.00)	(1.75)	(0.75)	(1.25)	(6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	4	12	20	2	12	50		
	(1.00)	(3.00)	(5.00)	(0.50)	(3.00)	(12.50)		
รวม	41	138	109	59	53	400		
	(10.25)	(34.50)	(27.25)	(14.75)	(13.25)	(100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ							χ^2	Sig.
	สภาพแวดล้อมฯ ร่มรื่น สวยงาม น่าศึกษาเล่าเรียน	ห้องเรียนสะอาด อากาศถ่ายเทและไม่มีเสียงรบกวนฯ	มีห้องสมุดและห้องปฏิบัติการฯ และฝึกทักษะที่เพียงพอ	มีเครื่องมือและอุปกรณ์ฯ ที่ทันสมัยและเพียงพอ	อาคารสถานที่สวยงาม มั่นคง และปลอดภัย	มีความทันสมัยในด้านเทคโนโลยี	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	6	4	6	5	0	5	26	45.099	0.038*
	(1.50)	(1.00)	(1.50)	(1.25)	(0.00)	(1.25)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	34	13	19	35	6	13	120		
	(8.50)	(3.25)	(4.75)	(8.75)	(1.50)	(3.25)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	41	18	16	36	1	9	121		
	(10.25)	(4.50)	(4.00)	(9.00)	(0.25)	(2.25)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	7	5	10	7	4	5	38		
	(1.75)	(1.25)	(2.50)	(1.75)	(1.00)	(1.25)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	2	7	4	5	0	2	20		
	(0.50)	(1.75)	(1.00)	(1.25)	(0.00)	(0.50)	(5.00)		

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ							χ^2	Sig.
	สภาพแวดล้อมฯ ร่มรื่น สวยงาม น่าศึกษาเล่าเรียน	ห้องเรียนสะอาด อากาศถ่ายเทและไม่มีเสียงรบกวนฯ	มีห้องสมุดและห้องปฏิบัติการฯ และฝึกทักษะที่เพียงพอ	มีเครื่องมือและอุปกรณ์ฯ ที่ทันสมัยและเพียงพอ	อาคารสถานที่สวยงาม มั่นคง และปลอดภัย	มีความทันสมัยในด้านเทคโนโลยี	รวม		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	7 (1.75)	0 (0.00)	5 (1.25)	8 (2.00)	0 (0.00)	5 (1.25)	25 (6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	15 (3.75)	12 (3.00)	6 (1.50)	8 (2.00)	3 (0.75)	6 (1.50)	50 (12.50)		
รวม	112 (28.00)	59 (14.75)	66 (16.50)	104 (26.00)	14 (3.50)	45 (11.25)	400 (100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ						χ^2	Sig.
	มีการจัดระบบการเรียนการสอนที่ดี	มีระบบการติดตาม แจ้งความประพฤติให้ผู้ปกครองทราบฯ	มีกฎระเบียบในการควบคุมความประพฤติฯ ให้อยู่ในกรอบที่ดีงาม	มีระบบการรับฟังความคิดเห็นฯ และนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น	มีการส่งเสริมกิจกรรมพิเศษ	รวม		
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	13	6	2	0	5	26	37.292	0.041*
	(3.25)	(1.50)	(0.50)	(0.00)	(1.25)	(6.50)		
2. สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต	44	11	24	15	26	120		
	(11.00)	(2.75)	(6.00)	(3.75)	(6.50)	(30.00)		
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	40	19	28	12	22	121		
	(10.00)	(4.75)	(7.00)	(3.00)	(5.50)	(30.25)		
4. ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก	11	8	13	3	3	38		
	(2.75)	(2.00)	(3.25)	(0.75)	(0.75)	(9.50)		
5. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก	3	8	5	1	3	20		
	(0.75)	(2.00)	(1.25)	(0.25)	(0.75)	(5.00)		

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

(n=400)

เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ						χ^2	Sig.
	มีการจัดระบบการเรียนการสอนที่ดี	มีระบบการติดตาม แจ้งความประพฤติให้ผู้ปกครองทราบฯ	มีกฎระเบียบในการควบคุมความประพฤติฯ ให้อยู่ในกรอบที่ดีงาม	มีระบบการรับฟังความคิดเห็นฯ และนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น	มีการส่งเสริมกิจกรรมพิเศษ	รวม		
6. สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ	12 (3.00)	2 (0.50)	3 (0.75)	3 (0.75)	5 (1.25)	25 (6.25)		
7. สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน	12 (3.00)	6 (1.50)	14 (3.50)	7 (1.75)	11 (2.75)	50 (12.50)		
รวม	135 (33.75)	60 (15.00)	89 (22.25)	41 (10.25)	75 (18.75)	400 (100.00)		

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่ กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ กับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	เหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3
ปัจจัยส่วนบุคคล	
1. เพศ	-
2. ระดับผลการเรียน	□
3. อาชีพของผู้ปกครอง	-
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	□
5. จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา	-
6. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ	□
7. สาขาที่เลือกศึกษาต่อ	□
8. ลักษณะของโรงเรียน	□
9. สถานที่ตั้งอำเภอ	□
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	□
2. ปัจจัยด้านราคา	-
3. ปัจจัยด้านสถานที่	-
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	□
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	□
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	□
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ	□

หมายเหตุ: □ หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์-ธานี ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับผลการเรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ สาขาที่เลือกศึกษาต่อ ลักษณะของโรงเรียน และ

สถานที่ตั้งอำเภอ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5
สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถสรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. สรุปการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

1.1.2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

1.1.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

1.1.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา เขตพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอพนม และอำเภอคีรีรัฐนิคม รวมจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามเขตพื้นที่อำเภอ โรงเรียนและประเภทของโรงเรียน แล้วจึงสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มในจำนวนที่เท่ากัน และสุ่มเลือกผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง

ซึ่งผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรงกับกลุ่มตัวอย่าง และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วนคืนมาจำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2-test) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.3 ผลการศึกษา

ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับผลการเรียน 2.00-2.50 ผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และจำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา 2-3 คน ซึ่งพ่อ-แม่ เป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ โดยเลือกศึกษาต่อในสาขาบริหารธุรกิจและพานิชยกรรม ส่วนใหญ่ศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา ในเขตพื้นที่อำเภอพนม

1.3.2 ความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย รองลงมาคือ สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต และสามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน ตามลำดับ

1.3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ใช้พิจารณาในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในแต่ละด้าน โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สาขาวิชาที่เปิดสอนมีให้เลือกเรียนได้หลากหลาย ปัจจัยด้านราคา คือ มีการอำนวยความสะดวกด้านเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างเพียงพอและเหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่ คือ การเดินทางไป-มาสะดวก และปลอดภัย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีงานรองรับ ปัจจัยด้านบุคลากร คือ ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถและวุฒิการศึกษาในสาขาที่สอน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ สภาพแวดล้อมของวิทยาลัยร่มรื่น สวยงาม และน่าศึกษาเล่าเรียน และปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการจัดระบบการเรียนการสอนที่ดี

1.3.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับผลการเรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ สาขาที่เลือกศึกษาต่อ ลักษณะของโรงเรียน และสถานที่ตั้งอำเภอ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว สามารถอภิปรายผลโดยแยกประเด็นตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

2.1 การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

จากการวิเคราะห์การเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย รองลงมาคือ สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต และสามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียนตามลำดับ สอดคล้องกับผลการศึกษาของยศศักดิ์ ทองสุข (2551) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาช่างไฟฟ้ากำลัง โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม ด้านความมุ่งหมายทางการศึกษา คือ ต้องการใช้ความรู้หรือคุณวุฒิไปใช้ในการทำงาน และละเอียด ศรีหาเหง่า (2549) ที่พบว่า เหตุผลของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาของเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพราะเมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจหรือเป็นผู้ประกอบการ และเนื่องจากผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ปศุสัตว์และประมง ซึ่งมีรายได้ไม่แน่นอน ดังนั้น การที่นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียนได้ จึงเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระส่วนหนึ่งของครอบครัว ทั้งยังเป็นการฝึกงานและเพิ่มพูนประสบการณ์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการทำงานและการประกอบอาชีพในอนาคต ดังที่ วีระพันธ์ สิทธิพงศ์ และคณะ (2544) ได้กล่าวว่า จุดประสงค์ของการอาชีวศึกษา เพื่อให้การศึกษาและการฝึกอบรมที่จำเป็นแก่การประกอบอาชีพโดยตรงและเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกเรียนได้ตามความถนัด ความสนใจ และความต้องการของตลาดแรงงาน โดยให้การฝึกงานฝึกฝีมือที่ใช้เทคโนโลยีโดยปฏิบัติจนเกิดทักษะนำไปประกอบอาชีพได้จริง

2.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

จากการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญทางการตลาด โดยจะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสนองความพึงพอใจหรือสามารถตอบสนองแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ (Kotler, 1994) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ใช้พิจารณาในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในแต่ละด้าน ดังนี้

2.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สาขาวิชาที่เปิดสอนมีให้เลือกเรียนได้หลากหลาย ทั้งนี้ เพื่อให้นักศึกษาได้เลือกเรียนได้ตามความสนใจและความถนัด สอดคล้องกับผลการศึกษาของยศศักดิ์ ทองสุข (2551) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพสาขาช่างไฟฟ้ากำลัง โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม ด้านหลักสูตร คือ หลักสูตรที่ส่งเสริมความก้าวหน้าของตนเองในอนาคต หลักสูตรตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรตรงกับความสามารถและความถนัด และตรงกับความต้องการที่จะศึกษาต่อ โดยการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา มุ่งให้ผู้ที่ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรมในสาขาที่เรียน ได้มีสมรรถภาพในการทำงาน มีความสามารถในการประกอบอาชีพตามความต้องการและความถนัด รวมทั้งความรู้ความสามารถและทักษะในการผลิตได้จริง

2.2.2 ปัจจัยด้านราคา คือ มีการอำนวยความสะดวกด้านเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างเพียงพอและเหมาะสม สอดคล้องกับผลการศึกษาของปริวิชญ์ ไชยประเสริฐ (2549) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย ด้านราคา คือ สถานศึกษามีบริการทุนการศึกษาหรือกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และมีโครงการหารายได้ระหว่างเรียนให้กับนักเรียน ทั้งนี้ เนื่องจากส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ปศุสัตว์และประมง ซึ่งมีรายได้ไม่แน่นอน และนอกจากค่าเล่าเรียนแล้ว ยังต้องมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอุปกรณ์การศึกษา ค่ากิจกรรม เป็นต้น รวมถึงครอบครัวส่วนใหญ่มีจำนวนบุตรหลานที่ระหว่างศึกษา 2-3 คน ดังนั้น ค่าธรรมเนียมการศึกษาจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการศึกษาต่อ และการที่สถานศึกษามีการอำนวยความสะดวกด้านเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างเพียงพอและเหมาะสม จึงเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง

2.2.3 ปัจจัยด้านสถานที่ คือ การเดินทางไป-มาสะดวก และปลอดภัย สอดคล้องกับผลการศึกษาของปริวิชญ์ ไชยประเสริฐ (2549) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย ด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานศึกษามีที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก ทั้งนี้ จะช่วยให้ผู้เรียนรวมถึงบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้และไปใช้ทรัพยากรต่างๆ ของสถานศึกษาได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้หากสถานศึกษาเปิดสอนในภาคค่ำ จึงต้องให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งที่สามารถเดินทางได้สะดวก ทั้งนี้ เพื่อความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เรียนด้วย

2.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีงานรองรับ เนื่องจากปัจจุบันจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีนิคมอุตสาหกรรมและโรงงานอุตสาหกรรมเปิดกิจการมากขึ้น และมีแรงงานต่างถิ่นเข้ามาทำงานในพื้นที่จำนวนมาก ทำให้ตลาดแรงงานมีการแข่งขันสูง ดังนั้น หากสถานศึกษาสามารถจัดให้มีงานรองรับนักศึกษาที่จบการศึกษาจากสถาบัน ให้มีงานทำเป็นหลักแหล่งและรายได้ที่แน่นอน ก็จะช่วยเป็นการบางเบาภาระในการออกหางาน โดยเฉพาะหากสามารถทำงานในพื้นที่ได้ จะทำให้นักศึกษาได้มีโอกาสอยู่ดูแลครอบครัว ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและมีเงินเหลือใช้ในการออมมากขึ้น

2.2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร คือ ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถและวุฒิการศึกษาในสาขาที่สอน ทั้งนี้ เพราะครูมีหน้าที่ในการให้ความรู้ ซึ่งนักศึกษาจะมีความเข้าใจมีความรู้และความสามารถในสาขาวิชาที่เรียนหรือไม่ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของครูผู้สอนในการจัดการเรียนรู้หรือการจัดการศึกษา เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการเรียนรู้หรือจัดการศึกษา ซึ่งครูผู้สอนเองก็ต้องมีการพัฒนาตนเองศึกษาหาความรู้ และฝึกฝนให้มีทักษะหรือความชำนาญอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน

2.2.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ สภาพแวดล้อมของวิทยาลัยร่มรื่นสวยงาม และน่าศึกษาเล่าเรียน สอดคล้องกับผลการศึกษาของยศศักดิ์ ทองสุข (2551) ที่พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงและบทบาทของโรงเรียนที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพสาขาช่างไฟฟ้ากำลัง โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม คือ โรงเรียนมีบรรยากาศสภาพแวดล้อมเหมาะสมต่อการเรียน ทั้งนี้ เพราะสภาพแวดล้อมมีผลต่อประสิทธิภาพการเรียนการสอน ซึ่งส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของผู้เรียนโดยตรง

2.2.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการจัดระบบการเรียนการสอนที่ดี ทั้งนี้ เพราะสถานศึกษาที่ให้ความสำคัญทั้งด้านการจัดระบบการเรียนการสอนที่ดี และกิจกรรมเสริม จะเป็นสิ่งยืนยันถึงคุณภาพการศึกษาของผู้เรียน ที่จะสามารถทำงานและทำกิจกรรมร่วมกันในสังคมได้อย่างประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจุบันมีระบบประกันคุณภาพการศึกษา ในขณะเดียวกันสถานศึกษาต่างออก

นอกระบบราชการ และมีการบริหารงานในลักษณะเป็นนิติบุคคลมากขึ้นทำให้มีการแข่งขันในธุรกิจการศึกษาค่อนข้างสูง

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับผลการเรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ สาขาที่เลือกศึกษาต่อ ลักษณะของโรงเรียน และสถานที่ตั้งอำเภอ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

2.3.1 ระดับผลการเรียน พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ส่วนใหญ่ซึ่งมีระดับผลการเรียนต่ำกว่า 3.00 มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของละเอียด ศรีหาเหง่า (2549) ที่พบว่า เหตุผลของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาของเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพราะมีความได้เปรียบในการสมัครงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาเป็นการศึกษาในสายวิชาชีพหรือระดับปฏิบัติการ ซึ่งนักศึกษาที่มีผลการเรียนไม่สูงนักก็สามารถเข้าเรียนได้ โดยมีหลากหลายสาขาวิชาชีพให้เลือกศึกษา

2.3.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ส่วนใหญ่ซึ่งครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย ทั้งนี้ คาดว่าผู้สำเร็จจากวิทยาลัยอาชีวศึกษาจะสามารถทำงานได้ทันที หรือเมื่อได้รับการอบรมหรือฝึกงานเพิ่มเติมเพียงเล็กน้อย ซึ่งจะเป็นการช่วยเหลือและแบ่งเบาภาระด้านค่าใช้จ่ายของครอบครัวได้

2.3.3 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ส่วนใหญ่ซึ่งพ่อ-แม่เป็นผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจ คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย ทั้งนี้ พ่อ-แม่ส่วนใหญ่ต่างก็หวังให้บุตรหลานของตนได้รับการศึกษาที่ดี มีงานทำและสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลายเมื่อสำเร็จการศึกษา และมีอนาคตที่ดี

2.3.4 สาขาที่เลือกศึกษาต่อ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่เลือกศึกษาต่อในสาขาคหกรรม สาขาศิลปกรรม สาขาเกษตรกรรมและประมง สาขาอุตสาหกรรม และสาขาบริหารธุรกิจและพานิชยกรรม มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจ คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถ

ประกอบอาชีพได้หลากหลาย ส่วนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่เลือกศึกษาต่อในสาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจ คือ สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต โดยการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาเป็นการศึกษาในสายวิชาชีพหรือระดับปฏิบัติการ ดังนั้น จึงสามารถเข้าทำงานในองค์การต่างๆ และประกอบอาชีพได้หลากหลาย ในขณะที่สาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอาชีพเฉพาะ นักศึกษาควรมีทักษะในการบริการและภาษา รวมถึงมีกฎระเบียบควบคุมในการประกอบอาชีพ ดังที่ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2542) กล่าวถึงความหมายของการอาชีวศึกษาในมุมมองของนักเรียนหรือผู้เรียนด้านอาชีวศึกษา ซึ่งมองการอาชีวศึกษาในด้านการศึกษาวิชาชีพในสาขาวิชาต่างๆ ตามความต้องการและความถนัดของตน เพื่อจะได้นำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพและทำงานได้

2.3.5 ลักษณะของโรงเรียน พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจ คือ สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ศึกษาในโรงเรียนขยายโอกาส มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจ คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษามีความพร้อมทางการศึกษามากกว่า จึงมีความคาดหวังและเป้าหมายในวิชาชีพที่ตนเองสนใจและต้องการประกอบเป็นอาชีพในอนาคต

2.3.6 สถานที่ตั้งอำเภอ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนในพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน และอำเภอคีรีรัฐนิคม มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจ คือ สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนในพื้นที่อำเภอพนม มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจ คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย สอดคล้องกับลักษณะของโรงเรียน โดยในพื้นที่อำเภอพนม นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ส่วนใหญ่ศึกษาในโรงเรียนขยายโอกาส รวมถึงสภาพเศรษฐกิจของอำเภอพนมมีลักษณะการประกอบอาชีพทางการเกษตร ค้าขายและรับจ้าง จึงมีความคาดหวังว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาจะสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ

คอตเลอร์ (Kotler, 2003) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งกล่าวถึงปัจจัยที่จูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ โดยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด เป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ หลังจากนั้นจะมีการตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ยกเว้นด้านราคา และด้านสถานที่ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากปัจจุบันนโยบายการส่งเสริมการศึกษาของรัฐบาลได้เปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการศึกษาต่อสามารถกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาได้ ส่วนการคมนาคมและการเดินทางก็มีความสะดวก รวดเร็ว มีบริการรถโดยสารประจำทาง นอกจากนี้ หลายครัวเรือนยังมีรถยนต์และรถจักรยานยนต์ให้บุตรหลานใช้เป็นพาหนะในการเดินทาง

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษาได้สรุปเป็นข้อเสนอแนะในการวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

3.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่หลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในพื้นที่ซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นความสามารถและศักยภาพในการนำไปประกอบอาชีพอิสระได้ นอกจากนี้ อาจมีการจัดหลักสูตรระยะสั้นสำหรับบุคคลทั่วไป เช่น หลักสูตรช่างไฟฟ้า ช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

3.1.2 ด้านราคา ควรมีการอำนวยความสะดวกด้านเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างเพียงพอและเหมาะสม รวมถึงมีการจัดสวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้ผู้เรียน เช่น มีทุนสนับสนุนสำหรับผู้ที่เรียนดีแต่ขาดแคลน สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ มีงานรองรับให้นักศึกษาหารายได้พิเศษระหว่างเรียน เป็นต้น

3.1.3 ด้านสถานที่ ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ที่มีการเดินทางไป-มาสะดวก และปลอดภัย มีรถโดยสารประจำทางผ่านหลายสาย หรือวิทยาลัยอาจจัดให้มีรถรับ-ส่งระหว่างวิทยาลัยกับสถานีโดยสารรถประจำทาง หรือมีหอพักให้บริการนักศึกษาภายในวิทยาลัยสำหรับผู้ที่มีบ้านอยู่ไกลหรือไม่ต้องการเดินทางไป-กลับ รวมถึงการจัดให้มีที่จอดรถกว้างขวาง โดยเฉพาะที่จอดรถจักรยานยนต์ เนื่องจากพื้นที่ต่างจังหวัดส่วนใหญ่นิยมใช้รถจักรยานยนต์ในการเดินทาง

3.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการประสานกับสถานประกอบการในพื้นที่เพื่อจัดทำหลักสูตรเฉพาะที่ตรงกับความต้องการแรงงาน เพื่อให้สถานประกอบการสามารถรับนักศึกษาเข้าทำงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา นอกจากนี้ ควรจัดให้มีการฝึกงานหรือทำงานพิเศษระหว่างเรียน เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสเพิ่มพูนทักษะความสามารถและมีรายได้พิเศษ

3.1.5 ด้านบุคลากร ควรมีการจัดเตรียมบุคลากรครูที่มีความรู้ความสามารถและวุฒิการศึกษาในแต่ละสาขาที่เปิดสอน และมีความประพฤติเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งในและนอกเวลาเรียน รวมถึงการจัดให้มีจำนวนครูผู้สอนและเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอและเหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา โดยบางหลักสูตรใช้ครูประจำ แต่บางหลักสูตรอาจใช้ครูหรือวิทยากรภายนอกก็ได้

3.1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรจัดสภาพแวดล้อมของวิทยาลัยร่มรื่น สวยงามและน่าศึกษาเล่าเรียน โดยจะต้องไม่อยู่ใกล้โรงงานอุตสาหกรรม หรือฟาร์มปศุสัตว์ที่ก่อให้มลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อการเรียนสอนและสุขภาพของผู้เรียน นอกจากนี้ ควรจัดให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย มีห้องสมุดและห้องปฏิบัติการในการเรียนและฝึกทักษะที่เพียงพอกับจำนวนนักเรียน รวมถึงการมีโรงอาหาร ร้านสวัสดิการหรือสหกรณ์ที่ผู้เรียนสามารถซื้อสิ่งของได้ในราคาถูก หรือร่วมเป็นสมาชิกเพื่อรับเงินปันผล

3.1.7 ด้านกระบวนการ โดยการจัดการศึกษาควรมีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภายนอก มีกฎระเบียบในการควบคุมความประพฤติและการปฏิบัติตนของนักศึกษาให้อยู่ในกรอบที่ดีงามของสังคม และควรให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมกิจกรรมสันทนาการที่สมดุลกับเนื้อหาสาระทางวิชาการ เช่น การสนับสนุนด้านกีฬา และ กิจกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ ในขณะเดียวกันก็มีทักษะด้านกิจกรรมและสังคมด้วย

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติม โดยเจาะลึกเกี่ยวกับสาขาหรือหลักสูตรการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน การจ้างงานในพื้นที่และวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังกลุ่มผู้ปกครองซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของบุตรหลานมากที่สุด รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชนและท้องถิ่น และประชาชนทั่วไป เพื่อให้สามารถจัดหลักสูตรการเรียนการสอนได้เหมาะสม โดยเฉพาะความต้องการแรงงานในพื้นที่ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์เป็นที่ยอมรับของสังคมของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา (2550) *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 9) กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จำนงศรี ก่อเกิด (2550) "องค์ประกอบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนพงษ์สวัสดิ์พณิชยการ จังหวัดนนทบุรี" วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยการศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2545) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์เอ็กซเปอร์เน็ท

ฉัตรปวีณ อำภา (2549) "ปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน โรงเรียนเทคโนโลยีหมู่บ้านครู" วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) *การจัดการการตลาด: Marketing Management / Philip Kotler*. (พิมพ์ครั้งที่ 9) กรุงเทพมหานคร เอช เอ็น กรุ๊ป

ปริญ ลักษิตานนท์ (2544) *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์ เลิฟ แอนด์ ลิฟ

ปริวิชญ์ ไชยประเสริฐ (2549) "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย" การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

พัศนีย์ บุญงาม (2548) "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักเรียนนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี" วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

เมธี ปิลันธนานนท์ (2543) *การบริหารอาชีวะและเทคนิคศึกษา*. กรุงเทพมหานคร โอเดียนสโตร์

ยศศักดิ์ ทองสุข (2551) "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาช่างไฟฟ้ากำลัง โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม" วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ละเอียด ศรีหาเหง่า (2549) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาของเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2542) *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค* (พิมพ์ครั้งที่ 12) กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนาพานิช

วิลาวัลย์ นามวงค์ (2551) “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ โรงเรียนสารภีพิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วีระพันธ์ สิทธิพงศ์ และคณะ (2543) “แนวคิดเกี่ยวกับการอาชีวศึกษา,” ในเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการเรียนการสอนอาชีวศึกษา หน่วยที่ 1-7 (พิมพ์ครั้งที่ 2) นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์

สมจิตร ล้วนจำเริญ (2541) *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สัมนาการณ์ บุญเรือง (2551) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์ เขต 3” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สุธาสินี เรืองฉาย (2550) “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ โรงเรียนพณิชยการลานนาเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

หฤทัย มีนะพันธ์ (2550) *หลักการวิเคราะห์โครงการ*. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542) *การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี*. กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงคกุล และดลยา จาตุรงคกุล (2545) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อภิวัฒน์ เลิศสุทธิวงค์ (2549) “ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องยิงตะปู JUMBO A ของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Hoyer, Wayne D. and Macinnis, Deborach J. (1997) *Consumer Behavior*. Houghton Mifflin, Boston

Kaufman, Roger A. (1972) *Educational System Planing*. Prentice-Hall, New Jersey

Kotler, Philip (2003) *Marketing Management*. (11th ed.) Prentice-Hall, New Jersey

Mowen, John C. and Minor, Michael (1998) *Consumer Behavior*. (5th ed.) Prentice-Hall, New Jersey

Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar (1994) *Consumer Behavior*. (5th ed.) Prentice-Hall, New Jersey

Stufflebeam, Daniel L. and others (1977) *Educational Evaluation and Decision Making*. F.E. Peacock Publishers Inc., Illinois

ภาคผนวก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ชุดที่ .....

แบบสอบถาม เรื่อง
“ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการในการศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรโครงการปริญญาโทบริหารธุรกิจ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับถือเป็นผลงานทางวิชาการซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา โดยท่านจะไม่ได้รับผลกระทบแต่อย่างใด ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยความคิดเห็นที่แท้จริงของท่านมากที่สุด และขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถามชุดนี้

นางปิยรัตน์ สาริพัฒน์
นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [ ] หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

   [ ] 1) ชาย [ ] 2) หญิง

2. ระดับผลการเรียน

   [ ] 1) ต่ำกว่า 2.00 [ ] 2) 2.00-2.50

   [ ] 3) 2.51-3.00 [ ] 3) มากกว่า 3.00 ขึ้นไป

3. อาชีพของผู้ปกครอง

   [ ] 1) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ [ ] 2) ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน

   [ ] 3) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว [ ] 4) เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง

   [ ] 5) รับจ้างทั่วไป [ ] 6) อื่นๆ .....

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

   [ ] 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท [ ] 2) 10,000-20,000 บาท

   [ ] 3) 20,001-30,000 บาท [ ] 4) 30,001-40,000 บาท

   [ ] 5) ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป

5. จำนวนบุตรหลานที่อยู่ระหว่างศึกษา

   [ ] 1) คนเดียว [ ] 2) 2-3 คน

   [ ] 3) 4-5 คน [ ] 4) ตั้งแต่ 6 คน ขึ้นไป

6. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ

   [ ] 1) พ่อ-แม่ [ ] 2) เพื่อน

   [ ] 3) คุณครู [ ] 4) พี่-น้อง

   [ ] 5) อื่นๆ .....

7. สาขาที่เลือกศึกษาต่อ

[ ] 1) คหกรรม [ ] 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

[ ] 3) ศิลปกรรม [ ] 4) เกษตรกรรมและประมง

[ ] 5) อุตสาหกรรม [ ] 6) บริหารธุรกิจและพานิชยกรรม

8. ลักษณะของโรงเรียน

[ ] 1) โรงเรียนมัธยมศึกษา [ ] 2) โรงเรียนขยายโอกาส

9. สถานที่ตั้งอำเภอ

[ ] 1) บ้านตาขุน [ ] 2) พนม

[ ] 3) คีรีรัฐ

ส่วนที่ 2 ความต้องการในการศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [ ] หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

<u>เหตุผลหลัก</u>ในการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน (**ตอบเพียงข้อเดียว**)

[ ] 1) วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

[ ] 2) สาขาที่เรียนตรงกับวิชาชีพที่คาดหวังจะทำในอนาคต

[ ] 3) เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย

[ ] 4) ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก

[ ] 5) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก

[ ] 6) สามารถเลือกเวลาเรียนได้ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ

[ ] 7) สามารถทำงาน/หารายได้พิเศษระหว่างเรียน

[ ] 8) อื่นๆ……..

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [ ] หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

<u>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</u>

[ ] 1) วิทยาลัยอยู่ในเครือข่ายหรือเป็นสาขาของวิทยาลัยอาชีวศึกษาที่มีอายุการก่อตั้งที่ยาวนานและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

[ ] 2) วิทยาลัยได้รับการประกันคุณภาพมาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ

[ ] 3) สาขาวิชาที่เปิดสอนมีให้เลือกเรียนได้หลากหลาย

[ ] 4) สาขาวิชาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน

[ ] 5) มีการเปิดสอนทั้งภาคปกติ และภาคพิเศษ (ภาคค่ำ หรือเสาร์-อาทิตย์)

[ ] 6) มีชุดเครื่องแบบที่สวยงามและทันสมัย

<u>ปัจจัยด้านราคา</u>

[ ] 1) ค่าธรรมเนียมการศึกษาถูกกว่าที่อื่น

[ ] 2) ได้รับส่วนลดค่าเล่าเรียน

[ ] 3) ผู้ปกครองสามารถเบิกค่าเล่าเรียนได้

[ ] 4) สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้

[ ] 5) มีการอำนวยความสะดวกด้านการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาอย่างเพียงพอและเหมาะสม

<u>ปัจจัยด้านสถานที่</u>

[ ] 1) สถานที่ตั้งของวิทยาลัยอยู่ใกล้บ้าน/หอพัก

[ ] 2) สถานที่ตั้งของวิทยาลัยอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

[ ] 3) การเดินทางไป-มาสะดวก และปลอดภัย

[ ] 4) มีระดับการศึกษาต่อเนื่อง ปวส.

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

[ ] 1) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หรือป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เป็นต้น

[ ] 2) การแนะนำของครู/ครูแนะแนวจากโรงเรียนเดิม

[ ] 3) ศิษย์เก่าของวิทยาลัยในเครือข่ายเป็นผู้แนะนำ

[ ] 4) ญาติพี่น้องหรือเพื่อนของนักศึกษาเป็นผู้แนะนำ

[ ] 5) มีการให้ของขวัญ รางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นๆ สำหรับผู้ที่ชำระค่าเล่าเรียนตามระยะเวลาที่กำหนด

[ ] 6) มีจดหมายข่าวเกี่ยวกับสาขาที่เปิดสอน กิจกรรมของวิทยาลัย รวมถึงแนะนำการสมัครงาน ส่งให้ถึงบ้าน

[ ] 7) มีงานรองรับ

[ ] 8) มีทุนการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร

[ ] 1) ผู้บริหารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม

[ ] 2) ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถและวุฒิการศึกษาในสาขาที่สอน

[ ] 3) ครูผู้สอนประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งในและนอกเวลาเรียน

[ ] 4) จำนวนครูผู้สอนมีเพียงพอและเหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา

[ ] 5) เจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยมีความสุภาพและให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

[ ] 1) สภาพแวดล้อมของวิทยาลัยร่มรื่น สวยงาม และน่าศึกษาเล่าเรียน

[ ] 2) ห้องเรียนสะอาด อากาศถ่ายเท และไม่มีเสียงรบกวนการเรียนการสอน

[ ] 3) มีห้องสมุดและห้องปฏิบัติการในการเรียนและฝึกทักษะที่เพียงพอ

[ ] 4) มีเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัยและเพียงพอกับจำนวนนักศึกษา

[ ] 5) อาคารสถานที่มีความสวยงาม มั่นคงและปลอดภัย

[ ] 6) มีความทันสมัยในด้านเทคโนโลยี

<u>ปัจจัยด้านกระบวนการ</u>

[ ] 1) มีการจัดระบบการเรียนการสอนที่ดี

[ ] 2) มีระบบการติดตาม แจ้งความประพฤติของนักศึกษาให้ผู้ปกครองทราบอย่างสม่ำเสมอ และดูแลเอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี

[ ] 3) มีกฎระเบียบในการควบคุมความประพฤติและการปฏิบัติตนของนักศึกษาให้อยู่ในกรอบที่ดีงามของสังคม

[ ] 4) มีระบบการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากบุคคลภายนอก และนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น

[ ] 5) มีการส่งเสริมกิจกรรมพิเศษ เช่น กีฬา ดนตรี เป็นต้น

*******ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม*******

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางปิยะรัตน์ สาริพัฒน์
วัน เดือน ปี	15 กรกฎาคม 2522
สถานที่เกิด	อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ประวัติการศึกษา	เภสัชศาสตรบัณฑิต ปี 2544
สถานที่ทำงาน	โรงพยาบาลบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ตำแหน่ง	เภสัชกรชำนาญการ