



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก
ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

Factors on the study selection in Higher Education of Upper Northern
Region Students

โดย

ธนัชพร เปรมเกษม และคณะ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

2564

รหัสโครงการวิจัย



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก
ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

Factors on the study selection in Higher Education of Upper Northern
Region Students

ได้รับการจัดสรรงบประมาณวิจัย

ประจำปี 2563

จำนวน 50,000 บาท

หัวหน้าโครงการ

นางสาวธนัชพร เปรมเกษม

ผู้ร่วมโครงการ

นางมยุรา ชูทอง

ผู้ร่วมโครงการ

นางสาววัชรภรณ์ พิลา

งานวิจัยเสร็จสิ้นสมบูรณ์

...../...../.....

ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก

ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

Factors on the study selection in Higher
Education of Upper Northern Region Students

ธนัชพร เปรมเกษม มยุรา ชูทอง วัชรารักษ์ พิล่า

Thanatchaphon Premkasem Mayura Choothong Watcharaporn Phila

งานวิจัยสถาบัน กองแผนงาน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จ.เชียงใหม่ 50290

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และ เอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน 9 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดเชียงราย 2) จังหวัดเชียงใหม่ 3) จังหวัดน่าน 4) จังหวัดพะเยา 5) จังหวัดแพร่ 6) จังหวัดแม่ฮ่องสอน 7) จังหวัดลำปาง 8) จังหวัดลำพูน 9) จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 จำนวน 400 คน และนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 100 คน ซึ่งได้มาจากคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรตามทฤษฎีของทาโร่ ยามาเน่ และทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน โดยดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติสำหรับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถิติ t-test และ ANOVA

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนมีผลต่อการเลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษามากที่สุด รองลงมาด้านหลักสูตร ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านส่งเสริมการตลาด และ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนักศึกษา ที่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยในทุกๆด้าน ในระดับมาก เช่นกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเป้าหมายส่วนตัวในการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษา เพื่อประกอบอาชีพที่มั่นคงและหาเลี้ยงครอบครัวให้มีความสุข เป็นที่เชิดหน้าชูตาของสังคม โดยส่วนใหญ่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษามากที่สุด คือการตัดสินใจด้วยตนเอง อีกทั้งผลการวิจัยในเรื่อง

สถาบันการศึกษาที่สนใจและต้องการศึกษาต่อ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง ถึงแม้จะไม่ได้อยู่ในภูมิลำเนาที่ตาม ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของนักศึกษา ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเรียนต่อในมหาวิทยาลัยใกล้บ้านและอยู่ในภูมิลำเนา ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ส่วนบุคคล เพศ และเกรดเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว ไม่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษา

ดังนั้น จากผลการวิจัยดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ที่ส่งผลในการเลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา ซึ่งสถาบันการศึกษาต้องพัฒนา รักษาไว้ซึ่งคุณภาพ และมาตรฐาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้สนใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาต่อไป

คำสำคัญ : การอุดมศึกษา , นักเรียนมัธยมปีที่ , นักศึกษาระดับปริญญาตรี

Abstract

This study aimed to explore factors on the study selection in higher education (undergraduate and graduate school levels) of students in upper northern Thailand. The sample group consisted of 100 undergraduate students and 400 sixth year secondary school students in upper northern provinces: Chiang Rai , Chiang Mai , Nan , Phayao , Phrae , Mae Hong Son , Lampun , Lamphun and Uttaradit. They were obtained by stratified random sampling and the formula of Taro Yamane. A set of questionnaires was used for data collection and analyzed by using descriptive statistics, t-test and ANOVA.

Results of the study revealed that teaching and learning materials had on effect on the selection to study in higher education most. This was followed by curriculum, location, lecturer, market promotion, and school image, respectively. This conformed to a study putting the importance on all factors at a high level. Most of the respondents had a personal goal in their decision – making to pursue study for job security and prestige. Besides, it was found that they chose to study at a famous university although it was not near their domicile. This was in contrast to results of the other study which put the importance on studying near domicile – Also, it was found that relationships between sex, grade point average, and finally monthly incomes had no effect on the decision – making to pursue study of the respondents. Hence , results of the study reflects the importance of a factors having an effect on the selection to pursue study of the respondents. This depended on quality and standard education convincing trustworthiness of students to pursue their study.

Keywords : higher education , sixth year secondary school students , undergraduate students

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของ นักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน ฉบับนี้ดำเนินงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้วิจัยได้รับทุนวิจัยจากกองแผนงาน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัย และ คุณสิริลักษณ์ ศรีสวัสดิ์ ผู้อำนวยการกองแผนงาน ที่ให้คำปรึกษา รวมถึงโรงเรียนและมหาวิทยาลัย 9 จังหวัด ภาคเหนือตอนบน ดังนี้ 1) จังหวัดเชียงราย 2) จังหวัดเชียงใหม่ 3) จังหวัดน่าน 4) จังหวัดพะเยา 5) จังหวัดแพร่ 6) จังหวัดแม่ฮ่องสอน 7) จังหวัดลำปาง 8) จังหวัดลำพูน 9) จังหวัดอุตรดิตถ์ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกในการจัดเก็บแบบสอบถามเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยให้เสร็จสิ้นสมบูรณ์

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ค
Abstract	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
กรอบแนวคิด	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
คำนิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	6
แนวคิด ทฤษฎี	6
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
สมมุติฐานการวิจัย	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	30
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	31
การวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 4 ผลการวิจัย	35
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
สรุปผลการวิจัย	62
อภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะ	66
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป	66
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	71
แบบสอบถามงานวิจัย	72

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตารางที่ 2	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียน
ตารางที่ 3	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านภาพลักษณ์ ของสถาบันการศึกษา
ตารางที่ 4	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านหลักสูตร
ตารางที่ 5	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านหลักสูตร
ตารางที่ 6	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านส่งเสริมการตลาด
ตารางที่ 7	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอาจารย์ผู้สอน
ตารางที่ 8	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอุปกรณ์ การเรียนการสอน
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนและร้อยละคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อ
ตารางที่ 10	สถาบันการศึกษาที่สนใจและต้องการศึกษาต่อ ในระดับอุดมศึกษา
ตารางที่ 11	แสดงจำนวนความถี่ของความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาของนักเรียน มัธยมศึกษาปีที่ 6
ตารางที่ 12	แสดงจำนวนความถี่ของอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียน มัธยมศึกษาปีที่ 6
ตารางที่ 13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับปริญญาตรี
ตารางที่ 14	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนระดับปริญญาตรี
ตารางที่ 15	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านภาพลักษณ์ ของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา
ตารางที่ 16	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านหลักสูตร ของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา
ตารางที่ 17	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านทำเลที่ตั้ง ของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา
ตารางที่ 18	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านส่งเสริมการตลาด ของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา
ตารางที่ 19	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอาจารย์ผู้สอน ของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 20	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา	58
ตารางที่ 21	แสดงจำนวนและร้อยละคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อ	59
ตารางที่ 22	แสดงจำนวนและร้อยละสถาบันการศึกษาที่สนใจและต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี และ ปริญญาโท	60
ตารางที่ 23	แสดงจำนวนความถี่ของความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี	61
ตารางที่ 24	แสดงจำนวนความถี่ของอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี	61

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาถือเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของการดำเนินชีวิตมนุษย์ ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและให้ความสนใจในการศึกษาเป็นอย่างมาก รวมถึงรัฐบาลได้มีการส่งเสริม และสนับสนุนให้ประชาชนทุกคนหันมาใส่ใจในเรื่องนี้ เพราะถือเป็นพื้นฐานแห่งความสำเร็จในชีวิตและ สามารถนำมาใช้ในการประกอบอาชีพเพื่อเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้ในอนาคต มหาวิทยาลัยแม่โจ้เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่เน้นด้านวิชาชีพการเกษตร การศึกษาส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่มุ่งเน้นการปฏิบัติ ให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยต่อยอดให้ผู้สำเร็จการอาชีวศึกษา มีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพจนถึงระดับอุดมศึกษา มีการเรียนการสอน ครอบคลุมครบทุกสาขาวิชา ประกอบด้วย คณะบริหารธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ และคณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม เปิดสอนใน ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4-5 ปี และระดับบัณฑิตวิทยาลัย (ปริญญาโท และเอก)

นอกจากนี้ได้มีการจัดอันดับมหาวิทยาลัย โดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา เมื่อปีพ.ศ.2549 จึงทำให้การศึกษา ระดับอุดมศึกษามีการแข่งขันกันมากขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้โรงเรียนและนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 6 (ม.6) นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง (ปวส.) และบุคลากรที่มีงานทำอยู่แล้วที่ต้องการศึกษาต่อเพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ที่เพิ่มขึ้นและการปรับฐานเงินเดือนที่สูงขึ้น ได้มีทางเลือกในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษามากขึ้น ดังนั้นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีแม่โจ้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการยุทธศาสตร์ในการหาวิธีการที่จะให้โรงเรียนและนักเรียนกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ หลายช่องทาง เช่น ส่งแผ่นพับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังสถานศึกษา แนะนำเว็บไซต์ จัดกิจกรรมการแนะแนวสัญจรเข้าร่วมโครงการตลาดนัดหลักสูตรเป็นประจำทุกปีทั้งนี้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถานะแวดล้อม ภายในมหาวิทยาลัย คณะ หลักสูตร และสาขาวิชาต่าง ๆ ที่ทางมหาวิทยาลัยได้ทำการจัดการเรียนการสอน ขึ้นเพื่อให้ นักเรียนมีความเข้าใจและรู้สึกสนใจในการที่จะตัดสินใจเข้าศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มากขึ้น จากสภาพปัญหาการรับนักศึกษาที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายในแต่ละปี ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจ ที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผล

ต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โท เอก ในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะนำมาเป็นแนวทาง ในการพัฒนาและปรับปรุงการประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ และเป็นแนวทาง ในการแนะแนวเพื่อให้นักเรียนเกิดความสนใจและตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อให้นักเรียนมหาวิทยาลัยฯ บรรลุตามเป้าหมายต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

1.2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

1.2.3 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแม่โจ้

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

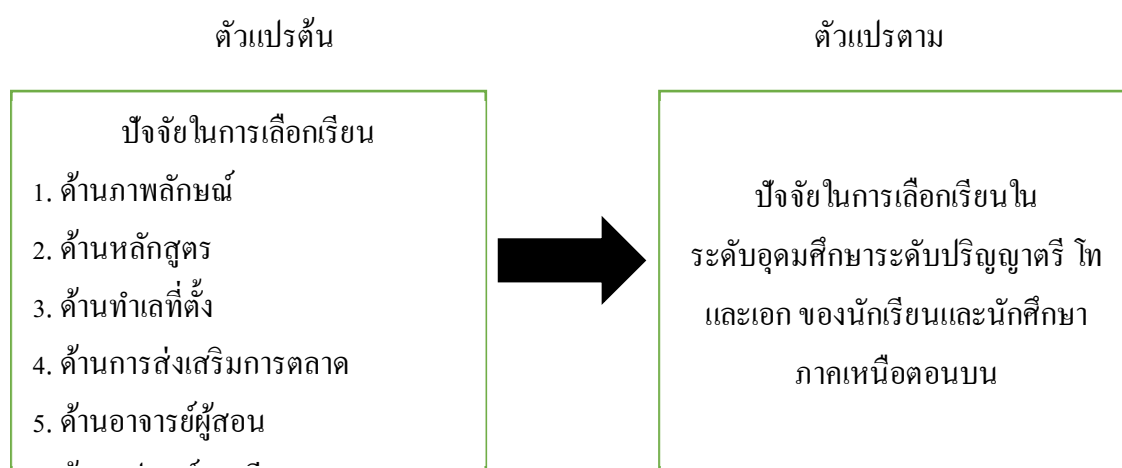
การศึกษานี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ประจำจังหวัด ภาคเหนือตอนบน จำนวน 400 คน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบนจำนวน 100 คน ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ (Random statistic) เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอในการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic)

1.4 กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา โดยใช้กรอบแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดบริการของ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาด 4Ps ของ McCarthy (2004) โดยนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดสำหรับประเภทบริการเพิ่มขึ้นอีก 3 ประการ จึงเรียกรวมกับส่วนประสมทางการตลาดว่า 7Ps ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าธรรมเนียมการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ และแนวคิดการตัดสินใจของ Reeder (1996) ประกอบด้วย เป้าหมายส่วนตัว ค่าเชื่อและค่านิยม โดยนำมากำหนดกรอบแนวคิด ดังแสดงในภาพ

1.4.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย ปัจจัยในการเลือกเรียน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตร ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน และด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน โดยบูรณาการตัวแปรจาก Cubillo Sanchez, and Cervino, 2006 และแนวคิดการตัดสินใจของ Reeder (1996)

1.4.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน โดยเขียนเป็นกรอบแนวคิดการศึกษาดังแสดงในภาพ



1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 มหาวิทยาลัยแม่โจ้สามารถทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจในการศึกษาต่อของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน และสามารถนำมาพัฒนา ปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการรับนักศึกษาใหม่ได้

1.5.2 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สามารถนำข้อมูลการวิจัยมาใช้ในการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

1.6 คำนิยามศัพท์

1.6.1 ปัจจัยในการเลือกเรียน หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการเลือกเรียน ของนักเรียน นักศึกษา นักศึกษา ภาคเหนือตอนบน ที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ประกอบด้วยปัจจัย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตร ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน และด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน

1) ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดของมหาวิทยาลัย ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความเชื่อถือ การยอมรับและศรัทธา ที่บุคคลมีต่อมหาวิทยาลัย หรือมีความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อสถาบันโดยการกระทำหรือพฤติกรรมองค์การ การบริหาร ค่าใช้จ่ายการศึกษา การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ความมีชื่อเสียงของศิษย์เก่า ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ตลอดจนผลลัพธ์ในการผลิตบัณฑิต

2) ด้านหลักสูตรของมหาวิทยาลัย หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวกับหลักสูตร ความทันสมัยและตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ครอบคลุมในด้านความเชื่อมั่น ความนิยม เนื้อหาหลักสูตร จบแล้วมีงานทำ สามารถเป็นผู้ประกอบการได้ และระยะเวลาในการสำเร็จการศึกษา

3) ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย หมายถึง แหล่งหรือสถานที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ใกล้ชุมชน ขนาดพื้นที่กว้างขวาง ไม่คับแคบ มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย เช่น รถรับส่งภายในมหาวิทยาลัย สนามกีฬาโรงอาหาร ห้องคอมพิวเตอร์ สถานพยาบาล ตลอดจนความทันสมัยของอาคารเรียน

4) ด้านการส่งเสริมการตลาดของมหาวิทยาลัย หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการจูงใจ โดยส่วนใหญ่เป็นการจูงใจเพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นความสนใจ และความต้องการในการศึกษาต่อสถานศึกษานั้น ๆ ได้แก่ การแนะนำจากสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ คู่มือการศึกษาต่อ รวมทั้งข้อมูลจากการแนะนำของสถาบันการศึกษานั้น ๆ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์จากเครือข่ายศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบัน เป็นต้น

5) ด้านอาจารย์ผู้สอนของมหาวิทยาลัย หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวกับอาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์พิเศษของหลักสูตรสาขาวิชาที่เปิดสอน ซึ่งครอบคลุมในด้านคุณวุฒิ ความรู้ความชำนาญ บุคลิกและคุณลักษณะของผู้สอน ผลงานวิจัยและบริการวิชาการที่ออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนความมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภายนอกทั้งระดับชาติและนานาชาติ

6) ด้านด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวกับสิ่งสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ให้มีคุณภาพ ซึ่งครอบคลุมในด้านจำนวน ความทันสมัย ความพร้อมของอุปกรณ์สำหรับการเรียนการสอน รวมทั้งมีสื่อการเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้นอกห้องเรียน ตลอดจนความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสอนในรูปแบบออนไลน์ที่ครบครัน

1.6.2 นักเรียนภาคเหนือตอนบน หมายถึง นักเรียนโรงเรียนประจำจังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน และอุตรดิตถ์ที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนประจำจังหวัด

1.6.3 นักศึกษาภาคเหนือตอนบน หมายถึง นักศึกษาของมหาวิทยาลัยประจำจังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน และอุตรดิตถ์

1.6.4 ระดับอุดมศึกษา หมายถึง การศึกษาที่สูงขึ้นจากระดับมัธยมศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับแรก ระดับที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ได้แก่ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และอนุปริญญา ซึ่งใช้เวลาประมาณ 2-3 ปี หลังจากมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับที่ 2 ระดับปริญญาตรี ซึ่งใช้เวลาศึกษาประมาณ 4-6 ปี โดยปกติหลักสูตรปริญญาตรีจะใช้เวลาศึกษาประมาณ 4 ปี แต่มีบางสาขาวิชาที่จัดหลักสูตรประมาณ 5 ปี เช่น สถาปัตยกรรมศาสตร์ และหลักสูตร 6 ปี เช่น แพทยศาสตร์ ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเรียกว่า “บัณฑิต” และระดับ 3 ได้แก่ ระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี ที่เรียกว่าระดับบัณฑิตศึกษา ผู้ที่จะศึกษาต่อในระดับนี้ จะต้องสำเร็จการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่ามาแล้ว ระดับบัณฑิตศึกษายังแบ่งออกเป็น ปริญญาโท ปริญญาเอก และปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือปริญญาเอก

1.6.5 การตัดสินใจในการเลือกเรียน หมายถึง ความประสงค์ของนักเรียน นักศึกษา และนักศึกษา ในการตัดสินใจเลือกเรียนต่อในสถาบันใดสถาบันหนึ่งหรือสาขาใดสาขาหนึ่ง อยู่บนพื้นฐานของการพิจารณาไตร่ตรอง อย่างมีเหตุผลและสามารถเลือกได้ตรงกับความต้องการและความชอบของตนเองมากที่สุด

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน ผู้ศึกษาได้ค้นคว้า รวบรวมเอกสารโดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี วารสารวิจัยและวิชาการ บทความ และงานศึกษาที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการศึกษา ค้นคว้า โดยแบ่งเนื้อหาต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวัง
- 2.5 ระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันศึกษา
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงาน ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ ได้คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและ

คุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) สภาพแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณค่า เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์

ฉัฐกร อินทุยศ (2556) กล่าวถึง สิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา ซึ่งสามารถมีอิทธิพลต่อมนุษย์ ตั้งแต่ชีวิตอุบัติขึ้นในครรภ์ จนสืบเนื่องไปตลอดชีวิต โดยอาจมีผลทั้งทำให้เกิด พฤติกรรมที่ดีและพฤติกรรมที่ไม่ดี และถ้าแบ่งชนิดของสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ตามช่วงระยะเวลา แบ่งได้ดังนี้ 1) สิ่งแวดล้อมก่อนเกิด 2) สิ่งแวดล้อมขณะเกิด และ 3) สิ่งแวดล้อมหลังเกิด โดยที่สิ่งแวดล้อมหลังเกิด หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัวมนุษย์หลังจากที่เกิดมาแล้ว ได้แก่

1. บ้านหรือครอบครัว เป็นสถาบันแรกที่มีความสำคัญต่อชีวิตของเด็ก ประสบการณ์ทุกอย่างที่ได้รับจากครอบครัว มีผลกระทบต่อพัฒนาการ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของเด็กทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมของพ่อแม่ ความรัก ความเอาใจใส่ดูแลของพ่อแม่ ความสัมพันธ์

ระหว่างพ่อแม่ และลูก สภาพจิตใจของพ่อแม่ วิธีการอบรมเลี้ยงดู ความมุ่งหวังของพ่อแม่ ฐานะทางสังคม หรือฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว

2. โรงเรียน เป็นสถาบันที่ 2 รองจากบ้านในการให้การศึกษาอบรมเด็ก ซึ่งนอกจากจะสอนวิชาความรู้ต่าง ๆ ทั้งความรู้ทั่วไป และความรู้ทางวิชาชีพที่เป็นรากฐานในการประกอบอาชีพในอนาคตแล้ว ยังเป็นสถาบันที่มีหน้าที่อบรมศีลธรรม ขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนการสร้างบุคลิกภาพและเจตคติที่ดีให้แก่เด็กด้วย

3. กลุ่มทางสังคมอื่น ๆ ด้วยเหตุที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม มีความต้องการอยู่ร่วมกับผู้อื่น กลุ่มทางสังคมจึงมีส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะพฤติกรรมของมนุษย์ โดยนอกจากกลุ่มทางสังคมที่เล็กที่สุด คือ ครอบครัว การรวมกลุ่มทางสังคมยังมีอีกหลากหลายรูปแบบ เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มสีผิว กลุ่มศาสนา กลุ่มประเทศ กลุ่มชนชั้น ฯลฯ ซึ่งแต่ละกลุ่มก็จะมีลักษณะความเชื่อ แนวคิด ตลอดจนถึงมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปได้ ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มคนที่นับถือศาสนาคริสต์จะไปโบสถ์ในวันอาทิตย์ ในขณะที่กลุ่มคนที่นับถือศาสนาพุทธ จะไปวัดในวันพระ กลุ่มคนในเมืองมักจะทำอะไรรวดเร็วแข่งกับเวลา ในขณะที่กลุ่มคนในชนบท อยู่สบายๆ และเนื่องจากในความเป็นจริงโดยปกติคนคนหนึ่งจะเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคม มากกว่า 1 กลุ่ม เช่น เป็นสมาชิกของครอบครัว เป็นสมาชิกของกลุ่มชุมชน ท้องถิ่น เป็นสมาชิกของกลุ่มศาสนา ฯลฯ จึงทำให้พฤติกรรมของมนุษย์มีความหลากหลายมากขึ้น แต่ถึงแม้ว่าสมาชิกของกลุ่มสังคมหลายกลุ่มจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ก็อาจพบได้ว่า มีพฤติกรรมบางส่วนที่เหมือนกันได้ เช่น คนไทยในภาคเหนือกับคนไทยในภาคใต้ อาจมีการ รับประทานอาหาร การประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน แต่ก็ยังคงตกทอดกันด้วยการไหว้เหมือนกัน

4. สิ่งแวดล้อมทางสังคมอื่น ๆ เช่น กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ ศาสนา ระบบการเมือง การปกครอง มีความสำคัญมากในการกำหนดรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ โดยจะมีบทบาททั้งในการกำหนดและหล่อหลอม บุคลิกภาพของบุคคลในสังคม โดยมนุษย์ที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมทางสังคมเดียวกันมักจะมีรูปแบบ ของการดำเนินชีวิตในลักษณะเดียวกัน เช่น กฎจราจรทำให้ทุกคนต้องหยุดรถที่ไฟแดง เสียงเพลงชาติในเวลา 8.00 นาฬิกา ทำให้คนไทยทุกคนต้องยืนตรง เมื่อถึงช่วงเข้าพรรษา ชาวพุทธหลาย ๆ คน ลด ละ เลิกการดื่มสุรา ศาสนาพุทธหล่อหลอมให้คนไทยส่วนใหญ่มีจิตใจ เมตตา คนที่นับถือศาสนาอิสลามจะไม่บริโภคเนื้อสุกร นอกจากนั้น สิ่งแวดล้อมทาง สังคมเหล่านี้ ยังมีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ ที่เข้ามาในสังคมนั้น ๆ ด้วย เช่น นักแสดง นักร้องเกาหลี ที่มาเปิดการแสดงในประเทศไทยหลาย ๆ คนมักจะฝึกพูดภาษาไทย ฝึกการไหว้อย่างไทย เพื่อให้เป็นที่ชื่นชอบของ

แฟน ๆ ชาวไทยมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกัน คนไทยที่ไปอาศัยอยู่ในต่างแดนก็จะต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่าง เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับสังคมใหม่ให้ได้

5. สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ หรือ สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ แม่น้ำ น้ำตก ป่าไม้ อาคารบ้านเรือน ถนน ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การศึกษา สภาพเศรษฐกิจ ฯลฯ ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ได้ทั้งสิ้น ทั้งพฤติกรรมการตั้งถิ่นฐาน การสร้างที่อยู่อาศัย การประกอบอาชีพ การแต่งกาย การรับประทานอาหาร ฯลฯ ยกตัวอย่างเช่น คนชนบทของ ไทยมักจะประกอบอาชีพเป็นเกษตรกร ในขณะที่คนในเมืองใหญ่หลายคนมีอาชีพค้าขาย คนไทย รับประทานอาหารเจ้าเป็นอาหารหลักเพราะประเทศไทยปลูกข้าวเจ้าได้ดี ในขณะที่ชาวยุโรปปลูกข้าว สาเล่ได้ดีกว่า อาหารส่วนใหญ่จึงประกอบไปด้วยข้าวสาเล่ ค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้หลายคน ต้องหางานพิเศษทำนอกเหนือจากงานประจำ เพื่อให้มีรายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ความมีคินในยาม ค่ำคืน ทำให้เราต้องเดินช้า ๆ

นอกจากนี้ พฤติกรรมหนึ่ง ๆ ของมนุษย์ยังอาจได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมหลายๆ อย่างร่วมกันได้ เช่น การรับประทานอาหารของคนไทยในสมัยนี้ค่อนข้างมีความหลากหลาย โดย แม้ว่าจะยังคงรับประทานอาหารเจ้าเป็นอาหารหลัก แต่ก็มีการรับประทานอาหารแฮมเบอเกอร์ แซนด์วิช บะหมี่สำเร็จรูปด้วย แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการรับประทานอาหารของคนไทยนั้น ได้รับอิทธิพล ทั้งจากสภาพภูมิอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านการคมนาคม ขนส่ง และ เทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยมของ สังคม ฯลฯ และด้วยเหตุที่ว่าสิ่งแวดล้อมมี อิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ จึงทำให้คนที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมเหมือนๆ กัน มีโอกาสที่จะมี พฤติกรรมคล้ายคลึงกัน ในขณะที่คนที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีโอกาสจะ มีพฤติกรรม แตกต่างกันได้ รวมทั้งคนที่อยู่ในยุคสมัยแตกต่างกัน ก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันด้วย เพราะคนที่อยู่ใน ยุคสมัยแตกต่างกันจะมีสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันด้วยนั่นเอง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

พฤติกรรมทุกรูปแบบของมนุษย์ก่อนแสดงให้เป็นที่ปรากฏ จะต้องผ่านขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญ นั่นคือ การตัดสินใจ ซึ่งแต่ละคนมักจะต้องทำเป็นประจำในทุกอิริยาบถ จนกลายเป็น พฤติกรรมที่เกิดขึ้นอยู่บ่อยครั้ง และเป็นธรรมชาติโดยไม่ได้รู้สึกว่าการตัดสินใจในแต่ละครั้งเกิด จากการกระทำการตัดสินใจ จนบางครั้งพฤติกรรมดังกล่าวนั้น ผู้กระทำไม่ได้ตระหนักว่าได้ทำการ ตัดสินใจแต่อย่างใด (รศ.นา อัมชะกิจ, 2539: 83)

การตัดสินใจ (Decision making) หมายถึง กระบวนการในการคัดเลือกเพื่อการปฏิบัติ ที่มีทางเลือกอยู่หลายทาง และผลลัพธ์มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจนี้จะมีขั้นตอนที่เริ่มต้นจากการที่ได้ตระหนักถึงปัญหา และขั้นตอนสุดท้ายจะนำไปสู่การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล

2.3.1 ความหมายของการตัดสินใจ นักวิชาการหลายๆ ท่านได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้

Barnard (1938: 45) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ "เทคนิคในการที่จะพิจารณา ทางเลือกต่างๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว"

Simon (1960: 69) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะ ตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้และทางเลือกจากงานต่าง ๆ ที่มีอยู่

Pfiffner และ Presthus (1960) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกวิธีที่ดีที่สุดที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์

Oppenheim (1979: 55) ได้ให้ความหมายของคำว่า การตัดสินใจ คือ การพิจารณา ไตร่ตรองสิ่ง หนึ่งสิ่งใดอย่างรอบคอบก่อนลงมือกระทำ

สมคิด บางโม (2548: 175) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลากหลายเป็นแนวทางไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่ง เพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ในทาง ปฏิบัติการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่ยุ่ยากสลับซับซ้อนและมีวิธีการแก้ปัญหามากกว่าหนึ่งทางเสมอ

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548: 276) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ เป็นขั้นตอนการตัดสินใจเลือกจากทางเลือกหลายๆ ทางเลือก โดยมีความคาดหวังจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงพอใจ หรือเป็นกระบวนการในการเลือก รูปแบบของการปฏิบัติเพื่อจัดการกับปัญหาและโอกาสที่เกิดขึ้น

นิตยาพร เสมอใจ (2550: 46) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่

ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ (2551:138) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการใช้ ความคิดและการกระทำของการรับรู้โดยการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา (Problem) หรือโอกาส (Opportunity) และประเมินทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น

จากคำนิยามข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า มุมมองของนักวิชาการที่แตกต่างกันไปบ้างในรายละเอียดแต่ ประเด็นหลักที่มองเหมือนกัน สรุปได้ว่า การตัดสินใจต้องผ่านกระบวนการพิจารณา ไตร่ตรอง วิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้รวบรวมและลำดับความสำคัญไว้แล้วจึงตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีที่สุด

เป็นการสร้างทางเลือกให้มากที่สุด เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์หรือทางเลือกที่ดีที่สุด รวมถึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมคน ทั้งที่เป็นการตัดสินใจคนเดียว เป็นกลุ่ม หรือองค์กร ซึ่งพฤติกรรมคนแต่ละคน แต่ละกลุ่มก็จะมี ความแตกต่างกัน เช่นเดียวกันกับการตัดสินใจของผู้ปกครองหรือบุตรหลานในการเลือกพิจารณาสถานศึกษาที่เหมาะสมและดีที่สุด

2.3.2 กระบวนการตัดสินใจ นักวิชาการหลายๆ ท่านได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกัน คือกระบวนการตัดสินใจเป็นการกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งในการตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการดังกล่าว นั้น เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมี กฎเกณฑ์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ดังนั้นขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจจึงมีอยู่ หลายรูปแบบโดยมีนักวิชาการท่านได้กล่าวไว้ดังนี้

Oppenheim (1979: 57) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ขั้นตอน คือ 1) การตระหนักถึงปัญหาหรือสถานการณ์ที่มีตัวเลือกเกิดขึ้น 2) พิจารณาและไตร่ตรองทางเลือก 3) เลือกทางเลือกที่ดีและมีปัญหาน้อยที่สุด 4) ตัดสินใจบนพื้นฐานของทางเลือก 5) ยอมรับกับผลที่ตามมาของการตัดสินใจ และ 6) ประเมินผลการตัดสินใจ

Schiffman & Kanuk (1994: 659) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ คือ กระบวนการในการเลือกจากทางเลือกที่มีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป โดยผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมทั้งทางด้านจิตใจและกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทั้งสองกิจกรรมนี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น กระบวนการตัดสินใจซื้อมียอดประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Input) คือปัจจัยภายนอก (External Influences) ซึ่งคือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรม ปัจจัยที่เข้ามาในระบบตัดสินใจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคล โดยปัจจัยนี้มาจาก 2 แหล่ง คือ

1.1) ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Input) เป็นกิจกรรมที่เกิดจากส่วนผสมทางการตลาด ที่บริษัทต้องการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคและชักจูงให้ผู้บริโภคซื้อและใช้สินค้าที่ผลิตจากบริษัทนั้น ๆ กลยุทธ์ จากส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่

- ตัวสินค้า รวมถึง หีบห่อ ขนาด และการรับประกันคุณภาพ
- การประชาสัมพันธ์โดยโฆษณาทางสื่อมวลชน การขายโดยพนักงานขาย และ การ ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ
- นโยบายด้านราคา

- การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตส่งไปสู่ผู้บริโภค

1.2) ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural Input) เป็นอิทธิพลที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การค้า เช่น การบอกต่อจากเพื่อน บทความในหนังสือพิมพ์อิทธิพลจากครอบครัว ในการใช้เครื่องอุปโภคหรือ บริการ หรือ บทความ รายงานเกี่ยวกับผู้บริโภค และการได้รับอิทธิพลจากชนชั้นทาง สังคมวัฒนธรรม และ วัฒนธรรมย่อย ที่กล่าวมาเป็นส่วนสำคัญในการที่ผู้บริโภคที่จะประเมินค่าของสินค้าว่าเป็นอย่างไร

2) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Process) คือขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Making) ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้การเรียนรู้บุคลิกภาพ และทัศนคติที่สะท้อนถึงความต้องการ และการรับรู้ว่ามีสินค้าให้เลือกหลากหลาย รวมไปถึงกิจกรรมที่ผู้บริโภค เข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่หรือข้อมูลจากผู้ผลิตสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคและขั้นสุดท้ายคือทำการประเมินค่าทางเลือกนั้น ๆ

3) กระบวนการตัดสินใจ (The Act of Making Decision) ก่อนผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อจะมีขั้นตอนที่เกิดขึ้น 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.1) การตระหนักในความต้องการของผู้บริโภค (Need Recognition) คือขั้นแรกของ กระบวนการตัดสินใจ คือ การรับรู้ถึงความแตกต่างของสิ่งที่ต้องการ และสิ่งที่มีอยู่ซึ่งสามารถกระตุ้นทำให้เกิด กระบวนการตัดสินใจ และการรับรู้นี้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อ ผู้บริโภคมีปัญหา ใน 2 ลักษณะ คือ (1) มีปัญหากับสินค้าที่เคยใช้อยู่ซึ่งผู้บริโภคไม่พอใจในสินค้านั้นอีกต่อไป และ (2) มีความต้องการสินค้าใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นอยู่โดยสินค้าใหม่เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจตามมา

3.2) การหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ (Pre-Purchase Search) ผู้บริโภคจะเริ่มหาข้อมูลเมื่อ ตระหนัก ถึงความจำเป็น โดยผู้บริโภคจะหาข้อมูลจากที่ต่าง ๆ เช่น จากประสบการณ์และความจำเป็น เกี่ยวกับสินค้าที่เคยรับรู้ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ คือ ข้อมูลภายในซึ่งถ้ามีข้อมูลภายในมาก ข้อมูลภายนอกก็จะส่งผลน้อยลง แต่ถ้า ผู้บริโภคไม่เคยรู้จักสินค้านั้นมาก่อนเลย การหาข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่มีความสัมพันธ์กับสินค้านั้น ๆ ระดับ ความเสี่ยงจะมีผลต่อขั้นตอนนี้คือ ถ้ามีความเสี่ยงสูง ผู้บริโภคจะหาข้อมูลและการประเมินหลายขั้นตอน แต่ถ้า ความเสี่ยงต่ำการหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกจะไม่ซับซ้อนนัก

3.3) ผลจากกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Output) เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการ ตัดสินใจ หลังจากผ่านขั้นตอนต่างๆ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นที่ต้องการมากที่สุดจากหลายๆ ทางเลือก

ณัฐพันธ์ เชนนันท์ (2551: 142) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนที่สำคัญคือ

1) ตระหนักถึงปัญหา (Problem Awareness) การรับรู้ถึงปัญหาหรือโอกาส ซึ่งปัญหาอาจจะเกิดขึ้น โดยตรงหรืออาจต้องพิจารณาจากสภาพแวดล้อม โดยสามารถพิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นอาจเกิดปัญหาจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้แก่ เมื่อเกิดความเบี่ยงเบนจากอดีต เมื่อเกิดความเบี่ยงเบนจากแผน เมื่อมีผู้มาร้องเรียนหรือแจ้งปัญหา หรือเมื่อคู่แข่งมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่า เป็นต้น

2) นิยามปัญหา (Problem Definition) กำหนดขอบเขตของปัญหาให้ชัดเจนเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทราบขอบเขต สามารถรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัปัญหาได้อย่างชัดเจนและตรงประเด็น มิเช่นนั้นภาพของปัญหาที่อาจจะฟุ้งกระจายทำให้ไม่สามารถทราบสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาได้การนิยามปัญหา มีขั้นตอนสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การวิเคราะห์ปัญหา และการตัดสินใจแก้ปัญหา

3) ตัดสินใจ (Decision Making) เป็นขั้นตอนสำคัญในการเลือกผลลัพธ์ที่เหมาะสม ซึ่งกำหนดความถูกต้องและความสำเร็จในการนำผลการตัดสินใจไปสู่การปฏิบัติโดยผู้ตัดสินใจ จะทำตามขั้นตอนดังนี้ การกำหนดเกณฑ์ในการตัดสินใจ พัฒนาทางเลือก ประเมินผลประโยชน์และความเสี่ยงของทางเลือก และการออกแบบแผน

4) การปฏิบัติตามแผน (Action Plan Implementation) นำทางเลือกที่เลือกไว้ไปวางแผนและ ดำเนินการปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการจัดสรรบุคลากรและทรัพยากรอย่างเหมาะสมซึ่งมีขั้นตอน ดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ได้แก่ มอบหมายงานและความรับผิดชอบ สร้างตารางการปฏิบัติงาน และส่งเสริมและกระตุ้นการดำเนินงาน

5) การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการตัดสินใจแก้ปัญหาโดยทำการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อทำการปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนการ และสถานการณ์ในขณะนั้น ตลอดจนทำการปรับปรุงให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการ ประมวลผล จะประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอน ได้แก่ กำหนดเกณฑ์และมาตรฐานในการวัดความสำเร็จ ติดตามและตรวจสอบผลการดำเนินงาน และแก้ไขผลการปฏิบัติงานให้ถูกต้อง

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจนั้นมีหลายขั้นตอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของปัญหาหรือข้อมูลที่จะนำมาทำการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่พบว่าก่อนที่จะทำการตัดสินใจเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ผู้ตัดสินใจจะใช้วิธีการวิเคราะห์เพื่อประเมินทางเลือกด้วยการใช้หลักการและเหตุผล จาก

ประสบการณ์ที่ตนเองมีเป็นเครื่องมือในการพิจารณาเลือก ทางเลือกที่ดีที่สุดและมีปัญหาน้อยที่สุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการตัดสินใจนั้น ๆ ด้วย

2.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า มีนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศหลายท่านได้แบ่งปัจจัย ไว้หลายประการ ดังนี้

Oppenheim (1979: 63) ให้คำจำกัดความของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ได้แก่

1) ค่านิยม (Value) ค่านิยมจะมีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจในสถานการณ์ ที่มีตัวเลือกหลายตัว ตัวเลือกที่หนึ่งอาจมีผลทำให้ค่านิยมพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปในด้านที่ดีขึ้น ในขณะที่ตัวเลือกที่สองสามารถ สร้างค่านิยมใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการได้อย่างไรก็ตามจะ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของบุคคลนั้น

2) ประเภทของครอบครัว (Type of Family) ประเภทของครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ขนาดของครอบครัว การเงินของครอบครัว อาชีพและการศึกษาของสมาชิก ที่อยู่ อาศัยและศาสนาของครอบครัวจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ

3) ทรัพยากรครอบครัว (Family Resources) ทรัพยากรครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ กล่าวคือ บุคคลโดยทั่วไปมักจะทำตามรูปแบบการซื้อในสิ่งเดิมที่เคยซื้อในอดีต ทำให้ ครอบครองมากขึ้นเพราะเกิดการตัดสินใจขั้นสุดท้ายและเป็นนิสัย เช่น การซื้อเสื้อผ้าและอาหารเป็น การกระทำที่เป็นปกติวิสัย และมีแนวโน้มที่ จะซื้อเสื้อผ้าและอาหารที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันซ้ำไป มา ผู้หญิงบางคนซื้อเสื้อเชิ้ตและกระโปรงสำหรับใส่ประจำวัน ส่วนผู้ชายใส่เสื้อยืดและกางเกงยีนส์ นอกจากนี้อาหารจำนวนมากที่มีอยู่ในตลาดเราก็มักจะซื้ออาหารประเภทเดียวกันสำหรับโอกาส เดียวกันทุกครั้ง และเป็นการยากที่จะจำแนกถึงสาเหตุของบุคคลที่ทำการตัดสินใจใช้จ่ายใช้สอย บางคนสามารถเจาะจงถึงสาเหตุที่ตัดสินใจในการซื้อ แต่บางคนไม่ทราบถึงสาเหตุ เพียงแต่มีความ อยากรซื้อเท่านั้น

4) ทิศทางของเศรษฐกิจสังคม (The Socioeconomic Setting) เศรษฐกิจของ ประเทศจะ ส่งผล กระทบต่อการตัดสินใจซื้อ กล่าวคือ ในช่วงที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองผู้คนส่วนใหญ่จะ ทำงานและมีเงินสำหรับใช้จ่ายใช้สอยได้อย่างสบายใจ แต่เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำก็จะตระหนักถึงสภาพ เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงจึงใช้จ่ายใช้สอยน้อยลง

จิตยาพร เสมอใจ (2550: 57) ได้กล่าวว่า การที่บุคคลจะมีการตัดสินใจที่เหมือนหรือ แตกต่างกันนั้น ล้วนมีผลมาจากลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคล ซึ่งสามารถ

แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจได้เป็น 2 ประการ คือ 1) ปัจจัยภายใน (Internal Factors) และ 2) ปัจจัยภายนอก (External Factors)

1) ปัจจัยภายใน (Internal Factors) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิด และการ แสดงออกซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วย องค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการหรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะการรับรู้และการเรียนรู้ซึ่ง สามารถอธิบายได้ดังนี้

(1) ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desires) เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ซึ่งส่วนใหญ่นิยมใช้คำว่า “ความต้องการ” ทั้งนี้โดยที่ความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้นจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการไม่ว่าในด้านร่างกายหรือจิตใจขึ้น บุคคลจะหาทางที่จะตอบสนองความจำเป็น หรือความต้องการนั้น

(2) แรงจูงใจ (Motivate) เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้นและหาหนทางนั้นไม่ รุนแรง เขาอาจปล่อยวาง ไม่คิด ไม่ใส่ใจ หรือไม่ทำการตัดสินใจใด แต่หากปัญหานั้น ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้นเขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหานั้น

(3) บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมา จากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัยและสิ่งจูงใจต่าง ๆ ระยะยาวและแสดงออกมาในด้านต่างๆ ซึ่งมีผล ต่อการกำหนดรูปแบบใน การตอบสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นลักษณะ ของการตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะ แสดงออกหรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็น ความเป็นตัวเอง สูง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่น ได้ ง่าย จะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

(4) ทักษะ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่ง หนึ่งของบุคคล โดยทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนั้นเมื่อเราต้องการให้บุคคลใด ๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติของเขา ก่อน แต่ในความเป็นจริง ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้นการปรับตัวให้เข้า กับพฤติกรรมของบุคคลย่อมกระทำได้ง่ายกว่า การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลซึ่งต้องใช้ความ เข้าใจ แรงพยายามและระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

(5) การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือ การกระทำ ของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่บุคคลต้อง

สร้างให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการให้มีคุณค่าซึ่งจะเป็นการสร้างความยอมรับได้

(6) การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้และ ประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้นหากมีการรับรู้แต่ยังไม่มีการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างจะคงที่ที่ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้

2) ปัจจัยภายนอก (External Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิด และพฤติกรรม โดยปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

(1) สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคทั้งในรูปของตัวเงินและ ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

(2) ครอบครัว (Family) การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความ แตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการต่อผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่ง ครอบครัวมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่น ๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็กซึ่งเป็นวัยซึมซับ และเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำของบุคคลไปตลอดชีวิต

(3) สังคม (Social) กลุ่มสังคมรอบ ๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคล ให้ เป็นไปในทิศทางเดียวกันของสังคม เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการขัด กลตาทางสังคม (Socialization) ประกอบด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมของสังคม (Social Values) และความเชื่อ (Believes) นอกจากนี้สังคมอาจเป็นได้ทั้งสังคมอาชีพและสังคมท้องถิ่นทำให้ต้องศึกษา ถึงลักษณะของสังคมเพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์โดยเฉพาะ บรรทัดฐาน (Norms) ที่สังคมกำหนด

(4) วัฒนธรรม (Culture) เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับมา ปฏิบัติเพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดีบุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตาม วัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic Values) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behaviors) ซึ่งเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัว ชุมชน และสังคมจึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ประกอบด้วยค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมการใช้วัตถุหรือสิ่งของ หรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

(5) ตัวกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็น รู้สึกคุ้นเคยกับสินค้าหรือบริการนั้น โดยใช้เครื่องมือทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้นธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand Contract) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จัก สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับมากเท่าใดก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้น เท่านั้น

(6) สภาพแวดล้อม (Environment) การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความแปรปรวน ของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ El Ninyo และ La Niya เป็นต้น ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น การเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหันของ สภาพอากาศทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศได้เร็วและง่ายขึ้น หรือราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นมาก ส่งผลให้ผู้บริโภคใช้รถยนต์น้อยลง เป็นต้น

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคดังกล่าว ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจที่แตกต่างกันของผู้บริโภคแต่ละคนนั้น มีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลทำให้พฤติกรรมในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นสามารถแบ่งออกเป็นสองปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน (Internal Factor) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิดและการแสดงออกซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น ความจำเป็น ความต้องการของบุคคล แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ การรับรู้และการเรียนรู้และสำหรับปัจจัยภายนอก (External Factor) เป็นปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม ประกอบด้วย สภาพเศรษฐกิจ ครอบครัวยุคสมัย วัฒนธรรม ตัวกระตุ้นทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทั่วไป

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวัง

กิติมา ศตะนาวัน (2541 : 48) กล่าวว่า การศึกษาความต้องการของบุคคลก็เพื่อจะได้เข้าใจ ธรรมชาติของมนุษย์ ความต้องการของบุคคลมีทั้งความต้องการทางกายภาพ และความต้องการทางจิตใจ หรือสังคม ความต้องการแบ่งออกได้เป็นความต้องการภายนอกและความต้องการภายใน ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ได้กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานซึ่งเป็นที่ต้องการที่ควร จะได้รับการตอบสนองก่อน จะไปสู่ความต้องการในระดับสูง อย่างไรก็ตามความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะลดลง อย่างน้อยก็ชั่วระยะเวลาหนึ่งความต้องการที่แตกต่างกันของบุคคล ทำให้การตอบสนองแตกต่างกันไปด้วย ความต้องการที่สำคัญของบุคคลหนึ่ง อาจไม่ใช่ความสำคัญของอีก

คนหนึ่งก็ได้ ด้วยเหตุนี้ องค์การจึงควรพิจารณาถึงคุณลักษณะที่แตกต่างของบุคคลเพื่อให้การตอบสนองได้ถูกต้อง เป้าหมายและสิ่งล่อใจเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้บุคคลได้เกิดความพึงพอใจ ของความต้องการของบุคคล สิ่งล่อใจเกิดขึ้นได้ทั้งภายในและภายนอก อาจเป็นวัตถุ สิ่งของ หรือ เงื่อนไขที่สามารถจะสนองความพึงพอใจของความต้องการได้ นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงชนิดของความต้องการของมนุษย์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เป็น แรงผลักดันที่เกิดขึ้นพร้อมกับความต้องการมีชีวิต การดำรงชีวิต วุฒิภาวะ ไม่จำเป็นต้องอาศัย ประสบการณ์การเรียนรู้แต่อย่างไร เกิดขึ้นเนื่องจากความต้องการทางร่างกายของเราเป็นสำคัญ เป็น แรงขับเบื้องต้นที่ร่างกายถูกกระตุ้นทำให้เกิดความรู้ ว่องไว กระฉับกระเฉง มีชีวิตที่จะตอบสนอง ต่อสิ่งเร้า เกิดขึ้นจากสภาวะทางอารมณ์ ความต้องการทางจิตใจและสังคม (Psychological and Social Needs) ความต้องการประเภทนี้ค่อนข้างจะสลับซับซ้อน และเกิดขึ้น จากสภาพสังคม วัฒนธรรม การเรียนรู้ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับและเป็นสมาชิกอยู่ ความต้องการทาง จิตใจและสังคมนี้ ยังแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล แต่สังคมและฐานะทางสังคมของบุคคล รวมทั้ง เวลาและโอกาสที่แตกต่างออกไปด้วย

อับราฮัม มาสโลว์ (Maslow, คศ. 1908-1970) กล่าวใน ฌีญกร อินทุยศ (2556) เชื่อว่า มนุษย์เกิดมาดี และพร้อมจะทำสิ่งดี ถ้าความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ และ มนุษย์สามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเองและเลือกทางชีวิตของตนเองได้ และอธิบายว่ามนุษย์มี ความต้องการอยู่เสมอ และความต้องการของมนุษย์จะมีลักษณะเป็นพีระมิด คือ ความต้องการขั้น ต่ำสุดจะเกิดขึ้นก่อน หรืออยู่ต่ำสุด ส่วนความต้องการขั้นสูงสุดจะเกิดขึ้นทีหลังหรืออยู่บนสุด โดย มนุษย์มีความต้องการอยู่ด้วยกัน 5 ขั้น คือ

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (biological and physiological needs) เป็นความ ต้องการขั้นพื้นฐานสุด ประกอบไปด้วยความต้องการทางร่างกายในลักษณะต่าง ๆ เช่น ความ ต้องการ อาหาร น้ำ อากาศ การพักผ่อน ฯลฯ ตลอดจนความต้องการทางเพศ เป็นความต้องการที่ ต้องได้รับการตอบสนองเพื่อการมีชีวิตรอดของมนุษย์ และเพื่อการดำรงอยู่ของเผ่าพันธุ์มนุษย์

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety-needs) เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระ และปกป้องตนเองจากการคุกคาม หรือสิ่งที่จะก่อให้เกิดอันตราย ทั้งต่อร่างกายและจิตใจในทุกด้าน เช่น ความต้องการความมั่นคงในชีวิต ความต้องการความปลอดภัยในทรัพย์สิน

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (belongingness and love needs) เป็นความต้องการที่พัฒนาขึ้นหลังจากความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองโดยความ ต้องการในขั้นนี้จะรวมทั้งความต้องการความรัก ความอบอุ่น ความเป็นเจ้าของ และการ ได้มีเพื่อน ฯลฯ

ขั้นที่ 4 ความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการที่รวมทั้งความต้องการการยอมรับนับถือตนเอง เช่น การเคารพตนเอง ความเป็นตัวของตัวเอง และความต้องการการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น เช่น เป็นที่จดจำของคนทั่วไป เป็นคนมีชื่อเสียง

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะตระหนักในความสามารถของตนเอง (Self-actualization) เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากความต้องการทั้ง 4 ขั้นที่ผ่านมาได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ แล้ว ในขั้นนี้ มนุษย์จะมีความต้องการที่จะรู้จักตนเองตรงตามสภาพที่ตนเองเป็นอยู่ เข้าใจถึงความสามารถ ความสนใจ ความถนัด และความต้องการของตนเองอย่างตรงไปตรงมา โดยไม่มีการปกป้องและบิดเบือน พร้อมทั้งจะเปิดเผยตนเอง พิจารณาตนเองอย่างใจเป็นธรรม ยอมรับได้ทั้งส่วนดีและส่วนที่เป็นข้อบกพร่องของตนเอง เพื่อต้องการเป็นคนชนิดที่ตนเองเป็นได้ดีที่สุด สามารถใช้ศักยภาพและความสามารถที่ตนเองมีอยู่ได้อย่างเต็มที่ เต็มภาคภูมิ แต่อย่างไรก็ตาม พบว่ามีคนส่วนน้อยที่จะพัฒนาขึ้นมาถึงขั้นนี้ได้ เพราะมนุษย์จะมีธรรมชาติในการปกป้องตนเองและต้องการให้ผู้อื่นเห็นแต่ส่วนดี ๆ ของตนเองเท่านั้น จึงมักยอมรับข้อบกพร่องของตนเองไม่ได้ ทั้งนี้เอราสมุส เอช. มาสโลว์ ยังมีการแบ่งความต้องการออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นความต้องการขั้นต่ำหรือความต้องการขั้นพื้นฐาน (basic needs) และกลุ่มที่เป็นความต้องการขั้นสูงหรือความต้องการพัฒนา (growth needs) โดยความต้องการขั้นต่ำ หรือความต้องการขั้นพื้นฐาน หมายถึง ความต้องการในขั้นที่ 1 - ขั้นที่ 4 ซึ่งมีลักษณะเป็นความต้องการที่เกิดจากการขาดหรือไม่มี (deficiency needs) (Slavin, 2006 : 319) และความต้องการขั้นสูง หรือความต้องการพัฒนา (Coon, 2007 : 406) เป็นความต้องการเนื่องมาจากการแสวงหา ไม่ใช่เนื่องมาจากการขาดหรือการไม่มี และมักจะเป็นเรื่องของความพอใจภายในตนเองของบุคคลมากกว่าการได้รับความพอใจจากการกระทำของบุคคลอื่นเหมือนในความต้องการขั้นต่ำ โดยเป็นความต้องการที่จะทำให้ตนพัฒนาไปสู่การเป็นคนที่มีศักยภาพเต็มสมบูรณ์และพร้อมที่จะใช้ความสามารถที่มีอยู่ในตนเองทำประโยชน์ให้กับสังคมได้อย่างเต็มที่

วรูม (Victor H. Vroom) (1964) เป็นนักจิตวิทยาในกลุ่มพุทธินิยม (Cognitive Psychology) ที่ศึกษาวิจัยการทำงานของคนในโรงงานอุตสาหกรรม และได้สร้างทฤษฎีความคาดหวังไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ.1964 แม้คำอธิบายในทฤษฎีของวรูมอาจจะยังไม่สมบูรณ์ แต่ก็พบว่า เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้มีการวิจัย ต่อเนื่องมาอีกมากในเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม นักจิตวิทยาในกลุ่มพุทธินิยมนี้เชื่อในเรื่องของความคิดของบุคคลว่าเป็นส่วนสำคัญในการทำให้เกิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรม หรือการกระทำ แม้จะมีเรื่องของผลรางวัลหรือสิ่งเร้าภายนอกตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิด แรงจูงใจคือ ความคิดของบุคคล

นักจิตวิทยาบางคนในกลุ่มนี้ศึกษาเรื่องการวางแผน บางคนศึกษาเรื่องการ ตั้งเป้าหมาย แต่สำหรับ Victor H. Vroom จะเน้นศึกษาเรื่องความคาดหวัง คำอธิบายเน้นใน 2 เรื่องด้วยกัน คือ เรื่องค่านิยม ในงานว่า ทำงานแล้วคาดหวังว่าจะได้อะไร เช่น ทำงานให้ดี เพื่อหวังจะได้รับเงินเดือนเพิ่ม หรือบางคนหวังได้รับค่ายกย่อง ให้ที่นี้ เงินและค่ายกย่องเป็นค่านิยม และอีกเรื่องที่เน้นคือ แรงจูงใจ ซึ่งกำหนดทิศทางการกระทำเพื่อให้ได้ตามค่านิยมของตน คือ ความหวังว่าจะได้ตามค่านิยมเป็นแรงจูงใจให้บุคคลใช้ ความพยายามกระทำให้สำเร็จ และความสำเร็จของงานเกิดจากความพยายามบวกกับความสามารถของตน จากคำอธิบายดังกล่าวนี้ หลายคนเห็นว่า Victor H. Vroom เน้นที่สิ่งจูงใจจากภายนอก คือ ความคาดหวังที่จะได้รับรางวัล ได้รับการยกย่อง ได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น ฯลฯ แต่ถ้ามองทัศนะของกลุ่มพุทธินิยม กลุ่มนี้จะกล่าวว่า ความคาดหวังซึ่งเป็นความคิดของบุคคลเป็นจุดสำคัญของแรงจูงใจ แนวคิดในทฤษฎีของวรูม สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลเกิดจากความคิดของบุคคลในการตั้งความคาดหวังในสิ่งที่กระทำ ซึ่งความคาดหวังนั้นมักเป็นไปตามค่านิยมของตน ทำให้บุคคลพยายามทำให้ได้ หากสิ่งที่พยายามสอดคล้องกับความสามารถด้วยก็จะเป็นแรงจูงใจที่เข้มข้นสำหรับบุคคล นอกจากนั้น ผลการศึกษาต่อเนื่องจาก Victor H. Vroom ก็ช่วยสนับสนุนแนวคิดดังกล่าว และยังได้ข้อสรุปเพิ่มขึ้นจากการที่บุคคลได้เข้าใจบทบาทการทำงานของตนเป็น อย่างดี จึงเห็นได้ว่าแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลทำงาน คือ การสร้างความคาดหวัง การให้ ตระหนักในค่านิยมต่องาน การใช้ความพยายามการเสริมสร้างความสามารถในงาน และการช่วยให้บุคคล เข้าใจบทบาทของตนในงานนั้น ๆ

2.5 ระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันศึกษา

ระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยได้มีการพัฒนา มาอย่าง ต่อเนื่อง จากเดิมมหาวิทยาลัยต่างๆ ดำเนินการคัดเลือกและจัดสอบเอง กระทั่งใน พ.ศ. 2504 ได้เปลี่ยนมาเป็นระบบกลางในการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่เรียกว่า การสอบเอ็นทรานซ์ (Entrance) ต่อมา พ.ศ. 2549 ได้เปลี่ยนการคัดเลือกจากการสอบเอ็นทรานซ์ (Entrance) มาเป็นระบบที่เรียกว่า แอดมิชชัน (Admissions) ซึ่งใช้คะแนนเกรดเฉลี่ยสะสมเฉลี่ยของทุกวิชาที่ได้เรียนมาตลอดหลักสูตร มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (GPAX) และเกรดเฉลี่ยสะสมกลุ่มสาระการเรียนรู้ (GPA) คะแนนทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินั้นพื้นฐานหรือโอเน็ต (O-NET) และการทดสอบทางการศึกษาขั้นสูงหรือเอเน็ต (A NET) มาเป็นองค์ประกอบ แต่มีปัญหาตามมานั้นคือ โรงเรียนมีมาตรฐานการเรียนการสอนไม่เหมือนกัน ส่งผลให้เกรดเฉลี่ยสะสมที่ได้แตกต่างกัน ดังนั้น ใน พ.ศ. 2553 ได้มีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวส่วนคะแนนที่ใช้คัดเลือกโดย การยกเลิก

การสอบเอนีต (A-NET) มาเป็นการทดสอบตามความถนัดทั่วไป (GAT) และการทดสอบความถนัด ทางวิชาชีพ (PAT)

ปัจจุบันการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาใช้ระบบที่เรียกว่า TCAS หรือ Thai University Center Admission System เป็นระบบที่ออกแบบโดยที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย และเริ่มใช้เป็นครั้งแรกในปีการศึกษา 2561 เป็นระบบกลางในการบริหารจัดการการสอบเข้าศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษา แบ่งออกเป็น 5 รอบ แต่ละรอบจะมีเงื่อนไขที่แตกต่างกันไป ซึ่งถ้าสอบผ่านการคัดเลือกในรอบไหนแล้วจะไม่สามารถสมัครสอบในรอบอื่น ๆ ต่อไปได้ดังนี้

รอบที่ 1 การรับด้วยแฟ้มสะสมผลงาน Portfolio โดยไม่มีการสอบข้อเขียน สำหรับนักเรียนทั่วไป นักเรียนที่มีความสามารถพิเศษ นักเรียนโควตา นักเรียนเครือข่ายโดยให้นักเรียนยื่นสมัครโดยตรงกับ สถาบันอุดมศึกษา

รอบที่ 2 การรับแบบโควตาที่มีการสอบข้อเขียนหรือข้อสอบปฏิบัติโดยมีเงื่อนไขต่าง ๆ ระบุไว้ สำหรับนักเรียนที่อยู่ในเขตพื้นที่หรือโควตาของโรงเรียนในเครือข่าย และ โครงการความสามารถพิเศษต่าง ๆ ซึ่ง สถาบันอุดมศึกษาจะประกาศเกณฑ์การสอบให้นักเรียนยื่นสมัครโดยตรงกับสถาบันอุดมศึกษาและเข้ารับการ คัดเลือกตามเกณฑ์การสอบ

รอบที่ 3 การรับตรงร่วมกัน สำหรับนักเรียนในโครงการกลุ่มสถาบันแพทยศาสตร์แห่งประเทศไทย (กสพท.) โครงการอื่น ๆ และนักเรียนทั่วไป โดยที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยกลางในการรับ สมัคร นักเรียนสามารถเลือกได้ 4 สาขาวิชา โดยไม่ต้องเรียงลำดับ และแต่ละสถาบันอุดมศึกษากำหนดเกณฑ์ที่ เป็นอิสระของตนเอง

รอบที่ 4 การรับแบบ Admission สำหรับนักเรียนทั่วไป โดยที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยกลางในการรับสมัคร นักเรียนสามารถเลือกสมัครได้ 4 สาขาวิชา แบบมีลำดับ โดยใช้เกณฑ์ค่า น้ำหนักตามที่ประกาศไว้ล่วงหน้า 3 ปี

รอบที่ 5 การรับตรงอิสระ สถาบันอุดมศึกษา รับโดยตรงด้วยวิธีการของสถาบันเอง เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนได้เรียนต่อ

ระบบ TCAS ต่างกับการคัดเลือกที่ผ่านมา คือ การสอบคัดเลือกในแต่ละรอบจะให้ผู้ผ่านการคัดเลือก ยืนยันสิทธิ์ (Clearing house) นั่นคือ นักเรียน 1 คน มี 1 สิทธิ์ในการยืนยันการเข้าศึกษาต่อในสาขาที่สอบได้ เมื่อยืนยันแล้วระบบจะตัดชื่อออกจากการมีสิทธิ์สมัครสอบรอบต่อไป หากต้องการสอบรอบต่อไปต้องสละสิทธิ์ ของรอบก่อน หากไม่ทำการสละสิทธิ์ก่อน ผลการคัดเลือกในรอบต่อไปจะถือว่าเป็นโมฆะ (สำนักวิชาการ สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2561)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าศึกษางานวิจัยต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูล แนวทางในการศึกษา ประกอบการวิจัย ดังนี้

เกษรา โพธิ์เย็น (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเอกสารที่ใช้ในการรับสมัครเข้าใจง่าย แสดงให้เห็นว่าการเตรียมเอกสารที่ใช้ในการสมัครสอบเป็นสิ่งสำคัญต่อการเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้อง ในด้านข้อมูลเกี่ยวกับสถาบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะดวกต่อการเดินทางมาศึกษา มีโปรแกรมวิชาให้เลือกหลากหลายโปรแกรม ล้วนแต่เป็นข้อมูลในการเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา ด้านข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านต่างๆเช่น ด้านเหตุผลส่วนตัวเศรษฐกิจ สถาบัน สังคม บุคคลที่เกี่ยวข้องอยู่ใน ระดับมาก

พรพรรณ ขาใจ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่างชาติในการเข้ามาเป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยนในประเทศไทย กรณีศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่างชาติในการเข้ามาเป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยนของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย ประกอบด้วยนักศึกษาต่างชาติคณะ/ โครงการต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 233 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามซึ่งผลการวัดค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.92 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบค่า Chi-Square ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ถึง 58.4 เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีอายุระหว่าง 20–25 ปี ร้อยละ 64.4% ประเทศที่มาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มากที่สุด คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 15.9 นักศึกษาต่างชาติที่เข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยคิดเป็นร้อยละ 47.6 ที่เลือกเข้ามาศึกษาต่อในโครงการไทยศึกษา เลือกที่จะเรียนต่อในระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยคิดเป็นร้อยละ 52.8 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่างชาติในการเข้ามาเป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบร่วมกัน 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

กับการตัดสินใจของนักศึกษาต่างชาติในการเข้ามาเป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยน กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีปัจจัยทางด้านหลักสูตร และปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่างชาติในการเข้ามาเป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบร่วมกัน 4 ปัจจัย คือปัจจัยด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านจิตวิทยา และด้านเศรษฐกิจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอก กับการตัดสินใจของนักศึกษาต่างชาติในการเข้ามาเป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยน กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีปัจจัยทางด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านจิตวิทยาและด้านเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศศิวิมล แสนเมือง (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของ มทส. ในมุมมองของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2) ศึกษาปัจจัยในการเลือกมหาวิทยาลัย โดยทั่วไปของนักเรียน ที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านภาพลักษณ์โดยรวมต่อการเลือก มทส. ในมุมมองของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 4) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านหลักสูตรต่อการเลือก มทส. ในมุมมองของนักเรียนที่มีผลการเรียนดี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคลต่อการเลือก มทส. ในมุมมองของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยแยกปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจเลือก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล โดยมีประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงสุด ในสายการศึกษาคณิตศาสตร์-วิทยาศาสตร์ ของโรงเรียนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดชัยภูมิ โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 497 คน ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย คือ ด้านบุคลิกภายนอก ได้แก่ รักสงบ สะอาด สงบเสงี่ยม และมีการปรับปรุงตลอดเวลา ด้านความสามารถ ได้แก่ ฉลาด มั่นคง กระตือรือร้น รวดเร็ว ด้านการเรียน ได้แก่ จริงจัง เคร่งเครียด มีสาระ ยาก ด้านรสนิยม ได้แก่ คิดดิน บ้านนอก ด้านมูลค่า ได้แก่ แพง ทนสมัย และผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 3 ด้าน

ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตร และเหตุผลส่วนบุคคล พบว่า ทั้งปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตร และเหตุผลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

ธันยากร ช่วยทุกข์เพื่อน (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อบกพร่องในกระบวนการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ โดยใช้กลวิธีแก้โจทย์เชิงตรรกะของเฮลเลอร์และเฮลเลอร์ เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดคือ ขั้นที่ 5 ขั้นตรวจสอบผลลัพธ์ ขั้นที่ 3 ขั้นวางแผนแก้โจทย์ ขั้นที่ 4 ขั้นดำเนินการตามแผนที่วางไว้ ขั้นที่ 2 ขั้นอธิบายหลักการทางฟิสิกส์ และขั้นที่ 1 ขั้นพิจารณาปัญหา

2. นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีข้อบกพร่องในกระบวนการแก้โจทย์ปัญหาโดยใช้กลวิธีแก้โจทย์เชิงตรรกะของเฮลเลอร์และเฮลเลอร์ ไม่แตกต่างกัน เรียงลำดับข้อบกพร่องจากมากไปหาน้อยคือ ขั้นที่ 5, 3, 4, 2 และ 1 ตามลำดับ 1. นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อบกพร่องในกระบวนการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ โดยใช้กลวิธีแก้โจทย์เชิงตรรกะของเฮลเลอร์และเฮลเลอร์ เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดคือ ขั้นที่ 5 ขั้นตรวจสอบผลลัพธ์ ขั้นที่ 3 ขั้นวางแผนแก้โจทย์ ขั้นที่ 4 ขั้นดำเนินการตามแผนที่วางไว้ ขั้นที่ 2 ขั้นอธิบายหลักการทางฟิสิกส์ และขั้นที่ 1 ขั้นพิจารณาปัญหา

3. นักศึกษาที่มีระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกัน มีข้อบกพร่องในกระบวนการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ โดยใช้กลวิธีแก้โจทย์เชิงตรรกะของเฮลเลอร์และเฮลเลอร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ พบว่า กลุ่มเก่ง แตกต่างกับกลุ่มอ่อน และกลุ่มปานกลางแตกต่างจากกลุ่มอ่อน แต่กลุ่มเก่งและกลุ่มปานกลาง ไม่มีความแตกต่าง โดยกลุ่มเก่งและกลุ่มปานกลาง เรียงลำดับข้อบกพร่องจากมากไปหาน้อยคือ ขั้นที่ 5, 3, 4, 2 และ 1 ส่วนกลุ่มอ่อน เรียงลำดับข้อบกพร่องจากมากไปหาน้อยคือ ขั้นที่ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ไกรสิงห์ สุดสงวน (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านสถาบัน ส่วนด้านเหตุผลส่วนตัว และด้านเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา อยู่ในระดับมาก ถ้ามีการให้ข้อมูลแก่นักเรียนตั้งแต่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 จะสามารถทำให้นักเรียนได้มีการเตรียมตัว ได้รับข้อมูลในด้านต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาได้แก่ ด้านสถาบัน ด้านเหตุผลส่วนตัว หรือด้านเศรษฐกิจและสังคม

เป็นต้น การวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างกับกลุ่มโรงเรียนสาธิตอื่น ๆ เพื่อให้เห็นความแตกต่างได้อย่างชัดเจน และควรทำการศึกษาติดตามผลหลังจบการศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 6

จเรช สายคำ และวัฒนา พัดเกตุ (2560) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตภาคเหนือตอนล่าง ที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนในเขต 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง จำนวน 1,648 คน ประจำปีการศึกษา 2559 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านระบบการสอบคัดเลือกมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือสภาพแวดล้อมของสถาบัน และค่าธรรมเนียมการศึกษา/แหล่งเงินทุน/ค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจพบว่า ผู้ปกครอง มีอิทธิพลมากที่สุด 2) ปัจจัยด้านสื่อแนะแนว/แนะนำ พบว่า การเข้าไปแนะแนวการศึกษาต่อในโรงเรียนของสถาบันนั้น ๆ มีผลมากที่สุด 3) ปัจจัยด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ของสถาบันพบว่า ผลการประกันคุณภาพการศึกษาหรือผลการจัดอันดับ (university ranking) ที่มีการเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ มีผลมากที่สุด 4) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันพบว่า ความพร้อมและความทันสมัยของอุปกรณ์การเรียนการสอนมีผลมากที่สุด 5) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ พบว่า ห้องสมุดมีผลมากที่สุด 6) ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา/แหล่งเงินทุน/ค่าใช้จ่ายต่างๆ พบว่า ทุนการศึกษาและสิทธิประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อเข้าศึกษาต่อมีผลมากที่สุด และ 7) ปัจจัยด้านระบบการสอบคัดเลือกพบว่า รูปแบบการรับนักศึกษา เช่น รับจากคะแนน Admission สอบตรง หรือเลือกรับเข้าศึกษาจากทั้งสองทางมีผลมากที่สุด

ปฐมมา อาแว และนิยาวาשר์ ไพบุลย์ (2562) ศึกษาการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562 ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ที่เลือกศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เป็นนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 92.6 โดยมีภูมิลำเนาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และภาคใต้จังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 58.4 และ 34.2 ตามลำดับ เป็นนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม ร้อยละ 54.6 และโรงเรียนของรัฐ ร้อยละ 41.6 และเป็นผู้ที่มีความตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 59.6 และสอบผ่านการคัดเลือก TCAS ในอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 29.8 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมากที่สุด ($X = 4.35$) รองลงมาคือ หลักสูตร/โปรแกรม และเหตุผลส่วนตัว ($X = 4.12, 3.86$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ โดยภาพรวมไม่มีความ

แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยภูมิฐานะของนักศึกษา กับปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิทวัส เหล่ามะลอ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS มากที่สุดคือกลุ่มปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยทางด้านสังคม ตามลำดับ ซึ่งสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น คือปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งกำลังศึกษาอยู่ระดับชั้น ม.6 โดยที่ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนโรงเรียนของรัฐบาล มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51 ขึ้นไป และรายได้รวมต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 40,000 บาท และแนวโน้มหรือความต้องการที่จะตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS อยู่ในระดับ มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยใช้ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ได้แก่ ปัจจัยปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และเป็นที่ยอมรับของสังคม และปัจจัยด้านสังคมยกย่องในความรู้ความสามารถ

จุฑารัตน์ สุขน้อย (2563) ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนท่าศาลาประสิทธิ์ศึกษา โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนท่าศาลาประสิทธิ์ศึกษา 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนท่าศาลาประสิทธิ์ศึกษา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนท่าศาลาประสิทธิ์ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนท่าศาลาประสิทธิ์ศึกษา จำนวน 260 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way

ANOVA) และหากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีเพศ ระดับชั้นการศึกษา ความต้องการศึกษาต่อต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา ด้านเหตุผลส่วนตัว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน รวมทั้งศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน และเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมีระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ขั้นตอนในการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อวิเคราะห์ อภิปรายตีความ และสรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางสถิติ เน้นข้อมูลเชิงตัวเลข ซึ่งจะทำให้ได้คำตอบ ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสามารถบอกทิศทาง แนวทางและความเป็นไปได้ของการดำเนินการเพื่อพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ในอนาคตได้ โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีดำเนินการ ดังนี้

3.1.1 การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประเมินประเด็นแนวความคิดระเบียบวิธีการวิจัย ข้อสรุป ข้อเสนอแนะ จากผลงานวิจัยหรือเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือประเด็นของปัญหา หรือคำถาม วัตถุประสงค์ของการวิจัยก่อนที่จะลงมือทำการวิจัยของตนเอง

3.1.2 การกำหนดกรอบแนวคิด ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน โดยบูรณาการตัวแปรกรอบแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดบริการของ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาด 4Ps ของ McCarthy (2004) โดยนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดสำหรับประเภทบริการเพิ่มขึ้นอีก 3 ประการ จึงเรียกรวมกับส่วนประสมทางการตลาดว่า 7Ps และแนวคิดการตัดสินใจของ Reeder (1996)

3.1.3 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.4 นำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และนักศึกษา พื้นที่บริเวณรอบ ๆ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.1.5 การวิเคราะห์ผลประมวลผลจากข้อมูลในแบบสอบถามที่ทางผู้ศึกษาได้ทำการเก็บสำเร็จ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย และอธิบายข้อมูลตามตาราง

3.1.6 การสรุปและอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา โดยเปรียบเทียบผลที่ได้ กับผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง หรือจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคำนึงถึงความสอดคล้อง และความแตกต่างกันของผลการศึกษาแต่ละเรื่อง

3.1.7 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษานี้ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากผลของการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ผลจากข้อมูลที่เป็นความจริง เชื่อมโยง ระหว่างผลการวิจัยที่ค้นพบกับสภาพความเป็นจริงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากผลการวิจัย จัดทำเป็นรูปเล่มและนำเสนอ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ประจำจังหวัด จำนวน 400 คน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน จำนวน 100 คน ได้แก่ จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ (Random statistic) เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอในการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 500 คน ดำเนินการแจกแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์แก่กลุ่มตัวอย่าง โดยการประสานงานกับครูแนะแนวของแต่ละโรงเรียนเพื่ออธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามผ่านระบบโทรศัพท์ด้วยตัวเอง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอก ได้แก่ คณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อ และแบบสอบถามปลายปิด ลักษณะคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) (สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2553) โดยทำการเลือกข้อที่เหมาะสมที่สุด ประกอบด้วย เพศ ภูมิสำเนา ระดับการศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม ประเภทสถาบันการศึกษาที่ท่านกำลังศึกษา และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย

- 1) ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา
- 2) ด้านหลักสูตรที่เปิดสอน
- 3) ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย
- 4) ด้านส่งเสริมการตลาด
- 5) ด้านอาจารย์ผู้สอน
- 6) ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการตัดสินใจเลือกเรียน เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลในการตัดสินใจเลือกเรียนระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ประกอบด้วย

- 1) เป้าหมายส่วนตัวในการตัดสินใจเลือกเรียนใน ระดับอุดมศึกษา
- 2) สถาบันการศึกษาใด ที่คุณสนใจต้องการศึกษาต่อ ในระดับอุดมศึกษา
- 3) อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ในระดับอุดมศึกษา

สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน มีลักษณะข้อคำถามโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับในการวัดออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด (สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2553) โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
3 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

การกำหนดเกณฑ์ระดับความคิดเห็น เพื่อแปลความหมายค่าเฉลี่ยไว้ 5 ระดับ จากการคำนวณระดับค่าเฉลี่ยที่เหมาะสม แบบการใช้ขอบเขตที่แท้จริง (Exact Litmus) คือ ค่าที่อยู่ระหว่างขอบเขตต่ำ และขอบเขตสูง เช่น ข้อคำถามเป็น Rating Scale มีค่าคะแนน เป็น 1, 2, 3, 4, และ 5 นั่นคือ ทุกคะแนนจะมีขอบเขตต่ำ และขอบเขตสูง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 ชุด โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

(1) ดำเนินการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านระบบออนไลน์ โดยประสานงานโดยตรงกับครูแนะแนวของแต่ละโรงเรียนเพื่ออธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามผ่านระบบโทรศัพท์ด้วยตัวเอง โดยขอความอนุเคราะห์ดำเนินการกระจายแบบสอบถาม และติดตามแก่นักเรียนในสังกัด และประสานโดยตรงกับนักศึกษาประจำจังหวัดนั้น ๆ ให้แล้วเสร็จภายในระหว่างเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2564

(2) ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของแบบสอบถามในเบื้องต้น หลังจากครบระยะเวลาที่กำหนด และคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วน และไม่สมบูรณ์ออก

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด จากหนังสือ วารสารงานวิจัย บทความต่าง ๆ ทั้ง วิชาการ บริการวิชาการ วิจัย และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต

3.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของแบบสอบถาม และคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วน และไม่สมบูรณ์ออก ลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ประมวลผลข้อมูลที่ได้ลงรหัสแล้วบันทึกไว้และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักเรียนและนักศึกษา ประจำจังหวัดภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม ประเภทสถาบันการศึกษาที่ทำนากำลังศึกษาคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลือก หรือระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย

(3) นำข้อเสนอแนะอื่น ๆ ได้แก่ ข้อเสนอแนะด้านเป้าหมายส่วนตัวในการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษา สถาบันการศึกษาใดที่คุณสนใจต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ในระดับอุดมศึกษา มาสรุปและวิเคราะห์ในลักษณะการบรรยายเชิงพรรณนา

3.5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

(1) สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -coefficient) ของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha) โดยมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีระดับความเชื่อมั่นสูง (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2549 : 248) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

โดยที่

α	คือ	สัมประสิทธิ์แอลฟา
k	คือ	จำนวนข้อคำถาม
$\sum S_i^2$	คือ	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
S_t^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

(2) การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

$$\text{ร้อยละ} = \frac{f}{n} \times 100$$

โดยที่

f	คือ	ความถี่
n	คือ	ความถี่ทั้งหมด

(3) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลือก หรือระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

- ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร

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

โดยที่

$\bar{x}$	คือ	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum x_i$	คือ	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

- ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$SD = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}$$

โดยที่

SD	คือ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$\bar{x}$	คือ	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
x_i	คือ	ค่าคะแนนแต่ละข้อ
n	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียนและนักศึกษาภาคเหนือตอนบน โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

กลุ่มเป้าหมายแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มเป้าหมายนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 2) กลุ่มเป้าหมายนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีผู้ตอบ แบบสอบถามทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
1.1 เพศ		
หญิง	288	72.00
ชาย	112	28.00
รวม	400	100.00
1.2 ภูมิลำเนา		
แพร่	132	33.00
ลำพูน	72	18.00
แม่ฮ่องสอน	64	16.00
ลำปาง	35	8.80
อุตรดิตถ์	33	8.30

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
เชียงใหม่	24	6.00
น่าน	16	4.00
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
เชียงราย	14	3.50
พะเยา	10	2.50
รวม	400	100.00
1.3 ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	400	100.00
รวม	400	100.00
1.4 เกรดเฉลี่ยสะสม		
3.51 ขึ้นไป	178	44.50
3.01 – 3.50	147	36.80
2.51 – 3.00	59	14.80
2.01 – 2.50	16	4.00
รวม	400	100.00
1.5 ประเภทสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษา		
โรงเรียนของรัฐบาล	400	100.00
รวม	400	100.00
1.6 รายได้ต่อเดือนของครอบครัว		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	84	21.00
10,000 – 20,000 บาท	126	31.50
20,001 - 30,000 บาท	74	18.50
30,001 – 40,000 บาท	45	11.30
40,001 บาท ขึ้นไป	71	17.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.00 ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่อาศัยอยู่จังหวัดแพร่ ร้อยละ 33.00 รองลงมาคือจังหวัดลำพูน ร้อยละ 18.00 และ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ร้อยละ 16.00 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งหมด ร้อยละ 100.00 เกรดเฉลี่ยสะสมส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 3.51 ขึ้นไป ร้อยละ 44.50 รองลงมา 3.01 – 3.50 ร้อยละ 36.80 และ 2.51 – 3.00 ร้อยละ 14.80 ประเภทของสถาบันศึกษาเป็นโรงเรียนของ รัฐบาลทั้งหมด ร้อยละ 100.00 โดยมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวส่วนใหญ่ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 31.50 รองลงมา ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 31.50 ตามลำดับ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้ได้มาจากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นการตอบ แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก โดยผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยออกเป็น 6 ด้านใหญ่และในแต่ละด้านจะมีประเด็นย่อยประกอบ ซึ่งพอ สรุปในภาพรวมทั้ง 7 ด้านใหญ่ และประเด็นย่อยตามปัจจัยย่อย เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ ผลการวิจัย ข้อคำถามเป็นแบบประมาณค่า 1 – 5 โดย

5	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
3	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

ในการแปลความหมายใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	หมายถึง	แปลผล
4.50 – 5.00	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียน

ปัจจัยในการเลือกเรียน	ระดับความคิดเห็นของนักเรียน					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความเห็น นักเรียน
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
1. ด้านอุปกรณ์การเรียน	57.30	33.67	8.83	0.20		4.48	0.67	มาก
การสอน								
2. ด้านหลักสูตร	56.23	32.70	10.50	0.57		4.45	0.70	มาก
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	49.53	38.10	12.30	0.07		4.37	0.69	มาก
4. ด้านอาจารย์ผู้สอน	41.53	39.37	17.93	1.10	0.07	4.21	0.77	มาก
5. ด้านส่งเสริม	37.70	41.27	18.23	2.43	0.37	4.13	0.80	มาก
การตลาด								
6. ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา	32.17	41.63	21.10	3.50	1.60	4.02	0.81	มาก

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนมีผลต่อการเลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษามากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.48 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านหลักสูตร ค่าเฉลี่ย 4.45 ระดับมาก และด้านทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ย 4.37 ระดับมาก และปัจจัยในการเลือกเรียนต่อนั้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ที่ 4.02 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านภาพลักษณ์ของ
สถาบันการศึกษา

ปัจจัยในการเลือกเรียน	ระดับความคิดเห็นของนักเรียน					SD	$\bar{X}$	ระดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
1. ด้านภาพลักษณ์ของ								
สถาบันการศึกษา	121	195	80	3	1	4.08	0.74	มาก
1.1 ความมีชื่อเสียงของ								
มหาวิทยาลัยและเป็นที่								
ยอมรับของสังคม								
1.2 เป็นมหาวิทยาลัยที่มี	186	169	43	1	1	4.35	0.70	มาก
การใช้เทคโนโลยีที่มีความ								
ทันสมัยและมีความพร้อมใน								
ทุกๆด้าน								
1.3 ศิษย์เก่าเป็นบุคคลที่มี	83	135	134	41	7	3.62	0.98	มาก
ชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับใน								
สังคม								

จากตารางที่ 3 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบันศึกษาต่อการตัดสินใจนั้น การเป็นมหาวิทยาลัยที่มีการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีความพร้อมในทุกๆด้านเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.35 ระดับมาก รองลงมาคือความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยและเป็นที่ยอมรับของสังคม และศิษย์เก่าเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในสังคม

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านหลักสูตร

ปัจจัยในการเลือกเรียน	ระดับความคิดเห็นของนักเรียน					SD	ระดับ ความเห็น นักเรียน	
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
$\bar{X}$								
2. ด้านหลักสูตร								
2.1 มีหลักสูตรที่ทันสมัยและตรงตามกับความต้องการของตลาดแรงงาน	216	145	39			4.44	0.66	มาก
2.2 หลักสูตรที่จบการศึกษาแล้วมีงานทำ	252	108	40			4.53	0.67	มาก
2.3 มีหลักสูตรที่จบการศึกษาแล้วสามารถเป็นผู้ประกอบการ	207	139	47	7		4.37	0.75	มาก

จากตารางที่ 4 ปัจจัยด้านหลักสูตร พบว่าอิทธิพลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุด คือ หลักสูตรที่จบการศึกษาแล้วมีงานทำ ค่าเฉลี่ย 4.53 ระดับมาก รองลงมาคือ มีหลักสูตรที่ทันสมัยและตรงตามกับความต้องการของตลาดแรงงาน ค่าเฉลี่ย 4.44 ระดับมาก และมีหลักสูตรที่จบการศึกษาแล้วสามารถเป็นผู้ประกอบการ ค่าเฉลี่ย 4.37 ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านหลักสูตร

ปัจจัยในการเลือกเรียน	ระดับความคิดเห็นของนักเรียน					SD	ระดับ ความเห็น นักเรียน	
	มาก	มาก	ปาน	น้อย	น้อย			
	ที่สุด		กลาง		ที่สุด			
	$\bar{X}$							
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง								
3.1 ขนาดพื้นที่และ ความทันสมัยของอาคาร เรียน	159	175	66			4.23	0.71	มาก
3.2 สถานที่ตั้งของ มหาวิทยาลัยอยู่ใกล้ ชุมชนและมีการคมนาคม ที่สะดวก	198	156	45	1		4.38	0.69	มาก
3.3 สิ่งอำนวยความสะดวก เช่นรถรับส่ง ภายในมหาวิทยาลัย สนามกีฬาโรงอาหาร ห้องคอมพิวเตอร์ สถานพยาบาล เป็นต้น	237	126	37			4.50	0.66	มาก

ตารางที่ 5 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง พบว่าอิทธิพลที่กลุ่มตัวอย่างเลือก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นรถรับส่ง ภายในมหาวิทยาลัย สนามกีฬาโรงอาหาร ห้องคอมพิวเตอร์สถานพยาบาล เป็นต้น มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.50 ระดับมาก รองลงมา สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ใกล้ชุมชนและมีการคมนาคมที่สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.38 ระดับมาก และ ขนาดพื้นที่และความทันสมัยของอาคารเรียน ค่าเฉลี่ย 4.23 ระดับมาก

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยในการเลือกเรียน	ความคิดเห็นของนักเรียน					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น นักเรียน
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
4. ด้านส่งเสริม								
การตลาด	173	164	56	6	1	4.26	0.76	มาก
4.1 การแนะนำจาก								
สื่อต่างๆ เช่นวิทยุ								
โทรทัศน์สื่อออนไลน์								
คู่มือการศึกษาต่อ								
4.2 มีข้อมูลจากการ	172	172	50	5	3	4.27	0.74	มาก
แนะนำของสถาบัน								
อื่นๆ								
4.3 มีการ	107	159	113	18	3	3.87	0.88	มาก
ประชาสัมพันธ์จากศิษย์								
เก่า								

ตารางที่ 6 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าอิทธิพลที่กลุ่มตัวอย่างเลือก มีข้อมูลจากการแนะนำของสถาบัน นั้นๆมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.27 ระดับมาก รองลงมา การแนะนำจากสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ โทรทัศน์สื่อออนไลน์คู่มือการศึกษาต่อ ค่าเฉลี่ย 4.26 ระดับมาก และ มีการประชาสัมพันธ์จากศิษย์เก่า ค่าเฉลี่ย 3.87 ระดับมาก

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอาจารย์ผู้สอน

ปัจจัยในการเลือก เรียน	ความคิดเห็นของนักเรียน					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น นักเรียน
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
5. ด้านอาจารย์ผู้สอน								
5.1 อาจารย์ มี คุณวุฒิการศึกษาที่ ตรงตามหลักสูตรที่ เปิดสอน	210	146	41	3		4.41	0.70	มาก
5.2 อาจารย์มีชื่อ เสียและได้รับการ ยอมรับจาก หน่วยงานภายนอก ทั้งระดับชาติและ นานาชาติ	143	155	96	5	1	4.09	0.81	มาก
5.3 อาจารย์ มี ผลงานวิจัยและ บริการวิชาการออกสู่ สังคมอย่าง ต่อเนื่อง	145	171	78	5	1	4.14	0.78	มาก

ตารางที่ 7 ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน พบว่าอิทธิพลที่กลุ่มตัวอย่างเลือก อาจารย์ มีคุณวุฒิการศึกษาที่ตรงตามหลักสูตรที่เปิดสอน มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.41 ระดับมาก รองลงมา อาจารย์ มี

ผลงานวิจัยและบริการวิชาการออกสู่สังคมอย่าง ต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 4.14 ระดับมาก และ อาจารย์มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภายนอกทั้งระดับชาติและนานาชาติ ค่าเฉลี่ย 4.09 ระดับมาก

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน

ปัจจัยในการเลือกเรียน	ความคิดเห็นของนักเรียน					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น นักเรียน
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
6. ด้านอุปกรณ์การ เรียน	231	134	35			4.49	0.65	มาก
การสอน								
6.1 มีความทันสมัย และพร้อมของอุปกรณ์ สำหรับการเรียนการ สอน และเพียงพอต่อ นักศึกษา								
6.2 มีสื่อการเรียน การสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเรียนรู้นอก ห้องเรียน	233	128	38	1		4.48	0.67	มาก
6.3 มีความพร้อม ทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการ สอน ในรูปแบบ ออนไลน์	223	142	33	2		4.47	0.66	มาก

ตารางที่ 8 ปัจจัยด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน พบว่า อิทธิพลที่กลุ่มตัวอย่างเลือก มีความทันสมัยและพร้อมของอุปกรณ์ สำหรับการเรียนการสอน และเพียงพอต่อนักศึกษา มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.49 ระดับมาก รองลงมา มีสื่อการเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ในห้องเรียน ค่าเฉลี่ย 4.48 ระดับมาก และ มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสอนในรูปแบบออนไลน์ค่าเฉลี่ย 4.47 ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อ

ลำดับ	คณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	แพทยศาสตร์	40	10.10
2	บริหารธุรกิจ	38	9.80
3	ศึกษาศาสตร์	32	8.00
4	มนุษยศาสตร์	30	7.50
5	วิศวกรรมศาสตร์	28	7.00
6	พยาบาลศาสตร์	27	6.80
7	นิติศาสตร์	26	6.50
8	ครุศาสตร์	26	6.50
9	เทคนิคการแพทย์	24	6.00
10	เภสัชศาสตร์	22	5.50
11	ทันตแพทยศาสตร์	12	3.00
12	รัฐศาสตร์	12	3.00
13	สถาปัตยกรรมศาสตร์	9	2.30
14	สื่อสารมวลชน	7	1.80
15	นิเทศศาสตร์	5	1.30
16	วิทยาศาสตร์	4	1.00
17	โลจิสติกส์	4	1.00
18	เกษตรศาสตร์	4	1.00
19	ดิจิทัลมีเดีย	4	1.00

20	การจัดการสาขาธุรกิจการท่องเที่ยว	4	1.00
21	เทคโนโลยีสารสนเทศ	4	1.00
22	สัตวแพทย์	4	1.00
23	เกษตรศาสตร์	4	1.00
24	ดิจิทัลมีเดีย	4	1.00
25	รัฐประศาสนศาสตร์	3	0.80
26	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี	3	0.80

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ลำดับ	คณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
27	ศิลปศาสตร์	3	0.80
28	สาธารณสุขศาสตร์	2	0.50
29	สังคมสงเคราะห์	2	0.50
30	เทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ	2	0.50
31	วิจิตรศิลป์	2	0.50
32	วิทยาศาสตร์การแพทย์	2	0.50
33	จิตวิทยา	2	0.50
34	ศิลปกรรมศาสตร์	2	0.50
35	เศรษฐศาสตร์	1	0.30
36	คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยี	1	0.30
37	อักษรศาสตร์	1	0.30
38	สังคมศาสตร์	1	0.30
39	สหเวชศาสตร์	1	0.30
40	โรงเรียนเตรียมตำรวจ	1	0.30
รวม		400	100.00

จากตารางที่ 9 คณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเข้าศึกษา ต่อมากที่สุด คือ คณะแพทยศาสตร์ จำนวน 40 คน ร้อยละ 10.10 รองลงมา คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 38 คน ร้อยละ 9.80 และคณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 32 คน ร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 สถาบันการศึกษาที่สนใจและต้องการศึกษาต่อ ในระดับอุดมศึกษา

ลำดับ	คณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	206	51.50
2	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	24	6.00
3	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	22	2.50
4	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	14	3.50
5	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	13	3.30
6	มหาวิทยาลัยนเรศวร	11	2.80
7	มหาวิทยาลัยพะเยา	11	2.80
8	มหาวิทยาลัยมหิดล	10	2.50
9	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	8	2.00
10	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	8	2.00
11	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง	5	1.30
12	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	5	1.30
13	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	5	1.30
14	มหาวิทยาลัยบูรพา	5	1.00
15	มหาวิทยาลัยพระบรมราชินี	3	0.80
16	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	3	0.80

17	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	2	0.50
18	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2	0.50
19	ราชภัฏอุดรดิตถ์	2	0.50
20	มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี	1	0.30
21	มหาวิทยาลัยรังสิต	1	0.30
22	มหาวิทยาลัยสุรนารี	1	0.30
23	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	1	0.30
24	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	1	0.30
25	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	1	0.30

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ลำดับ	คณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
26	วิทยาลัยเทคนิคแพร่	1	0.30
27	มหาวิทยาลัยอัญมณีสัมชัญ	1	0.30
28	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง จังหวัดลำปาง	1	0.30
29	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัด เชียงใหม่	1	0.30
30	มหาวิทยาลัยหัวเฉียว กรุงเทพมหานคร รังสิต	1	0.30
31	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ศรีราชา	1	0.30
32	มหาวิทยาลัยอัญมณีสัมชัญ	1	0.30
33	วิทยาลัยพยาบาลทหารอากาศ	1	0.30
34	ยังไม่ได้ตัดสินใจ	21	5.30
รวม		400	100.00

จากตารางที่ 10 สถาบันที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเข้าศึกษา ต่อมากที่สุด คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 206 คน ร้อยละ 51.50 รองลงมา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 24 คน ร้อยละ 6.00 และ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 22 คน ร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนความถี่ของความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษา
ปีที่ 6

ลำดับที่	ประเด็น	ความถี่
1	สามารถประกอบอาชีพที่มั่นคงและสามารถหาเลี้ยงครอบครัวให้มี ความสุข	144
2	สามารถเป็นผู้ประกอบการและเปิดบริษัทเป็นของตนเอง	96
3	เพื่อการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือเพื่อการศึกษาต่อในต่างประเทศ ต่อไป	81
4	เมื่อจบการศึกษาแล้วสามารถประกอบอาชีพที่ตรงกับความต้องการของ ตลาดแรงงาน สามารถต่อขอธุรกิจของครอบครัวได้	56
5	หลังสำเร็จการศึกษาสามารถทำงานเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น และช่วยเหลือสังคม ได้	21

จากตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาด้านสามารถประกอบอาชีพที่มั่นคงและสามารถหาเลี้ยงครอบครัวมีความสุข มากที่สุด จำนวน รองลงมาสามารถเป็นผู้ประกอบการและเปิดบริษัทเป็นของตนเอง จำนวน และเพื่อการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือเพื่อการศึกษาต่อในต่างประเทศต่อไป

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนความถี่ของอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6

ลำดับที่	ประเด็น	ความถี่
1	การตัดสินใจด้วยตนเอง	102
2	ครอบครัว	80
3	มหาวิทยาลัยอยู่ในภูมิสำเนา สะดวกต่อการเดินทาง	65
4	มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง	51
5	มหาวิทยาลัยที่ต้องการศึกษาต่อมีคณะและหลักสูตร ตรงกับความ ต้องการของตนเองและตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	42
6	มหาวิทยาลัยที่ต้องการศึกษา มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก	33
7	มหาวิทยาลัยที่มีความพร้อมทุกๆด้าน เช่นสื่อการเรียนการสอน อุปกรณ์ การเรียนการสอนที่ครบถ้วน	25

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 100 คน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับปริญญาตรี

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
1.1 เพศ		
หญิง	71	71.00
ชาย	29	29.00
รวม	100	100.00
1.2 ภูมิลำเนา		
เชียงใหม่	17	17.00
เชียงราย	17	17.00
ลำปาง	14	14.00
ลำพูน	13	13.00
อุดรดิตถ์	9	9.00
แม่ฮ่องสอน	8	8.00
น่าน	8	8.00
แพร่	7	7.00
พะเยา	7	7.00
รวม	100	100.00
1.3 ระดับการศึกษา		
ปริญญาโท	68	68.00

ปริญญาเอก	32	32.00
รวม	100	100.00

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
1.4 เกรดเฉลี่ยสะสม		
3.51 ขึ้นไป	23	23.00
3.01 – 3.50	30	30.00
2.51 – 3.00	32	32.00
2.01 – 2.50	15	15.00
รวม	100	100.00
1.5 ประเภทสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษา		
มหาวิทยาลัยของรัฐบาล	82	82.00
มหาวิทยาลัยของเอกชน	18	18.00
รวม	100	100.00
1.6 รายได้ต่อเดือนของครอบครัว		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	11	11.00
10,000 – 20,000 บาท	25	25.00
20,001 - 30,000 บาท	14	14.00
30,001 – 40,000 บาท	15	15.00
40,001 บาท ขึ้นไป	35	35.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.00 ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่อาศัยอยู่จังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย ร้อยละ 17.00 รองลงมาคือจังหวัดลำปาง ร้อยละ 14.00 และจังหวัดลำพูน ร้อยละ 13.00 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโททั้งหมด ร้อยละ 68 และปริญญาเอก ร้อยละ 32.00 เกรดเฉลี่ยสะสมส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 2.51-3.00 ร้อยละ 32.00 รองลงมา 3.01 – 3.50 ร้อยละ 30.00 และ 3.51 ขึ้นไป ร้อยละ 23.00 ประเภทของสถาบันศึกษา ส่วนใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาล ร้อยละ 82.00 โดยมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวส่วนใหญ่ 40,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 35.00 รองลงมา 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ผลการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนระดับปริญญาตรี

ปัจจัยในการเลือก เรียน	ระดับความคิดเห็นของนักเรียน					SD	ระดับ ความ คิดเห็น นักเรียน	
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	$\bar{X}$							
1. ด้านอุปกรณ์การ เรียนการสอน	53.33	39.33	5.67	1.67		4.45	0.68	มาก
2. ด้านหลักสูตร	53.67	38.00	7.67	0.67		4.45	0.66	มาก
3. ด้านอาจารย์ผู้สอน	48.33	39.67	12.00	0.00		4.36	0.68	มาก
4. ด้านทำเลที่ตั้ง	45.33	40.67	12.00	2.00		4.29	0.78	มาก
5. ด้านภาพลักษณ์ ของ สถาบันการศึกษา	37.33	41.67	18.33	2.67		4.14	0.82	มาก
6. ด้านส่งเสริม การตลาด	35.00	41.67	22.67	0.67		4.11	0.78	มาก

จากตารางที่ 14 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน และด้านหลักสูตรมีผลต่อการเลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษามากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.45 อยู่ในระดับ

มาก รองลงมาคือ ด้านอาจารย์ผู้สอน ค่าเฉลี่ย 4.36 ระดับมาก และด้านทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ย 4.29 ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านภาพลักษณ์ขอ
สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

ปัจจัยในการเลือกเรียน	ความคิดเห็นของนักเรียน					SD	ระดับ ความเห็น นักเรียน	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา	43	36	19	2		4.20	0.86	มาก
1.1 ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยและเป็นที่ยอมรับของสังคม								
1.2 เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีความพร้อมในทุกๆด้าน	40	48	12			4.28	0.66	มาก

1.3 ศิษย์เก่าเป็น บุคคลที่มีชื่อเสียงและ เป็นที่ยอมรับในสังคม	29	41	24	6	3.93	0.87	มาก
---	----	----	----	---	------	------	-----

จากตารางที่ 15 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านการเป็นมหาวิทยาลัยที่มีการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีความพร้อมในทุกๆด้าน มีผลต่อการเลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษามากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.28 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยและเป็นที่ยอมรับของสังคม ค่าเฉลี่ย 4.20 ระดับมาก และศิษย์เก่าเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในสังคม ค่าเฉลี่ย 3.93 ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านหลักสูตรของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

ปัจจัยในการ เลือกเรียน	ความคิดเห็นของนักเรียน					SD	ระดับ ความ คิดเห็น นักเรียน	
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
2. ด้านหลักสูตร								
2.1 มีหลักสูตรที่ ทันสมัยและตรงตาม กับความต้องการของ ตลาดแรงงาน	56	37	8			4.47	0.64	มาก
2.2 หลักสูตรที่จบ การศึกษาแล้วมีงาน ทำ	53	37	9	1		4.42	0.69	มาก
2.3 มีหลักสูตรที่ จบการศึกษาแล้ว	53	40	6	1		4.45	0.65	มาก

สามารถเป็น
ผู้ประกอบการ

จากตารางที่ 16 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านมีหลักสูตรที่ทันสมัยและตรงตามกับความต้องการของตลาดแรงงาน มีผลต่อการเลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษามากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.47 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีหลักสูตรที่จบการศึกษาแล้วสามารถเป็นผู้ประกอบการ ค่าเฉลี่ย 4.45 ระดับมาก และหลักสูตรที่จบการศึกษาแล้วมีงานทำ ค่าเฉลี่ย 4.42 ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านทำเลที่ตั้งของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

ปัจจัยในการเลือก เรียน	ความคิดเห็นของนักเรียน					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น นักเรียน
	มาก	มาก	ปาน	น้อย	น้อย			
	ที่สุด		กลาง		ที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง								
3.1 ขนาดพื้นที่ และความทันสมัย ของอาคารเรียน	40	45	13	2		4.23	0.75	มาก
3.2 สถานที่ตั้ง ของมหาวิทยาลัยอยู่ ใกล้ ชุมชนและมี	51	37	10	2		4.35	0.82	มาก

การคมนาคมที่

สะดวก

3.3 สิ่งอำนวยความสะดวก	42	40	13	2	4.28	077	มาก
------------------------	----	----	----	---	------	-----	-----

ความสะดวก เช่นรถ

รับส่ง ภายใน

มหาวิทยาลัย สนาม

กีฬาโรงอาหาร ห้อง

คอมพิวเตอร์

สถานพยาบาล เป็น

ต้น

ตารางที่ 17 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง พบว่าอิทธิพลที่กลุ่มตัวอย่างเลือก ด้านสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ใกล้ชุมชนและมีการคมนาคมที่สะดวก มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.35 ระดับมาก รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่นรถรับส่ง ภายในมหาวิทยาลัย สนามกีฬาโรงอาหาร ห้องคอมพิวเตอร์ สถานพยาบาล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 4.28 ระดับมาก และ ขนาดพื้นที่และความทันสมัยของอาคารเรียน ค่าเฉลี่ย 4.23 ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านส่งเสริมการตลาดของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

ปัจจัยในการเลือก เรียน	ความคิดเห็นของนักเรียน					SD	ระดับ ความเห็น นักเรียน	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
4. ด้านส่งเสริม								
การตลาด	39	39	22			4.17	0.76	มาก

4. ด้านส่งเสริม

การตลาด	39	39	22	4.17	0.76	มาก
---------	----	----	----	------	------	-----

4.1 การแนะนำ จากสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ โทรทัศน์สื่อ ออนไลน์คู่มือ การศึกษาต่อ								
4.2 มีข้อมูลจาก การแนะแนวของ สถาบันอื่นๆ	37	44	19		4.18	0.73	มาก	
4.3 มีการ ประชาสัมพันธ์จาก ศิษย์เก่า	29	42	27	2	3.98	0.80	มาก	

ตารางที่ 18 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าอิทธิพลที่กลุ่มตัวอย่างเลือก มีข้อมูลจาก การแนะแนวของสถาบัน นั้นๆมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.18 ระดับมาก รองลงมา การแนะนำจากสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ โทรทัศน์สื่อออนไลน์คู่มือการศึกษาต่อ ค่าเฉลี่ย 4.17 ระดับมาก และ มีการประชาสัมพันธ์ จากศิษย์เก่า ค่าเฉลี่ย 3.98 ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอาจารย์ผู้สอนของ สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

ปัจจัยในการเลือก เรียน	ความคิดเห็นของนักเรียน					SD	ระดับ ความ คิดเห็น นักเรียน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
						$\bar{X}$	

5. ด้านอาจารย์

ผู้สอน	55	39	6	4.49	0.61	มาก
5.1 อาจารย์ มี คุณวุฒิการศึกษาที่ ตรงตามหลักสูตรที่ เปิดสอน						
5.2 อาจารย์มีชื่อ เสียและได้รับ การ ยอมรับจากหน่วยงาน ภายนอกทั้ง ระดับชาติและ นานาชาติ	44	40	16	4.28	0.72	มาก
5.3 อาจารย์ มี ผลงานวิจัยและ บริการวิชาการออก สู่สังคมอย่าง ต่อเนื่อง	16	40	14	4.32	0.70	มาก

ตารางที่ 19 ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน พบว่าอิทธิพลที่กลุ่มตัวอย่างเลือก อาจารย์ มีคุณวุฒิการศึกษาที่ตรงตามหลักสูตรที่เปิดสอน มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.49 ระดับมาก รองลงมา อาจารย์มีผลงานวิจัยและบริการวิชาการออกสู่สังคมอย่าง ต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 4.32 ระดับมาก และ อาจารย์มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภายนอกทั้งระดับชาติและนานาชาติ ค่าเฉลี่ย 4.28 ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

ความคิดเห็นของนักเรียน

ปัจจัยในการเลือก เรียน	มากที่สุด จำนวน	มาก จำนวน	ปาน กลาง จำนวน	น้อย จำนวน	น้อย ที่สุด จำนวน	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น นักเรียน
6. ด้านอุปกรณ์การ เรียนการสอน	54	40	4	2		4.46	0.67	มาก
6.1 มีความ ทันสมัยและพร้อม ของอุปกรณ์ สำหรับ การเรียนการสอน และเพียงพอต่อ นักศึกษา								
6.2 มีสื่อการเรียน การสอนและสิ่ง อำนวยความสะดวก ในการเรียนรู้นอกห้องเรียน	51	41	7	1		4.42	0.66	มาก
6.3 มีความพร้อม ทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและ การสอน ในรูปแบบ ออนไลน์	55	37	6	2		4.45	0.70	มาก

ตารางที่ 20 ปัจจัยด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน พบว่า อิทธิพลที่กลุ่มตัวอย่างเลือก มีความทันสมัยและพร้อมของอุปกรณ์ สำหรับการเรียนการสอน และเพียงพอต่อนักศึกษา มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.46 ระดับมาก รองลงมา มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสอน ในรูปแบบ ออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 4.45 ระดับมาก และ มีสื่อการเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้นอกห้องเรียน ค่าเฉลี่ย 4.42 ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละคณะที่สนใจเข้าศึกษาต่อ

ลำดับ	คณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	บริหารธุรกิจ	49	49.00
2	นิติศาสตร์	12	12.00
3	ครุศาสตร์	5	5.00
4	เทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ	5	5.00
5	เศรษฐศาสตร์	3	3.00
6	แพทยศาสตร์	3	3.00
7	รัฐศาสตร์	3	3.00
8	สัตวศาสตร์	3	3.00
9	ศิลปะศาสตร์	2	2.00
10	สื่อสารมวลชน	2	2.00
11	สัตวแพทย์	2	2.00
12	วิศวกรรมศาสตร์	1	1.00
13	พยาบาลศาสตร์	1	1.00
14	เกษตรศาสตร์	1	1.00
15	นิเทศศาสตร์	1	1.00
16	ปฐพีศาสตร์	1	1.00
17	วิทยาศาสตร์	1	1.00
18	ศึกษาศาสตร์	1	1.00
19	มนุษยศาสตร์	1	1.00
20	วนศาสตร์	1	1.00
21	เภสัชกร	1	1.00
22	เศรษฐศาสตร์	1	1.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 21 คณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเข้าศึกษาต่อมากที่สุด คือ คณะแพทยศาสตร์ จำนวน 40 คน ร้อยละ 10.10 รองลงมา คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 38 คน ร้อยละ 9.80 และคณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 32 คน ร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละสถาบันการศึกษาที่สนใจและต้องการศึกษาต่อ ในระดับ
ปริญญาตรี และ ปริญญาโท

ลำดับ	คณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	มหาวิทยาลัยโกลด์บั้น	31	31.00
2	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	23	23.00
3	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	10	10.00
4	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	6	6.00
5	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	5	5.00
6	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	5	4.00
7	มหาวิทยาลัยนเรศวร	4	4.00
8	มหาวิทยาลัยนเรศวร	4	4.00
9	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	2	2.00
10	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2	2.00
11	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2	2.00
12	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2	2.00
13	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	2	2.00
14	มหาวิทยาลัยนอร์ท กรุงเทพฯ	2	2.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 20 สถาบันที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเข้าศึกษาต่อ มากที่สุด คือ
มหาวิทยาลัยโกลด์บั้น จำนวน 31 คน ร้อยละ 31.00 รองลงมา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 23 คน
ร้อยละ 23.00 และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ 10 คน ร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนความถี่ของความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ลำดับที่	ประเด็น	จำนวน
1	ได้รับการปรับเพิ่มค่าตอบแทนให้สูงขึ้น	39
2	ได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น	26
3	เพื่อศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น	20
4	ได้ปรับเปลี่ยนตำแหน่งที่ตรงตามสาขาที่สำเร็จ	15
รวม		100

จากตารางที่ 23 ความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาส่วนใหญ่ คาดหวังว่าได้รับการปรับเพิ่มค่าตอบแทนให้สูงขึ้น จำนวน 39 คน รองลงมาได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น จำนวน 26 คน และเพื่อศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น จำนวน 20 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนความถี่ของอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ลำดับที่	ประเด็น	จำนวน
1	ตัดสินใจด้วยตนเอง	39
2	ครอบครัวให้การสนับสนุน	22
3	มหาวิทยาลัยนั้นมีหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการศึกษาต่อ	19
4	มหาวิทยาลัยอยู่ในภูมิภานา สะดวกต่อการเดินทาง	12
5	ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยชั้นนำ	8
รวม		100

จากตารางที่ 24 อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 39 คน รองลงมา ครอบครัวให้การสนับสนุน จำนวน 22 คน และมหาวิทยาลัยนั้นมีหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการศึกษาต่อ จำนวน 19 คน ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทั้งหมด 500 คน โดยจำแนกออกเป็น

1.1 กลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.00 เพศชายเป็นส่วนน้อย ร้อยละ 28.00 โดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่จังหวัดแพร่เป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 33.00 รองลงมาจังหวัดลำพูน ร้อยละ 18.00 และจังหวัดพะเยาอาศัยน้อยที่สุด ร้อยละ 2.50 โดยศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งหมด ร้อยละ 100.00 มีเกรดเฉลี่ยสะสมที่มากที่สุดช่วง 3.51 ขึ้นไป ร้อยละ 44.50 รองลงมา 3.01 – 3.50 ร้อยละ 36.80 และมีเกรดเฉลี่ยน้อยที่สุด 2.01 – 2.50 ร้อยละ 4.00 ประเภทของสถาบันที่กำลังศึกษาของกลุ่มตัวอย่างเป็นโรงเรียนรัฐบาลทั้งหมด ร้อยละ 100.00 ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 31.50 รองลงมาได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 21.00 และ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 18.50 ตามลำดับ

1.2 กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี 100 คน แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.00 เพศชายเป็นส่วนน้อย ร้อยละ 29.00 โดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่จังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย ร้อยละ 17.00 รองลงมาจังหวัดลำปาง ร้อยละ 14.00 และจังหวัดพะเยาอาศัยน้อยที่สุด ร้อยละ 7.00 โดยมีเกรดเฉลี่ยสะสมที่มากที่สุดช่วง 2.51 - 3.00 ร้อยละ 32.00 รองลงมา 3.01 – 3.50 ร้อยละ 30.00 และมีเกรดเฉลี่ยน้อยที่สุด 2.01 – 2.50 ร้อยละ 15.00 ประเภทของสถาบันที่กำลังศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยรัฐบาลร้อยละ 82.00 มีเพียงส่วนน้อยศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนร้อยละ 18.00 ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ระหว่าง 40,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 31.50 รองลงมาอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 25.00 และตามลำดับ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

2. ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

ผลการศึกษาปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบนจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษาต่อ

รวมจำนวน 500 คน ที่มีต่อปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาจำนวน 6 ด้านใหญ่ ประกอบด้วย 1) ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา 2) ด้านหลักสูตร 3) ด้านทำเลที่ตั้ง 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านอาจารย์ผู้สอน 6) ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านหลักสูตร ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านอาจารย์ผู้สอน ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ความทันสมัยและความพร้อมของอุปกรณ์สำหรับการเรียนการสอน มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านหลักสูตร พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า หลักสูตรที่จบการศึกษาแล้วมีงานทำ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า หลักสูตรที่ทันสมัยและตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านทำเลที่ตั้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถรับส่งภายในมหาวิทยาลัย สนามกีฬา โรงอาหาร ห้องคอมพิวเตอร์ สถานพยาบาล เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ใกล้ชุมชนและมีการคมนาคมที่สะดวก มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านอาจารย์ผู้สอน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า อาจารย์มีคุณวุฒิการศึกษาที่ตรงตามหลักสูตรที่เปิดสอน มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านส่งเสริมการตลาด โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า มีข้อมูลจากการแนะนำของสถาบันนั้นๆ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนด้านภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการใช้เทคโนโลยีความทันสมัยและความพร้อมในทุกๆด้าน มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

คณะที่สนใจและต้องการศึกษาต่อ ในระดับอุดมศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แพทย์ศาสตร์ เป็นคณะที่ให้ความสนใจและต้องการเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมา บริหารธุรกิจ ศึกษาศาสตร์ มนุษยศาสตร์และ วิศวกรรมศาสตร์ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า คณะ

บริหารธุรกิจ เป็นคณะที่ให้ความสนใจและต้องการเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมา นิติศาสตร์ คุรุศาสตร์ และเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ ตามลำดับ

สถาบันการศึกษาที่สนใจและต้องการศึกษาต่อ ในระดับอุดมศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นสถาบันการศึกษาที่ให้ความสนใจและต้องการเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นสถาบันการศึกษาที่ให้ความสนใจและต้องการเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีความเห็นที่เหมือนกันว่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นสถาบันการศึกษาที่ให้ความสนใจและต้องการเข้าศึกษาต่อมากที่สุด

ความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่มีความคาดหวังในประเด็นสามารถประกอบอาชีพที่มั่นคงและสามารถหาเลี้ยงครอบครัวให้มีความสุข มากที่สุด รองลงมาสามารถเป็นผู้ประกอบการและเปิดบริษัทเป็นของตนเอง และเพื่อการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือเพื่อการศึกษาต่อในต่างประเทศต่อไป ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความคาดหวังในประเด็นได้รับการปรับเพิ่มค่าตอบแทนให้สูงขึ้น มากที่สุด รองลงมาได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น และเพื่อศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ตามลำดับ

อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่เลือกการตัดสินใจด้วยตนเอง มากที่สุด รองลงมาครอบครัว และมหาวิทยาลัยนั้นๆมีหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการศึกษาต่อ

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาตอนบน และผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ของนักเรียนและนักศึกษาตอนบนมากที่สุดคือปัจจัยด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน รองลงมา ด้านหลักสูตร และด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสังคมและวิถีที่เปลี่ยนไปจากเดิม เด็กมีการคำนึงถึงอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยและทันต่อการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

2. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความสนใจในที่จะศึกษาต่อคณะแพทยศาสตร์ มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีความสนใจศึกษาต่อในคณะบริหารธุรกิจ มากที่สุด

3. จากผลการวิจัยพบว่า สถาบันการศึกษาที่ต้องการศึกษาต่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกจะมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มากที่สุด อาจจะเป็นเพราะว่า เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง และเป็นมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ใกล้กับภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างสะดวกต่อการเดินทาง

4. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถประกอบอาชีพที่มั่นคงและสามารถหาเลี้ยงครอบครัวได้ให้มีความสุข ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคาดหวังที่จะได้รับการปรับเพิ่มค่าตอบแทนให้สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550:57) ได้กล่าวว่า การที่บุคคลจะมีการตัดสินใจที่เหมือนหรือแตกต่างกันนั้น ล้วนมีผลมาจากลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคลซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจได้เป็น 2 ประการคือ 1) ปัจจัยภายใน และ 2) ปัจจัยภายนอก

5. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม พบว่า การตัดสินใจด้วยตนเอง เป็นอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนท่าศาลาประสิทธิศึกษาผลการวิจัยพบว่าเหตุผลส่วนตัวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา จุฑารัตน์ สุขน้อย (2563)

ข้อเสนอแนะ

1) ส่วนงานและมหาวิทยาลัยควรให้ข้อมูลการศึกษาแก่นักเรียนโรงเรียนต่างๆ ในเชิงรุกให้มากขึ้น หรืออาจมีการให้นักศึกษารุ่นพี่ที่กำลังศึกษาต่อในสาขาวิชาต่างๆ ที่มีความโดดเด่นด้านต่างๆ ร่วมไปแนะแนวให้ข้อมูลเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เกิดความสนใจให้มากขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุดคือ ตนเอง และครอบครัว

2) ส่วนงานและมหาวิทยาลัยควรมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับทุนการศึกษา ทุนแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ

3) ส่วนงานและมหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับอุปกรณ์การเรียนการสอนให้ทันสมัยกับยุคที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

4) ส่วนงานและมหาวิทยาลัยควรปรับปรุงหลักสูตรให้ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถเป็น
เจ้าของกิจการ สามารถเปิดบริษัทของตนเองได้ และสามารถประกอบอาชีพที่ตรงกับความต้องการ
ของตลาดแรงงาน สามารถต่อยอดธุรกิจของครอบครัวได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การสอบถามถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อในการวิจัยครั้งต่อไป อาจ
ออกแบบสอบถาม ให้ผู้ตอบแบบสอบถามใส่ตัวเลขลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย เพื่อให้ได้ผล
การศึกษาที่ชัดเจนกว่านี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็น และผลการวิเคราะห์ที่ได้ใน
แต่ละปัจจัยมีผลใกล้เคียงกันมาก ทำให้ยากต่อการเลือกหรือการพิจารณาปัจจัย ที่นักเรียนมีความ
ต้องการ มาปรับปรุงพัฒนาการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยเพื่อให้ตรงกับความต้องการเป็นพิเศษ

2) ในการเลือกโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยสำหรับส่งแบบสอบถาม ควรพิจารณาถึง
สัดส่วนของแผนการเรียนของกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับหน่วยงานที่ประสงค์ใช้ข้อมูลวิจัย

3) สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป อาจจะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจหรือปัจจัยที่
ต้องการในการศึกษาต่อแยกแต่ละสาขาวิชา เพื่อให้ทราบถึงความต้องการศึกษาต่อเฉพาะสาขาวิชา
และเพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจบริหารจัดการแต่ละหลักสูตรโดยเฉพาะอีกด้วย

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- เกษรา. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไกรสิงห์ สุดสงวน. (2560 บทคัดย่อ). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร. Veridian E-Journal. มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ (มกราคม-เมษายน 2560). มหาวิทยาลัยศิลปากร : กรุงเทพฯ.
- จุฑารัตน์ สุนน้อย. (2563). การศึกษาการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนท่าศาลาประสิทธิ์ศึกษา. มหาวิทยาลัยรามคำแหง : กรุงเทพฯ.
- จิตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ณัฐพันธุ์เขจรนันท์. (2551). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วิ.พรินท์.
- ธันยากร ช่วยทุกข์เพื่อน. (2557). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : กรุงเทพฯ.
- บุญใจ ศรีสถิตยน์รากร. (2555). ระเบียบวิธีการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ยูเอนด์ไออินเตอร์ มีเดีย จำกัด.
- ปฐมา อาแว และนิยวาแฮร์ ไพบูลย์. (2562). การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- พรพรรณ ยาใจ. (2550). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่างชาติในการเข้ามาเป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยนในประเทศไทย กรณีศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ . (2549). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เฮ้าส์ ออฟ เคอร์รี่ส์.

- เมธาวิ สุขปาน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน วิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรี. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รจเรข สายคำ และวัฒนา พัดเกตุ. (2560). ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตภาคเหนือตอนล่าง ที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนในเขต 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง. นรศวรวิจัย ครั้งที่ 13 : วิจัยและนวัตกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม, 1348 – 1358.
- รสนา อัมชะกิจ. (2539). กระบวนการแก้ปัญหาและตัดสินใจเชิงวิทยาศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, สำนักงาน. (2561). TCAS ระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษารูปแบบใหม่. กรุงเทพฯ; สภาผู้แทนราษฎร.
- วิทวัส เหล่ามะลอ. (2562). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS. สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ศศิวิมล แสนเมือง. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี : นครราชสีมา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สมคิด บางโม. (2548). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- Barnard, Chester I. (1938). The Functions of Executive. Cambridge, Massachusetts: University Press.
- Cubillo, J. M., Sanchez, J., and Cervino, J. (2006). International Student's Decision-Making Process. International Journal of Educational Management 20(2): 101-115.
- Simon, H. A. (1960). Administrative Behavior. (3rd ed.). New York: The free Press.
- Oppenheim, A. N. (1966), Questionnaire design and attitude measurement. (2nd ed.). New York: Basic Book.
- Pfiffner, John M. and Robert V. Presthus. (1960). Public Administration. (4 th ed.). New York : The Ronald Press Company

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- Simon, H. A. (1960). *Administrative Behavior*. (3rd ed.). New York: The free Press.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). Newyork: Harper and Row Publication.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

“ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก
ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน”

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน
2. แบบสอบถามนี้ แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้คือ
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน
 - ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียน และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. ภูมิลำเนา

☐ 1. เชียงราย

☐ 2. เชียงใหม่

☐ 3. น่าน

☐ 4. พะเยา

☐ 5. แพร่

☐ 6. แม่ฮ่องสอน

☐ 7. ลำปาง

☐ 8. ลำพูน

☐ 9. อุดรดิตถ์

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. ปริญญาตรี

☐ 2. ปริญญาโท

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ 4. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

☐ 5. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

☐ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)

4. เกรดเฉลี่ยสะสม

☐ 1. 1.50 – 2.00

☐ 2. 2.01 – 2.50

☐ 3. 2.51 – 3.00

☐ 4. 3.01 – 3.50

☐ 5. 3.51 ขึ้นไป

6. ประเภทสถาบันการศึกษา

☐ 1. โรงเรียนของรัฐบาล

☐ 2. โรงเรียนของเอกชน

☐ 3. อื่นๆ โปรดระบุ

7. รายได้ต่อเดือนของครอบครัว

☐ 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

☐ 2. 10,000 – 20,000 บาท

☐ 3. 20,001 – 30,000 บาท

☐ 4. 30,001 – 40,000 บาท

☐ 5. มากกว่า 40,000 บาท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี โท เอก ของนักเรียน
และนักศึกษาภาคเหนือตอนบน

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความอย่างละเอียดและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ที่ตรงกับคำตอบ
ของท่าน โดยใช้เกณฑ์พิจารณาดังนี้ มากที่สุด(5) มาก(4) ปานกลาง(3) น้อย(2) น้อยที่สุด(1)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา					
1.1 การมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับของสังคมและตลาดแรงงาน					
2.1 เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีความพร้อมในทุกๆด้าน					
2.3 ศิษย์เก่าเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในสังคม					
2. ด้านหลักสูตรที่เปิดสอน					
2.1 มีหลักสูตรที่ทันสมัยและตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและทันตามการเปลี่ยนแปลง					
2.2 หลักสูตรที่จบการศึกษาแล้วมีงานทำ					
2.3 มีหลักสูตรที่จบการศึกษาแล้วสามารถเป็นผู้ประกอบการ					
3. ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย					
3.1 ขนาดพื้นที่ และความทันสมัยของอาคารเรียน					
3.2 สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ใกล้ชุมชนและมีการคมนาคมที่สะดวก					
3.3 สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถรับส่งภายในมหาวิทยาลัย สนามกีฬา โรงอาหาร หอคอมพิวเตอร์ สถานพยาบาล เป็นต้น					

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 การแนะนำจากสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ คู่มือการศึกษาต่อ เป็นต้น					
4.2 มีข้อมูลจากการแนะนำการศึกษาของสถาบันอื่นๆ					
4.3 มีการประชาสัมพันธ์จากศิษย์เก่า					
5. ด้านอาจารย์ผู้สอน					
1. อาจารย์มีคุณวุฒิการศึกษาที่ตรงตามหลักสูตรที่เปิดสอน					
2. อาจารย์มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภายนอก ทั้งระดับชาติและนานาชาติ					
3. อาจารย์ มีผลงานวิจัยและบริการวิชาการ ออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง					
6. ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน					
1. มีความทันสมัยและความพร้อมของอุปกรณ์สำหรับการเรียนการสอนและเพียงพอแก่นักศึกษา					
2. มีสื่อการเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ในห้องเรียน					
3. มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสอนในรูปแบบออนไลน์					

2.1 คณะที่ท่านสนใจเข้าศึกษา (โปรดระบุ)

2.2 สถาบันการศึกษาที่ท่านสนใจและต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา (โปรดระบุ)

.....

2.3 ความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษา

.....

2.4 อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือนี้อย่างสูง