

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์และความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจสังคมของประเทศอย่างรวดเร็ว รวมทั้งในการที่ประเทศไทยเข้าสู่การแข่งขันที่รุนแรงของยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งต้องอาศัยบุคลากรที่เป็นแรงงานคุณภาพหรือระดับมัธยมศึกษาของประเทศเป็นผู้ที่มีความสามารถทั้งทางด้านวิชาการและทางปฏิบัติตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกภายนอกสามารถนำองค์ความรู้ใหม่ ๆ มาปรับใช้ตามความต้องการของสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำเป็นต้องเป็นผู้มีความชำนาญประกอบการงานได้สัมฤทธิ์ผลเต็มศักยภาพของบุคคล ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพและเป็นหัวใจในการพัฒนาประเทศ (ดลฤดี สุวรรณศิริ, 2550)

อนาคตของประเทศชาติขึ้นอยู่กับคุณภาพของการศึกษาเป็นสำคัญ การพยายามที่จะทำให้คนไทยเป็น “คนเก่งคนดีและมีความสุข” นั้นจำเป็นต้องเข้าใจถึงความสำคัญของการศึกษา ซึ่งหมายถึง การศึกษาหาความรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตและต้องเป็นการผสมผสานกันระหว่างการศึกษาในระบบและนอกระบบการศึกษาตามอัธยาศัย โดยมีระบบการบริหารจัดการการศึกษาที่ดีและมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงได้ดำเนินการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ.2552 - 2561) โดยให้ความสำคัญแก่หลักการดังกล่าวและเร่งรัดให้ทำให้หลักการดังกล่าวสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพและวัดผลได้ โดยเน้นเรื่องของโอกาสคุณภาพมาตรฐานและการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการขับเคลื่อน 4 ใหม่ ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพคนไทยยุคใหม่ การพัฒนาครูยุคใหม่ การพัฒนาสถานศึกษาและแหล่งเรียนรู้ยุคใหม่ การพัฒนาการบริหารจัดการใหม่ การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นระบบที่มีการเรียนการสอนศาสตร์และวิทยาการขั้นสูง พร้อมทั้งมีการวิจัยเพื่อให้ศาสตร์เหล่านั้นมีความทันสมัยและลึกซึ้ง สามารถส่งเสริมและขับเคลื่อนให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้ผู้เรียนและผู้สอนสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้อำนวยประโยชน์ให้แก่สังคมโดยตรงอีกด้วย (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2553)

การแข่งขันของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่นับวันยิ่งต้องพัฒนามหาวิทยาลัยของตนเอง เพื่อดึงดูดนักศึกษาให้เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้น ทั้งในเรื่องคุณภาพการศึกษา สวัสดิการของนักศึกษามหาวิทยาลัย บุคลากรในมหาวิทยาลัย บรรยากาศในมหาวิทยาลัย สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ รวมไปถึงคณะที่ทำการเปิดสอนต้องรองรับความต้องการของนักศึกษาให้ครบถ้วน อีกทั้งยังต้องพัฒนาไปถึงภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยของตนเอง สถานการณ์ในปัจจุบันจะเห็นว่ามียุคมหาวิทยาลัยเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากถึง 150 แห่ง ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยของเอกชนตลอดจนสถาบันการศึกษาและวิทยาลัยอีกกว่า 30 แห่งที่กำลังพัฒนาตนเองเพื่อก้าวเป็นมหาวิทยาลัยในอนาคต ทำให้การแข่งขันด้านการเปิดรับนักศึกษาของแต่ละสถาบันมีกลวิธีหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญให้มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ปรับตัวด้านการบริหารจัดการให้มีคุณภาพและยกมาตรฐานการเรียนการสอนให้เป็นที่ยอมรับและเข้าสู่มาตรฐานสากลและตอบสนองความต้องการความสนใจและความถนัดของนักศึกษา (ลิดา ลิมานและคณะ, 2556)

การศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นการศึกษาในระดับสูงของระบบการศึกษาเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้ความสามารถในสาขาวิชาต่าง ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ทฤษฎีเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติการริเริ่มการพัฒนาทั้งทางวิชาการและวิชาชีพ การสร้างสรรค์และการเผยแพร่ความรู้ ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ จึงได้มีการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการพัฒนาประเทศ โดยให้มีการจัดการเปิดสอนสาขาวิชาเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกศึกษาได้เพิ่มมากขึ้น จนทำให้บางครั้งผู้เรียนและผู้ปกครองได้รับข้อมูลไม่เพียงพอ ทำให้เกิดความสับสนตัดสินใจไม่ถูกว่าควรจะเลือกเรียนในสาขาใดที่เหมาะสมกับตนเอง โดยจะส่งผลต่อการตัดสินใจในอนาคตของผู้เรียน สอดคล้องกับทฤษฎีของ โสวจิตต์สาทกุล (2554, หน้า 18) ที่ได้กล่าวว่า การตัดสินใจมีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินชีวิตของบุคคล เพราะการทำกิจกรรมทุกอย่างมีการตัดสินใจเข้าไปเกี่ยวข้องแทบทั้งสิ้น การตัดสินใจที่สำคัญประการหนึ่งในชีวิตของผู้เรียน คือ การตัดสินใจในการศึกษาต่อเพราะเป็นเส้นทางที่ผู้เรียนต้องกำหนดและวางแผนอนาคตให้กับตนเอง เนื่องจากการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการจำเป็นของมนุษย์ ซึ่งเป็นรากฐานในการสร้างความมั่นคงความปลอดภัยให้กับชีวิตและเป็นการสร้างให้บุคคลมีงานทำ มีรายได้ รวมทั้งมีฐานะเป็นที่ยอมรับของสังคม (Maslow, 1970) เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสในการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่าง ๆ ในระดับสูงและมีฐานะทางสังคมแตกต่างจากผู้ได้รับการศึกษาที่ต่ำกว่า (Horton & Hunt, 1984) การตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยของผู้เรียนเป็นหนึ่งในสิ่งที่มีความสำคัญของผู้เรียนและครอบครัวที่จะต้องพิจารณาไตร่ตรองอย่างสมเหตุสมผล มีการตัดสินใจที่รอบคอบคำนึงถึงผลดีผลเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นช่วงที่ผู้เรียนจะต้องมีการตั้งเป้าหมายเพื่อศึกษาในสาขาต่าง ๆ ถ้าผู้เรียนคนใดสามารถเลือกศึกษาต่อได้เหมาะสมกับความถนัดของตนเองก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จในชีวิต รวมทั้งยังส่งผลต่อสถานประกอบการแต่ถ้าผู้เรียนเลือกไม่ตรงกับความรู้ความสามารถของตนเองก็อาจจะประสบความล้มเหลวในการดำเนินชีวิต ดังนั้นวิธีการตัดสินใจโดยการลองผิดลองถูกจึงไม่ได้ผลการตัดสินใจที่ดีและมีเหตุผล แต่เป็นปัจจัยที่เชื่อว่าบุคคลจะประสบความสำเร็จในชีวิตหรือไม่

มหาวิทยาลัยสวนดุสิตเป็นสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มุ่งมั่นจัดการศึกษาเพื่อพัฒนากำลังคนของชาติ ให้มีคุณภาพตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ เป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ทางวิชาการ เป็นแหล่งการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ทักษะ คุณธรรมและจริยธรรม คิดเป็นทำเป็นและแก้ไขปัญหาเป็นสามารถปรับตัวเข้ากับสังคมได้อย่างมีคุณค่า เมื่อเรียนจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยกลไกสำคัญที่เป็นเครื่องมือในการผลิตบัณฑิตและบุคคลากรที่มีคุณภาพ คือ การจัดการศึกษาในช่วงปี 2557 – 2560 ทิศทางการพัฒนาของมหาวิทยาลัยกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัยจะอาศัยพื้นฐานความเข้มแข็งจากการพัฒนาเดิมให้เป็นประโยชน์ โดยคำนึงถึงพื้นฐานความเป็นจริงที่สามารถปฏิบัติได้ (แผนกลยุทธ์ 4 ปี พ.ศ. 2557 - 2560, 2557) ซึ่งเป็นไปตามกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (2551 - 2556) ที่ต้องการให้ประเทศไทยมีระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมให้กับบัณฑิต เพื่อให้บัณฑิตมีศักยภาพในการปรับตัวและมีขีดความสามารถทางการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์บนพื้นฐานความยั่งยืนของท้องถิ่นไทย (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2553)

สถานการณ์ปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้นจำนวนมากทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยของเอกชน รวมไปถึงวิทยาลัยต่าง ๆ ที่กำลังพัฒนาตนเอง เพื่อก้าวเป็นมหาวิทยาลัยในอนาคต ทำให้การแข่งขันด้านการเปิดรับนักศึกษาของแต่ละสถาบันมีกลวิธีหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้

มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ปรับตัวด้านการบริหารจัดการให้มีคุณภาพและยกมาตรฐานการเรียนการสอนให้เป็นที่ยอมรับและเข้าสู่มาตรฐานสากล รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่จะตัดสินใจเลือกศึกษาสถาบันใด จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีเฉพาะนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2557 ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุกการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งสามารถจัดการเรียนการสอนให้ได้อย่างเหมาะสมตามความต้องการของนักศึกษาและผู้ปกครองต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา โดยใช้กรอบแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ Zeithaml & Bitner (2003, p.93) เสนอส่วนประสมทางการตลาดสำหรับประเภทบริการเพิ่มขึ้นอีก 3 ประการ จึงเรียกรวมกันว่า ส่วนประสมทางการตลาดว่า 7Ps และแนวคิดการตัดสินใจของ Reeder (1996, pp.170 - 182) นำมากำหนดตัวแปรได้ดังนี้

1.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ คณะวิชา การเข้าศึกษาต่อ สถานที่พักอาศัย ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยของครอบครัว

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

1.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาดบุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ

1.2.2 การตัดสินใจศึกษาต่อ ประกอบด้วย เป้าหมายส่วนตัว ความเชื่อและค่านิยม

1.2.3 แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิตที่ศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2557 จำนวน 4,170 คน (ข้อมูลจากสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, 2557)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2557 ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1975) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 97

ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 3 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 845 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Probability Sampling) แบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

2.3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการคัดเลือกผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษา จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา รองอธิการบดีฝ่ายศูนย์การศึกษาและผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

3. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย นับตั้งแต่วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2558 – 11 กุมภาพันธ์ 2559

สมมติฐานการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกัน การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน
2. คณะวิชาที่ศึกษาแตกต่างกัน การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน
3. การเข้าศึกษาต่อที่แตกต่างกัน การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน
4. สถานที่พักอาศัยที่แตกต่างกัน การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน
5. ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน
6. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวที่แตกต่างกัน การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P’s) ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ

ด้านภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย (Product) หมายถึง สิ่งที่สนองความต้องการของผู้เรียน ในที่นี้คือมหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงได้รับการยอมรับด้านมาตรฐานหลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัย คุณภาพของการจัดการศึกษาและคณะสาขาวิชามีความหลากหลาย สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ศึกษา ความทันสมัยของเทคโนโลยีและผู้ที่จบการศึกษามีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพการทำงานสูง

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา (Price) หมายถึง จำนวนเงินค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่ผู้ศึกษาจะต้องจ่ายให้มหาวิทยาลัยค่าใช้จ่ายประจำวัน มหาวิทยาลัยมีทุนเรียนดี ทุนการศึกษาหรือการผ่านชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา

ด้านทำเลที่ตั้งมหาวิทยาลัย (Place) หมายถึง สถานที่ที่มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ที่พักอาศัยการคมนาคมสะดวก มีความปลอดภัยและห่างไกลจากแหล่งอบายมุข

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การจูงใจให้เกิดความชอบและมีทัศนคติที่ดีประกอบด้วย กิจกรรมที่มหาวิทยาลัยดำเนินการเพื่อเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่เปิดสอนที่หลากหลายและการสื่อสารจากการบอกปากต่อปาก

ด้านบุคลากร (People) หมายถึง บุคคลหรือบุคลากรที่ทำหน้าที่ต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยประกอบด้วยผู้บริหาร อาจารย์และเจ้าหน้าที่ ที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีความเป็นผู้นำทางวิชาการ อีกทั้งบุคลากรเจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยที่ดี

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ประสิทธิภาพในการบริหารการจัดการศึกษา การให้บริการที่มหาวิทยาลัยนำเสนอให้กับผู้เรียนด้านการสอบคัดเลือก สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งการได้รับความสะดวกปลอดภัยและรวดเร็วเพื่อให้เกิดความประทับใจในบริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) หมายถึง การจัดอาคารสถานที่ที่มีความสะอาดสวยงาม มีศูนย์อาหารที่เพียงพอทันสมัย การแต่งกายของนักศึกษา รวมทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ หมายถึง การเลือกที่จะเข้าศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และวิถึฐานะที่มีอยู่ให้สูงขึ้นไปจากเดิม ในที่นี้หมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ระดับมัธยมศึกษาเป็นระดับอุดมศึกษาหรือระดับปริญญาตรี โดยการคิดไตร่ตรองและประเมินทางเลือกที่ตรงกับความรู้สึกรู้สึกของผู้ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ โดยพิจารณาจากเป้าหมายส่วนตัวความเชื่อค่านิยม

เป้าหมายส่วนตัว (Goals) หมายถึง ความมุ่งหมายของนักศึกษาเพื่อให้บรรลุผล ได้แก่ การนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพและตนเองเป็นความคาดหวังรายได้ที่สูง โดยพิจารณาจากความสะดวกสบาย ที่ได้รับการ มีงานทำ มีรายได้สูง ความภาคภูมิใจของครอบครัวและมีโอกาสสำเร็จการศึกษาสูง

ความเชื่อ (Belief Orientation) หมายถึง การรู้และการยอมรับของนักศึกษาในการเลือกเรียนในมหาวิทยาลัย เช่น รู้สึกมีคุณค่าในสังคมทำให้มีโอกาสได้ประกอบวิชาชีพที่เป็นเกียรติ มีโอกาสก้าวไปสู่อาชีพอื่นที่มีรายได้สูงกว่าเดิม เชื่อว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและเชื่อว่าจะเพิ่มพูนความรู้ตนเองได้มากขึ้น

ค่านิยม (Value) หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่าซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา ต่อในมหาวิทยาลัย ได้แก่ การมีโอกาสได้รับพระราชทานปริญญาบัตรมีการจัดหลักสูตรที่หลากหลายบัณฑิตที่จบไปที่ประสบความสำเร็จสามารถสร้างชื่อเสียงจนเป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่อง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อจัดเตรียมข้อมูลให้กับมหาวิทยาลัยที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ นำไปวางแผนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อมหาวิทยาลัยฯ
2. ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้ประกอบการพิจารณากำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการศึกษา และการบริหารการจัดการศึกษาต่อไป
3. ข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางนโยบาย วางแผนการบริหารหลักสูตรและวางแผนการรับนักศึกษา
4. ข้อมูลที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อ
4. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
5. ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 56) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวันโดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

พิมลจรรย์ นามวัฒน์และคณะ (2556, หน้า 175) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งหลายอย่าง เพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ในทางปฏิบัติการตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่งยากสลับซับซ้อนและมีวิธีการแก้ปัญหาให้วินิจฉัยมากกว่าหนึ่งทางเสมอ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้วินิจฉัยปัญหาว่าจะเลือกส่งการปฏิบัติ โดยวิธีใดจึงจะบรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุดและบังเกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรนั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2551, หน้า 231) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกระหว่างทางเลือกซึ่งคาดหวังว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงพอใจจากปัญหาใดปัญหาหนึ่ง แม้ว่าการตัดสินใจในการบริหารไม่ได้เริ่มต้นหรือสิ้นสุดด้วยการตัดสินใจ เพราะต้องมีการกำหนดปัญหาหาก่อนจึงจะตัดสินใจแล้วจึงนำไปปฏิบัติ

สิทธิ์ ชีรธรรม (2551, หน้า 32) กล่าวว่า การตัดสินใจเกิดจากสิ่งเร้าอันเป็นปัญหาที่ต้องตัดสินใจ จึงต้องอาศัยประสบการณ์ การรับรู้ การเรียนรู้และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มาประกอบ เมื่อได้ข้อมูลแล้วต้องนำมาวิเคราะห์และประเมินทั้งข้อดีและข้อเสีย แล้วกำหนดทางเลือกขึ้นหลาย ๆ วิธีคาดคะเนผลที่ได้จากการเลือกแต่ละวิธีแล้วจึงเลือกวิธีที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดเป็นพฤติกรรมผู้บริโภค

แสวง รัตนมงคลมาศ (2545, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของคำว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกบนทางเลือก (Choice of Alternative) ซึ่งทางเลือกนั้นจะต้องประกอบด้วย

1. ทางเลือกหลายทางหากมีทางเลือกทางเดียวไม่ถือว่าเป็นการตัดสินใจ
2. ต้องใช้เหตุผลประกอบการพิจารณาโดยใช้ข้อมูลตัวเลขต่าง ๆ มาพิจารณาประกอบการตัดสินใจด้วย
3. มีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนว่าการตัดสินใจนั้นทำไปเพื่ออะไร

อโณทัย พึ่งทองหล่อ (2543, หน้า 25) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกสิ่งหนึ่งจากหลาย ๆ สิ่งหรือเลือกที่จะปฏิบัติทางใดทางหนึ่งจากหลาย ๆ ทางที่มีอยู่สิ่งหรือวิธีการที่เลือกนั้น ย่อมได้รับการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วว่าถูกต้องเหมาะสมหรือดีที่สุดและตรงกับเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้จาก ความหมายของการตัดสินใจดังกล่าวข้างต้น

Griffin (2002, pp.264) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า เป็นการปฏิบัติที่เป็นสิ่งเฉพาะหรือกระบวนการโดยทั่วไป ซึ่งการตัดสินใจเป็นการเลือกหนึ่งทางเลือกจากหลาย ๆ ทางเลือกที่กำหนดไว้

สรุปว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกทางปฏิบัติที่ดีที่สุดและเกิดความพึงพอใจมากที่สุดซึ่งมีการพิจารณาโดยผ่านกระบวนการทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่และใช้ดุลยพินิจของแต่ละบุคคล ผ่านการไตร่ตรองหาเหตุผลหรือวิธีการต่าง ๆ ซึ่งมีปัจจัยทางด้านต่าง ๆ ของพฤติกรรมผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้อง

ลักษณะของการตัดสินใจ

ชาญชัย อาจินสมาจาร (2551, หน้า 15) ได้แบ่งการตัดสินใจของมนุษย์เป็น 2 ลักษณะคือ

1. การตัดสินใจตามธรรมชาติ หมายถึง การตัดสินใจที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติของการตัดสินใจของคนทั่วไปที่ปฏิบัติเป็นประจำ โดยการตัดสินใจที่ขาดการควบคุมอย่างเป็นระบบแม้ว่าจะมีเหตุผลแต่ก็เป็นเหตุผลทางอารมณ์มาเจือปนมากกว่าเหตุผลตามหลักตรรกศาสตร์ เช่น ในการเลือกคู่ครองจะพบว่าส่วนใหญ่รูปร่างหน้าตาจะมีอิทธิพลต่อการเลือกคู่ครองเหนือคุณสมบัติอื่น ๆ จัดได้ว่าเป็นการตัดสินใจในระดับบุคคลหรือครอบครัว

2. การตัดสินใจที่ควรจะเป็น หมายถึง การตัดสินใจที่ผู้รู้ทั้งหลายได้รวบรวมไว้เป็นหลักปฏิบัติซึ่งเป็นไปตามหลักตรรกศาสตร์ หรือตามเหตุผลปราศจากอารมณ์ มีการควบคุมอย่างระบอบด้วยการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ไข เพื่อพิจารณาถึงผลกระทบแล้วจึงเลือกวิธีการที่ดีที่สุดเป็นการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพสูงเป็นการตัดสินใจระดับชุมชนหรือสังคม

พรรณพิมล ก้านกนกและคณะ (2557, หน้า 12) กล่าวว่า ขั้นตอนของการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. การจำแนกแยกแยะตัวปัญหา ภายใต้ความรู้ที่รู้ว่าต้องหาทางเลือก ซึ่งหมายความว่าได้เกิดประเด็นปัญหาบางอย่างขึ้นแล้ว จุดสำคัญเบื้องต้นของการตัดสินใจจะต้องทำการสำรวจตรวจสอบให้แน่ชัดว่าประเด็นปัญหานั้นคืออะไรกันแน่

2. การจำแนกแยกแยะสาเหตุแห่งตัวปัญหา การจำแนกแยกแยะสาเหตุแห่งตัวประเด็นปัญหาเป็นการกำหนดทางเลือกเพื่อทางเลือกที่จะปรับปรุงแก้ไขปัญหาหรือประเด็นอันเป็นผลให้เป็นที่เหมาะสม

3. การกำหนดและการเลือกทางเลือก สำหรับการกำหนดทางเลือกในเชิงกลยุทธ์นั้นจะต้องมีความต้องการแหล่งข้อมูลข่าวสารข้อมูลมาเป็นเหตุผลในการกำหนดทางเลือกต่อไป

4. การปฏิบัติตามการตัดสินใจทางเลือก การปฏิบัติตามการตัดสินใจในการปฏิบัติตามนี้ จำเป็นที่จะต้องติดตามดูว่าเหตุการณ์สถานการณ์บางอย่างที่ได้คาดไว้อาจเปลี่ยนแปลงได้

กระบวนการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นการพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ อย่างรอบคอบมีการกำหนดทางเลือกและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดและนำไปสู่การปฏิบัติต่อไป ซึ่งแนวความคิดของนักวิชาการที่ใกล้เคียงกัน มีดังนี้

ชูชัย เทพสาร (2546, หน้า 16) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจมี 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดปัญหา โดยทั่วไปปัญหา หมายถึง สภาพที่ไม่เป็นที่พอใจและความไม่พอใจมักจะเกิดความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เป็นอยู่กับสิ่งที่ควรเป็นหรือที่ต้องการของผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจ

2. กำหนดมาตรฐานสำหรับใช้ในการตัดสินใจ อันเป็นการระบุถึงลักษณะและปัจจัยต่าง ๆ ที่จะต้องใช้พิจารณาในการตัดสินใจ

3. ลำดับความสำคัญของมาตรการหรือปัจจัยที่กำหนดไว้ว่าจะอะไรมีความสำคัญมากที่สุดและเรียงลำดับกันไว้

4. กำหนดทางเลือกที่พอจะมีความเป็นไปได้จำนวนหนึ่งและกำหนดคุณค่าของทางเลือกตามมาตรการแต่ละอย่าง

5. เมื่อมีทางเลือกแล้วขั้นต่อไปเป็นการประเมินแต่ละทางเลือกว่ามีจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไร โดยอาศัยมาตรการหรือปัจจัยที่กำหนดไว้และหาค่าของแต่ละทางเลือก อาศัยน้ำหนักของแต่ละมาตรการคุณกับคุณค่าของทางเลือกแล้วนำมารวมกันเป็นค่าทั้งหมดของแต่ละทางเลือก

6. ขั้นสุดท้ายคือการเลือกเอาทางเลือกที่ดีที่สุดซึ่งน่าจะเป็นทางเลือกที่มีคะแนนมากที่สุด

ชนันท์สิริ สายเป้า (2543, หน้า 12) กล่าวว่า ขั้นตอนของการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. การจำแนกแยกแยะตัวปัญหาภายใต้ความรู้สึกว่าต้องหาทางเลือก ซึ่งหมายความว่า ได้เกิดประเด็นปัญหาบางอย่างขึ้น แล้วจุดสำคัญเบื้องต้นของการตัดสินใจจะต้องทำการสำรวจตรวจสอบให้แน่ชัดว่าประเด็นปัญหานั้นคืออะไรกันแน่

2. การจำแนกแยกแยะสาเหตุแห่งตัวปัญหา เป็นการกำหนดทางเลือกเพื่อทางเลือกที่จะปรับปรุงแก้ไขปัญหาหรือประเด็นอันเป็นผลให้เป็นที่เหมาะสม

3. การกำหนดและการเลือกทางเลือก สำหรับการกำหนดทางเลือกในเชิงกลยุทธ์นั้นจะต้องมีความต้องการแหล่งข้อมูลข่าวสารมาเป็นเหตุผลในการกำหนดทางเลือกต่อไป

4. การปฏิบัติการตามการตัดสินใจทางเลือก จำเป็นที่จะต้องติดตามดูว่าเหตุการณ์สถานการณ์บางอย่างที่ได้คาดไว้อาจเปลี่ยนแปลงได้

ปณิศา มีจินดา (2553, หน้า 13 - 14) กล่าวถึง การตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการตัดสินใจมีขั้นตอนการแก้ปัญหา ได้แก่

1. การแยกแยะตัวปัญหา เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความรู้สึกว่าได้เกิดปัญหาขึ้น ซึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในว่ามีปรากฏการณ์บางอย่างที่ไม่เป็นไปตามที่คาดคิด จัดว่าเป็นขั้นการสร้างความแน่ใจและมั่นใจโดยการทำความเข้าใจกับตัวปัญหาที่แท้จริง

2. การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้นเป็นกิจกรรมด้านเขavnปัญหา เป็นการค้นหาสาเหตุหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดตัวปัญหา โดยการเสาะหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของปัญหาให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ข่าวสารที่หามาขึ้นต้องมีความเกี่ยวข้องจำเป็นกับตัวปัญหาและเพียงพอในการแก้ปัญหา

3. การประเมินค่าข่าวสารเป็นการประเมินว่าข่าวสารที่ได้มานั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงพอตรงกับเวลาสามารถนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่

4. การกำหนดทางเลือก เป็นการกำหนดทางเลือกให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ทางเลือกนั้นพยายามที่จะครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลายวิธีซึ่งมีการลำดับความสำคัญของทางเลือกไว้แต่ยังยอมรับว่าทางเลือกแต่ละทางนั้นอาจช่วยแก้ไขปัญหาก็ได้ถูกต้องและเหมาะสมในระดับที่แตกต่างกัน

5. การเลือกทางเลือก เป็นการเลือกทางเลือกที่กำหนดไว้เพื่อจะนำไปปฏิบัติต่อไปเป็นที่ยอมรับว่าเป็นการตัดสินใจอย่างแท้จริง

6. การปฏิบัติ การตัดสินใจเป็นการปฏิบัติตามผลของการตัดสินใจที่ได้เลือกทางเลือกไว้แล้ว
พรพรรณ เศรษฐธรรม (2552, หน้า 50) กล่าวว่า การตัดสินใจจะเกิดขึ้นต้องมีขั้นตอน ดังนี้

1. การเข้าใจกระบวนการตัดสินใจ ในการเลือกที่จะทำอะไรก็ตามที่ต้องใช้การตัดสินใจซึ่งจะต้องเสี่ยงแต่การเสี่ยงดังกล่าวนี้ จะต้องมียุทธศาสตร์ คือ มีการศึกษาตนเองตั้งแต่การรับรู้เรื่องของตนเองมีการหาทางเลือกและมีการสำรวจอาชีพตนเอง

2. การรู้จักตนเอง การรู้จักตนเองเป็นการรู้จักและเข้าใจความคิดความรู้สึกและการกระทำของตนรู้เหตุรู้ผลมองตนเองในแง่ดีมองผู้อื่นในแง่ดีรักตนเองรักผู้อื่นมองเห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่น

3. การมีความรู้เรื่องการพัฒนาตนเองเพื่ออาชีพ คือ มีความรู้ในเรื่องการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จในชีวิต ซึ่งหมายถึง ความสำเร็จในอาชีพทางการศึกษา กล่าวว่า การที่จะทำให้คนประสบความสำเร็จในอาชีพควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ

3.1 มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอทุกชีวิตต้องตื่นตัวยอมรับและมองหาทักษะใหม่

3.2 ภูมิใจตนเองดูก่อนว่าเรามีค่านิยมความสามารถมีความต้องการหรือไม่

3.3 มุ่งสู่เส้นทางมองหาสิ่งที่เป็นไปได้ซึ่งตรงกับศักยภาพที่แท้จริงของตน

3.4 ศึกษาค้นคว้าอย่างต่อเนื่องหาสิ่งที่เหมาะสมกับชีวิตตนทุกรูปแบบ

3.5 ขอความร่วมมือจากทุกฝ่ายสอบถามผู้รู้

3.6 การเลือกตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งไป ควรมีการตรวจสอบค้นหาข้อดีข้อเสียอีกครั้งเพื่อได้ผลที่แน่นอน

อุษณีย์ แจ่มใส (2551, หน้า 24) กล่าวว่า ขั้นตอนในการตัดสินใจนั้นโดยถือแนวพิจารณาการแก้ปัญหา (Problem Solving Approach) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาโดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Data Collection) เนื่องจากว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นย่อมมีสาเหตุการเสาะหาข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา คือ การเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุนั้นเพื่อมาเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจ จะต้องกระทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ทั้งในแง่ของการเก็บรวบรวมข้อมูล (Collective) และในแง่การวิเคราะห์ (Analysis) ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการวิจัย

ขั้นตอนการกำหนดทางเลือก (Formulating Alternative) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจ เป็นการพยายามจะครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลาย ๆ วิธีต้องกำหนดให้ได้ในรูปธรรมหลักข้อเท็จจริงหลัก (Main Fact) เป็นอย่างไรบ้างและในทางปฏิบัติต้องสร้างฉาก (Scenario) ขึ้นมาก่อนว่าเรื่องนี้มีทางเลือกอะไรบ้างในทางเลือกนั้น ๆ มีข้อเท็จจริงรูปธรรมหลัก ๆ อะไรบ้าง

ขั้นตอนการวิเคราะห์ทางเลือก (Analysis Alternative) การวิเคราะห์ทางเลือกควรใช้ความเป็นจริงที่เป็นภาวะวิสัย (Objective Analysis) พยายามหลีกเลี่ยงการนำค่าทั้งหลายมาเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์

ขั้นตอนเปรียบเทียบค่าทางเลือก (Value Comparison) ขั้นตอนนี้เป็นเปรียบเทียบโดยการนำค่ามาเกี่ยวข้องนำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่นที่ปลอดจากค่าแล้วมาพิจารณาทางเลือกอีกทีหนึ่ง

ขั้นตอนตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด (Choice Alternative on the Best Set of Alternative) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด

อาจกล่าวได้ว่า ขั้นตอนของการตัดสินใจที่จำเป็นจะต้องมีการดำเนินการเกิดขึ้นตั้งแต่เกิดความรู้สึกในตัวปัญหาหาข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ประเมินค่าข่าวสารกำหนดทางเลือก การเลือกทางเลือกและการปฏิบัติตามการตัดสินใจ การตัดสินใจจะถูกต้องหรือเหมาะสมขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจ ดังนั้นการตัดสินใจเลือกของบุคคลมักเป็นการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ตนพึงพอใจ โดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ ดังกล่าวมาข้างต้นและในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเป็นการเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการในที่นี้ คือ สถานศึกษาซึ่งเปิดให้บริการทางการศึกษานั้นเอง ฉะนั้นในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาจึงมีความจำเป็นต้องทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งหมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาการตัดสินใจเป็นหัวใจในการปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยมีความเกี่ยวข้องกับทุก ๆ เรื่องทุก ๆ กรณีการตัดสินใจเป็นส่วนสำคัญของนักศึกษาไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เนื่องจากในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ ล้วนแต่เกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจทั้งสิ้น ผลลัพธ์ของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นนั้นไม่ว่าจะเป็นความล้มเหลวหรือนำมาซึ่งความสำเร็จย่อมมีผลกระทบต่อมหาวิทยาลัยและนักศึกษาจำนวนมาก

ประเภทของการตัดสินใจ

อุษณีย์ แจ่มใส (2551, หน้า 28) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจมีผลทางการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในอนาคต ดังนั้นจึงใช้ปรากฏการณ์แห่งความไม่แน่นอนเป็นเกณฑ์ในการจัดหมวดหมู่แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. การตัดสินใจภายใต้ภาวะแน่นอน (Certainty) ผู้ตัดสินใจมีข้อมูลที่สมบูรณ์แน่นอนชัดเจนเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์กำหนดได้ว่า สภาวะการณ์ใดจะเกิดและเกิดอย่างไร แต่ในความเป็นจริงนั้นการตัดสินใจภายใต้ภาวะความแน่นอนมีโอกาสเป็นไปได้น้อยมากหรือแทบไม่มีเลย จึงได้นำกลวิธีการตัดสินใจทั้งหลายมาพัฒนาในรูปของการตัดสินใจภายใต้ภาวะที่แน่นอน โดยกำหนดข้อสมมติไว้ว่าสภาวะการณ์ใดบ้างที่จะเกิด

2. การตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอน (Uncertainty) การตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอนมีโอกาสเกิดได้มากที่สุดผู้ตัดสินใจต้องปฏิบัติด้วยความมืดมน เพราะปราศจากข้อมูลหรือแทบไม่มีข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณา เกณฑ์ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยรายบุคคลของผู้ตัดสินใจซึ่งแบ่งเป็น 5 ประเภท ดังนี้

2.1 บุคคลประเภทใช้หลักการ (Maximin) (Maximize Minimum Pay-Off) หรือว่าได้ น้อยดีกว่าไม่ได้เลยบุคคลประเภทนี้ มักเป็นผู้ที่ระแวงระวังภัยไม่ไว้วางใจในความไม่แน่นอนมีประสบการณ์ในทางคาดการณ์ด้านร้าย ฉะนั้นจึงตัดสินใจเลือกวิธีปฏิบัติที่แน่ใจว่าประสบผลสำเร็จต่ำสุดแต่ความแน่นอนสูง

2.2 บุคคลประเภทใช้หลัก (Maximize Minimum Pay-Off) หรือบุคคลผู้โชคดีเสมอบุคคลประเภทนี้จัดเป็นผู้มีประสบการณ์ในการคาดการณ์ล่วงหน้า ในแง่ดีไม่คำนึงถึงความไม่แน่นอนเพราะเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญสูงสุดของตน

2.3 บุคคลประเภทใช้หลัก (Middle of the Line between the Maximax and Maximin) หรือประนีประนอมบุคคลทั้งสองประเภทนี้เหมาะสมสำหรับเมื่อร่วมในสถานการณ์ที่ประกอบด้วยบุคคลทั้งสองประเภทดังกล่าวข้างต้น

2.4 บุคคลประเภท (Criterion of realism) หรือประเภทนิยมความเสมอภาคในกรณีนี้แตกต่างจากกรณีประนีประนอม เพราะจะนำทางเลือกมาคิดถ่วงน้ำหนักให้เท่ากันและเหมือนกันหมด ส่วนการตัดสินใจยังคงยึดหลักเดียวกัน คือ พิจารณาจากค่าสูงสุดของปริมาณตามที่คาดหวัง

2.5 บุคคลประเภทแม็กซ์-แมกซ์ (Miximax) หรือประเภทใฝ่สูงเกินศักดิ์ คือ พยายามรักษาโอกาสที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดหรือในอีกแง่หนึ่ง คือ ปฏิบัติตามทางเลือกที่มีโอกาสเสียน้อยที่สุดนั่นเอง

3. การตัดสินใจภายใต้ภาวะเสี่ยง (Risk) การตัดสินใจภายใต้ภาวะการเสี่ยงมีโอกาสเป็นไปได้สูงรองจากการตัดสินใจภายใต้ภาวะไม่แน่นอน เนื่องจากภาวะนี้อยู่กึ่งกลางระหว่างภาวะแน่นอนและไม่แน่นอน การตัดสินใจจะทำตามข้อมูลที่พอมืออยู่บ้าง แต่ไม่สมบูรณ์ข้อมูลที่รับเพียงช่วยให้คาดเดาว่าตามรูปแบบของความน่าจะเป็นนั้น สถานการณ์ใดมีโอกาสจะเกิดขึ้นได้บ้างโดยข้อมูลจะมีหลายรูปแบบและหลายดีกรี

สรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้ว ว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของตนเองในลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสารที่จะเกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและเหตุการณ์ในอนาคต สำหรับการแบ่งประเภทของการตัดสินใจจึงขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามผู้ตัดสินใจสามารถคาดคะเนสถานการณ์ทั้งหมดที่จะเป็นไปได้ในอนาคตนั้นเป็นเพียงการระบุความเป็นไปได้ของสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งผู้ตัดสินใจยังไม่ทราบถึงความแน่นอนของสถานการณ์จะเกิดขึ้นและสถานการณ์ทั้งหมดนั้นก็ยังมีเพียงสถานการณ์เดียวเท่านั้นที่จะเกิดขึ้น นอกนั้นอาจเป็นเพียงสถานการณ์ที่มีโอกาสเป็นไปได้แต่ไม่ได้เกิดขึ้นจริงก็ได้

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ

ผู้บริโภคนแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะมีผลต่อการตัดสินใจ ดังนี้

ทงศักดิ์ โสวัจสสตากุล (2554, หน้า 21 - 22) ได้จำแนกปัจจัยการตัดสินใจเป็น 2 องค์ประกอบ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนวิชาชีพหรือเลือกอาชีพของบุคคลไว้ดังนี้

1. องค์ประกอบภายในเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับตนเองหรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากภายในตัวบุคคลแบ่งเป็น

1.1 องค์ประกอบส่วนบุคคลได้แก่ความสนใจทักษะประสบการณ์ความรู้สึกเกี่ยวกับคุณค่าแห่งตนและความรับผิดชอบ

1.2 องค์ประกอบเกี่ยวกับโครงสร้างของค่านิยมได้แก่ค่านิยมทางการงานจุดมุ่งหมายของชีวิตจุดมุ่งหมายทางอาชีพทัศนคติต่ออาชีพความต้องการและการทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

2. องค์ประกอบภายนอกเป็นอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมหรือสิ่งเร้าภายนอกมากระตุ้นแบ่งเป็น

2.1 องค์ประกอบเกี่ยวกับโอกาสได้แก่โอกาสทางการศึกษาขอบเขตในการประกอบอาชีพ ข้อบังคับของหลักสูตรคุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพและโอกาสในการประกอบอาชีพ

2.2 องค์ประกอบเกี่ยวกับสังคมแวดล้อมได้แก่ครอบครัวเพื่อนครูบุคคลที่เคารพรักและรูปแบบของการศึกษาและลักษณะอาชีพในสังคม

นิเวศ ธรรมะและคณะ (2552, หน้า 58) กล่าวว่า ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไว้ 4 ด้าน คือ

1. ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ หลักธรรมของสังคม ระบบการศึกษาและสิ่งแวดล้อม

2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น อาชีพ การทำมาหากิน รายได้ การเพิ่มผลผลิต อาหาร เงินทุน และสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

3. ปัจจัยด้านผู้ตัดสินใจ เช่น ระดับการศึกษา ระดับสติปัญญา ความรอบรู้ในเรื่องต่าง ๆ ประสบการณ์เดิม วุฒิภาวะ นิสัย อารมณ์ และความจำเป็นส่วนตัวของผู้ตัดสินใจ

4. ปัจจัยด้านเวลาสถานที่และข้อเท็จจริง ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจที่กระทำในเวลาสถานที่และข้อเท็จจริงที่ได้รับมีปริมาณและคุณภาพแตกต่างกัน วิธีเลือกใช้อาจจะแตกต่างกันด้วย

Reeder (1996, pp.179 - 182) กล่าวว่า การตัดสินใจในรูปแบบจิตวิทยาสังคมนั้นโดยทั่วไป รูปแบบทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและพฤติกรรมของมนุษย์นั้น สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมและการเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยบุคคล จะแปลงสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมและการเมืองเหล่านั้นเข้าสู่ตัวคน ๆ นั้น ซึ่งการแปลงปัจจัยภายนอกมาสู่ตัวบุคคลนี้จะอยู่ในรูปของความเชื่อ (Beliefs) และความไม่เชื่อ (Disbeliefs) ซึ่งความเชื่อและความไม่เชื่อเป็นเหตุผลที่บุคคลใช้ในการตัดสินใจเลือกกระทำพฤติกรรม ดังนั้นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจไม่ได้เกิดจากปัจจัยภายนอกโดยตรง การตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคลจะประกอบด้วย ความเชื่อและความไม่เชื่อหลาย ๆ อย่างรวมกันและการกระทำทางสังคม (Social Action) ประกอบด้วย กลุ่มของปัจจัยหลายประการบุคคลอาจตัดสินใจกระทำพฤติกรรมอย่างเดียวกันแต่ปัจจัยหรือเหตุผลการตัดสินใจจะแตกต่างกันตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย (Goals) คือ กิจกรรมวัตถุประสงค์ลักษณะความเชื่อ ความรู้ กิจธุระหรือสภาพความเป็นอยู่ที่บุคคลต้องการ ความมุ่งหมายที่จะให้บรรลุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ผู้กระทำจะมีการกำหนดเป้าหมายหรือจุดประสงค์ไว้ล่วงหน้าและผู้กระทำพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์หรือเป้าหมายนั้น

2. ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือของกลุ่มต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความเชื่อนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหรือความรู้นั้นเอง ซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลและพฤติกรรมทางสังคม บุคคลในกรณีที่ว่าบุคคลและจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่

3. ค่านิยม (Value Standard) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตนเองเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ผู้กระทำเชื่อว่าวิถีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบที่จะยึดถือปฏิบัติ ค่านิยมของมนุษย์หรือของผู้กระทำทางสังคมจะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบ ดังนั้นค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคลโดยบุคคลพยายามจะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่

พัชรา ตันติประภา (2553, หน้า57) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลได้ผลเสียต่อตนเอง เช่น ในการเลือกอาชีพจะคำนึงถึงรายได้จะทำให้มีกินมีใช้ระดับใด งานนั้นน่าสนใจตรงตามความถนัดความสามารถของตนหรือไม่ จะทำงานในท้องถิ่นที่ตนต้องการหรือไม่ มีโอกาสก้าวหน้าและมีความมั่นคงในการทำงานนั้นมากน้อยเพียงใด

2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลได้ผลเสียต่อคนใกล้ชิด ซึ่งเป็นบุคคลที่สำคัญเพียงพอให้มีเวลาให้กับครอบครัวหรือไม่ มีสวัสดิการสำหรับครอบครัวหรือไม่

3. ปัจจัยด้านการยอมรับตนเอง โดยบุคคลจะพิจารณาว่าถ้าเลือกกระทำเช่นนี้แล้วตนเองภูมิใจหรือไม่ รับผิดชอบหรือไม่ เช่น ถ้าตัดสินใจศึกษาต่อสาขาวิชานี้ตนเองภูมิใจหรือรู้สึกด้อย เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านบุคคลแวดล้อม เช่น พ่อแม่ ญาติพี่น้อง ครูอาจารย์ เพื่อนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคลในเรื่องต่าง ๆ อาทิ การตัดสินใจเลือกสาขาการเรียน เลือกอาชีพ เลือกคู่ ตัดสินใจปลูกบ้านหรือกระทำการตัดสินใจเล็ก ๆ น้อย ๆ

5. ปัจจัยด้านศีลธรรมจรรยา การตัดสินใจของบุคคลไม่ใช่จะคำนึงถึงสิ่งที่จะทำให้บุคคลนั้นพึงพอใจทั้งหมด ยังมีปัจจัยด้านศีลธรรมจรรยาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ถ้าสิ่งที่ตัดสินใจลงไปตามตนเองพอใจแต่ผิดศีลธรรมจรรยา ก็ทำให้ตัดสินใจเช่นนั้นไม่ได้

6. ปัจจัยด้านอารมณ์ ในขณะที่บุคคลตกอยู่ในสภาพที่มีอารมณ์รุนแรง เช่น รัก เกลียด โกรธกลัว หรือกังวลอย่างหนัก ถ้าตัดสินใจอะไรลงไปในขณะที่นั้นมีแนวโน้มที่จะเกิดความผิดพลาดได้ง่ายหรือในกรณีที่มีเรื่องสำคัญต้องตัดสินใจ คนเราจะเกิดความเครียดไม่แน่ใจว่าการตัดสินใจนั้นเหมาะสมหรือไม่ การตัดสินใจจึงควรรอให้อารมณ์อยู่ในสภาวะสงบเสียก่อนแล้วจึงค่อยพิจารณาตัดสินใจ

ทงศักดิ์ โสวัจสสตากุล (2554, หน้า 14) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกอาชีพของนักศึกษาไว้ดังนี้

1. ด้านเป้าหมาย เป็นความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้เรียนที่ต้องการจะศึกษาต่อเพราะมีจุดมุ่งหมายในชีวิต อาจจะต้องการมีความรู้ในสาขาวิชานั้นโดยเฉพาะ

2. ด้านความเชื่อค่านิยม เป็นค่านิยมที่นักศึกษาที่มีความคิดมีความรู้มีความเข้าใจและเล็งเห็นคุณประโยชน์ของการศึกษาที่มีต่อการประกอบอาชีพและมองว่าเมื่อศึกษาไปแล้วนั้นจะเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพในอนาคต

คมกฤษ เทียมนุษ (2552, หน้า 20) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อไว้ ดังนี้

1. ด้านอิทธิพลจากสังคม เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษาโดยได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ของนักศึกษา โดยมีผลมาจากเพื่อนญาติครูอาจารย์และคนในครอบครัว

2. ความรู้ความสามารถ เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษาโดยนักศึกษาได้มีความมานะพยายามที่จะศึกษา เพื่อให้ทำคะแนนได้ดีในรายวิชาต่าง ๆ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้

3. ความคาดหวัง เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษาโดยเน้นที่ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดหรือความต้องการของนักศึกษา เช่น ความอยากที่จะเป็นบุคคลมีชื่อเสียงและความต้องการในเรื่องของรายได้ในอนาคตหลังจากจบการศึกษา

นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาบางตัวก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ การรับรู้ ค่านิยมและบุคลิกภาพ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ (วารุณี ตันติวงศ์วานิชและคณะ, 2552, หน้า 35)

1. การรับรู้ (Perception) จะมีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของบุคคลให้แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะจะมีอิทธิพลในสถานการณ์การตัดสินใจที่ไม่แน่นอน ข้อมูลในการตัดสินใจไม่เพียงพอ และยังมีบทบาทสำคัญเมื่อจะต้องตัดสินใจเลือกทางที่ไม่มีข้อแตกต่างกันมากนัก ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการรับรู้ ได้แก่ ประสบการณ์ ค่านิยมของแต่ละบุคคล บุคลิกภาพ พื้นฐานทางวัฒนธรรมและลักษณะทางกายภาพของแต่ละบุคคล

2. ค่านิยม เป็นกรอบมาตรฐานซึ่งใช้เป็นกรอบกำหนดทางเลือกของคนจากทางเลือกต่าง ๆ ถูกรับว่ามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจ ค่านิยมอาจจะเรียนรู้จากพ่อแม่ ครูอาจารย์ เพื่อนฝูง เพื่อนร่วม งาน พื้นฐานทางสังคม สื่อมวลชนและอื่น ๆ นอกจากค่านิยมแล้วจริยธรรมในสังคมก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ กล่าวคือ ในการแสวงหาทางเลือกต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจนั้น ผู้ตัดสินใจต้องคำนึงถึงจริยธรรมหรือค่านิยมของสังคมนั้น ๆ ด้วยว่าทางเลือกนั้นนำไปปฏิบัติแล้วสังคมยอมรับหรือไม่ หรือจะก่อให้เกิดปัญหาหรือมีผลกระทบต่อจริยธรรมของคนในสังคมหรือไม่

3. บุคลิกภาพ (Personality) ของผู้ตัดสินใจแต่ละคนจะมีอิทธิพล เช่น บางคนอาจจะมีอาจมีบุคลิกภาพกล้าเสี่ยง กล้าได้กล้าเสีย บางคนชอบปรือในการตัดสินใจ บางคนชอบทดลอง เมื่อพบเหตุการณ์เดียวกัน ผู้ตัดสินใจที่มีบุคลิกภาพต่างกันจะเลือกวิธีในการแก้ปัญหาแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเรียนนั้นมีหลายสาเหตุหรือมากองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ฐานะทางสังคมของครอบครัว ความสามารถส่วนบุคคล ความสนใจ ทักษะประสบการณ์ ความรู้สึกรู้สึกคิดเห็นของครอบครัว การชักชวนของเพื่อน การแนะนำของโรงเรียนและความต้องการที่จะประกอบอาชีพในอนาคต ซึ่งต้องนำมาพิจารณาประกอบกันอีกทั้งการตัดสินใจจะต้องพิจารณาปัจจัย 3 อย่างคือ ประการแรก ได้แก่ ข้อมูลจากตนเองที่รู้จักตนเองอย่างถ่องแท้เที่ยงธรรมแล้ว ประการที่สอง การใช้ข้อมูลทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ประการที่สาม ด้านความรู้วิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อ

Baldrige, M. (2013, p.95) ได้เสนอทฤษฎีที่สามารถอธิบายอิทธิพลของการเข้าเรียนต่อและความคาดหวังทางการศึกษาของนักศึกษาไว้ 4 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีแบบ (Modeling Theory) หมายถึง การที่นักศึกษานำตัวแบบมากำหนดเป็นแนวทางดำเนินชีวิตของตนเองและผู้ปกครองที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มที่จะกระตุ้นนักเรียนในการเรียนและการศึกษาต่อโดยเด็กจะเอาแบบอย่าง (Life Patterns) ของผู้ปกครองมาเป็นตัวกำหนดระดับความต้องการของเขาว่าอย่างน้อยที่สุดความคาดหวังของเขาก็จะเทียบเท่าของผู้ปกครอง

2. ทฤษฎีการมีโอกาสด (Opportunity Theory) หมายถึง การที่นักศึกษาจะบรรลุความสำเร็จทางการศึกษาได้นั้น นอกจากจะต้องมีความสามารถของตนเองแล้วจะต้องมีโอกาสดที่ดีอีกด้วย เช่น เด็กจากครอบครัวที่มีรายได้สูงและอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ๆ จะมีโอกาสในการเรียนต่อมากกว่า เพราะในเมืองมีสถานศึกษาที่มากกว่าทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการเลือกศึกษาต่อ ขณะเดียวกันก็มีฐานะพอที่จะใช้จ่ายในการศึกษาได้

3. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม (Reference Group Theory) หมายถึง นักเรียนที่อยู่ในกลุ่มเพื่อนที่มีความต้องการในการเรียนต่อนักเรียนก็มีความต้องการในการเรียนต่อเช่นกัน

4. ทฤษฎีความสามารถ (Ability Theory) หมายถึง นักศึกษาที่มีความสามารถสูง ขยันและมีความฉลาดก็มีแนวโน้มที่จะเรียนต่อสูงขึ้นและมีความคาดหวังสูงกว่านักศึกษาที่มีผลการเรียนต่ำ

ทฤษฎีการตัดสินใจของ Tiedman and O'hara (1963, pp.112 - 113) มีแนวคิดว่าการตัดสินใจเลือกอาชีพการปรับตัวในการประกอบอาชีพเป็นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลและพัฒนามาเป็นระยะเวลานานแบ่งพัฒนาการด้านอาชีพออกเป็นขั้น ๆ ดังนี้

1. ขั้นเตรียมเลือกอาชีพ (The Period of Anticipation of Decision Making or Preoccupation) ขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลจะเผชิญกับปัญหาเฉพาะหน้า เช่น จะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับหลักสูตรที่จะต้องเรียนหรือเริ่มคิดเตรียมการที่จะเลือกอาชีพต่อไปในอนาคต ในขั้นนี้บุคคลจะใช้กระบวนการวิเคราะห์แยกแยะรายละเอียดเกี่ยวกับตนเองและสิ่งแวดล้อม แล้วก่อตัวเป็นความคิดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสาขาวิชาเรียนหรือเลือกอาชีพในขั้นนี้แบ่งย่อยออกเป็น 4 ขั้น ดังนี้

1.1 ขั้นการสำรวจ (Exploration) ในขั้นนี้บุคคลจะสำรวจและประเมินตนเองในด้านต่าง ๆ เช่น ความถนัดความสามารถความสนใจและความต้องการ นอกจากนี้ยังมีการสำรวจลักษณะสาขาวิชาหรือลักษณะอาชีพข้อดีและข้อบกพร่องของอาชีพด้วย

1.2 ขั้นการก่อตัวของความคิด (Crystallization) เมื่อให้ประเมินตนเองและวิเคราะห์อาชีพหรือสาขาวิชาแล้วก็จะรวมตัวเป็นแนวคิดซึ่งจะนำไปใช้ในการตัดสินใจลงเลือกสายการเรียนหรืออาชีพ

1.3 ขั้นการลงเลือกอาชีพ (Choice) ในขั้นนี้บุคคลจะตัดสินใจลงเลือกสายการเรียนหรืออาชีพเอง

1.4 ขั้นการพิจารณารายละเอียด เพื่อหาความกระจ่างชัดเจนและความแน่นอนในการตัดสินใจ (Clarification of specification) ในขั้นนี้บุคคลจะหารายละเอียดเพิ่มเติมในสาขาวิชาหรืออาชีพที่เลือกอีกครั้งเพื่อการตัดสินใจที่แน่นอน

2. ขั้นการประกอบอาชีพและการปรับตัวในการทำงาน (The Period of Implementation and Adjustment) เมื่อบุคคลตัดสินใจเลือกสาขาการเรียนและอาชีพได้แล้วก็จะไปสู่ขั้นดำเนินการศึกษาหรือประกอบอาชีพตามที่ได้เลือกสรรในขั้นนี้จะแบ่งย่อยได้เป็น 3 ขั้น คือ

2.1 ขั้นการนำตนเองเข้าสู่การศึกษาหรือทำงาน (Induction) ขั้นนี้บุคคลจะเข้าทำงานหรือศึกษาตามสาขาที่ตนได้ตัดสินใจเลือกแล้ว

2.2 ขั้นการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง (Transition or Reformation) ถ้าบุคคลประสบปัญหาเกี่ยวกับการศึกษาหรือประกอบอาชีพที่เลือกแล้วบุคคลก็จะปรับปรุงหรือสำรวจตนเองและอาชีพหรือสาขาที่เรียนใหม่ เพื่อไปสู่การตัดสินใจเลือกการศึกษาหรืออาชีพใหม่ให้เหมาะสมต่อไป

2.3 ขั้นความมั่นคงในการประกอบอาชีพ (Maintenance or Integration) ถ้าบุคคลประสบความสำเร็จในการศึกษาหรือประกอบอาชีพที่ได้เลือกสรรแล้วนั้น ก็จะเป็นกำลังใจให้บุคคลมุ่งมั่นศึกษาหรือประกอบอาชีพให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

จากทฤษฎีการตัดสินใจของ Tiedman and O'hara สรุปได้ว่า บุคลิกภาพของบุคคลกับอาชีพมีความสัมพันธ์กันเห็นได้ชัดเจน จากการที่บุคคลต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจทฤษฎีนี้ได้ย้ำเรื่องของการตัดสินใจว่าเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาการทางอาชีพ

จากการศึกษาทฤษฎีการตัดสินใจของนักวิชาการหลายท่าน พบว่า การตัดสินใจเลือกอะไรก็ตามจะต้องคิดอย่างเป็นระบบ มีเหตุผลในการพิจารณาข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวข้องในเรื่องที่จะตัดสินใจเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบว่า การตัดสินใจมีการทำเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและการตัดสินใจเป็นหัวใจ

สำคัญในการเลือกศึกษาต่อ หรือเลือกอาชีพฉะนั้นนักศึกษาที่เลือกศึกษาต่อ จึงต้องพิจารณาอย่างรอบคอบเพราะการตัดสินใจเลือกเรียนสายใดสายหนึ่งเท่ากับว่าได้ลงทุนเพิ่มมูลค่าให้ตนเอง และเป็นการสร้างความพร้อมที่จะออกไปประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับสายการเรียนที่เลือกเรียน

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

Abraham S. Maslow ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์(Hierarchy of needs theory) ตั้งแต่ระดับต่ำสุดถึงระดับสูงสุดเป็น 5 ชั้นโดยมาสโลว์ได้จำแนกความต้องการทั้ง 5 ชั้นของมนุษย์เป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ ระดับต่ำ (Lower-order) ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพและความต้องการความมั่นคง สำหรับความต้องการในระดับสูง (Higher-order Needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคมความต้องการได้รับการยกย่องและความต้องการความสำเร็จในชีวิต มาสโลว์แบ่งความต้องการเหล่านี้ออกเป็นสองกลุ่มคือ ความต้องการที่เกิดจากความขาดแคลน (Deficiency needs) เป็นความต้องการระดับต่ำ ได้แก่ ความต้องการทางกายและความต้องการความปลอดภัย อีกกลุ่มหนึ่งเป็นความต้องการก้าวหน้าและพัฒนาตนเอง (Growth needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคมเกียรติยศชื่อเสียงและความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต จัดเป็นความต้องการระดับสูง และอธิบายว่าความต้องการระดับต่ำจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ส่วนความต้องการระดับสูง จะได้รับการตอบสนองจากปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง ทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดยมาสโลว์ เห็นว่าความต้องการของบุคคลมี 5 กลุ่ม จัดแบ่งจากระดับต่ำไปสูงได้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. ความต้องการระดับกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการทางร่างกายขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิต ความต้องการเหล่านี้ ได้แก่ อากาศ น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น มนุษย์จะมีความต้องการในลำดับถัดไปเมื่อความต้องการระดับกายภาพได้รับการตอบสนองแล้ว ดังนั้นในขั้นแรกองค์การจะต้องตอบสนองความต้องการของพนักงานโดยการจ่ายค่าจ้างและผลตอบแทน เพื่อให้พนักงานสามารถนำเงินไปใช้จ่ายเพื่อแสวงหาสิ่งจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของแต่ละคน

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security Needs) เมื่อความต้องการด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการความมั่นคงปลอดภัยก็จะเข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมของมนุษย์ ความปลอดภัยดังกล่าวมี 2 รูปแบบ คือ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทางด้านร่างกายและความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทางด้านร่างกาย ได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิตการมีสุขภาพดี เป็นต้น ส่วนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพการงานมั่นคง การทำงานที่มีหลักประกันอย่างเพียงพอจะมีผลต่อการตัดสินใจในการทำงานต่อไป อันจะเป็นข้อมูลในการตัดสินใจลาออกจากงานหรือการพิจารณาเลือกงานใหม่ แต่ตราบดีที่ความต้องการด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการที่จะได้รับความมั่นคงปลอดภัยก็ค่อนข้างน้อย

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เมื่อความต้องการทั้ง 2 ประการได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการในระดับที่สูงกว่าจะเข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมของมนุษย์ความต้องการทางสังคม ได้แก่ ความต้องการการยอมรับในผลงาน ความเอื้ออาทร ความเป็นมิตรที่ดี ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและความรักจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน องค์การสามารถตอบสนองความต้องการของพนักงานได้โดยการให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ให้ลูกจ้างทำงานเป็นกระบวนการกลุ่ม (Group Process) และมีลักษณะเป็นการร่วมมือร่วมใจ (Collaboration) ในการทำงานมากกว่าที่จะมุ่งการแข่งขัน

(Competition) ตลอดจนองค์การต้องมองเห็นคุณค่าของบุคลากรยอมรับความคิดเห็นของเขาเหล่านั้น ด้วยการยกย่องชมเชยเมื่อมีโอกาสอันควร

4. ความต้องการได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม (Esteem Needs) หมายถึง ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสำเร็จ ความรู้ความสามารถ การนับถือตนเอง ความเป็นอิสระและเสรีภาพในการทำงาน ตลอดจนต้องการมีฐานะเด่นและเป็นที่ยอมรับนับถือของคนทั้งหลาย การมีตำแหน่งสูงในองค์การ หรือการที่สามารถใกล้ชิดบุคคลสำคัญล้วนเป็นการส่งเสริมให้ฐานะของบุคคลเด่นขึ้นทั้งสิ้น

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทั้ง 4 ระดับแล้วมนุษย์จะทำงานเพื่องาน คือ อยากรู้ว่าตนมีศักยภาพแค่ไหนและพยายามพัฒนาศักยภาพของตนไปสู่จุดสูงสุดการทำงาน เกิดจากสนใจและรักในงานที่ทำและทำ เพราะได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนให้ถึงจุดสูงสุด

การศึกษาทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow) เป็นการศึกษาเพื่อที่จะทำให้ทราบถึงความต้องการของมนุษย์นั้นมีลำดับขั้นตอนที่แน่นอนจากขั้นต่ำไปขั้นสูง ซึ่งความปรารถนาขั้นสูงสุดของมนุษย์ทุกคน คือ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตตามที่ตนเองมุ่งหวัง แต่การที่มนุษย์จะเกิดความต้องการในแต่ละระดับได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่มนุษย์ทุกคนจะต้องได้รับการตอบสนองความต้องการในระดับที่ต่ำกว่าเสียก่อน เพื่อที่จะทำให้เกิดความต้องการในระดับต่อไป ซึ่งถ้าบุคลากรที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการแล้วก็จะเกิดความพึงพอใจมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน รวมถึงสามารถทำงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ทฤษฎีความต้องการของ McClelland (1985, pp.590)

เป็นทฤษฎีซึ่งเสนอว่าความต้องการของบุคคลมุ่งที่ความต้องการเฉพาะอย่างมากกว่าความต้องการอื่น คือ

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement เขียนย่อว่า nAch) บุคคล ต้องการทำสิ่งต่าง ๆ ให้เต็มที่ และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ มากกว่ารางวัลในรูปสิ่งของ บุคคลที่ต้องการความสำเร็จจะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานท้าทาย ต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงาน มีความชำนาญในการวางแผนมีความรับผิดชอบสูง บุคคลผู้มีความต้องการความสำเร็จจะต่อสู้เพื่อให้บรรลุความสำเร็จส่วนตัว มากกว่ารางวัลในรูปสิ่งของ จากการวิจัยของแมคเคลแลนด พบว่า ผู้ที่ประสบความสำเร็จส่วนตัวมีความปรารถนาที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้น

2. ความต้องการความรักใคร่ผูกพัน (Need for Affiliation เขียนย่อว่า nAff) ผู้ที่มีความต้องการด้านความรักใคร่ผูกพันสูงเป็นผู้ที่มีความปรารถนาอย่างแรงกล้าในการสร้างและรักษามิตรภาพยึดมั่นต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กล่าวคือ เป็นคนที่รักใคร่ผูกพันต่อผู้อื่นและต้องการได้ผลตอบแทนทำนองเดียวกันจากผู้อื่น เป็นผู้มีความสามารถพิเศษในการสร้างเครือข่ายกับผู้อื่นได้อย่างรวดเร็ว เก่งในการติดต่อสื่อสารด้วยรูปแบบวิธีการต่าง ๆ เป็นคนที่ชอบหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและแข่งขันกับผู้อื่น บางครั้งชอบผูกพันตนเองกับความต้องการของผู้อื่น

3. ความต้องการมีอำนาจ (Need for Power เขียนย่อว่า nPow) ผู้ที่ต้องการมีอำนาจสูงมีความปรารถนาแรงกล้าที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ต้องการสร้างผลกระทบหรือสร้างความประทับใจต่อคนอื่น ผู้ที่ต้องการมีอำนาจสูงจะพยายามสร้างสถานการณ์หรือสภาวะแวดล้อมทางสังคมขึ้น เพื่อให้ตนสามารถใช้อิทธิพลควบคุมกำกับผู้อื่น บางครั้งผู้ที่ต้องการมีอำนาจสูงยอมที่จะอยู่ในตำแหน่งที่เสี่ยงอันตรายสูงซึ่งผูกพันกับการมีเกียรติศักดิ์ศรีของตน อย่างไรก็ตามความต้องการอำนาจสูงเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน

ด้วยเหตุที่อำนาจสามารถใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ บางคนต้องการมีอำนาจเพื่อใช้เป็นเครื่องมือแสวงหาประโยชน์ส่วนตัว ในขณะที่บางคนต้องการมีอำนาจเพื่อจะใช้ในการให้บริการแก่คนอื่น และทำประโยชน์แก่องค์กรได้มากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

Borden (1964, P.2 - 7) ได้ให้ความหมายหรือนิยามของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ว่ามีองค์ประกอบถึง 14 ตัว ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) การวางแผน (Planning) การตั้งราคา (Pricing) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (Branding) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Promotion) การบรรจุภัณฑ์ (Packing) การจัดวางสินค้า (Display) การให้บริการ (Servicing) การจัดการกับสินค้าทางกายภาพ (Physical Handling) และการหาและวิเคราะห์ข้อมูล (Fact Finding and Analysis)

McCarthy (2004, p. 103) นักวิชาการการตลาดจากมหาวิทยาลัยมิชิแกนสเตท ได้ทำให้แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยแบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 4 ส่วน ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทาง (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

Zeithaml และ Bitner (2003, p. 93) ได้เสนอไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทบริการควรมีองค์ประกอบอีก 3 ประการ ซึ่งได้แก่ คน (People) สิ่งปรากฏทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) จึงเรียกรวมกับส่วนประสมทางการตลาดเดิมที่มี 4 ประการว่า “7Ps”

ในการดำเนินการทางการตลาดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน ประกอบด้วย 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ (Kotler and Keller, 2012, pp.106)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายผลิตภัณฑ์โดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาลูกค้าจึงมีผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยามคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) เป็นการกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งและสามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้าได้

1.2 องค์ประกอบหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ ตราสินค้า

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจกับลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า บริการเป็นองค์ประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีลักษณะคือ ไม่มีตัวตน ไม่แน่นอน ไม่สามารถแบ่งแยกได้และเก็บไว้ไม่ได้ นอกจากนี้ Payne (1993, p.53) ได้จัดระเบียบของบริการเป็น 4 ระดับ คือ

1. บริการหลักหรือรูปลักษณะบริการ (Core Product and Generic Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการพื้นฐานหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ที่ผู้รับบริการต้องการอย่างแท้จริง ดังนั้น การตลาดต้องมองตัวเองว่าเป็นผู้ให้ประโยชน์แก่ผู้มารับบริการ งานของนักการตลาดคือ การทำให้ผู้รับบริการเห็นความจำเป็นและความต้องการที่แท้จริง โดยการจัดอาคารสถานที่ให้สวยงาม ทันสมัย พร้อมใช้งาน มีมาตรฐานการให้บริการ บุคลากรแต่งกายสะอาดให้บริการด้วยความสุภาพ มีความกระตือรือร้นและมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ

2. บริการที่ผู้บริการคาดหวัง (Expected Product) หมายถึง กลุ่มของคุณสมบัติ ลักษณะ และเงื่อนไขที่ผู้บริการคาดหวัง ได้แก่ การได้รับความรู้ที่ทันสมัยนำไปใช้ในการทำงานได้

3. บริการเสริม (Augmented Product) หมายถึง การบริการที่ทำให้ผู้บริการได้รับผลประโยชน์เพิ่มเติม เพิ่มคุณค่าให้กับบริการหลัก ทำให้เกิดความเชื่อถือในบริการ ซึ่งผู้บริการไม่ได้คาดหวังว่าจะได้รับ เช่น การจัดทัศนศึกษา การศึกษาดูงานทั้งในและนอกประเทศ นักการตลาดจะจัดบริการนี้เพื่อใช้ในการแข่งขัน โดยจัดบริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง

4. ศักยภาพของการบริการ (Potential Product) หมายถึง ความสามารถของผู้ผลิตในการผลิต และการค้นคว้าหาวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำให้ผู้บริการประทับใจ นักการตลาดจะใช้บริการนี้เพื่อดึงดูดให้มีผู้มารับบริการเพิ่มขึ้นและสร้างให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่จ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคา ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2552, หน้า 53) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของราคาและคุณค่าที่ลูกค้ามองเห็นว่าคุณค่าของสินค้า (Value) ที่ลูกค้ามองเห็นทั้งในแง่ของคุณภาพการบริการและฐานะชื่อเสียงต่างเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ลูกค้าจะพิจารณาและสนใจมากกว่าราคา ด้วยเหตุผลนี้ทำให้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับราคามีใช้อยู่ที่การปรับราคาโดยตรง แต่จุดสนใจส่วนใหญ่ คือ การพยายามให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของตัวสินค้าให้มากที่สุด ซึ่งวิธีการที่จะทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยปรับส่วนประสมการตลาดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ โดยการทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง
2. การส่งเสริมการขาย โดยการสร้างชื่อเสียงให้กับสินค้าหรือบริการ การโฆษณาและการส่งเสริมโดยวิธีอื่น ๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
3. การจำแนกแจกจ่าย สามารถนำมาใช้โดยวิธีการและสถานที่ใหม่ ๆ จะดึงดูดลูกค้าได้ดีกว่า

Kerin (2012, p.87) ได้กล่าวว่า การบริการที่มีลักษณะเฉพาะ คือ การพิจารณาองค์ประกอบอื่นนอกเหนือจากราคา ได้แก่ คุณภาพหรือความรู้ที่จะได้รับ ดังนั้น ลูกค้ายินดีจ่ายมากขึ้นสำหรับบริการที่มี

คุณภาพและสร้างความพึงพอใจให้และการที่ผู้บริโภคจะสามารถซื้อบริการได้ ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งราคาอาจจะเป็นอุปสรรคที่ทำให้ไม่สามารถจะตัดสินใจซื้อบริการได้ แม้ว่าจะมีทัศนคติที่ดีกับสินค้าหรือบริการนั้นก็ตาม

สรุปได้ว่า ราคาเป็นตัวแปรที่ยืดหยุ่นมากที่สุดในส่วนประสมการตลาดบริการและสามารถสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาให้กับลูกค้าได้ นักการตลาดจึงใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการสร้างจินตภาพให้ผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารการศึกษา จึงควรปรับเปลี่ยนราคาให้สอดคล้องกับอุปสงค์คือ ผู้เรียนและสภาพการแข่งขันเพื่อจะได้จูงใจให้ผู้เรียนสนใจเข้าศึกษาในหลักสูตรของตนเพิ่มมากขึ้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง ช่องทางหรือสถานที่ที่ในการจัดจำหน่ายสินค้า สถานที่ให้บริการในส่วนแรกคือ การเลือกทำเลที่ตั้ง เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ารับบริการ ดังนั้น สถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกรู้สึกความเชื่อและพฤติกรรม การซื้อหรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อหรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (No Person Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการองค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน(Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้นโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

Lovelock and Wright (1999, p.96) ได้กล่าวไว้ว่า การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จในการวางแผนการตลาดได้นั้น ธุรกิจต้องมีการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยต้องโน้มน้าวจิตใจผู้บริโภคให้สนใจบริการที่น่าเสนอไป เครื่องมือการสื่อสารการตลาดมีหลายประเภท แต่ละประเภทมีลักษณะแตกต่างกัน เช่น การโฆษณา การขายโดยใช้บุคคล การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ซึ่งเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นผลกระทบจากความพึงพอใจของผู้บริโภค หากผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจก็จะบอกต่อกันในทางบวก ธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญต่อการสื่อสารโดยต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี

พิภพ อุดร (2547, หน้า 70) กล่าวว่า ลูกค้าที่มีความพอใจ ย่อมนำมาเพื่อนหรือคนใกล้ชิดให้มาใช้บริการขององค์กร โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) ช่วยให้องค์กรประหยัดค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การได้รับการบอกต่อจากคนรู้จักและการเห็นคุณค่าของบริการที่ได้รับยังมีพลังชักจูงลูกค้ารายใหม่ที่ได้ผลมากขึ้น

เนื่องจากการตลาดบริการมีความซับซ้อนและแตกต่างจากตลาดสินค้า ทำให้ส่วนประสมการตลาดบริการมีความแตกต่างจากส่วนประสมการตลาดของสินค้าเพราะบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ ผู้ให้และผู้ใช้บริการต้องอยู่ด้วยกันเสมอ ส่วนประสมทางการตลาดบริการจึงมีการเน้นถึงบุคคล กระบวนการในการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งเป็นหลักในการให้บริการ ดังนั้น Zeithaml and Bitner จึงได้ปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่ม

อีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งในงานวิจัยนี้จะได้ศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ของ Zeithaml and Bitner (2003, p.93) มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดที่สามารถนำเสนอขายให้กับตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการเป็นเจ้าของ หรือการบริโภค ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อให้ได้รับความพอใจ ในที่นี้หมายถึง คุณภาพการศึกษาในการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัย ที่ครอบคลุมปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพ โดยการรับรู้ของนักศึกษา เช่น หลักสูตรที่มีความหลากหลาย ทันสมัย ตรงกับความต้องการ ความมีศักยภาพทางการศึกษา ความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มีอุปกรณ์ในการเรียนที่ทันสมัยและ ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

2. ราคา (Price) หมายถึง การกำหนดราคาหรือการวิเคราะห์ราคา ซึ่งต้องทราบวัตถุประสงค์ของธุรกิจ เพราะจะได้ทำการตัดสินใจกำหนดราคาให้เหมาะสมที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอด ในที่นี้หมายถึง การกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายในการศึกษาและผู้ปกครองมีกำลังที่จะส่งเสียบุตรหลานให้เข้ารับการศึกษาคือ ค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียน ค่าบำรุงการศึกษาเงินเดือนการชำระเงิน ค่าใช้จ่ายในการเช่าหอพัก และ ค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค โดยผู้เรียนต้องได้รับประโยชน์สูงสุดและมหาวิทยาลัยสามารถนำรายได้ที่ได้รับไปพัฒนามาตรฐานคุณภาพการศึกษาให้มีความก้าวหน้าและทันสมัยต่อไป

3. ช่องทางการให้บริการ (Place) หมายถึง กลไกการทำให้บริการผ่านจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เป็นการจัดบริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกในการใช้บริการ โดยการเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม การเพิ่มช่องทางการให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงบริการได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ในที่นี้หมายถึง ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย มีความสะดวกและปลอดภัย สภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศที่ดี การบริการหอพักนักศึกษาเพื่อให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลาในการเดินทาง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือเป็นกิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการเสนอสิ่งจูงใจระยะสั้น เพื่อกระตุ้นเร้าให้เกิดการซื้อขายผลิตภัณฑ์และบริการ ในที่นี้หมายถึง มหาวิทยาลัยทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การออกแนะแนวและเงินกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เพื่อสร้างภาพพจน์ของการบริการที่ดีให้เกิดความเข้าใจ และช่วยจูงใจให้ผู้เรียนสนใจเลือกเรียนมากขึ้น

5. บุคลากร (People) หมายถึง บุคคลมีส่วนร่วมในการผลิตและส่งมอบบริการ บุคลากรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง ในที่นี้หมายถึง การที่มหาวิทยาลัยมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ มีเจ้าหน้าที่ที่เต็มใจในการให้บริการ มีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีความกระตือรือร้น มีความเสมอภาคในการให้บริการ และมีความเป็นกัลยาณมิตร

6. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ลำดับของกิจกรรมและขั้นตอนที่เกิดขึ้นจริงในการส่งมอบบริการให้ผู้รับบริการ ซึ่งแต่ละธุรกิจจะมีมาตรฐานหรือความซับซ้อนของบริการที่ต่างกันไป จึงควรพิจารณาถึงความอิสระและความยืดหยุ่นสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ ทำให้

มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็วในที่นี้หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง องค์ประกอบที่ช่วยทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ ประสิทธิภาพและเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน ได้แก่ อาคารสำนักงาน สถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ การแต่งกายและสิ่งพิมพ์ ในที่นี้หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มองเห็นได้ของมหาวิทยาลัยที่สร้างความประทับใจให้กับผู้เรียน ได้แก่ บรรยากาศร่มรื่น สวยงาม สะอาด ปลอดภัย ทันสมัย ความเหมาะสมแก่การเรียนรู้ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้และศูนย์อาหาร รวมทั้งเครื่องแบบของนักศึกษา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551, หน้า 12 - 14) ได้กล่าวว่า เมื่อพิจารณากลยุทธ์ทางการตลาดสินค้าที่ผลิตจากอุตสาหกรรมโดยปกตินี้การตลาดยึดถือองค์ประกอบของกลยุทธ์เบื้องต้น 4 ประการ (4P) คือ Product (ผลิตภัณฑ์) Price (ราคา) Place (ช่องทางการจำหน่าย) และ Promotion (การส่งเสริมการตลาด) กล่าวโดยรวมแล้วทั้ง 4 จำพวก หมายถึง 4Ps ของส่วนผสมการตลาด แต่อย่างไรก็ตามการตลาดของธุรกิจบริการจำเป็นต้องรวมองค์ประกอบทางด้านกลยุทธ์อื่น ๆ เข้าไว้ด้วยในกลยุทธ์การบริการ นั่นก็คือ มีการใช้ “8Ps” ในการบริหารบริการแบบผสมผสานหรือบูรณาการซึ่งอธิบายถึงตัวแปรในการตัดสินใจ 8 ประการ ที่ผู้บริหารองค์การที่ให้บริการต้องพิจารณา ได้แก่

1. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Elements) ผู้บริหารจะต้องพิจารณาผลิตภัณฑ์ทั้งผลิตภัณฑ์หลักและองค์ประกอบเสริมในส่วนที่เป็นบริการควบคู่กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งที่ผู้บริหารต้องพิจารณา คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้นทำได้ดีมากน้อยเพียงใด

2. ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ (Price and Other User Cost) องค์ประกอบนี้ชี้ให้เห็นถึงการบริหารค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เนื่องจากลูกค้าได้รับคุณประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ในด้านบริการความรับผิดชอบไม่จำกัด อยู่ที่งานการตั้งราคาเพื่อสร้างราคาขายแก่ลูกค้าเท่านั้น ซึ่งก็รวมถึงการตั้งกำไรจากการค้าและตั้งข้อตกลงเกี่ยวกับสินเชื่อด้วย นอกจากนี้ผู้จัดการบริการยังต้องตระหนักถึงทางปฏิบัติเพื่อหาวิธีลดต้นทุนและสิ่งอื่นที่ลูกค้ารับภาระไว้ใน การซื้อและส่งผลให้เกิดใช้บริการให้น้อยลง ต้นทุนเหล่านี้รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการเงิน ด้านเวลา ความพยายามในรูปวัตถุและจิตใจ รวมไปถึงประสบการณ์ของลูกค้าในอดีตที่อาจจะเป็นลบหรือไม่พอใจต่อรูปแบบบริการก็ได้

3. สถานที่ ไซเบอร์สเปซ และเวลา (Place, Cyberspace and Time) ในการส่งมอบองค์ประกอบของสินค้าไปสู่ลูกค้า นั้น ต้องเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจทั้งในเรื่องของเวลาและสถานที่รวมไปถึงช่องทางการจำหน่าย ซึ่งเป็นไปได้ทั้งช่องทางทั่วไปและใช้อิเล็กทรอนิกส์ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบ บริการส่งข่าวสารข้อความและอินเทอร์เน็ต (Internet) ช่วยให้ข้อมูลผ่านไซเบอร์สเปซ (Cyberspace – การไม่มีสถานที่ที่พบเห็นได้) จึงมีการใช้สื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์แทนไปยังลูกค้าในเวลาที่ต้องการโดยผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการ ได้แก่ ความรวดเร็วและความสะดวกซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับ

4. การส่งเสริมการตลาดและการให้การศึกษาแก่ลูกค้า (Promotion and Education) ไม่มีโปรแกรมการตลาดใดจะสำเร็จลงได้โดยปราศจากโปรแกรมการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ องค์ประกอบนี้มีบทบาทสำคัญ 3 ประการได้แก่ให้ข่าวสารและคำแนะนำที่จำเป็นจึงใจกลุ่มเป้าหมาย ให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมลูกค้าให้ก่อปฏิภิกิริยา เมื่อถึงเวลาอันควรในการตลาดบริการการสื่อสารส่วนมากมี

ลักษณะคล้ายกับการอบรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มลูกค้าใหม่ บริษัทอาจต้องให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของบริการสถานที่และเวลาที่จะใช้บริการรวมถึงวิธีการเข้าร่วมในกระบวนการส่งมอบบริการอย่างได้ผลการสื่อสารอาจทำโดยตัวบุคคล เช่น พนักงานขายผู้ให้การฝึกอบรมหรือผ่านสื่อต่าง ๆ ประกอบด้วย ทีวี หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับและเว็บไซต์ เป็นต้น

5. กระบวนการ (Process) ในการสร้างและส่งมอบสินค้าเป็นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าซึ่งต้องมีการออกแบบและจัดการขบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่าเป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบการบริการต้องดำเนินไป กระบวนการผลิตที่ออกแบบมาไม่ดีมักจะสร้างความไม่พอใจให้ลูกค้า เนื่องจากอาจมีความล่าช้ามีขั้นตอนมากและมีประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ในขณะที่เดียวกันกระบวนการผลิตที่ไม่ดีก็ส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงคุณภาพของผลผลิตในการบริการและความล้มเหลวในการบริการในที่สุด

6. ผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality) มักจะพิจารณาแยกกันที่ละส่วนแต่ไม่ควรพิจารณาองค์ประกอบเหล่านี้แยกกันโดยเด็ดขาด การที่จะปรับปรุงผลผลิตและระดับบริการลงอย่างไม่เหมาะสมจนลูกค้าเกิดความไม่พอใจคุณภาพของบริการตามที่ลูกค้ากำหนดเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจะทำให้เห็นความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ธุรกิจจำเป็นต้องมีการรักษาระดับบริการ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคพอใจและเกิดความภักดีในการใช้บริการเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพ แต่ผู้บริหารต้องระวังไม่ให้มีการลดคุณภาพ อย่างไรก็ตามการลดต้นทุนปรับปรุงคุณภาพโดยปราศจากความเข้าใจถึงต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่เพิ่มขึ้นอาจทำให้บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรพร้อม ๆ กับมีความเสี่ยงสูงในเวลาเดียวกัน

7. บุคคล (People) ผลิตภัณฑ์บริการทั้งหลายขึ้นอยู่กับการทำงานที่บุคคลปฏิบัติต่อกัน 2 ฝ่าย คือระหว่างลูกค้ากับโรงเรียนสภาพของการปฏิบัติต่อกันสองฝ่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพของบริการเป็นอย่างมาก ลูกค้ามักตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่เขารับจากการประเมินบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่มักทุ่มเทความพยายามอย่างมากกับการรับและคัดเลือกพนักงานการฝึกอบรมการจูงใจพนักงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีหน้าที่ติดต่อโดยตรงกับลูกค้า

8. หลักฐานที่เป็นตัววัตถุ (Physical Evidence) รูปร่างของตัวตึกสวนหย่อมพาหนะเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งเครื่องมือสมาชิกที่เป็นพนักงานป้ายวัสดุสิ่งพิมพ์และสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่าทั้งหมดนี้เป็นหลักฐานเสริมที่มองเห็นได้และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการของบริษัทธุรกิจด้านบริการจำต้องบริหารหลักฐานที่เป็นตัววัตถุอย่างรอบคอบ เนื่องจากอาจมีผลกระทบอย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้าได้ในบริการที่มีองค์ประกอบที่จับต้องได้ ยกตัวอย่างเช่น ในการประกันภัยอาจต้องทำการโฆษณาเพื่อสร้างสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายในการคุ้มครอง ได้แก่ รมอาจเป็นสัญลักษณ์แห่งความคุ้มครองรวมถึงการใช้สัญลักษณ์อาจหมายถึงความมั่นคงปลอดภัย

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้โดยแบ่งออกเป็น ธุรกิจสำหรับสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด และธุรกิจสำหรับบริการ ได้แก่ บุคลากร กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้เรียน มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้เรียน ซึ่งสถานศึกษาจำต้อง

หาให้ได้ว่าจะอะไรเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ เพื่อที่จะได้ทราบความต้องการของผู้เรียน เพื่อจัด ส่วนผสมทางการตลาดให้สนองความต้องการของผู้เรียนที่เป็นเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

ทรงธรรม ชีระกุลและคณะ (2553, หน้า 57 - 63) กล่าวถึง ตัวแปรที่ช่วยให้สถาบันอุดมศึกษา สามารถบริหารหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดการดำเนินการในแต่ละด้านมีดังนี้

1. สถานที่ (Place) เป็นสิ่งที่บุคคลไม่นึกถึงความสำคัญ (Hidden Dimension) ในความเป็นจริง เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนมากหากได้รับความสนใจพัฒนาซึ่งการบริการด้านสถานที่แบ่งได้ดังนี้

1.1 พื้นที่ที่ใช้ในการเรียนการสอน (Instruction Space) ซึ่งมีทั้งภายในและภายนอกภายใน สถาบันโดยทั่วไปจะจัดอาคารสถานที่ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ในบริเวณเดียวกัน เช่น อาคาร เรียน ห้องสมุด ห้องทดลอง ห้องบันทึกเสียง ซึ่งโครงสร้างและแบบอาคารนั้นเป็นแบบถาวร การจัด ตำแหน่งของอาคารให้สอดคล้องกับสภาพการเรียนนั้นสถาบันการศึกษาบางแห่งได้จัดขยายการเรียน ออกไปภายนอกในรูปของวิทยาเขต เพื่อจัดนักศึกษาที่เรียนเฉพาะสาขาวิชาไปเรียนและฝึกปฏิบัติงานหรือ ใช้สถานที่ภายนอก เพื่อจัดกิจกรรมเสริมการเรียนการสอน เช่น ในการพักผ่อนสัมมนาทางวิชาการ

1.2 พื้นที่ที่นอกเหนือจากการใช้ในการเรียนการสอน (Non-instruction Space) เช่น สถานที่เพื่อการพักผ่อนสันทนาการภายในบริเวณของสถาบัน เป็นต้น นอกจากนี้บางสถาบันได้มีการจัด หอพักรองรับนักศึกษาชั้นอยู่กับนโยบายของสถาบันนั้น ๆ ในสถาบันบางแห่งได้มีการจัดประสบการณ์ใน การทำงานให้กับนักศึกษาภายในบริเวณสถาบัน เช่น ให้นักศึกษาทำงานเป็นผู้ช่วยอาจารย์ในภาควิชา ต่าง ๆ ช่วยทำงานในห้องสมุดหรือฝ่ายทะเบียนหรือใช้สถานที่บริเวณบางส่วนของสถาบันตั้งเป็นบริษัท จำลอง เพื่อฝึกการทำธุรกิจในช่วงภาคฤดูร้อน มีการติดต่อซื้อขายในสภาพการณ์จริง การเรียนการสอน นอกห้องเรียนนั้นมีผลให้นักศึกษาสนใจในการเรียนการสอนเพิ่มขึ้น สำหรับการเรียนการสอนภายนอก สถาบันนั้นเป็นการจัดประสบการณ์โดยตรงให้กับนักศึกษาซึ่งอาจจัดโดยสถาบันการศึกษาโดยตรงหรือ เป็นผู้เรียนเป็นผู้จัดประสบการณ์ที่นักศึกษาได้รับ มีหลายรูปแบบ อาทิ การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การ ฝึกงานอาชีพ การหาประสบการณ์จากการทำงานจริง การบริการวิชาการแก่ชุมชน การมีส่วนร่วมทางการ เมือง การฝึกภาคสนาม สิ่งเหล่านี้จะพัฒนาการเจริญเติบโตทั้งทางร่างกายจิตใจและความรับผิดชอบให้แก่ นักศึกษา

2. ทรัพยากร (Resources) แหล่งวิทยาการที่จะทำให้การเรียนการสอนดำเนินการไปได้ ได้แก่ บุคลากร (People) และวัสดุอุปกรณ์ตลอดจนสิ่งแวดล้อม (Materials Equipment and Environment)

2.1 ทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย คณาจารย์วิทยากรตัวต่อตัวและตัวนักศึกษาเอง

2.1.1 คณาจารย์ในสถาบันโดยปกติศึกษาระดับปริญญาตรีอาจารย์จะสอนร่วมกัน มากกว่าที่จะสอนโดยลำพังนอกจากนั้นจะใช้อาจารย์พิเศษจากสถาบันอื่น ๆ มาช่วยโดยจัดการสอนใน รูปแบบของการสอนร่วมกันเป็นทีม (Team Teaching) ซึ่งการจัดสอนในรูปแบบของทีมนี้ถ้าทีมสอน ด้วยกันทำงานไปด้วยดีจะได้รับความสำเร็จสูงทั้งแก่ตัวผู้เรียนเองและผู้สอน แต่ปกติมักจะไม่ประสบ ความสำเร็จเสมอไปเพราะคณาจารย์มักจะชอบสอนคนเดียวและไม่สันทัดในการสอนในประเด็นที่ นอกเหนือจากความถนัดและพยายามที่จะยึดติดกับสิ่งที่ตนเองถนัด ซึ่งจะพบว่าทีมมักจะแตกแยกยิ่ง ผู้สอนในทีมมีมากเท่าใดมีแนวโน้มที่จะทำงานไม่ราบรื่นหรือขาดการติดต่อสื่อสารในหมู่สมาชิกของผู้สอน ร่วมกัน นอกจากนี้อาจารย์มักจะได้รับหน้าที่นอกเหนือจากการสอน คือ การเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งทำ หน้าที่แนะนำเรื่องของการเรียนหรือแนะนำการเลือกวิชาเอกให้กับศิษย์ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา

2.1.2 วิทยากรนอกสถาบัน เพื่อให้ผู้เรียนมีสายตากว้างไกลและเกิดความเชี่ยวชาญมากขึ้นและเป็นการลดค่าใช้จ่ายอาจารย์ประจำจึงใช้บุคลากรภายนอกซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขามาสอนเพิ่ม

2.1.3 นักศึกษาตัวต่อตัว บางสถาบันได้มีการจัดให้นักศึกษาช่วยตัวกันเองโดยเฉพาะโปรแกรมการศึกษาที่จัดให้กับผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่กลุ่มเพื่อนที่แนะนำการศึกษาด้วยตนเองจะได้ผลมากที่สุด ผู้เรียนนั้นมิใช่เพียงผู้ที่จะต้องรับความรู้แต่จะต้องเป็นผู้ร่วมในการสร้างแบบแผนการเรียนและหลักสูตร อย่างไรก็ตามประสบการณ์ในอดีตและความรู้ในปัจจุบันของนักศึกษาตลอดจนทักษะและความเชี่ยวชาญ ล้วนเป็นสิ่งสำคัญขององค์ประกอบและเป็นตัวเร่งในการเรียนรู้ของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษามักจะให้มีการปฐมนิเทศแก่ผู้ที่เข้ามาศึกษา เพื่อให้รับรู้เกี่ยวกับสถาบันคณาจารย์ห้องสมุดเพื่อนและประสบการณ์ที่แสวงหาระหว่างศึกษาในสถาบัน

2.2 ทรัพยากรและวัสดุอุปกรณ์และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย เอกสารตีพิมพ์และไม่ตีพิมพ์ คอมพิวเตอร์สตูดิโอและห้องทดลอง รวมทั้งสภาพแวดล้อมการเรียนรู้

2.2.1 สิ่งตีพิมพ์ เช่น หนังสือ วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แบบเรียนสำเร็จรูป เกมส์ นอกจากนี้ผู้สอนยังนิยมการสอนแบบกระดานดำ การใช้เครื่องฉายแผ่นใสและบางที่เป็นวิดีโอเทป ซึ่งแนวโน้มในอนาคตได้มีการคาดการณ์ไว้ว่าอุปกรณ์การสอน (A.V.) จะมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกมากขึ้น คือ การใช้รูป 3 มิติ (Holography) และเลเซอร์ เป็นต้น

2.2.2 คอมพิวเตอร์ ได้รับการพัฒนาเพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนการสอนและให้คำเสนอแนะปรึกษาและปัจจุบันได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้บริหารงานวิชาการ คณาจารย์ที่ใช้ฝึกปฏิบัติการ โดยเฉพาะในส่วนของนักศึกษามีความจำเป็นต้องรู้จักและใช้ประโยชน์ให้เป็น

2.2.3 สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ วัดได้จากจำนวนปริมาณหนังสือในห้องสมุดขนาดของคอมพิวเตอร์ขนาดและการออกแบบการอัดเสียงหรือวัดจากทรัพยากรด้านบุคลากรวัสดุอุปกรณ์ เพื่อใช้สนับสนุนการเรียนการสอนนั้น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายจากจำนวนเงินที่จ่ายไปเพื่อการนี้หรือพิจารณาค่าใช้จ่ายด้านเวลาเท่านั้น แต่พิจารณาจากการที่นักศึกษาสามารถใช้ทรัพยากรเหล่านี้ได้คุ้มค่าและเป็นไปตามความสนใจอย่างแท้จริง

3. กระบวนการ (Procedures) กระบวนการจัดการเรียนการสอนสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 กระบวนการวางแผนการเรียนการสอน (Program Planning) โดยส่วนใหญ่สถาบันหรือคณะเป็นผู้กำหนดหลักสูตร (Faculty/Institution Determined) เนื้อหาวิชาและโครงสร้างหลักสูตรจัดทำโดยคณาจารย์คณะกรรมการคณะและนักศึกษาสามารถศึกษารายละเอียดได้จากคู่มือนักศึกษา ซึ่งมีแผนการเรียนตลอดหลักสูตร ความรับผิดชอบการวางแผนการเรียนการสอนจึงขึ้นอยู่กับคณาจารย์มากกว่านักศึกษา นอกจากนี้บางสถาบันยินยอมให้นักศึกษากำหนดหลักสูตรนักศึกษาเลือกแผนการเรียนได้ตามถนัดมีคณาจารย์ให้คำแนะนำบ้างหากนักศึกษาต้องการ

3.2 การสอน (Teaching) การสอนเกิดขึ้นเมื่อมีส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ ผู้สอนและผู้เรียน ส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่ง คือ เนื้อหาวิชาที่จะสอนหรือเสริมประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียน วิธีการสอนอาจจะเน้นที่เนื้อหาวิชา (Content Based Teaching) ซึ่งจะสอนโดยการบรรยายถามตอบอ่านบทเรียนแบบโปรแกรม เป็นต้น และการสอนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมโดยวิธีการสัมมนา อภิปราย เข้าห้องปฏิบัติการ การถกเถียงปัญหา การสอนแบบทีมแบบกรณี การอภิปรายย่อย การสมมติสถานการณ์ เป็นต้น การสอน

อีกวิธีหนึ่ง คือ การเน้นที่ตัวนักศึกษา (StudentBased Teaching) ซึ่งให้นักศึกษาเรียนเป็นอิสระหรือการเรียนระบบสัญญาเป็นต้น

จึงสรุปได้ว่า การศึกษาถือว่าเป็นบริการที่ให้ความรู้แก่ผู้เรียนและมีความแตกต่างจากบริการอื่น ๆ คือ เป็นบริการที่ไม่แสวงหากำไร ความท้าทายของสถานศึกษา คือ การกำหนดตลาดและคุณสมบัติที่แตกต่างจากตลาดและบริการอื่น เพื่อปรับวิธีการตลาดของสถานศึกษา กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ดำเนินการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน ผู้บริหารต้องมีการวางแผนการตลาดในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน

ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประวัติของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

มหาวิทยาลัยสวนดุสิตจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นโรงเรียนการเรือนแห่งแรกของประเทศไทย ชื่อ “โรงเรียนมัธยมวิสามัญการเรือน” สังกัดกองอาชีวศึกษา กรมวิชาการ กระทรวงธรรมการ (กระทรวงศึกษาธิการ) เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ.2477 ที่วังกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ (ปัจจุบันเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร) มีจุดมุ่งหมายเพื่อฝึกอบรมการบ้านการเรือนสำหรับสตรีหลักสูตร 4 ปี และได้เริ่มเปิดสอนหลักสูตรอบรมครูการเรือนขึ้นเป็นครั้งแรก มีความมุ่งหมายเพื่อเตรียมผู้ที่จะออกไปมีอาชีพครูในแขนงนี้ ต่อมาในปี พ.ศ.2480 ได้ย้ายมาอยู่ที่วังจันทร์เกษม (กระทรวงศึกษาธิการในปัจจุบัน) และเปลี่ยนชื่อจากโรงเรียนมัธยมวิสามัญการเรือนมาเป็น “โรงเรียนการเรือนวังจันทร์เกษม” สังกัดกองและกรมเดิม โดยเปิดสอนหลักสูตรมัธยมศึกษาการเรือน (หลักสูตร 3 ปี) และหลักสูตรการเรือนชั้นสูง (หลักสูตร 3 ปี) เพิ่มเติมในปี พ.ศ.2484 ได้ย้ายจากวังจันทร์เกษมมาตั้งอยู่ในบริเวณสวนสุนันทา บนพื้นที่ประมาณ 37 ไร่ ซึ่งเป็นบริเวณที่ตั้งมหาวิทยาลัยในปัจจุบันและเปลี่ยนชื่อเป็น “โรงเรียนการเรือนพระนคร” ย้ายสังกัดจากกองอาชีวศึกษาไปสังกัดกองฝึกหัดครูกรมสามัญศึกษา ในขณะเดียวกันกระทรวงศึกษาธิการก็ได้จัดตั้ง “โรงเรียนอนุบาลละอออุทิศ” ขึ้น ในบริเวณพื้นที่เดียวกันกับโรงเรียนการเรือนพระนคร สังกัดกองฝึกหัดครู กรมสามัญศึกษา แต่แยกส่วนการบริหารจัดการออกจากกัน เมื่อกระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศตั้งกรมการฝึกหัดครูขึ้นตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม ฉบับ พ.ศ.2497 เพื่อรวมการฝึกหัดครูที่จัดขึ้นในกรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อเป็นการประหยัดและเพิ่มพูน ประสิทธิภาพในการปรับปรุงการผลิตครูทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ โรงเรียนการเรือนพระนครจึงย้ายมาสังกัดกรมการฝึกหัดครู ในปี พ.ศ.2498 และได้โอนแผนกฝึกหัดครูอนุบาลจากโรงเรียนอนุบาลละอออุทิศ มาสังกัด โรงเรียนการเรือนพระนคร

พุทธศักราช 2499

โรงเรียนการเรือนพระนครได้เปิดสอนหลักสูตร ป.กศ. (คหศาสตร์) เป็นปีแรกและเป็นแห่งแรกของประเทศไทย ในขณะเดียวกันก็เปิดสอนหลักสูตรประโยคครูการเรือน ประโยคครูอนุบาล ระดับ ป.ป. (หลักสูตรครูประถม) และประโยคครูมัธยมศึกษาการเรือนควบคู่กันไปด้วย

พุทธศักราช 2501

เปิดสอนหลักสูตร ป.กศ. และ ป.กศ. (ชั้นสูง) เรื่อยมาจนถึง พ.ศ.2504 กระทรวงศึกษาธิการประกาศยกฐานะโรงเรียนประกาศยฐานะโรงเรียนการเรือนพระนครเป็นวิทยาลัยครู ชื่อ “วิทยาลัยครูสวนดุสิต” สังกัดกองการฝึกหัดครู กรมการฝึกหัดครู

พุทธศักราช 2518

พระราชบัญญัติวิทยาลัยครู (ฉบับที่ 1) พ.ศ.2518 มีผลบังคับใช้ กรมการฝึกหัดครูได้ปรับปรุงหลักสูตรขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นหลักสูตรการฝึกหัดครูของสภาการฝึกหัดครู พ.ศ.2519 ทำให้วิทยาลัยครูสามารถเปิดสอนได้ถึงระดับ ปริญญาตรี นอกจากนี้ยังได้มีการรวมโรงเรียนอนุบาลล่ออูทิศกับการฝึกหัดครูอนุบาลเข้าด้วยกัน เป็นภาควิชาการอนุบาลศึกษา สังกัดคณะครุศาสตร์ วิทยาลัยครูสวนดุสิต และได้เปลี่ยนชื่อโรงเรียนอนุบาลล่ออูทิศเป็น “โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออูทิศ” และเปิดสอนระดับปริญญาตรี หลักสูตรสภาการฝึกหัดครู วิชาเอกการอนุบาลศึกษาเป็นครั้งแรกจากพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู (ฉบับที่ 1) พ.ศ.2518 ทำให้วิทยาลัยครูมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทั้งระบบบริหารและวิชาการ ตำแหน่งหัวหน้าสถานศึกษาของวิทยาลัยครูได้เปลี่ยนไปเป็น “อธิการวิทยาลัย” พร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งผู้บริหารส่วนราชการอื่น ๆ ก็ต้องเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ เป็นส่วนราชการที่ประกอบด้วย อธิการ รองอธิการฝ่ายบริหาร รองอธิการฝ่ายวิชาการและรองอธิการฝ่ายกิจการนักศึกษา สำนักงานอธิการ ประกอบด้วยแผนกต่าง ๆ 12 แผนก ด้านงานวิชาการได้จัดตั้งให้มีคณะวิชา 3 คณะ คือ คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (มีภาควิชาในสังกัด 11 ภาควิชา) คณะวิชาครุศาสตร์ (มีภาควิชาในสังกัด 7 ภาควิชา) และคณะวิชาวิทยาศาสตร์ (มีภาควิชาในสังกัด 9 ภาควิชา) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นผลให้วิทยาลัยมีการก่อสร้างและปรับปรุงอาคารสถานที่ เพื่อใช้เป็นสำนักงานและห้องเรียนเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก แม้ว่าจะมีการปรับปรุงโครงสร้าง ระบบบริหารและระบบวิชาการใหม่ แต่วิทยาลัยครูสวนดุสิตยังคงมีการจัดการศึกษาในสาขาเดียว คือ สาขาวิชาการศึกษา ตามหลักสูตรสภาการฝึกหัดครู ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาการศึกษา (ป.กศ.) ระดับประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาชั้นสูง (ป.กศ. สูง) และระดับปริญญาตรี 4 ปี และ 2 ปี ต่อเนื่อง (ครุศาสตรบัณฑิต) จำนวน 11 วิชาเอก (ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ สังคมศึกษา วิทยาศาสตร์ทั่วไป คหกรรมศาสตร์ ศิลปศึกษา การศึกษาพิเศษ การอนุบาลศึกษา การประถมศึกษา อุตสาหกรรมศิลป์และคณิตศาสตร์)

พุทธศักราช 2528

หลังจากที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู (ฉบับที่ 1) พ.ศ.2518 เป็นพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2527 ทำให้วิทยาลัยครูสามารถเปิดสอนสายวิชาการอื่นได้นอกเหนือจากสายวิชาชีพครู วิทยาลัยครูสวนดุสิตจึงเริ่มเปิดสอนสายวิชาการอื่น โดยเริ่มจากหลักสูตรระดับอนุปริญญา คือ อนุปริญญาศิลปศาสตร (อ.ศศ.) 3 วิชาเอก (วารสารและการประชาสัมพันธ์ ภาษาอังกฤษ และออกแบบนิเทศศิลป์) และอนุปริญญาวิทยาศาสตร์ (อ.วท.) 3 วิชาเอก (การอาหาร ผ้า และเครื่องแต่งกาย และศิลปประดิษฐ์) และได้เปิดรับสมัครนักศึกษาชายเข้าเรียนเป็นสหศึกษาเป็นปีแรก

พุทธศักราช 2529 - 2534

วิทยาลัยครูสวนดุสิตได้ขยายการเปิดรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี สายวิชาการอื่นเพิ่มขึ้นหลายวิชาเอก ในสาขาวิทยาศาสตร์บัณฑิตและศิลปศาสตรบัณฑิต ทั้งในระดับปริญญาตรี 4 ปี และปริญญาตรี ต่อเนื่อง มีการเปิดสอนนักศึกษาตามโครงการจัดการศึกษาสำหรับบุคลากรประจำการ (กศ.บป.) รุ่นแรก ในปี พ.ศ.2529 โดยเปิดสอนสายวิชาชีพครูและสายวิชาการอื่นในระดับอนุปริญญาและระดับปริญญาตรี

พุทธศักราช 2535

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อ “สถาบันราชภัฏ” แก่วิทยาลัยครูทั่วประเทศ

พุทธศักราช 2538

ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ.2538 ส่งผลให้วิทยาลัยครูสวนดุสิตเปลี่ยนชื่อเป็น “สถาบันราชภัฏสวนดุสิต” สังกัดสำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ จากพระราชบัญญัติฉบับนี้ ทำให้สวนดุสิตสามารถขยายการจัดการศึกษาได้อย่างกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบมากขึ้น มีการเปิดสอนตามหลักสูตรสาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์และสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มีผู้สนใจสมัครเข้าเรียนเป็นจำนวนมาก ทั้งภาคปกติและภาคสมทบ นอกจากนี้ยังได้ร่วมมือกับองค์กรภายนอก เพื่อกระจายโอกาสทางการศึกษา ด้วยการจัดตั้งศูนย์การศึกษานอกสถาบันจำนวน 3 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์ชูปเปอร์เซฟ ศูนย์องค์การเกษตรกรรมและศูนย์อรรถวิทย์ โดยเปิดสอนระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี รับนักศึกษาภาคสมทบ

พุทธศักราช 2540

จัดตั้งบัณฑิตวิทยาลัยขึ้นและเริ่มเปิดสอนระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ (Master of Business Administration) โดยร่วมมือกับ Victoria University ประเทศแคนาดาและได้เปิดศูนย์การศึกษานอกสถาบันเพิ่มขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร (ศูนย์จรัญสนิทวงศ์ ศูนย์พงษ์สวัสดิ์และศูนย์สุโขทัย) เป็นปีที่สถาบันทุ่มเทงบประมาณเป็นจำนวนมากในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้ในการเรียนการสอนและเป็นฐานข้อมูลระบบการสอนทางไกล (Video – Conference) อีกทั้งมีระบบห้องสมุดเสมือนจริง (Virtual Library) ที่สมบูรณ์แบบได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเป็นครั้งแรกในสถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทย

พุทธศักราช 2541 - 2546

เป็นช่วงระยะเวลาที่สถาบันราชภัฏสวนดุสิตได้ขยายการจัดการศึกษาออกไปอย่างกว้างขวางทั้งการเปิดสอนในหลักสูตรใหม่ ๆ เพิ่มเติม และการขยายศูนย์การศึกษานอกไปยังเขตปริมณฑลและต่างจังหวัด (ศูนย์ดุสิตพัฒนชยการสยาม ศูนย์เซลล์ทรัลปิ่นเกล้า ศูนย์อิมพีเรียล บางนา ศูนย์นครนายก ศูนย์ปราจีนบุรี ศูนย์ธนาลภกรณ์ ศูนย์บุษยามาส ศูนย์พัฒนชยการสยาม ศูนย์นครปฐม ศูนย์ชลบุรี ศูนย์พญา ศูนย์สระบุรี ศูนย์พะเยา ศูนย์ลำปาง ศูนย์ระนอง 2 ศูนย์พิษณุโลก ศูนย์ตรัง ศูนย์ลุมพินีและศูนย์หัวหิน) เนื่องจากมีผู้สนใจเข้าเรียนเป็นจำนวนมาก ประกอบกับพื้นที่เรียนภายในสถาบันอยู่ในระหว่างการก่อสร้างและปรับปรุงใหม่ทางด้านการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาก็ได้มีการจัดการศึกษาทั้งในระดับปริญญาโท (ครุศาสตร์มหาบัณฑิต รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต) และเปิดสอนในระดับปริญญาเอกเป็นครั้งแรก (พ.ศ.2545) หลักสูตรการจัดการดุขฎิบัณฑิต (Doctor of Management)

พุทธศักราช 2547

สถาบันราชภัฏสวนดุสิตได้ปรับเปลี่ยนสถานภาพจาก “สถาบัน” เป็น “มหาวิทยาลัย” ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.2547 เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ.2547 ชื่อว่า “มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต” สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

พุทธศักราช 2548 - 2551

จากพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.2547 ทำให้สวนดุสิตมีการปรับเปลี่ยนในด้านต่าง ๆ ทั้งโครงสร้างของระบบบริหารและการบริหารจัดการทางด้านวิชาการ รวมทั้งจากการปฏิรูปการศึกษาและการปฏิรูประบบราชการ ทำให้มหาวิทยาลัยต้องกำหนดแผนกลยุทธ์ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2549 - 2551 ในการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยสวนดุสิตจัดอยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยที่เน้นการผลิตบัณฑิตและพัฒนาสังคม จัดการเรียนการสอนและภารกิจอื่นทั้งในมหาวิทยาลัยและศูนย์การศึกษานอกมหาวิทยาลัย ที่กระจายอยู่ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่าง ๆ ทุกภูมิภาคของประเทศ ซึ่งมหาวิทยาลัยสวนดุสิตได้กำหนดอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นความเชี่ยวชาญดั้งเดิมและโดดเด่นเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งสาขาวิชาที่มีความพร้อมสามารถตอบสนองความต้องการของสังคมและท้องถิ่น มีทั้งหมด 4 ด้าน คือ

1. ด้านการศึกษาปฐมวัย
2. ด้านอุตสาหกรรมอาหาร
3. ด้านอุตสาหกรรมบริการ
4. พยาบาลศาสตร์

พุทธศักราช 2552 - 2556

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาเอาไว้ ดังนี้

1. เพื่อให้สอดคล้องกับแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551 – 2565) และได้กำหนดแนวนโยบายของมหาวิทยาลัยในการที่จะพัฒนาโครงสร้างของหน่วยงานหลักในมหาวิทยาลัย ให้สอดคล้องกับพันธกิจและประสิทธิผลของการบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยจึงได้กำหนดให้มีหน่วยงานใหม่เพิ่มขึ้นตามประกาศสภามหาวิทยาลัย นอกเหนือไปจากโครงสร้างเดิมตามกฎกระทรวงในการแบ่งส่วนราชการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2. การดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน จะต้องดำเนินการโดยมุ่งเน้นคุณภาพของงานเป็นสำคัญ และจะต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยในภาพรวมได้

3. การกำหนดอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยออกเป็น 4 ด้าน (เป็นสถาบันเฉพาะทาง ลักษณะที่เป็นสถาบันที่เน้นระดับปริญญาตรี) ได้แก่ การศึกษาปฐมวัย อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมบริการและพยาบาลศาสตร์

4. การพัฒนาคุณภาพของการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ มาตรฐานการอุดมศึกษาและกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

5. การเปลี่ยนแปลงปรัชญาและกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย จากการเป็นมหาวิทยาลัยที่ตระหนักถึงความอยู่รอดขององค์กร (Survival) ไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยที่มีความสามารถในการสร้างความเข้มแข็งในการอยู่รอด (Survivability)

ปรัชญา (แผนกลยุทธ์ 4 ปี พ.ศ.2557 - 2560, 2557, หน้า 1 - 3)

มหาวิทยาลัยที่สามารถสร้างความเข้มแข็งในการอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Survivability)

วิสัยทัศน์

มหาวิทยาลัยเฉพาะทางที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นด้านอาหารการศึกษานปฐมวัยอุตสาหกรรมบริการและการพยาบาลและสุขภาพภายใต้กระบวนการพัฒนาบนพื้นฐานของความเป็นเลิศ

พันธกิจ

มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันการศึกษาทางวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงมีวัตถุประสงค์ในการให้การศึกษาส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงสร้างบัณฑิตวิจัยบริการทางวิชาการแก่สังคมและท้องถิ่นริเริ่มปรับปรุงถ่ายทอดและพัฒนาองค์ความรู้ในด้านที่มีความเชี่ยวชาญและทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

มหาวิทยาลัยมุ่งหวังให้บัณฑิตและบุคลากรของมหาวิทยาลัยมีคุณธรรมกำกับความรู้เพียบพร้อมด้วยสติปัญญาและจริยธรรมเป็นผู้ใฝ่รู้มีวิจรรณญาณมีจิตใจเสียสละมีบุคลิกภาพดีเหมาะสมและมีความสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม

เป้าประสงค์ในภาพรวม

1. ด้านการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพยกระดับคุณภาพการศึกษา
 - 1.1 สร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นบนพื้นฐานความเป็นเลิศ
 - 1.2 มาตรฐานและคุณภาพทางวิชาการ
2. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
 - 2.1 ความเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษา
 - 2.2 การนำความรู้สู่สังคมเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาสังคม
3. ด้านการบริหารจัดการองค์การ
 - 3.1 การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีความโปร่งใสและตรวจสอบได้
 - 3.2 การบริหารแบบมีส่วนร่วมของบุคลากร
 - 3.3 การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรร่วมกัน

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การพัฒนาอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบนพื้นฐานความเป็นเลิศ
2. การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและมีคุณลักษณะความเป็นสวนดุสิตที่ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน
3. การสร้างและพัฒนางานองค์ความรู้และนวัตกรรมในด้านที่มีความเชี่ยวชาญและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต
4. ประสานประโยชน์และความร่วมมือในการพัฒนาความรู้และนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายนอก เพื่อการบริการวิชาการ
5. การรักษาบุคลากรที่เป็นเลิศและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา
6. การบริหารจัดการมหาวิทยาลัยให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง เพื่อความอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน

การยกระดับการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผู้เรียน(แผนกลยุทธ์ 4 ปี พ.ศ.2557 - 2560, 2556, หน้า 4 - 24)

แนวทางการดำเนินงาน

1. พัฒนาหลักสูตรอัตลักษณ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education, TQF : HEd)
2. การส่งเสริมการเร่งพัฒนาหลักสูตรใหม่ในลักษณะหลักสูตรบูรณาการศาสตร์บนฐานความเชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยและหลักสูตรสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน
3. จัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย ยึดหยุ่นสอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของสังคมโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตเป็นสำคัญ เน้นการเรียนรู้และสร้างงานด้วยตนเองตามสภาพจริง ใช้การวิจัยเป็นฐาน มีการประเมินผลและใช้ผลการประเมินเพื่อพัฒนานักศึกษาและการบริหารจัดการหลักสูตร

4. ปรับกระบวนการเรียนการสอน การวัดผลและประเมินผลการศึกษาทุกระดับ/ประเภท การศึกษาให้ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาการ

5. พัฒนาระบบการจัดการเรียนรู้และจัดกิจกรรมเสริมทักษะพัฒนาผู้เรียนในรูปแบบที่หลากหลาย โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีกระบวนการคิด วิเคราะห์อย่างเป็นระบบและมีทักษะในวิชาชีพและภาษาต่างประเทศ

6. สร้างเครือข่ายและผลักดันให้นักศึกษาได้ฝึกงานในสถานประกอบการมีชื่อเสียงระดับชาติและนานาชาติ

จากความเข้มแข็งทางวิชาการและความเชี่ยวชาญที่สั่งสมมาอย่างยาวนานอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้มหาวิทยาลัยมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง คือ วัฒนธรรมของการอยู่ร่วมกันของบุคลากรในมหาวิทยาลัยที่มีการถ่ายทอดกันมาในแต่ละยุคสมัย เป็นสิ่งสำคัญที่เอื้อต่อการดำเนินงานในองค์กรมีศักยภาพที่เข้มแข็ง ด้วยเหตุนี้มหาวิทยาลัยจึงได้กำหนดให้การถ่ายทอดคุณลักษณะความเป็นสวนดุสิตไปยังนักศึกษาเป็นเป้าหมายหนึ่งในการผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพในด้านวิชาการและมีคุณลักษณะที่ตรงกับความต้องการของสังคมและตลาดแรงงาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทรงธรรม ธีระกุลและคณะ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญ 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2553 จำนวน 234 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามและแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา t – test F – test ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ โดยภาพรวม ด้านหลักสูตร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ด้านอาจารย์และบุคลากร และด้านกายภาพอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาและด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ลำดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณจากปัจจัยทั้ง 7 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านหลักสูตร ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ด้านอาจารย์และบุคลากร ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกายภาพ ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านส่งเสริมการตลาด นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตรการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านหลักสูตรมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการประชาสัมพันธ์และด้านส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาที่ศึกษาในคณะต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

พรวิสา ปราบโจร (2555) ได้ศึกษาการตัดสินใจต่อในคณะครุศาสตร์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจต่อในคณะครุศาสตร์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา 2) ศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะครุศาสตร์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำแนกตามเพศและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2555 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 692 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) t - test ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะครุศาสตร์ด้านเป้าหมายหรือจุดประสงค์ ด้านความเชื่อ ด้านค่านิยม ด้านนิสัยและขนบธรรมเนียม ด้านความคาดหวัง และด้านความสามารถอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข้อผูกพัน ด้านข้อบังคับ ด้านโอกาสและด้านการสนับสนุนอยู่ในระดับปานกลาง นักศึกษาชายและหญิงมีการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะครุศาสตร์ด้านข้อผูกพัน ด้านบังคับ ด้านโอกาส ด้านเป้าหมายหรือจุดประสงค์และด้านการสนับสนุน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน นักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจศึกษาต่อครุศาสตร์ ด้านข้อผูกพัน ด้านบังคับและด้านโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาณุวัฒน์ สว่างแสงและนุชวณา เหลืองอังกูร (2554) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2554 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีระบบรับตรง ประจำปีการศึกษา 2554 มหาวิทยาลัยมหาสารคามโดยภาพรวมและการแยกตามคณะ 2) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการตัดสินใจในการสมัครเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีระบบรับตรงประจำปีการศึกษา 2554 เมื่อจำแนกตามคณะกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนที่รายงานตัวเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีระบบรับตรง ประจำปีการศึกษา 2554 จำนวน 485 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ร้อยละ (Percentage) ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) จำนวน 485 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) F-test ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีระบบรับตรงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2554 มีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านหลักสูตร ด้านค่าใช้จ่าย ด้านชื่อเสียงสถาบันและด้านอิทธิพลบุคคลและสื่อ นิสิตที่เข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีระบบรับตรงในคณะต่างกันมีแรงจูงใจการเข้าศึกษาโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ลิต้า ลิมาน, ปัทมา ปาเนาะและอัสมา เจเว (2555) ได้ศึกษาปัจจัยการเลือกเข้าศึกษาต่อคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยการเลือกเข้าศึกษาต่อคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี โดยการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นจำนวน 350 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามการวิเคราะห์ ใช้วิธีวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธีแวนแมกซ์ ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยด้านอนาคตของงานให้ผลของความสำคัญในระดับมากมีค่าไอเกนเท่ากับ 3.21 สามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกเข้าศึกษาต่อได้ร้อยละ 17.83 ประกอบด้วย 1) ทำให้มีความมั่นคงใน

สายงาน 2) การดำเนินงานทำของบัณฑิตหลังจบการศึกษา 3) มีหน้าที่การงานที่ดี 4) คุ่มค่ากับค่าใช้จ่าย 5) งานทำได้ง่ายภายหลังสำเร็จการศึกษา 6) ความต้องการที่เพิ่มขึ้นของตลาดแรงงาน 2. ปัจจัยด้านความภาคภูมิใจให้ผลของความสำคัญในระดับมากมีค่าไอเคนเท่ากับ 2.80 สามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกเข้าศึกษาต่อได้ร้อยละ 15.54 ประกอบด้วย 1) ทำให้ได้รับการยอมรับจากสังคม 2) ทำให้มีวิชาชีพที่น่าถนอม 3) เชื่อถือในความรู้อะไรและประสบการณ์ของผู้สอน 4) เชื่อถือในความสามารถของผู้สอนต่อการถ่ายทอดความรู้และ 5) ทำให้มีวิสัยทัศน์ที่ดี 3. ปัจจัยด้านการเรียนการสอนให้ผลของความสำคัญในระดับมากมีค่าไอเคนเท่ากับ 2.32 สามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกเข้าศึกษาต่อได้ร้อยละ 12.87 ประกอบด้วย 1) การให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของสถาบัน 2) โครงสร้างหลักสูตรที่ต่อยอดความรู้เชิงลึก 3) ได้รับคำแนะนำจากผู้ต้นฉบับถือและ 4) กระตุ้นให้ผู้เรียนมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็น 4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจให้ผลของความสำคัญในระดับมากมีค่าไอเคนเท่ากับ 1.77 สามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกเข้าศึกษาต่อได้ร้อยละ 9.84 ประกอบด้วย 1) ครอบครัวให้การสนับสนุน 2) เป็นคนที่ใฝ่ฝันอยากจะทำและ 3) มีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง

อนเนก ณะชัยวงศ์ (2553) ได้ศึกษาความคิดเห็นต่อการตัดสินใจต่อนักศึกษาภาคปกติในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีภาคปกติ ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2553 จำนวน 5,105 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ได้กลุ่มตัวอย่างมา 1,011 คน มาศึกษาจำนวนร้อยละ 20 ของประชากร การเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยภายในด้านส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ผู้ตอบแบบสอบถามให้เป็นอันดับแรกคือ การตัดสินใจศึกษาต่อด้วยตนเองซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาการตัดสินใจศึกษาต่อโดยบิดามารดาแนะนำ ปัจจัยภายในมหาวิทยาลัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ผู้ตอบแบบสอบถามให้เป็นอันดับแรกคือ เปิดหลักสูตรการสอนระดับปริญญาตรีหลากหลายสาขาวิชาให้เลือก ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาอาจารย์ที่สอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีความรู้ความสามารถในถ่ายทอดความรู้ ปัจจัยด้านสังคมเศรษฐกิจการเมืองและการแข่งขันที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีหลักสูตรที่เป็นวิชาชีพ ถ้าเรียนจบสามารถรับราชการได้ เช่น หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิตซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาเนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐจึงมีค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่ามหาวิทยาลัยอื่น ๆ

เอกชัย พรหมลักษณ์ (2555) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาในกลุ่มสถานศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ 3) ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยบุคคลกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ จำแนกตามปัจจัยบุคคล และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ การเลือกศึกษาต่อกับการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อ เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ราย สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างรายคู่ LSD วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ Chi - Square ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาเกี่ยวกับความนิยมในสาขาที่เลือกเรียน เหตุผลหลักและความพร้อมในการศึกษาต่อและความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มีความต้องการมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษา คือ ด้านผู้เรียนและผู้สำเร็จการศึกษา ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านอาคารสถานที่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรและด้านกิจกรรม นักศึกษามีความพึงพอใจในการเลือกศึกษาต่อในระดับมากเมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกเรียนของนักศึกษาและปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา โดยใช้กรอบแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดบริการของ Zeithaml and Bitner (2003, p.93) ที่ปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาด 4Ps ของ McCarthy (2004, pp.162) โดยนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดสำหรับประเภทบริการเพิ่มขึ้นอีก 3 ประการ จึงเรียกรวมกับส่วนประสมทางการตลาดว่า 7Ps ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าธรรมเนียมการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ และแนวคิดการตัดสินใจของ Reeder (1996, pp.170 - 182) ประกอบด้วย เป้าหมายส่วนตัว ค่าเชื่อและค่านิยม นำมากำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” มีวิธีดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีเชิงผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพดังนี้

ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิตที่ศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2557 จำนวน 4,225 คน (ข้อมูลจากสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, 2557) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการคัดเลือกผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาจำนวน 5 ท่าน

กลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2557 ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1975) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 97 ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 3 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 845 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Probability Sampling) แบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษา ได้แก่ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา รองอธิการบดีฝ่ายศูนย์การศึกษาและผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน รวมจำนวน 5 ท่าน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ คณะวิชา การเข้าศึกษาต่อ สถานที่พักอาศัยภูมิภาคนารายได้เฉลี่ยของครอบครัว

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

- 2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ

- 2.2 การตัดสินใจศึกษาต่อ ประกอบด้วย เป้าหมายส่วนตัว ความเชื่อและค่านิยม

- 2.3 แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนคือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ คณะวิชา การเข้าศึกษาต่อสถานที่พักอาศัยภูมิภาคนารายได้เฉลี่ยของครอบครัว อาชีพของผู้ปกครอง

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพตามวิธีของไลเคิร์ต (Likert's Scale) ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	หมายถึง	ระดับการปฏิบัติ
5	หมายถึง	มีการตัดสินใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีการตัดสินใจมาก
3	หมายถึง	มีการตัดสินใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีการตัดสินใจน้อย
1	หมายถึง	มีการตัดสินใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนใจศึกษาต่อ ประกอบด้วย เป้าหมายส่วนตัว ความเชื่อและค่านิยม

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open - End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ (In - Depth Interview) กับรองอธิการบดีฝ่ายบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา รองอธิการบดีฝ่ายศูนย์การศึกษาและผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มีจำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรง (Validity) การหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยศึกษาจากงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องและได้นำแบบสอบถามเสนอต่อที่ปรึกษาเป็นผู้ทำการตรวจสอบภาษา โครงสร้างและผู้ทรงคุณวุฒิที่แนะนำทางด้านการศึกษาประเมินผลเพื่อสามารถที่จะวัดแบบสอบถามได้ตรงกับจุดประสงค์ที่ต้องการวัด แล้วนำเนื้อหาภาษาที่เข้ามาปรับปรุงให้เหมาะสมและมีความถูกต้องก่อนนำไปใช้

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนเก็บข้อมูลจริง แล้วนำกลับมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach (1990, pp.161) ได้รับความเชื่อมั่นดังนี้

ด้านภาพลักษณ์	ค่าความเชื่อมั่น	0.847
ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา	ค่าความเชื่อมั่น	0.868
ด้านทำเลที่ตั้ง	ค่าความเชื่อมั่น	0.838
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าความเชื่อมั่น	0.834
ด้านบุคลากร	ค่าความเชื่อมั่น	0.849
ด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าความเชื่อมั่น	0.825
ด้านลักษณะกายภาพ	ค่าความเชื่อมั่น	0.844

ด้านเป้าหมายส่วนตัว	ค่าความเชื่อมั่น	0.813
ด้านความเชื่อ	ค่าความเชื่อมั่น	0.824
ด้านค่านิยม	ค่าความเชื่อมั่น	0.860

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการใช้วิธีเชิงผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือกับอาจารย์ผู้สอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ดำเนินการแจกแบบสอบถามกับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในคณะต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยฯ ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้งและศูนย์การเรียน
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จำนวน 845 ชุด แล้วดำเนินการประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. การศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ เพื่อหาแนวทางในการกำหนดข้อคำถามในการสร้างแบบสัมภาษณ์
2. ทำหนังสือถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญทั้ง 5 ท่าน ได้แก่ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา รองอธิการบดีฝ่ายศูนย์การศึกษาและผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
3. แล้วดำเนินการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญทั้ง 5 ท่าน พร้อมการบันทึกข้อมูลด้วยการบันทึกเสียง
4. ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่บันทึกและทำการถอดเทปผลจากการสัมภาษณ์ แล้วนำมาสรุปผล โดยการสังเคราะห์เนื้อหาและตีความ เพื่อให้ความหมายของข้อมูลบรรลุตามวัตถุประสงค์การวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ

1.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การจำแนกความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายสถานภาพทั่วไปของนักศึกษาและการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนกำหนดไว้ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
 ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

1.2 ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติ t - test วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และใช้สถิติ F - test (One Way Analysis of Variance : ANOVA) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มและทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth Interview) นำมาวิเคราะห์ (Analysis) สังเคราะห์ (Synthesis) และตีความ (Interpretation) เพื่อให้ความหมายของข้อมูลบรรลุตามวัตถุประสงค์การวิจัย

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาและ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โดยแจกแบบสอบถามกับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 845 คน และสัมภาษณ์กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษา จำนวน 5 ท่าน ซึ่งผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการรับสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ

ส่วนที่ 5 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	227	26.86
หญิง	618	73.14
คณะที่ศึกษา		
คณะครุศาสตร์	96	11.36
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	122	14.44
คณะวิทยาการจัดการ	210	24.85
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	152	17.99
คณะพยาบาลศาสตร์	38	4.50
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	123	14.55
โรงเรียนการเรือน	104	12.31

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
เข้าศึกษาต่อโดย		
ระบบโควต้า	71	8.40
ระบบแบบรับตรง	518	61.30
แอดมิตชั่น	155	18.34
ระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์	101	11.96
พักอาศัยอยู่กับ		
บ้านบิดา/มารดา	336	39.76
บ้านญาติ/พี่น้อง	74	8.76
หอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม	420	49.70
อื่นๆ	15	1.78
ภูมิลำเนาเดิม		
กรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล	279	33.02
ภาคเหนือ	83	9.82
ภาคกลาง	162	19.17
ภาคใต้	129	15.27
ภาคอีสาน	124	14.67
ภาคตะวันออก	68	8.05
รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	314	37.16
20,001 – 40,000 บาท	306	36.21
40,001 – 60,000 บาท	117	13.85
มากกว่า 60,000 บาท	108	12.78

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 618 คน คิดเป็นร้อยละ 73.14 และเพศชาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 26.86

คณะที่ศึกษาคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 24.85 รองลงมาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 17.99 โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 14.44 โรงเรียนการเรือน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 12.31 คณะครุศาสตร์ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 11.36 และคณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

เข้าศึกษาต่อโดยวิธีระบบแบบรับตรง จำนวน 518 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 แอดมิตชั่น จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 18.34 ระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 11.96 และระบบโควต้า จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40

พักอาศัยอยู่หอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม จำนวน 420 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 อาศัยอยู่กับบิดา/มารดา จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 39.76 อาศัยอยู่กับญาติ/พี่น้อง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 8.76 และอื่น ๆ ได้แก่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 1.78

ภูมิลำเนาเดิมกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 33.02 ภาคกลาง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 ภาคใต้จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 15.27 ภาคอีสาน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 ภาคเหนือ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 9.82 และภาคตะวันออก จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 8.05

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 37.16 ระหว่าง 20,001 - 40,000 บาท จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 36.21 ระหว่าง 40,001 - 60,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 13.85 และมากกว่า 60,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 12.78

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.2 แสดงภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ

ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. ด้านภาพลักษณ์	3.86	0.818	มาก	1
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา	3.40	0.967	ปานกลาง	6
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.34	0.988	ปานกลาง	7
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.56	0.889	มาก	5
5. ด้านบุคลากร	3.69	0.896	มาก	2
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.63	0.903	มาก	4
7. ด้านลักษณะกายภาพ	3.67	0.894	มาก	3
ภาพรวม	3.60	0.706	มาก	

จากตาราง 4.2 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.60$ S.D. = 0.706 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ 1 ด้านภาพลักษณ์ $\bar{X} = 3.86$ S.D. = 0.818 อันดับที่ 2 ด้านบุคลากร $\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.896 อันดับที่ 3 ด้านลักษณะกายภาพ $\bar{X} = 3.67$ S.D. = 0.894 อันดับที่ 4 ด้านกระบวนการให้บริการ $\bar{X} = 3.63$ S.D. = 0.903 และอันดับที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาด $\bar{X} = 3.56$ S.D. = 0.889 ส่วนระดับการตัดสินใจปานกลาง ได้แก่ อันดับที่ 6 ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา $\bar{X} = 3.40$ S.D. = 0.967 และอันดับที่ 7 ด้านทำเลที่ตั้ง $\bar{X} = 3.34$ S.D. = 0.988

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ ด้านภาพลักษณ์

ด้านภาพลักษณ์	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	3.76	0.818	มาก	6
2. เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีมาตรฐานการศึกษาได้รับการรับรองคุณภาพการศึกษา (สมศ.)	3.95	0.749	มาก	2
3. มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในด้านการวิจัยในระดับนานาชาติ	3.63	0.830	มาก	9
4. มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน	3.75	0.808	มาก	7
5. มหาวิทยาลัยฯ เป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะเรื่องคุณภาพมาตรฐาน	3.82	0.851	มาก	4
6. มีหลักสูตรให้เลือกเรียนตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ และหลักสูตรอื่น ๆ ที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของสังคมและนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	3.92	0.794	มาก	3
7. มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่ยอมรับ	3.79	0.870	มาก	5
8. มีผลงานนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.74	0.847	มาก	8
9. มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในหลายด้าน ๆ เช่น สวนดุสิตโพล โสภมเบเกอร์ โรงแรมสวนดุสิตเพลส เป็นต้น	4.15	0.835	มาก	1
10. ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม	3.79	0.846	มาก	5
ภาพรวม	3.86	0.818	มาก	

จากตาราง 4.3 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านภาพลักษณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.86$ S.D. = 0.818 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในหลายด้าน ๆ เช่น สวนดุสิตโพล โสภมเบเกอร์ โรงแรมสวนดุสิตเพลส เป็นต้น $\bar{X} = 4.15$ S.D. = 0.835 อันดับที่ 2 เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีมาตรฐานการศึกษาได้รับการรับรองคุณภาพการศึกษา (สมศ.) $\bar{X} = 3.95$ S.D. = 0.749 อันดับที่ 3 มีหลักสูตรให้เลือกเรียนตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ และหลักสูตรอื่น ๆ ที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของสังคมและนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ $\bar{X} = 3.92$ S.D. = 0.794 อันดับที่ 4 มหาวิทยาลัยฯ เป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะเรื่องคุณภาพมาตรฐาน $\bar{X} = 3.82$ S.D. = 0.851 อันดับที่ 5 มี 2 รายข้อ คือ มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่

ยอมรับ $\bar{X} = 3.79$ S.D. = 0.870 และศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม $\bar{X} = 3.79$ S.D. = 0.846 อันดับที่ 6 ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน $\bar{X} = 3.76$ S.D. = 0.818 อันดับที่ 7 มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน $\bar{X} = 3.75$ S.D. = 0.808 อันดับที่ 8 มีผลงานนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง $\bar{X} = 3.74$ S.D. = 0.847 และอันดับที่ 9 มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในด้านการวิจัยในระดับนานาชาติ $\bar{X} = 3.63$ S.D. = 0.830 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. อัตราค่าธรรมเนียม/ค่าบำรุงการศึกษามีความเหมาะสม	3.27	1.019	ปานกลาง	8
2. มีบริการการกู้ยืมเงินของกองทุนเพื่อการศึกษา (กยศ.)	3.72	0.925	มาก	1
3. มีทุนการศึกษาให้นักศึกษาที่เรียนดี/ขาดแคลนทุนทรัพย์	3.56	0.942	มาก	2
4. สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้	3.51	0.975	มาก	4
5. ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันต่ำ	3.28	1.024	ปานกลาง	7
6. มีกระบวนการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนหรือค่าบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ	3.51	0.946	มาก	4
7. มีการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้	3.43	0.971	มาก	5
8. ค่าธรรมเนียมการเรียน ได้รวมวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้รับ เช่นเอกสารในการเรียนหนังสือ สื่อในการเรียนการสอน	3.43	1.003	มาก	5
9. มีการให้บริการนักศึกษาอย่างทั่วถึง	3.42	0.988	มาก	6
10. มหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา	3.53	0.962	มาก	3
ภาพรวม	3.40	0.967	ปานกลาง	

จากตาราง 4.4 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ภาพรวม $\bar{X} = 3.40$ S.D. = 0.967 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 มีบริการการกู้ยืมเงินของกองทุนเพื่อการศึกษา (กยศ.) $\bar{X} = 3.72$ S.D. = 0.925 อันดับที่ 2 มีทุนการศึกษาให้นักศึกษาที่เรียนดี /ขาดแคลนทุนทรัพย์ $\bar{X} = 3.56$ S.D. = 0.942 อันดับที่ 3 มหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา $\bar{X} = 3.53$ S.D. = 0.962 อันดับที่ 4 มี 2 รายข้อ คือ สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้ $\bar{X} = 3.51$ S.D. = 0.975 และมี

กระบวนการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนหรือค่าบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ $\bar{X} = 3.51$ S.D. = 0.946 อันดับที่ 5 มี 2 รายข้อ คือ มีการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้ $\bar{X} = 3.43$ S.D. = 0.971 และค่าธรรมเนียมการเรียน ได้รวมวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้รับ เช่น เอกสารในการเรียนหนังสือ สื่อในการเรียนการสอน $\bar{X} = 3.43$ S.D. = 1.003 อันดับที่ 6 มีการให้บริการนักศึกษาอย่างทั่วถึง $\bar{X} = 3.42$ S.D. = 0.988 ส่วนการตัดสินใจในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับที่ 7 ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันต่ำ $\bar{X} = 3.28$ S.D. = 1.024 และอันดับที่ 8 อัตราค่าธรรมเนียม/ค่าบำรุงการศึกษามีความเหมาะสม $\bar{X} = 3.27$ S.D. = 1.019 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ ด้านทำเลที่ตั้ง

ด้านทำเลที่ตั้ง	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. ทำเลที่ตั้งกว้างขวางและปลอดภัย	3.29	1.051	ปานกลาง	8
2. มีความสะดวกในการเดินทาง	3.33	1.073	ปานกลาง	7
3. ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้ที่พักอาศัยหรือมีหอพักให้บริการ	3.44	1.044	มาก	5
4. อยู่ห่างไกลจากแหล่งอบายมุข	3.38	1.061	ปานกลาง	6
5. ตั้งอยู่ในสถานที่ให้ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สำนักงานเขต เป็นต้น	3.60	0.968	มาก	1
6. มีการจัดสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ภายในคณะได้ดีและมีความปลอดภัย	3.54	0.922	มาก	2
7. มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดห้องเรียนได้เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา	3.52	0.968	มาก	3
8. มีการปรับปรุงอาคารสถานที่ให้สวยงามและสภาพแวดล้อมที่ดี	3.45	1.024	มาก	4
9. ที่จอดรถในมหาวิทยาลัยฯ สามารถรองรับได้เพียงพอ	3.11	1.117	ปานกลาง	9
10. ทางเข้า - ออกมหาวิทยาลัยฯ มีความสะดวก	3.29	1.054	ปานกลาง	8
ภาพรวม	3.34	0.988	ปานกลาง	

จากตาราง 4.5 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านทำเลที่ตั้ง ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 3.34$ S.D. = 0.988 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ 1 ตั้งอยู่ในสถานที่ให้ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สำนักงานเขต เป็นต้น $\bar{X} = 3.60$ S.D. = 0.968 อันดับที่ 2 มีการจัดสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ภายในคณะได้ดีและมีความปลอดภัย $\bar{X} = 3.54$ S.D. = 0.922 อันดับที่ 3 มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดห้องเรียนได้เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา $\bar{X} = 3.52$ S.D. = 0.968 อันดับที่ 4 มีการปรับปรุงอาคารสถานที่ให้สวยงามและสภาพแวดล้อมที่ดี $\bar{X} = 3.45$ S.D. = 1.024 อันดับที่ 5 ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้ที่พักอาศัยหรือมีหอพักให้บริการ $\bar{X} = 3.44$ S.D. = 1.044 ส่วนปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ใน

ระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับที่ 6 อยู่ห่างไกลจากแหล่งอบายมุข $\bar{X} = 3.38$ S.D. = 1.061 อันดับที่ 7 มีความสะดวกในการเดินทาง $\bar{X} = 3.33$ S.D. = 1.073 อันดับที่ 8 มี 2 รายข้อ คือ ท่าเลที่ตั้งกว้างขวาง และปลอดภัย $\bar{X} = 3.29$ S.D. = 1.051 และทางเข้า – ออกมหาวิทยาลัยฯ มีความสะดวก $\bar{X} = 3.29$ S.D. = 1.054 และอันดับที่ 9 ที่จอดรถในมหาวิทยาลัยฯ สามารถรองรับได้เพียงพอ $\bar{X} = 3.11$ S.D. = 1.117 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. การแนะนำทางการศึกษาตามโรงเรียนต่าง ๆ ทั่วประเทศ	3.47	0.907	มาก	8
2. การประชาสัมพันธ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เป็นต้น	3.58	0.879	มาก	2
3. เว็บไซต์เพื่อแจ้งข่าวสารการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ที่รวดเร็ว	3.63	0.912	มาก	1
4. รับรู้จากการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัยที่แสดงต่อสาธารณชน เช่น การจัดแสดงผลงานนักศึกษาประจำปี การร่วมประกวดและแข่งขันกีฬากับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ	3.52	0.915	มาก	5
5. ได้รับการสื่อสารโดยตรงจากการบอกปากต่อปาก	3.47	0.904	มาก	8
6. มีกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัยที่แสดงต่อสาธารณชน เช่น การจัดแสดงผลงานนักศึกษาประจำปี การร่วมประกวดและแข่งขันกีฬากับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ	3.52	0.920	มาก	5
7. มีกิจกรรมการช่วยเหลือชุมชน เช่น ออกค่ายอาสาพัฒนาชุมชน	3.48	0.919	มาก	7
8. มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์รับสมัครตามสถานที่ต่าง ๆ	3.50	0.923	มาก	6
9. มีการจัดนิทรรศการวิชาการ/วิชาชีพทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา	3.55	0.883	มาก	4
10. มีการร่วมกิจกรรมกับสถานประกอบการ เช่น บริษัททัวร์ โรงแรมโรงงานบริษัทห้างร้านหรืออื่น ๆ	3.57	0.888	มาก	3
ภาพรวม	3.56	0.889	มาก	

จากตาราง 4.6 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.56$ S.D. = 0.889 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 เว็บไซต์เพื่อแจ้งข่าวสารการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ที่รวดเร็ว $\bar{X} = 3.63$ S.D. = 0.912 อันดับที่ 2 การประชาสัมพันธ์ทางสื่อ

อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เป็นต้น $\bar{X} = 3.58$ S.D. = 0.879 อันดับที่ 3 มีการร่วมกิจกรรมกับสถานประกอบการ เช่น บริษัททัวร์โรงแรมโรงงานบริษัทห้างร้านหรืออื่น ๆ $\bar{X} = 3.57$ S.D. = 0.888 อันดับที่ 4 มีการจัดนิทรรศการวิชาการ/วิชาชีพทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา $\bar{X} = 3.55$ S.D. = 0.883 อันดับที่ 5 มี 2 รายข้อ คือ รับรู้จากการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัยที่แสดงต่อสาธารณะ เช่น การจัดแสดงผลงานนักศึกษาประจำปี การร่วมประกวดและแข่งขันกีฬากับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ $\bar{X} = 3.52$ S.D. = 0.915 และมีกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัยที่แสดงต่อสาธารณะ เช่น การจัดแสดงผลงานนักศึกษาประจำปี การร่วมประกวดและแข่งขันกีฬากับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ $\bar{X} = 3.52$ S.D. = 0.920 อันดับที่ 6 มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์การรับสมัครตามสถานที่ต่าง ๆ $\bar{X} = 3.50$ S.D. = 0.923 อันดับที่ 7 มีกิจกรรมการช่วยเหลือชุมชน เช่น ออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท $\bar{X} = 3.48$ S.D. = 0.919 และอันดับ 8 มี 2 รายข้อ คือ มีกิจกรรมการช่วยเหลือชุมชนเช่นออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท $\bar{X} = 3.47$ S.D. = 0.907 และได้รับการสื่อสารโดยตรงจากการบอกปากต่อปาก $\bar{X} = 3.4$ S.D. = 0.904 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่ยอมรับ	3.72	0.834	มาก	2
2. อาจารย์ส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางวิชาการ	3.76	0.825	มาก	1
3. ความมีชื่อเสียงของอาจารย์จากสื่อภายนอก	3.66	0.849	มาก	4
4. บุคลากรมีความเข้าใจระบบการให้บริการ	3.63	0.855	มาก	6
5. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.58	0.923	มาก	7
6. บุคลากรและเจ้าหน้าที่มีจิตสำนึกในการให้บริการและรับฟังปัญหาของนักศึกษา (Service Mind)	3.57	0.920	มาก	8
7. การติดต่อประสานงานระหว่างอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษามีความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง	3.58	0.895	มาก	7
8. เจ้าหน้าที่และอาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาอย่างเป็นกันเอง	3.64	0.870	มาก	5
9. บุคลากรมีจรรยาบรรณวิชาชีพ	3.72	0.835	มาก	2
10. บุคลากรยึดหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงาน	3.71	0.833	มาก	3
ภาพรวม	3.69	0.896	มาก	

จากตาราง 4.7 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.896 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษายู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 อาจารย์ส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางวิชาการ $\bar{X} = 3.76$ S.D. = 0.825 อันดับที่ 2 มี 2 รายข้อ คือ มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่ยอมรับ $\bar{X} = 3.72$ S.D. = 0.834 และบุคลากรมีจรรยาบรรณวิชาชีพ $\bar{X} = 3.72$ S.D. = 0.835 อันดับที่

ที่ 3 บุคลากรยึดหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงาน $\bar{X} = 3.71$ S.D. = 0.838 อันดับที่ 4 ความมีชื่อเสียงของอาจารย์จากสื่อภายนอก $\bar{X} = 3.66$ S.D. = 0.849 อันดับที่ 5 เจ้าหน้าที่และอาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาอย่างเป็นกันเอง $\bar{X} = 3.64$ S.D. = 0.087 อันดับที่ 6 บุคลากรมีความเข้าใจระบบการให้บริการ $\bar{X} = 3.63$ S.D. = 0.855 อันดับที่ 7 มี 2 รายข้อคือ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี $\bar{X} = 3.58$ S.D. = 0.923 การติดต่อประสานงานระหว่างอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษามีความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง $\bar{X} = 3.58$ S.D. = 0.895 และอันดับที่ 8 บุคลากรและเจ้าหน้าที่มีจิตสำนึกในการให้บริการและรับฟังปัญหาของนักศึกษา (Service Mind) $\bar{X} = 3.57$ S.D. = 0.920 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. จัดบริการระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว	3.27	1.059	ปานกลาง	9
2. ความสะดวกสบายในการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.53	1.010	มาก	8
3. มีมาตรการหรือแนวปฏิบัติเพื่อรักษาความปลอดภัย	3.62	0.885	มาก	6
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน	3.58	0.960	มาก	7
5. มีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย เช่น ทางไปรษณีย์ เว็บไซต์ และด้วยตนเอง เป็นต้น	3.65	0.881	มาก	5
6. มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรอย่างเหมาะสม	3.66	0.877	มาก	4
7. วิธีการจัดการเรียนการสอนมุ่งให้ผู้เรียนมีการคิดวิเคราะห์และมีทักษะทางวิชาการ วิชาชีพ	3.69	0.855	มาก	2
8. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การชำระค่าเล่าเรียน ระบบบริหารการศึกษา เป็นต้น	3.67	0.922	มาก	3
9. มีระบบการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาอย่างเหมาะสม	3.73	0.867	มาก	1
10. มีการวัดผลประเมินผลโดยใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย	3.69	0.868	มาก	2
ภาพรวม	3.63	0.903	มาก	

จากตาราง 4.8 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.63$ S.D. = 0.903 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ 1 มีระบบการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา

อย่างเหมาะสม $\bar{X} = 3.73$ S.D. = 0.867 อันดับที่ 2 มี 2 รายชื่อ คือ วิธีการจัดการเรียนการสอนมุ่งให้ผู้เรียนมีการคิดวิเคราะห์และมีทักษะทางวิชาการ วิชาชีพ $\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.855 และมีการวัดผลประเมินผลโดยใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย $\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.868 อันดับที่ 3 ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ $\bar{X} = 3.67$ S.D. = 0.922 อันดับที่ 4 มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรอย่างเหมาะสม $\bar{X} = 3.66$ S.D. = 0.877 อันดับที่ 5 มีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย เช่น ทางไปรษณีย์ เว็บไซต์และด้วยตนเอง เป็นต้น $\bar{X} = 3.65$ S.D. = 0.881 อันดับที่ 6 มีมาตรการหรือแนวปฏิบัติเพื่อรักษาความปลอดภัย $\bar{X} = 3.62$ S.D. = 0.885 อันดับที่ 7 มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน $\bar{X} = 3.58$ S.D. = 0.960 อันดับที่ 8 ความสะดวกสบายในการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ $\bar{X} = 3.53$ S.D. = 1.010 ส่วนการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางมีเพียงอันดับที่ 9 จัดบริการระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว $\bar{X} = 3.27$ S.D. = 1.059 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. พื้นที่ในมหาวิทยาลัยกว้างขวาง บรรยากาศเหมาะแก่การเรียนรู้	3.40	1.010	ปานกลาง	10
2. บริเวณพื้นที่และอาคารมีความสะอาด ปลอดภัย ร่มรื่นและสวยงาม	3.55	0.911	มาก	8
3. มีความโดดเด่นในการใช้ระบบ IT	3.46	0.985	มาก	9
4. มีห้องสมุดกว้างขวาง มีหนังสือที่ทันสมัยจำนวนมากเพียงพอกับความต้องการ	3.56	0.979	มาก	7
5. เครื่องแบบและการแต่งกายของนักศึกษาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	3.87	0.930	มาก	1
6. มีอาคารเรียนและห้องประชุมที่ทันสมัย	3.69	0.947	มาก	2
7. มีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ห้องปฏิบัติการด้านภาษาเพียงพอสำหรับนักศึกษา	3.58	0.969	มาก	6
8. มีบริการเครือข่าย Internet ให้กับนักศึกษาเพื่อค้นคว้าหาข้อมูล	3.61	0.968	มาก	4
9. มีอุปกรณ์หรือสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาอย่างเพียงพอ	3.60	0.962	มาก	5
10. ศูนย์อาหารของมหาวิทยาลัยฯ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย	3.64	0.967	มาก	3
ภาพรวม	3.67	0.894	มาก	

จากตาราง 4.9 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.894 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ 1 เครื่องแบบและการแต่งกายของนักศึกษาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ $\bar{X} = 3.87$ S.D. = 0.930 อันดับที่ 2 มีอาคารเรียนและห้องประชุมที่ทันสมัย $\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.947 อันดับที่ 3 ศูนย์อาหารของมหาวิทยาลัยฯ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย $\bar{X} = 3.64$ S.D. = 0.967 อันดับที่ 4 มีบริการเครือข่าย Internet ให้กับนักศึกษาเพื่อค้นคว้าหาข้อมูล $\bar{X} = 3.61$ S.D. = 0.968 อันดับที่ 5 มีอุปกรณ์หรือสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาอย่างเพียงพอ $\bar{X} = 3.60$ S.D. = 0.962 อันดับที่ 6 มีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ห้องปฏิบัติการด้านภาษาเพียงพอสำหรับนักศึกษา $\bar{X} = 3.58$ S.D. = 0.969 อันดับที่ 7 มีห้องสมุดกว้างขวาง มีหนังสือที่ทันสมัยจำนวนมากเพียงพอกับความต้องการ $\bar{X} = 3.56$ S.D. = 0.979 อันดับที่ 8 บริเวณพื้นที่และอาคารมีความสะอาด ปลอดภัย ร่มรื่นและสวยงาม $\bar{X} = 3.55$ S.D. = 0.911 อันดับที่ 9 มีความโดดเด่นในการใช้ระบบ IT $\bar{X} = 3.46$ S.D. = 0.985 ส่วนการตัดสินใจระดับปานกลางมีเพียงอันดับที่ 10 พื้นที่ในมหาวิทยาลัยกว้างขวาง บรรยากาศเหมาะแก่การเรียนรู้ $\bar{X} = 3.40$ S.D. = 1.010 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการตัดสินใจศึกษาต่อ

ด้านเป้าหมายส่วนตัว	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. ด้านเป้าหมายส่วนตัว	3.97	0.850	มาก	1
2. ด้านความเชื่อ	3.91	0.875	มาก	2
3. ด้านค่านิยม	3.85	0.892	มาก	3
ภาพรวม	3.91	0.785	มาก	

จากตาราง 4.10 การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านเป้าหมายส่วนตัว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.91$ S.D. = 0.785 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายด้าน ได้แก่ อันดับที่ 1 ด้านเป้าหมายส่วนตัว $\bar{X} = 3.97$ S.D. = 0.850 อันดับที่ 2 ด้านความเชื่อ $\bar{X} = 3.91$ S.D. = 0.975 และอันดับที่ 3 ด้านค่านิยม $\bar{X} = 3.85$ S.D. = 0.892 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี
ด้านเป้าหมายส่วนตัว

ด้านเป้าหมายส่วนตัว	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. สาขาที่เลือกเรียนตรงกับความถนัดและความต้องการ	3.89	0.884	มาก	5
2. ต้องการพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ	3.95	0.818	มาก	4
3. มีโอกาสจบการศึกษาตามกำหนดเวลา	4.01	0.802	มาก	1
4. ความภาคภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้	3.96	0.850	มาก	3
5. เพื่อเป็นความภาคภูมิใจให้กับครอบครัว	4.00	0.857	มาก	2
ภาพรวม	3.97	0.850	มาก	

จากตาราง 4.11 การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านเป้าหมายส่วนตัว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.97$ S.D. = 0.850 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 มีโอกาสจบการศึกษาตามกำหนดเวลา $\bar{X} = 4.01$ S.D. = 0.802 อันดับที่ 2 เพื่อเป็นความภาคภูมิใจให้กับครอบครัว $\bar{X} = 4.00$ S.D. = 0.857 อันดับที่ 3 ความภาคภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ $\bar{X} = 3.96$ S.D. = 0.850 อันดับที่ 4 ต้องการพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ $\bar{X} = 3.95$ S.D. = 0.818 และอันดับที่ 5 สาขาที่เลือกเรียนตรงกับความถนัดและความต้องการ $\bar{X} = 3.89$ S.D. = 0.884 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี
ด้านความเชื่อ

ด้านความเชื่อ	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. การศึกษาระดับปริญญาตรีสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของตนเอง	4.00	0.822	มาก	1
2. เชื่อว่ามีโอกาสได้ทำงานกับองค์กรหรือหน่วยงานที่มีชื่อเสียง	3.94	0.827	มาก	4
3. เชื่อว่าจะได้รับความรู้และประสบการณ์ได้มาก	3.96	0.827	มาก	2
4. เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับจากสังคม	3.95	0.823	มาก	3
5. นักศึกษาที่จบการศึกษาที่มหาวิทยาลัยนี้จะเป็นที่ยอมรับในสังคม	3.92	0.848	มาก	5
ภาพรวม	3.91	0.875	มาก	

จากตาราง 4.12 การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านความเชื่อ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.91$ S.D. = 0.875 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 การศึกษาระดับปริญญาตรีสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของตนเอง $\bar{X} = 4.00$ S.D. = 0.822 อันดับที่ 2 เชื่อว่าจะได้รับความรู้และประสบการณ์ได้มาก $\bar{X} = 3.96$ S.D. = 0.827 อันดับที่ 3 เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับจากสังคม $\bar{X} = 3.95$ S.D. = 0.823 อันดับที่ 4 เชื่อว่ามีโอกาสได้ทำงานกับองค์กรหรือหน่วยงานที่มีชื่อเสียง $\bar{X} = 3.94$ S.D. = 0.827 และอันดับที่ 5 นักศึกษาที่จบการศึกษาที่มหาวิทยาลัยนี้จะเป็นที่ยอมรับในสังคม $\bar{X} = 3.92$ S.D. = 0.848 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ด้านค่านิยม

ด้านค่านิยม	\bar{X}	SD.	แปลผล	อันดับที่
1. การได้รับพระราชทานปริญญาบัตร	4.06	0.844	มาก	1
2. เมื่อจบการศึกษา มั่นใจว่ามีงานทำแน่นอน	3.94	0.860	มาก	2
3. มีเพื่อน ๆ สนใจสมัครเรียนต่อที่มหาวิทยาลัยฯ เป็นจำนวนมาก	3.75	0.917	มาก	5
4. มีนักศึกษารุ่นพี่ที่จบจากมหาวิทยาลัยฯ มีงานทำและได้รับการยอมรับอย่างดียิ่ง	3.84	0.879	มาก	3
5. ค่านิยมทางสังคมที่มีต่อผู้จบการศึกษาอยู่ในระดับสูง	3.83	0.870	มาก	4
ภาพรวม	3.85	0.892	มาก	

จากตาราง 4.13 การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านค่านิยม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.85$ S.D. = 0.892 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 การได้รับพระราชทานปริญญาบัตร $\bar{X} = 4.06$ S.D. = 0.844 อันดับที่ 2 เมื่อจบการศึกษา มั่นใจว่ามีงานทำแน่นอน $\bar{X} = 3.94$ S.D. = 0.860 อันดับที่ 3 มีนักศึกษารุ่นพี่ที่จบจากมหาวิทยาลัยฯ มีงานทำและได้รับการยอมรับอย่างดียิ่ง $\bar{X} = 3.84$ S.D. = 0.879 อันดับที่ 4 ค่านิยมทางสังคมที่มีต่อผู้จบการศึกษาอยู่ในระดับสูง $\bar{X} = 3.83$ S.D. = 0.870 และอันดับที่ 5 มีเพื่อน ๆ สนใจสมัครเรียนต่อที่มหาวิทยาลัยฯ เป็นจำนวนมาก $\bar{X} = 3.75$ S.D. = 0.860 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานการวิจัย

เพื่อการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ได้แก่ เพศ คณะวิชาที่ศึกษา วิธีการเข้าศึกษาต่อ พักอาศัย ภูมิภาคและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษา	เพศ				t - test	Sig.
	ชาย (n = 845)		หญิง (n = 845)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านภาพลักษณ์	3.80	0.836	3.88	0.810	-1.237	0.216
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา	3.48	0.970	3.37	0.964	1.564	0.118
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.83	0.940	3.33	1.006	0.693	0.489
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	0.922	3.56	0.877	-0.197	0.844
5. ด้านบุคลากร	3.70	0.860	3.69	0.910	0.269	0.788
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.66	0.904	3.62	0.903	0.539	0.590
7. ด้านลักษณะกายภาพ	3.678	0.904	3.67	0.920	0.123	0.902
ภาพรวม	3.61	0.698	3.60	0.709	0.139	0.890

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามเพศ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกรายด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามคณะ

ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F - test	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	9.013	6	1.502	2.267	0.035*
	ภายในกลุ่ม	555.228	838	0.663		
	รวม	564.241	844			
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	21.958	6	3.660	4.000	0.001*
	ภายในกลุ่ม	766.641	838	0.915		
	รวม	788.599	844			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	35.672	6	5.945	6.314	0.000*
	ภายในกลุ่ม	789.113	838	0.942		
	รวม	824.786	844			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	24.859	6	4.142	5.410	0.000*
	ภายในกลุ่ม	641.721	838	0.766		
	รวม	666.580	844			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	16.674	6	2.779	3.519	0.002*
	ภายในกลุ่ม	661.710	838	0.790		
	รวม	678.383	844			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	28.354	6	4.726	6.001	0.000*
	ภายในกลุ่ม	659.918	838	0.787		
	รวม	688.272	844			
7. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	33.576	6	5.596	7.320	0.000*
	ภายในกลุ่ม	640.621	838	0.764		
	รวม	674.196	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	18.010	6	3.002	6.251	0.001*
	ภายในกลุ่ม	402.385	838	0.480		
	รวม	420.395	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามคณะ โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวมนักศึกษาที่ศึกษาคณะแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาที่ศึกษาคณะแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.15 จึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.16 - ตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ ด้านภาพลักษณ์

	คณะ						
	ครุศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และ การ บริการ	โรง เรียนการ เรือน
ครุศาสตร์	-	0.167	0.644	0.620	0.768	0.063	0.739
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-	-	0.247	0.307	0.187	0.001*	0.289
วิทยาการจัดการ	-	-	-	0.943	9.519	0.006*	0.935
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	-	-	-	-	0.504	0.009*	0.891
พยาบาลศาสตร์	-	-	-	-	-	0.289	0.584
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	-	-	-	-	-	-	0.024*
โรงเรียนการเรือน	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการแตกต่างจาก นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์และนักศึกษาโรงเรียนการเรือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ
ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา

	คณะ						
	ครุศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และ การ บริการ	โรง เรียนการ เรียน
ครุศาสตร์	-	0.250	0.005*	0.105	0.337	0.009*	0.295
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-	-	0.101	0.654	0.884	0.116	0.22*
วิทยาการจัดการ	-	-	-	0.214	0.365	0.903	0.000*
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	-	-	-	-	0.879	0.228	0.005*
พยาบาลศาสตร์	-	-	-	-	-	0.349	0.080
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	-	-	-	-	-	-	0.000*
โรงเรียนการเรือน	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ แตกต่างจากนักศึกษาคณะการจัดการ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการเรือน แตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ ด้านทำเลที่ตั้ง

	คณะ						
	ครุศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และ การ บริการ	โรง เรียน การ เรือ
ครุศาสตร์	-	0.806	0.032*	0.085	0.241	0.015*	0.018*
วิท ย า ศ า ส ต ร์ แ ล ะ เทค โ น ล อ ยี	-	-	0.009*	0.034*	0.165	0.004*	0.024*
วิท ย า ก ร จ ั ด ก ร	-	-	-	0.711	0.823	0.543	0.000*
ม นุ ษ ย ศ า ส ต ร์ แ ล ะ สั ง ค ม ศ า ส ต ร์	-	-	-	-	1.000	0.370	0.000*
พ ย า บ า ล ศ า ส ต ร์	-	-	-	-	-	0.558	0.003*
ร อ ง เ ร ย น ก ร ท อ ง เ ที ย ว แ ล ะ ก ร บ ริ ก ร	-	-	-	-	-	-	0.000*
ร อ ง เ ร ย น ก ร เ รื อ น	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ แตกต่างจากนักศึกษาคณะการจัดการ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยว ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แตกต่างจากนักศึกษาคณะการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการเรือน แตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์ นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ
ด้านการส่งเสริมการตลาด

	คณะ						
	ครุศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และ การ บริการ	โรง เรียนการ เรียน
ครุศาสตร์	-	0.127	0.237	0.548	0.572	0.005*	0.102
วิท ย า ศ า ส ต ร์ แ ล ะ เทค โ น โ ล ยี	-	-	0.002*	0.018*	0.088	0.000*	0.863
วิทยาการจั ด ก ร	-	-	-	0.526	0.832	0.037*	0.002
ม นุ ษ ย ศ า ส ต ร์ แ ล ะ สังค ม ศ า ส ต ร์	-	-	-	-	0.868	0.012*	0.015
พ ย า บ า ล ศ า ส ต ร์	-	-	-	-	-	0.139	0.073
ร อ ง เ ร ย น ก ร ท อ ง เ ที ย ว แ ล ะ ก ร บ ริ ก ร	-	-	-	-	-	-	0.000*
ร อ ง เ ร ย น ก ร เ รื อ น	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ แตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์ นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นักศึกษาคณะวิทยาการจั ด ก ร นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการเรียน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แตกต่างจากนักศึกษาคณะการจั ด ก ร และนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ ด้านบุคลากร

	คณะ						
	ครุศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และ การ บริการ	โรง เรียนการ เรียน
ครุศาสตร์	-	0.196	0.502	0.861	0.190	0.176	0.035*
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-	-	0.023*	0.206	0.22*	0.005*	0.361
วิทยาการจัดการ	-	-	-	0.322	0.340	0.371	0.002*
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	-	-	-	-	0.131	0.088	0.031
พยาบาลศาสตร์	-	-	-	-	-	0.719	0.004*
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	-	-	-	-	-	-	0.000*
โรงเรียนการเรือน	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการเรือน แตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แตกต่างจากนักศึกษาคณะการจัดการ นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ
ด้านกระบวนการให้บริการ

	คณะ						
	ครุศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และ การ บริการ	โรง เรียนการ เรือน
ครุศาสตร์	-	0.499	0.010*	0.005*	0.536	0.056	0.169
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-	-	0.000*	0.000*	0.256	0.006*	0.442
วิทยาการจัดการ	-	-	-	0.661	0.262	0.625	0.000*
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	-	-	-	-	0.178	0.400	0.000*
พยาบาลศาสตร์	-	-	-	-	-	0.443	0.098
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	-	-	-	-	-	-	0.001*
โรงเรียนการเรือน	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ แตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการและนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แตกต่างจากนักศึกษาคณะการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการเรือน แตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ
ด้านลักษณะทางกายภาพ

	คณะ						
	ครุ ศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และ การ บริการ	โรง เรียนการ เรือน
ครุศาสตร์	-	0.925	0.103	0.007*	0.298	0.015*	0.007*
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-	-	0.099	0.006*	0.316	0.012*	0.003*
วิทยาการจัดการ	-	-	-	0.162	0.994	0.245	0.000*
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	-	-	-	-	0.407	0.889	0.000*
พยาบาลศาสตร์	-	-	-	-	-	0.472	0.002*
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	-	-	-	-	-	-	0.000*
โรงเรียนการเรือน	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ แตกต่างจากนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แตกต่างจากนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการเรือน แตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์ นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามวิธีเข้าศึกษาต่อ

ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F - test	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	2.944	3	0.981	1.470	0.221
	ภายในกลุ่ม	561.297	841	0.667		
	รวม	564.241	844			
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	6.473	3	2.158	2.320	0.074
	ภายในกลุ่ม	782.126	841	0.930		
	รวม	788.599	844			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	5.873	3	1.958	2.011	0.111
	ภายในกลุ่ม	818.913	841	0.974		
	รวม	824.786	844			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.475	3	1.825	2.321	0.074
	ภายในกลุ่ม	661.105	841	0.786		
	รวม	666.580	844			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.775	3	0.592	0.735	0.531
	ภายในกลุ่ม	676.609	841	0.805		
	รวม	678.383	844			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.627	3	2.209	2.725	0.043*
	ภายในกลุ่ม	681.646	841	0.811		
	รวม	688.272	844			
7. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.556	3	0.852	1.067	0.362
	ภายในกลุ่ม	671.640	841	0.799		
	รวม	674.196	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.041	3	1.680	3.403	0.017*
	ภายในกลุ่ม	415.354	841	0.494		
	รวม	420.395	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามวิธีเข้าศึกษาต่อ โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวมวิธีเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า วิธีเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.23 จึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามวิธีเข้าศึกษาต่อ ด้านกระบวนการให้บริการ

	วิธีเข้าศึกษาต่อ			
	ระบบโควต้า	ระบบแบบรับตรง	แอดมิชชัน	ระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์
ระบบโควต้า	-	0.228	0.021*	0.874
ระบบแบบรับตรง	-	-	0.053	0.239
แอดมิชชัน	-	-	-	0.017*
ระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบแอดมิชชัน แตกต่างจากนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบโควต้า และนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของ
นักศึกษา จำแนกตามสถานที่พักอาศัย

ปัจจัยในการตัดสินใจ ศึกษาต่อของนักศึกษา	แหล่งของ ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F - test	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	1.404	3	0.468	0.699	0.553
	ภายในกลุ่ม	562.837	841	0.669		
	รวม	564.241	844			
2. ด้านค่าใช้จ่ายใน การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	0.582	3	0.194	0.207	0.892
	ภายในกลุ่ม	788.017	841	0.937		
	รวม	788.599	844			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	1.667	3	0.556	0.568	0.636
	ภายในกลุ่ม	823.119	841	0.978		
	รวม	824.786	844			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.490	3	0.497	0.628	0.597
	ภายในกลุ่ม	665.090	841	0.791		
	รวม	666.580	844			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.870	3	0.957	1.191	0.312
	ภายในกลุ่ม	675.514	841	0.803		
	รวม	678.383	844			
6. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.179	3	1.726	2.126	0.096
	ภายในกลุ่ม	683.093	841	0.812		
	รวม	688.272	844			
7. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.288	3	1.096	1.374	0.249
	ภายในกลุ่ม	670.908	841	0.798		
	รวม	764.196	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.855	3	0.285	0.571	0.634
	ภายในกลุ่ม	419.541	841	0.499		
	รวม	420.395	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามสถานที่พักอาศัย โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวมนักศึกษาที่พักอาศัยแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาอาศัยสถานที่พักอาศัยแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามภูมิลำเนาเดิม

ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F - value	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	1.250	5	0.250	0.372	0.868
	ภายในกลุ่ม	562.992	839	0.671		
	รวม	564.241	844			
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	6.218	5	1.244	1.334	0.248
	ภายในกลุ่ม	782.380	839	0.933		
	รวม	788.599	844			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	10.205	5	2.041	2.102	0.063
	ภายในกลุ่ม	814.581	839	0.971		
	รวม	824.786	844			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	13.169	5	2.634	3.382	0.005*
	ภายในกลุ่ม	653.411	839	0.779		
	รวม	666.580	844			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	6.558	5	1.312	1.638	0.147
	ภายในกลุ่ม	671.826	839	0.801		
	รวม	678.383	844			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.817	5	0.763	0.936	0.457
	ภายในกลุ่ม	684.455	839	0.816		
	รวม	688.272	844			
7. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.450	5	0.290	0.362	0.875
	ภายในกลุ่ม	672.746	839	0.802		
	รวม	674.196	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.565	5	0.713	1.435	0.209
	ภายในกลุ่ม	416.831	839	0.497		
	รวม	420.395	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามภูมิลำเนาเดิม โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวมนักศึกษามีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.26 จึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามภูมิลำเนา
ด้านการส่งเสริมการตลาด

	ภูมิลำเนาเดิม					
	กรุงเทพมหานคร/ /ปริมณฑล	ภาค เหนือ	ภาค กลาง	ภาคใต้	ภาค อีสาน	ภาค ตะวันออก
กรุงเทพมหานคร/ ปริมณฑล	-	0.539	0.102	0.002*	0.045*	0.199
ภาคเหนือ	-	-	0.530	0.074	0.326	0.126
ภาคกลาง	-	-	-	0.158	0.647	0.020*
ภาคใต้	-	-	-	-	0.374	0.001*
ภาคอีสาน	-	-	-	-	-	0.010*
ภาคตะวันออก	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิม กรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล แตกต่างจากนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคใต้ และนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคอีสาน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคตะวันออก แตกต่างจากนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคกลาง นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคใต้ และนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคอีสาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของ
นักศึกษา จำแนกรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยในการตัดสินใจ ศึกษาต่อของนักศึกษา	แหล่งของความ แปรปรวน	SS	df	MS	F - test	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.742	3	0.247	0.369	0.775
	ภายในกลุ่ม	563.500	841	0.670		
	รวม	564.241	844			
2. ด้านค่าใช้จ่ายใน การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	10.519	3	3.506	3.790	0.010*
	ภายในกลุ่ม	778.080	841	0.925		
	รวม	788.599	844			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.560	3	0.187	0.191	0.903
	ภายในกลุ่ม	824.226	841	0.980		
	รวม	824.786	844			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.867	3	1.956	2.489	0.059
	ภายในกลุ่ม	660.713	841	0.786		
	รวม	666.580	844			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.258	3	1.086	1.353	0.256
	ภายในกลุ่ม	675.125	841	0.803		
	รวม	678.383	844			
6. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.712	3	0.237	0.290	0.832
	ภายในกลุ่ม	0.687.560	841	0.818		
	รวม	0.688.272	844			
7. ด้านลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.286	3	0.762	0.945	0.414
	ภายในกลุ่ม	671.910	841	0.799		
	รวม	674.196	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.919	3	0.973	1.960	0.118
	ภายในกลุ่ม	417.476	841	0.496		
	รวม	420.395	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวม นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาที่รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.28 ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา

	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน			
	< หรือ = 20,000	20,001 - 40,000	40,001 - 60,000	มากกว่า 60,000
< หรือ =20,000	-	0.887	0.135	0.002*
20,001-40,000	-	-	0.169	0.004*
40,001-60,000	-	-	-	0.185
มากกว่า 60,000	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท แตกต่างจากนักศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท และนักศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา	เพศ				t - test	Sig.
	ชาย (n = 845)		หญิง (n = 845)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านเป้าหมายส่วนตัว	3.89	0.840	4.00	8.53	-1.677	0.094
2. ด้านความเชื่อ	3.83	0.908	3.94	0.862	-1.601	0.100
3. ด้านค่านิยม	3.85	0.924	3.85	0.880	-0.013	0.989
ภาพรวม	3.86	0.791	3.93	0.783	-1.225	0.221

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามเพศ พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกรายด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามคณะ

การตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษา	แหล่งของ ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F - test	Sig.
1. ด้านเป้าหมายส่วนตัว	ระหว่างกลุ่ม	15.966	6	2.661	3.751	0.001*
	ภายในกลุ่ม	594.512	838	0.709		
	รวม	610.478	844			
2. ด้านความเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	13.359	6	2.226	2.945	0.008*
	ภายในกลุ่ม	633.441	838	0.756		
	รวม	646.800	844			
3. ด้านค่านิยม	ระหว่างกลุ่ม	12.523	6	2.087	2.655	0.015*
	ภายในกลุ่ม	658.689	838	0.786		
	รวม	671.212	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	11.562	6	1.927	3.172	0.004*
	ภายในกลุ่ม	509.132	838	0.608		
	รวม	520.693	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามคณะ โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวมนักศึกษามีศึกษาคณะแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาคณะแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาทุกด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.31 จึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.32 - ตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ
ด้านเป้าหมายส่วนตัว

	คณะ						
	ครุศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และ การ บริการ	โรง เรียนการ เรือ
ครุศาสตร์	-	0.882	0.195	0.842	0.085	0.019*	0.591
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-	-	0.114	0.962	0.095	0.019*	0.470
วิทยาการจัดการ	-	-	-	0.081	0.006*	0.000*	0.486
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	-	-	-	-	0.093	0.016*	0.422
พยาบาลศาสตร์	-	-	-	-	-	0.953	0.032*
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	-	-	-	-	-	-	0.003*
โรงเรียนการเรือ	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านเป้าหมายส่วนตัว พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ แตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์ นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการเรือ การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ แตกต่างจากนักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์และการตัดสินใจศึกษาต่อของโรงเรียนการเรือ แตกต่างจากนักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ ด้านความเชื่อ

	คณะ						
	ครุศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และ การ บริการ	โรง เรียนการ เรือน
ครุศาสตร์	-	0.571	0.777	0.379	0.132	0.011*	0.886
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-	-	0.709	0.114	0.049*	0.001*	0.669
วิทยาการจัดการ	-	-	-	0.160	0.067	0.001*	0.903
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	-	-	-	-	0.338	0.058	0.289
พยาบาลศาสตร์	-	-	-	-	-	0.760	0.103
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	-	-	-	-	-	-	0.006*
โรงเรียนการเรือน	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านความเชื่อ พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ แตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์ นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ และนักศึกษาโรงเรียนการเรือน การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แตกต่างจากนักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามคณะ ด้านค่านิยม

	คณะ						
	ครุศาสตร์	วิทยา ศาสตร์ และ เทคโนโลยี	วิทยา การ จัดการ	มนุษย ศาสตร์ และ สังคม ศาสตร์	พยา บาล ศาสตร์	โรงเรียน การ ท่องเที่ยว และการ บริการ	โรง เรียนการ เรียน
ครุศาสตร์	-	0.146	0.742	0.440	0.269	0.262	0.127
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-	-	0.166	0.014*	0.027*	0.006*	0.896
วิทยาการจัดการ	-	-	-	0.185	0.152	0.089	0.144
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	-	-	-	-	0.540	0.668	0.013*
พยาบาลศาสตร์	-	-	-	-	-	0.749	0.024*
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	-	-	-	-	-	-	0.006*
โรงเรียนการเรือน	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านค่านิยม พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการเรือน แตกต่างจากนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ นักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา
จำแนกตามวิธีการเข้าศึกษาต่อ

การตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษา	แหล่งของ ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F - test	Sig.
1. ด้านเป้าหมายส่วนตัว	ระหว่างกลุ่ม	8.208	3	2.736	2.820	0.010*
	ภายในกลุ่ม	602.270	841	0.716		
	รวม	610.478	844			
2. ด้านความเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	11.452	3	3.817	5.053	0.002*
	ภายในกลุ่ม	635.348	841	0.755		
	รวม	646.800	844			
3. ด้านค่านิยม	ระหว่างกลุ่ม	5.538	3	2.846	2.332	0.073
	ภายในกลุ่ม	665.673	841	0.792		
	รวม	671.212	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	6.343	3	2.114	3.457	0.016*
	ภายในกลุ่ม	514.351	841	0.612		
	รวม	520.693	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามวิธีเข้าศึกษาต่อ โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวมวิธีเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า วิธีการเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาด้านเป้าหมายส่วนตัวและด้านความเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านค่านิยม การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.35 จึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.36 - ตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามวิธีเข้าศึกษาต่อ
ด้านเป้าหมายส่วนตัว

	วิธีเข้าศึกษาต่อ			
	ระบบโควต้า	ระบบแบบรับ ตรง	แอดมิตชั่น	ระบบทดแทน ผู้สละสิทธิ์
ระบบโควต้า	-	0.699	0.017*	0.287
ระบบแบบรับตรง	-	-	0.001*	0.286
แอดมิตชั่น	-	-	-	0.166
ระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านเป้าหมายส่วนตัว พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบแอดมิตชั่น แตกต่างจากนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบโควต้า และนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบแบบรับตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามวิธีเข้าศึกษาต่อ
ด้านความเชื่อ

	วิธีเข้าศึกษาต่อ			
	ระบบโควต้า	ระบบแบบรับ ตรง	แอดมิตชั่น	ระบบทดแทน ผู้สละสิทธิ์
ระบบโควต้า	-	0.109	0.001*	0.258
ระบบแบบรับตรง	-	-	0.002*	0.799
แอดมิตชั่น	-	-	-	0.013*
ระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านความเชื่อ พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบแอดมิตชั่น แตกต่างจากนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบโควต้า และนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบแบบรับตรง นักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบแอดมิตชั่น แตกต่างจากนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา
จำแนกตามการพักอาศัย

การตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษา	แหล่งของ ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F - test	Sig.
1. ด้านเป้าหมายส่วนตัว	ระหว่างกลุ่ม	6.843	3	2.281	3.178	0.023*
	ภายในกลุ่ม	603.635	841	0.718		
	รวม	610.478	844			
2. ด้านความเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	6.070	3	2.023	2.656	0.047*
	ภายในกลุ่ม	640.730	841	0.762		
	รวม	646.800	844			
3. ด้านค่านิยม	ระหว่างกลุ่ม	4.478	3	1.493	1.883	0.131
	ภายในกลุ่ม	66.734	841	0.793		
	รวม	671.212	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.732	3	1.911	3.121	0.025*
	ภายในกลุ่ม	514.961	841	0.612		
	รวม	520.693	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามที่พักอาศัย โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวมที่พักอาศัยของนักศึกษาแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ที่พักอาศัยของนักศึกษาแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาด้านเป้าหมายส่วนตัวและด้านความเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านค่านิยม การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.38 จึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.39 - ตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามการพักอาศัย
ด้านเป้าหมายส่วนตัว

	การพักอาศัย			
	บ้านบิดา/ มารดา	บ้านญาติ/ พี่น้อง	หอพัก/บ้านเช่า/ คอนโดมิเนียม	อื่นๆ
บ้านบิดา/มารดา	-	0.727	0.007*	0.085
บ้านญาติ/พี่น้อง	-	-	0.220	0.148
หอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม	-	-	-	0.331
อื่นๆ	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านเป้าหมายส่วนตัว พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่พักอาศัยบ้านบิดา/มารดา แตกต่างจากนักศึกษาที่พักอาศัยหอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามการพักอาศัย
ด้านความเชื่อ

	การพักอาศัย			
	บ้านบิดา/ มารดา	บ้านญาติ/ พี่น้อง	หอพัก/บ้านเช่า/ คอนโดมิเนียม	อื่นๆ
บ้านบิดา/มารดา	-	0.438	0.021*	0.052
บ้านญาติ/พี่น้อง	-	-	0.578	0.144
หอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม	-	-	-	0.191
อื่นๆ	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านความเชื่อ พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่พักอาศัยบ้านบิดา/มารดา แตกต่างจากนักศึกษาที่พักอาศัยหอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา
จำแนกตามภูมิลำเนาเดิม

การตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษา	แหล่งของ ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F - test	Sig.
1. ด้านเป้าหมายส่วนตัว	ระหว่างกลุ่ม	5.778	5	1.156	1.603	0.157
	ภายในกลุ่ม	604.701	839	0.712		
	รวม	610.478	844			
2. ด้านความเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	12.320	5	2.462	3.258	0.006*
	ภายในกลุ่ม	634.480	839	0.756		
	รวม	636.800	844			
3. ด้านค่านิยม	ระหว่างกลุ่ม	14.345	5	2.869	3.664	0.003*
	ภายในกลุ่ม	656.867	839	0.783		
	รวม	671.218	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.019	5	1.604	2.625	0.023*
	ภายในกลุ่ม	512.674	839	0.611		
	รวม	520.693	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามภูมิลำเนาเดิม โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวมนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาด้านความเชื่อและด้านค่านิยม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเป้าหมายส่วนตัว การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.31 จึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.42 - ตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามภูมิภาคตามภูมิภาค
ด้านความเชื่อ

	ภูมิภาคตามภูมิภาค					
	กรุงเทพมหานคร /ปริมณฑล	ภาค เหนือ	ภาค กลาง	ภาคใต้	ภาค อีสาน	ภาค ตะวันออก
กรุงเทพมหานคร/ ปริมณฑล	-	0.006*	0.005*	0.013*	0.012*	0.014*
ภาคเหนือ	-	-	0.642	0.583	0.625	0.962
ภาคกลาง	-	-	-	0.903	0.956	0.703
ภาคใต้	-	-	-	-	0.950	0.643
ภาคอีสาน	-	-	-	-	-	0.683
ภาคตะวันออก	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตของนักศึกษา ด้านความเชื่อ พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีภูมิภาคตามภูมิภาคกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล แตกต่างจากนักศึกษาที่มีภูมิภาคตามภูมิภาคเหนือ นักศึกษาที่มีภูมิภาคตามภูมิภาคกลาง นักศึกษาที่มีภูมิภาคตามภูมิภาคใต้ นักศึกษาที่มีภูมิภาคตามภูมิภาคอีสาน และนักศึกษาที่มีภูมิภาคตามภูมิภาคตะวันออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามภูมิภาคตามภูมิภาค
ด้านค่านิยม

	ภูมิภาคตามภูมิภาค					
	กรุงเทพมหานคร /ปริมณฑล	ภาค เหนือ	ภาค กลาง	ภาคใต้	ภาค อีสาน	ภาค ตะวันออก
กรุงเทพมหานคร/ ปริมณฑล	-	0.066	0.126	0.000*	0.264	0.558
ภาคเหนือ	-	-	0.560	0.130	0.439	0.356
ภาคกลาง	-	-	-	0.014*	0.795	0.617
ภาคใต้	-	-	-	-	0.010*	0.015*
ภาคอีสาน	-	-	-	-	-	0.784
ภาคตะวันออก	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตของนักศึกษา ด้านค่านิยม พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคใต้แตกต่างจากนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคกลาง นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคอีสาน และนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคตะวันออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

การตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษา	แหล่งของ ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F - test	Sig.
1. ด้านเป้าหมายส่วนตัว	ระหว่างกลุ่ม	1.069	3	0.356	0.492	0.688
	ภายในกลุ่ม	609.409	841	0.725		
	รวม	610.478	844			
2. ด้านความเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	0.196	3	0.065	0.085	0.968
	ภายในกลุ่ม	646.604	841	0.769		
	รวม	646.800	844			
3. ด้านค่านิยม	ระหว่างกลุ่ม	0.762	3	0.254	0.319	0.812
	ภายในกลุ่ม	670.450	841	0.790		
	รวม	671.212	844			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.318	3	0.106	0.171	0.916
	ภายในกลุ่ม	520.375	841	0.619		
	รวม	520.693	844			

$\alpha < 0.05^*$

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โดยทดสอบค่า F - test พบว่า ภาพรวมนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาที่รายได้เฉลี่ยของครอบครัวแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการรับสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ

ตารางที่ 4.45 จุดเด่นของหลักสูตรที่นักศึกษากำลังศึกษา

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ลำดับที่
จุดเด่น		
1. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดวิชา	42	5
2. เป็นหลักสูตรที่ตรงกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	28	6
3. มีหลักสูตรหลากหลายที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	58	3
4. การจัดการเรียนการสอนมุ่งให้ผู้เรียนมีการคิดวิเคราะห์และมีทักษะทางวิชาการและวิชาชีพ	75	1
5. มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน	64	2
6. เป็นหลักสูตรที่มีมานานและได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก	47	4

จากตารางที่ 4.45 นักศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดเด่นของหลักสูตรที่นักศึกษากำลังศึกษา โดยเรียงความถี่จากมากไปหาน้อยดังนี้ คือ อันดับที่ 1 การจัดการเรียนการสอนมุ่งให้ผู้เรียนมีการคิดวิเคราะห์และมีทักษะทางวิชาการวิชาชีพ อันดับที่ 2 มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน อันดับที่ 3 มีหลักสูตรหลากหลายที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน อันดับที่ 4 เป็นหลักสูตรที่มีมานานและได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก อันดับที่ 5 บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดวิชา อันดับที่ 6 เป็นหลักสูตรที่ตรงกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.46 จุดอ่อนของหลักสูตรที่นักศึกษากำลังศึกษา

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ลำดับที่
จุดอ่อน		
1. เป็นหลักสูตรที่เปิดใหม่การบริหารจัดการยังไม่เป็นระบบ	22	5
2. ควรมีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น ชมรม เป็นต้น	59	4
3. ค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมสูง	63	1
4. มีการเน้นไปทางทฤษฎีมากกว่าการปฏิบัติ	66	2
5. อาจารย์ที่ปรึกษาในแต่ละตอนเรียนไม่ค่อยสนใจให้คำปรึกษา	43	3

จากตารางที่ 4.46 นักศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดอ่อนของหลักสูตรที่นักศึกษากำลังศึกษา โดยเรียงความถี่จากมากไปหาน้อยดังนี้ คือ อันดับที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมสูง อันดับที่ 2 มีการเน้นไปทางทฤษฎีมากกว่าการปฏิบัติ อันดับที่ 3 อาจารย์ที่ปรึกษาในแต่ละ

ตอนเรียนไม่ค่อยสนใจให้คำปรึกษา อันดับที่ 4 ควรมีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น ชมรม เป็นต้น อันดับที่ 5 เป็นหลักสูตรที่เปิดใหม่การบริหารจัดการยังไม่เป็นระบบ

ตารางที่ 4.47 ปัญหาและอุปสรรคที่นักศึกษาประสบจากการเรียนในหลักสูตรนี้

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ลำดับที่
ปัญหาและอุปสรรค		
1. หนังสือเรียนได้ช้ากว่ากำหนด	82	1
2. พื้นที่ในมหาวิทยาลัยคับแคบไม่มีพื้นที่ให้นักศึกษาทำกิจกรรม	73	2
3. พื้นที่จอดรถน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	26	5
4. ระบบเครือข่าย Wireless ของมหาวิทยาลัยช้า ทำให้ไม่สามารถสืบค้นข้อมูลได้ในขณะเรียน	61	3
5. เครื่องปรับอากาศในห้องเรียนเย็นเกินไปทำให้เรียนไม่รู้เรื่อง	39	4

จากตารางที่ 4.47 นักศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่นักศึกษาประสบจากการเรียนในหลักสูตรนี้โดยเรียงความถี่จากมากไปหาน้อยดังนี้ คือ อันดับที่ 1 หนังสือเรียนได้ช้ากว่ากำหนด อันดับที่ 2 พื้นที่ในมหาวิทยาลัยคับแคบไม่มีพื้นที่ให้นักศึกษาทำกิจกรรม อันดับที่ 3 ระบบเครือข่าย Wireless ของมหาวิทยาลัยช้า ทำให้ไม่สามารถสืบค้นข้อมูลได้ในขณะเรียน อันดับที่ 4 เครื่องปรับอากาศในห้องเรียนเย็นเกินไปทำให้เรียนไม่รู้เรื่อง อันดับที่ 5 พื้นที่จอดรถน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

ส่วนที่ 5 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษา ได้แก่ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา รองอธิการบดีฝ่ายศูนย์การศึกษาและผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน โดยคณะผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิตจัดอยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยที่เน้นการผลิตบัณฑิตและพัฒนาสังคม จัดการเรียนการสอนและภารกิจอื่นทั้งในมหาวิทยาลัยวิทยาเขตสุพรรณบุรีและศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ประกอบด้วย ศูนย์การศึกษาจังหวัดลำปาง ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครนายก ศูนย์การศึกษาหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และศูนย์การศึกษาจังหวัดตรัง ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งมหาวิทยาลัยสวนดุสิตได้กำหนดอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นความเชี่ยวชาญดั้งเดิมและโดดเด่นเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งสาขาวิชาที่มีความพร้อมสามารถตอบสนองความต้องการของสังคมและท้องถิ่น

มีทั้งหมด 4 ด้าน คือ 1) ด้านการศึกษาปฐมวัย 2) ด้านอุตสาหกรรมอาหาร 3) ด้านอุตสาหกรรมบริการ 4) พยาบาลและสุขภาพ

ดังนั้นมหาวิทยาลัยสวนดุสิตควรสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นบนพื้นฐานของความเป็นเลิศ โดยการพัฒนาหลักสูตรอัตลักษณ์ให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education, TQF : HEd) แล้วพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ของผู้เรียนแบบพหุภาษา โดยเน้นภาษาไทยภาษาอังกฤษและภาษาจีน ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพของแต่ละสาขาอัตลักษณ์ เช่น

1.1 พัฒนาระบบการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรการศึกษาปฐมวัยและหลักสูตรการประถมศึกษา โดยเน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการสู่การทำงานจริง (Work – based Learning) ในโรงเรียนสาธิตละอออุทิศ ในมหาวิทยาลัย และโรงเรียนสาธิตละอออุทิศที่ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง

1.2 พัฒนาการจัดการศึกษาด้านอาหาร ทั้งเรื่องเนื้อหาที่ทันสมัย กิจกรรมส่งเสริมการมีเจตคติต่อวิชาชีพให้กับนักศึกษา ทรัพยากรในการจัดการเรียนการสอนและการฝึกปฏิบัติ

1.3 พัฒนาศักยภาพผู้เรียนหลักสูตรด้านอุตสาหกรรมบริการ โดยเน้นการสร้างสัมพันธภาพกับคู่ค้าความร่วมมือภายในมหาวิทยาลัย คือ โรงแรมสวนดุสิต เฟลส และภาคธุรกิจภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างประสบการณ์จริงแก่นักศึกษาที่พร้อมเข้าสู่โลกของงานได้ทันทีที่จบการศึกษา

1.4 พัฒนาผู้เรียนด้านพยาบาลศาสตร์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในประเทศ โดยการเสริมสร้างจรรยาบรรณทางวิชาชีพและสอดแทรกคุณธรรมและจริยธรรมควบคู่ไปกับการเรียนการสอนเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมให้กับนักศึกษาในการใช้ชีวิตประจำวันและสร้างคุณลักษณะพิเศษ โดยเฉพาะเป็นมูลค่าเพิ่ม เช่น ความเป็นสวนดุสิต และมีทักษะด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อให้มีความพร้อมต่อตลาดแรงงานระดับภูมิภาคและระดับสากล

2. ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา

มหาวิทยาลัยสวนดุสิตกำหนดอัตราค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน และค่าธรรมเนียมการศึกษา ในการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้สอดคล้องกับโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการที่จัดตั้งขึ้นใหม่ที่เรียกเก็บจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ซึ่งมหาวิทยาลัยมีบริการการกู้ยืมเงินของกองทุนเพื่อการศึกษา (กยศ.) และมีทุนการศึกษาให้แก่นักศึกษาที่เรียนดี/ขาดแคลนทุนทรัพย์ โดยมหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาและมีกระบวนการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนหรือค่าบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ซึ่งค่าธรรมเนียมการศึกษานั้นได้รวมค่าวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้รับ เช่น หนังสือ สื่อในการเรียนการสอน เป็นต้น

3. ด้านทำเลที่ตั้ง

มหาวิทยาลัยอยู่ในทำเลที่ตั้งใกล้กับแหล่งธุรกิจเดินทางไปมาสะดวก ตั้งอยู่ในสถานที่ชุมชนให้ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สำนักงานเขต เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มหาวิทยาลัยฯ มีความเหมาะสมและมั่นคงอยู่แล้วซึ่งมีรากฐานเดิมที่ดีมาก เพียงแต่ต้องกำหนดการให้บริการและรักษาสภาพแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์กันใหม่ในด้านการประชาสัมพันธ์ภายในจะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสาร ด้านนโยบายและข้อเสนอแนะของผู้บริหารแก่บุคลากรทุกระดับเข้าใจทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาวิทยาลัย เพื่อให้บุคลากรทุกระดับมีความตื่นตัว โดยการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยเป็น

เรื่องของคนเพื่อพัฒนาองค์กรร่วมกัน รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ภายนอกเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้สื่อต่าง ๆ หลากหลายวิธีที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เน้นการประชาสัมพันธ์บทบาทของมหาวิทยาลัยด้านการมีความสัมพันธ์กับองค์กรระดับชาติและนานาชาติ

5. ด้านบุคลากร

มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรทั้งสายวิชาการ เพื่อให้ผลิตบัณฑิตสาขาอัตลักษณ์ให้มีความรู้และส่งเสริมให้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตน สร้างและประยุกต์ใช้ความรู้พัฒนาตนเองสามารถปฏิบัติงานและสร้างงานเพื่อพัฒนาสังคมให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ตลอดจนมีจิตสำนึกดำรงชีวิตและปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบโดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตอาสาและความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมและดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยและความเป็นสวนดุสิต ส่วนสายสนับสนุนวิชาการมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีจิตบริการและจิตสาธารณะสร้างความเชี่ยวชาญในงานสนับสนุนวิชาการจนนำไปสู่การทำงานอย่างมืออาชีพ สามารถดำรงตนอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

มหาวิทยาลัยมีการให้บริการตั้งแต่เริ่มแรกในการรับสมัครที่หลากหลาย เช่น ทางไปรษณีย์ เว็บไซต์และด้วยตนเอง ตลอดจนเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การชำระค่าเล่าเรียน ระบบบริหารการศึกษา ซึ่งกระบวนการต่าง ๆ ในการให้บริการของมหาวิทยาลัยนั้นมีความชัดเจนและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

มหาวิทยาลัยจะใช้ศูนย์แห่งความเป็นเลิศที่มีอยู่แล้ว รวมทั้งสร้างศูนย์แห่งความเป็นเลิศให้มากขึ้นด้วยการเชื่อมโยงงานทางสายวิชาการ โดยเชื่อมโยงองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้าด้วยกันระหว่างหน่วยงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ศูนย์ความเป็นเลิศที่มีอยู่แล้วได้ถูกจัดตั้งควบคู่ไปกับการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยมาแต่เดิม เช่น โรงเรียนสาธิตละอออุทิศ โรงแรมสวนดุสิตเพลส โฮมเบเกอร์ ครัวสวนดุสิต ศูนย์ปฏิบัติการอาหารนานาชาติ หรือแม้แต่หลักสูตรใหม่ที่พัฒนาบนพื้นฐานของตนเอง เช่น ธุรกิจการบิน พยาบาล เป็นต้น

ดังนั้นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตเน้นการศึกษาที่ด้านคุณภาพอยู่แล้วซึ่งผู้บริหารให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของประชาชน/นักเรียน/ผู้ประกอบการ/ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อด้วย ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมพัฒนาทักษะชีวิตและทักษะอาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมและประเทศชาติ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาและ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต จำนวน 845 คน และสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษา จำนวน 5 ท่าน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ การแจกความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติ t-test F-test (One Way Analysis of Variance : ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของนักศึกษา

นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 618 คน คิดเป็นร้อยละ 73.14 ศึกษาในคณะที่ศึกษา คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 24.85 เข้าศึกษาต่อโดยวิธีระบบแบบรับตรง จำนวน 518 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 พักอาศัยอยู่หอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม จำนวน 420 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 ภูมิลำเนาเดิมกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 33.02 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 37.16

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษายู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ 1 ด้านภาพลักษณ์ อันดับที่ 2 ด้านบุคลากรอันดับที่ 3 ด้านลักษณะกายภาพอันดับที่ 4 ด้านกระบวนการให้บริการและอันดับที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนระดับการตัดสินใจปานกลาง ได้แก่ อันดับที่ 6 ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาและอันดับที่ 7 ด้านทำเลที่ตั้ง

ด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษายู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในหลายด้าน ๆ เช่น สวนดุสิตโพล เบเกอร์รี่ โรงแรมสวนดุสิตเพลส เป็นต้น อันดับที่ 2 เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีมาตรฐานการศึกษาได้รับการรับรองคุณภาพการศึกษา (สมศ.) อันดับที่ 3 มีหลักสูตรให้เลือกเรียนตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ และหลักสูตรอื่น ๆ ที่ทันสมัย ตรงกับความต้องการของสังคมและนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ อันดับที่ 4 มหาวิทยาลัยฯ เป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะเรื่องคุณภาพมาตรฐาน อันดับที่ 5 มี 2 รายข้อ คือ มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่ยอมรับและศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงเป็นที่

ยอมรับของสังคม อันดับที่ 6 ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน อันดับที่ 7 มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ในการเรียนการสอน อันดับที่ 8 มีผลงานนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง และอันดับที่ 9 มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในด้านการวิจัยในระดับนานาชาติ ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านภาพรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 มีบริการการกู้ยืมเงินของกองทุนเพื่อการศึกษา (กยศ.) อันดับที่ 2 มีทุนการศึกษาให้แก่นักศึกษาที่เรียนดี/ขาดแคลนทุนทรัพย์ อันดับที่ 3 มหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา อันดับที่ 4 มี 2 รายข้อ คือ สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้ และมีกระบวนการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนหรือค่าบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ อันดับที่ 5 มี 2 รายข้อ คือ มีการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้และค่าธรรมเนียมการเรียน ได้รวมวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้รับ เช่นเอกสารในการเรียนหนังสือสื่อในการเรียนการสอน อันดับที่ 6 มีการให้บริการนักศึกษาอย่างทั่วถึง ส่วนการตัดสินใจในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับที่ 7 ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันต่ำและอันดับที่ 8 อัตราค่าธรรมเนียม/ค่าบำรุงการศึกษามีความเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ 1 ตั้งอยู่ในสถานที่ให้ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สำนักงานเขต เป็นต้น อันดับที่ 2 มีการจัดสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ภายในคณะได้ดีและมีความปลอดภัย อันดับที่ 3 มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดห้องเรียนได้เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา อันดับที่ 4 มีการปรับปรุงอาคารสถานที่ให้สวยงามและสภาพแวดล้อมที่ดี อันดับที่ 5 ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้ที่พักอาศัยหรือมีหอพักให้บริการส่วนปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับที่ 6 อยู่ห่างไกลจากแหล่งอบายมุข อันดับที่ 7 มีความสะดวกในการเดินทาง อันดับที่ 8 มี 2 รายข้อ คือทำเลที่ตั้งกว้างขวางและปลอดภัยและทางเข้า – ออกมหาวิทยาลัยฯ มีความสะดวกและอันดับที่ 9 ที่จอดรถในมหาวิทยาลัยฯ สามารถรองรับได้เพียงพอตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 เว็บไซต์เพื่อแจ้งข่าวสารการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ที่รวดเร็ว อันดับที่ 2 การประชาสัมพันธ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เป็นต้น อันดับที่ 3 มีการร่วมกิจกรรมกับสถานประกอบการ เช่น บริษัททัวร์โรงแรมโรงงานบริษัทห้างร้านหรืออื่น ๆ อันดับที่ 4 มีการจัดนิทรรศการวิชาการ/วิชาชีพทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา อันดับที่ 5 มี 2 รายข้อ คือ รับรู้จากการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัยที่แสดงต่อสาธารณะ เช่น การจัดแสดงผลงานนักศึกษาประจำปี การร่วมประกวดและแข่งขันกีฬากับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และมีกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัยที่แสดงต่อสาธารณะ เช่น การจัดแสดงผลงานนักศึกษาประจำปี การร่วมประกวดและแข่งขันกีฬากับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ อันดับที่ 6 มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์การรับสมัครตามสถานที่ต่าง ๆ อันดับที่ 7 มีกิจกรรมการช่วยเหลือชุมชน เช่น ออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทและอันดับ 8 มี 2 รายข้อ คือ มีกิจกรรมการช่วยเหลือชุมชน เช่น ออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทและได้รับการสื่อสารโดยตรงจากการบอกปากต่อปาก ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 อาจารย์ส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางวิชาการ อันดับที่ 2 มี 2 รายข้อ คือ มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่ยอมรับและบุคลากรมีจรรยาบรรณวิชาชีพ อันดับที่ 3 บุคลากรยึดหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงาน อันดับที่ 4 ความมีชื่อเสียงของอาจารย์จากสื่อภายนอก อันดับที่ 5 เจ้าหน้าที่และอาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาอย่างเป็นกันเอง อันดับที่ 6 บุคลากรมีความเข้าใจระบบการให้บริการ อันดับที่ 7 มี 2 รายข้อ คือ เจ้าหน้าที่ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีการติดต่อประสานงานระหว่างอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษามีความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้องและอันดับที่ 8 บุคลากรและเจ้าหน้าที่มีจิตสำนึกในการให้บริการและรับฟังปัญหาของนักศึกษา (Service Mind) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ 1 มีระบบการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาอย่างเหมาะสม อันดับที่ 2 มี 2 รายข้อ คือ วิธีการจัดการเรียนการสอนมุ่งให้ผู้เรียนมีการคิดวิเคราะห์และมีทักษะทางวิชาการ วิชาชีพและมีการวัดผลประเมินผลโดยใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย อันดับที่ 3 ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อันดับที่ 4 มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรอย่างเหมาะสม อันดับที่ 5 มีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย เช่น ทางไปรษณีย์ เว็บไซต์ และด้วยตนเอง เป็นต้น อันดับที่ 6 มีมาตรการหรือแนวปฏิบัติเพื่อรักษาความปลอดภัย อันดับที่ 7 มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน อันดับที่ 8 ความสะดวกสบายในการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่วนการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางมีเพียง อันดับที่ 9 จัดบริการระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ 1 เครื่องแบบและการแต่งกายของนักศึกษาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อันดับที่ 2 มีอาคารเรียนและห้องประชุมที่ทันสมัย อันดับที่ 3 ศูนย์อาหารของมหาวิทยาลัยฯ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย อันดับที่ 4 มีบริการเครือข่าย Internet ให้กับนักศึกษาเพื่อค้นคว้าหาข้อมูล อันดับที่ 5 มีอุปกรณ์หรือสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาอย่างเพียงพอ อันดับที่ 6 มีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ห้องปฏิบัติการด้านภาษาเพียงพอสำหรับนักศึกษาอันดับที่ 7 มีห้องสมุดกว้างขวาง มีหนังสือที่ทันสมัยจำนวนมากเพียงพอกับความต้องการ อันดับที่ 8 บริเวณพื้นที่และอาคารมีความสะอาด ปลอดภัย ร่มรื่นและสวยงาม อันดับที่ 9 มีความโดดเด่นในการใช้ระบบ IT ส่วนการตัดสินใจระดับปานกลางมีเพียง อันดับที่ 10 พื้นที่ในมหาวิทยาลัยกว้างขวาง บรรยากาศเหมาะแก่การเรียนรู้ ตามลำดับ

ภาพรวมการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านเป้าหมายส่วนตัว ภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายด้าน ได้แก่ อันดับที่ 1 ด้านเป้าหมายส่วนตัว อันดับที่ 2 ด้านความเชื่อและอันดับที่ 3 ด้านค่านิยม ตามลำดับ

ด้านเป้าหมายส่วนตัว การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 มีโอกาสจบการศึกษาตามกำหนดเวลา อันดับที่ 2 เพื่อเป็นความภาคภูมิใจให้กับครอบครัว

อันดับที่ 3 ความภาคภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ อันดับที่ 4 ต้องการพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและอันดับที่ 5 สาขาที่เลือกเรียนตรงกับความถนัดและความต้องการ ตามลำดับ

ด้านความเชื่อ การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 การศึกษาระดับปริญญาตรีสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของตนเอง อันดับที่ 2 เชื่อว่าจะได้รับความรู้และประสบการณ์ได้มาก อันดับที่ 3 เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับจากสังคม อันดับที่ 4 เชื่อว่ามีโอกาสได้ทำงานกับองค์กรหรือหน่วยงานที่มีชื่อเสียงและอันดับที่ 5 ตามลำดับ

ด้านค่านิยม การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อันดับที่ 1 การได้รับพระราชทานปริญญาบัตร อันดับที่ 2 เมื่อจบการศึกษา มั่นใจว่ามีงานทำแน่นอน อันดับที่ 3 มีนักศึกษารุ่นพี่ที่จบจากมหาวิทยาลัยฯ มีงานทำและได้รับการยอมรับอย่างดียิ่ง อันดับที่ 4 ค่านิยมทางสังคมที่มีต่อผู้จบการศึกษาอยู่ในระดับสูงและอันดับที่ 5 มีเพื่อน ๆ สนใจสมัครเรียนต่อที่มหาวิทยาลัยฯ เป็นจำนวนมาก ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ได้แก่ เพศ คณะวิชาที่ศึกษา วิธีการเข้าศึกษาต่อ สถานที่พักอาศัย ภูมิลำเนาเดิมและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

จำแนกตามเพศ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกรายด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามคณะ พบว่า ภาพรวมนักศึกษาที่ศึกษาคณะแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาที่ศึกษาคณะแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD มีดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ แตกต่างจาก นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และนักศึกษาโรงเรียนการเรือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ แตกต่างจากนักศึกษาคณะการจัดการ และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาโรงเรียนการเรือน แตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์และนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ แตกต่างจากนักศึกษาคณะการจัดการและนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยว ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาคณะ

กระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD มีดังนี้

ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบแอดมิชชัน แตกต่างจากนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบโควต้าและนักศึกษาเข้าศึกษาต่อด้วยระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จำแนกตามสถานที่พักอาศัย พบว่า ภาพรวมนักศึกษาที่พักอาศัยแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า นักศึกษาที่พักอาศัยแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาทุกด้าน ๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามภูมิลำเนาเดิม พบว่า ภาพรวมนักศึกษามีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD มีดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล แตกต่างจากนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคใต้ และนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคอีสาน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคตะวันออก แตกต่างจากนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคกลาง นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคใต้ และนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคอีสาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ภาพรวมนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า นักศึกษาที่รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD มีดังนี้

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท แตกต่างจากนักศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท และนักศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ได้แก่ เพศ คณะวิชาที่ศึกษา วิธีการเข้าศึกษาต่อ สถานที่พักอาศัย ภูมิลำเนาเดิมและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

จำแนกตามที่พักอาศัย พบว่า ภาพรวมที่พักอาศัยของนักศึกษาแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ที่พักอาศัยของนักศึกษาแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาด้านเป้าหมายส่วนตัวและด้านความเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านค่านิยม การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ได้ดังนี้

ด้านเป้าหมายส่วนตัว การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่พักอาศัยบ้านบิดา/มารดา แตกต่างจาก นักศึกษาที่พักอาศัยหอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านเป้าหมายส่วนตัว การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่พักอาศัยบ้านบิดา/มารดา แตกต่างจาก นักศึกษาที่พักอาศัยหอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จำแนกตามภูมิลำเนาเดิม พบว่า ภาพรวมนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาด้านความเชื่อและด้านค่านิยม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเป้าหมายส่วนตัว การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD มีดังนี้

ด้านความเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านค่านิยม การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล แตกต่างจากนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคเหนือ นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคกลาง นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคใต้ นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคอีสานและนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเดิมภาคตะวันออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ภาพรวมนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาที่รายได้เฉลี่ยของครอบครัวแตกต่างกัน การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 4 การนำเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ สรุปได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิตจัดอยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยที่เน้นการผลิตบัณฑิตและพัฒนาสังคม จัดการเรียนการสอนและภารกิจอื่นทั้งในมหาวิทยาลัยและศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ดังนั้น มหาวิทยาลัยสวนดุสิตควรสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นบนพื้นฐานความเป็นเลิศ โดยการพัฒนาหลักสูตรอัตลักษณ์ให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ แล้วพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ของผู้เรียนแบบพหุภาษา โดยเน้นภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพ

2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิตกำหนดอัตราค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน และค่าธรรมเนียมการศึกษาในการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้สอดคล้องกับโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการที่จัดตั้งขึ้นใหม่ที่เรียกเก็บจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ โดยมหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาและมีกระบวนการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนหรือค่าบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ค่าธรรมเนียมการศึกษานั้นได้รวมค่าวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้รับ

3. ทำเลที่ตั้ง มหาวิทยาลัยฯ มีความเหมาะสมและมั่นคงอยู่แล้วซึ่งมีรากฐานเดิมที่ดีมาก เพียงแต่ต้องกำหนดการให้บริการและรักษาสภาพแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

4. การส่งเสริมการตลาด มหาวิทยาลัยจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์กันใหม่ในด้านการประชาสัมพันธ์ภายในจะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสาร ด้านนโยบายและข้อเสนอแนะของผู้บริหารแก่บุคลากรทุกระดับเข้าใจทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาวิทยาลัย เพื่อให้บุคลากรทุกระดับมีความตื่นตัว รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ภายนอกเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้สื่อต่าง ๆ หลากหลายวิธีที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

5. บุคลากร มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรทั้งสายวิชาการ เพื่อให้ผลิตบัณฑิตสาขาอัตลักษณ์ให้มีความรู้และส่งเสริมให้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตน ส่วนสายสนับสนุนมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีจิตบริการและจิตสาธารณะ สร้างความเชี่ยวชาญในงานสนับสนุนวิชาการจนนำไปสู่การทำงานอย่างมืออาชีพ สามารถดำรงตนอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี

6. กระบวนการให้บริการมหาวิทยาลัยมีการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การชำระค่าเล่าเรียน ระบบบริหารการศึกษา ซึ่งกระบวนการต่าง ๆ ในการให้บริการของมหาวิทยาลัยนั้นมีความชัดเจนและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

7. ลักษณะทางกายภาพมหาวิทยาลัยจะใช้ศูนย์แห่งความเป็นเลิศที่มีอยู่แล้ว รวมทั้งสร้างศูนย์แห่งความเป็นเลิศให้มากขึ้นด้วยการเชื่อมโยงองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้าด้วยกันระหว่างหน่วยงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น โรงเรียนสาธิตละอออุทิศ โรงแรมสวนดุสิตเพลส โสมเบเกอรี่ ครัวสวนดุสิต ศูนย์ปฏิบัติการอาหารนานาชาติ หรือแม้แต่หลักสูตรใหม่ที่พัฒนาบนพื้นฐานของตนเอง

การอภิปราย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ได้ข้อสรุปที่มีประเด็นสำคัญและน่าสนใจนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวม อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนระดับการตัดสินใจปานกลาง ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาและด้านทำเลที่ตั้ง สอดคล้องกับทฤษฎีธรรม ธีระกุลและคณะ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ โดยภาพรวมด้านหลักสูตร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ด้านอาจารย์และบุคลากรและด้านกายภาพอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้าน

ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับ ภาณุวัฒน์ สว่างแสงและนุชชานา เหลืองอังกูร (2554) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า นิสิตที่ตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2554 มีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านเหตุผลส่วนตัวด้านหลักสูตร ด้านค่าใช้จ่ายด้านชื่อเสียงสถาบันและด้านอิทธิพลบุคคลและสื่อ

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในหลายด้าน ๆ เช่น สวนดุสิตโพล เบเกอร์ โรงแรมสวนดุสิตเพลส เป็นต้น และเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีมาตรฐานการศึกษาได้รับการรับรองคุณภาพการศึกษา (สมศ.) มีหลักสูตรให้เลือกเรียนตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและหลักสูตรอื่น ๆ ที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของสังคม และนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึง ภาพลักษณ์ที่ตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพอใจ หมายถึง คุณภาพการศึกษาในการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัย ที่ครอบคลุมปัจจัยหลักที่จะส่งผลต่อคุณภาพ โดยการรับรู้ของนักศึกษา เช่น หลักสูตรที่มีความหลากหลาย ทันสมัย เช่นเดียวกับ ความต้องการ ความมีศักยภาพทางการศึกษา ความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มีอุปกรณ์ในการเรียนที่ทันสมัยและผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ เช่นเดียวกับ ลิต้า ลิมาน, ปัทมา ปาเนาะและอัสมา เจเว (2555) ได้ศึกษาปัจจัยการเลือกเข้าศึกษาต่อคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจุบันด้านการเรียนการสอน ได้แก่ การให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของสถาบันและโครงสร้างหลักสูตรที่ต่อยอดความรู้เชิงลึก ตรงกับมหาวิทยาลัยสวนดุสิต (2557) ได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ มาตรฐานการอุดมศึกษาและกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกรายข้อ ได้แก่ มีบริการการกู้ยืมเงินของกองทุนเพื่อการศึกษา (กยศ.) มีทุนการศึกษาให้แก่นักศึกษาที่เรียนดี/ขาดแคลน ทุนทรัพย์ มหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึง การสร้างภาพพจน์ของการบริการที่ดีให้เกิดความเข้าใจและช่วยจูงใจให้ผู้เรียนสนใจเลือกเรียนมากขึ้น เช่น มีเงินกองทุนกั๊ยมเพื่อการศึกษา ตรงกับมหาวิทยาลัยสวนดุสิต (2557) ที่ได้กำหนดเป้าประสงค์ในภาพรวมด้านการบริหารจัดการองค์การ ในการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ตั้งอยู่ในสถานที่ให้ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สำนักงานเขต เป็นต้น มีการจัดสิ่งแวดล้อมต่างๆ ภายในคณะได้ดีและมีความปลอดภัย มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดห้องเรียนได้เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา สอดคล้องกับ ทรงธรรม ธีระกุลและคณะ (2553) กล่าวถึง ตัวแปรที่ช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถบริหารหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ พื้นที่ที่ใช้ในการเรียนการสอน (Instruction Space) ซึ่งมีทั้งภายในและภายนอกภายในสถาบัน โดยทั่วไปจะจัดอาคารสถานที่ตลอดจน สิ่งอำนวยความสะดวกไว้ในบริเวณเดียวกัน เช่น อาคารเรียนห้องสมุดห้องทดลองห้องบันทึกเสียง ซึ่งโครงสร้างและแบบอาคารนั้นเป็นแบบถาวร การจัดตำแหน่งของอาคารให้สอดคล้องกับสภาพการเรียนนั้น สถาบันการศึกษาบางแห่งได้จัดขยายการเรียนออกไปภายนอกในรูปของวิทยาเขต เพื่อจัดนักศึกษาที่เรียน

เฉพาะสาขาวิชาไปเรียนและฝึกปฏิบัติงาน หรือใช้สถานที่ภายนอกเพื่อจัดกิจกรรมเสริมการเรียนการสอน เช่น ในการพักผ่อนสัมมนาทางวิชาการเช่นเดียวกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึงสภาพแวดล้อมที่มองเห็นได้ของมหาวิทยาลัยที่สร้างความประทับใจให้กับผู้เรียน ได้แก่ บรรยากาศร่มรื่น สวยงาม สะอาด ปลอดภัย ทันสมัย ความเหมาะสมแก่การเรียนรู้ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้และศูนย์อาหาร

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ เว็บไซต์เพื่อแจ้งข่าวสารการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ที่รวดเร็วการประชาสัมพันธ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เป็นต้นสอดคล้องกับ Lovelock and Wright (1999) กล่าวว่า ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จในการวางแผนตลาดได้นั้น ธุรกิจต้องมีการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ที่ต้องโน้มน้าวจิตใจผู้บริโภคให้สนใจบริการที่น่าเสนอ การสื่อสารที่ต้องมีความน่าเชื่อถือ และเป็นหากผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจก็จะบอกต่อกันในทางบวก ตรงกับ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) ได้กล่าวถึง การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ บริการส่งข้อความและอินเทอร์เน็ต (Internet) ช่วยให้ข้อมูลผ่านไซเบอร์สเปซ (Cyberspace – การไม่มีสถานที่ที่พบเห็นได้) จึงมีการใช้สื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์แทนไปยังลูกค้า ในเวลาที่ต้องการโดยผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ ที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการ ได้แก่ ความรวดเร็ว และความสะดวกซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับ

ด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อาจารย์ส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางวิชาการ มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่ยอมรับ บุคลากรมีจรรยาบรรณวิชาชีพสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึงบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งชั้น ในที่นี้หมายถึง การที่มหาวิทยาลัยมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ มีเจ้าหน้าที่ที่เต็มใจในการให้บริการ มีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีความกระตือรือร้น มีความเสมอภาคในการให้บริการและมีความเป็นกัลยาณมิตรเช่นเดียวกับ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต (2557) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยในการรักษาบุคลากรที่เป็นเลิศและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีระบบการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาอย่างเหมาะสมวิธีการจัดการเรียนการสอนมุ่งให้ผู้เรียนมีการคิด วิเคราะห์และมีทักษะทางวิชาการ วิชาชีพ มีการวัดผลประเมินผลโดยใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัยสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึง กระบวนการให้บริการ หมายถึง ลำดับของกิจกรรมและขั้นตอนที่เกิดขึ้นจริงในการส่งมอบบริการให้ผู้รับบริการ ซึ่งแต่ละธุรกิจจะมีมาตรฐานหรือความซับซ้อนของบริการที่ต่างกันไป จึงควรพิจารณาถึงความอิสระและความยืดหยุ่นสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ ทำให้มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว ในที่นี้หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่นเดียวกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (2556) กำหนดแนวทางการดำเนินในการยกระดับการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผู้เรียนในเรื่องการปรับกระบวนการเรียนการสอน การวัดผลและประเมินผลการศึกษาทุกระดับ/ประเภทการศึกษาให้ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทาง

วิทยาการ และพัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้ และจัดกิจกรรมเสริมทักษะพัฒนาผู้เรียนในรูปแบบที่หลากหลาย โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีกระบวนการคิด วิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เครื่องแบบและการแต่งกายของนักศึกษาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะมีอาคารเรียนและห้องประชุมที่ทันสมัย ศูนย์อาหารของมหาวิทยาลัยฯ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึง ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง องค์ประกอบที่ช่วยทำให้ผู้รับบริการ รู้สึกว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ ประสิทธิภาพและเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน ได้แก่ อาคารสำนักงาน สถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ การแต่งกายและสิ่งพิมพ์ ในที่นี้หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มองเห็นได้ของมหาวิทยาลัยที่สร้างความประทับใจให้กับผู้เรียน ได้แก่ บรรยากาศร่มรื่น สวยงาม สะอาด ปลอดภัย ทันสมัย ความเหมาะสมแก่การเรียนรู้ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้และศูนย์อาหาร รวมทั้งเครื่องแบบของนักศึกษา

ด้านเป้าหมายส่วนตัว พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีโอกาสจบการศึกษาตามกำหนดเวลา เพื่อเป็นความภาคภูมิใจให้กับครอบครัว ความภาคภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ สอดคล้องกับ Reeder (1996) การตัดสินใจจะแตกต่างกัน เช่น เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย คือ กิจกรรมวัตถุประสงค์ลักษณะความเชื่อความรู้จักระหรือสภาพความเป็นอยู่ที่บุคคลต้องการ ความมุ่งหมายที่จะให้บรรลุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ผู้กระทำจะมีการกำหนดเป้าหมายหรือจุดประสงค์ไว้ล่วงหน้าและผู้กระทำพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทาง เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์หรือเป้าหมาย

ด้านความเชื่อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การศึกษาระดับปริญญาตรีสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของตนเอง เชื่อว่าจะได้รับความรู้และประสบการณ์ได้มาก เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับจากสังคมสอดคล้องกับ Baldrige, M. (2013) เสนอทฤษฎีที่สามารถอธิบายอิทธิพลของการเข้าเรียนต่อคือ ทฤษฎีการมีโอกาส (Opportunity Theory) หมายถึง การที่นักศึกษาจะบรรลุความสำเร็จทางการศึกษาได้นั้น นอกจากจะต้องมีความสามารถของตนเองแล้วจะต้องมีโอกาสที่ดีอีกด้วย เช่นเดียวกับ คมกฤษ เทียมนุษ (2552) กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในเรื่องของความคาดหวังที่เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษา โดยเน้นที่ความรู้สึกนึกคิดหรือความต้องการของนักศึกษา เช่น ความอยากที่จะเป็นบุคคลมีชื่อเสียงและความต้องการในเรื่องของรายได้ในอนาคตหลังจากจบการศึกษา ตรงกับ พรพรรณ เศรษฐธรรม (2552) กล่าวถึง การตัดสินใจจะเกิดขึ้นมีขั้นตอนดังนี้

1. การเข้าใจกระบวนการตัดสินใจ ในการเลือกที่จะทำอะไรก็ตามที่ต้องใช้การตัดสินใจซึ่งจะต้องเสี่ยงแต่การเสี่ยงดังกล่าวนี้อาจต้องมีหลักการ คือ มีการศึกษาตนเองตั้งแต่การรับรู้เรื่องของตนเองมีการหาทางเลือกและมีการสำรวจอาชีพตนเอง

2. การรู้จักตนเอง การรู้จักตนเองเป็นการรู้จักและเข้าใจความคิดความรู้สึกและการกระทำของตนเองรู้เหตุรู้ผลมองตนในแง่ดีมองผู้อื่นในแง่ดี รักตนเอง รักผู้อื่น มองเห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่น

3. การมีความรู้ในเรื่องการพัฒนาตนเพื่ออาชีพ คือ มีความรู้ในเรื่องการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จในชีวิต ซึ่งหมายถึง ความสำเร็จในอาชีพ

ด้านค่านิยม ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ การได้รับพระราชทานปริญญาบัตรเมื่อจบการศึกษา มั่นใจว่ามีงานทำแน่นอน มีนักศึกษารุ่นพี่ที่จบจากมหาวิทยาลัยฯ มีงานทำและได้รับการยอมรับอย่างยิ่ง สอดคล้องกับ ลิด้า ลิมาน, ปัทมา ปาเนาะ และ

อัสมา เจเว (2555) ได้ศึกษาปัจจัยการเลือกเข้าศึกษาต่อคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี พบว่า ความภาคภูมิใจได้แก่ ทำให้มีความมั่นคงในสายงาน การได้งานทำหลังจบ การศึกษา มีหน้าที่การงานที่ดี ทำให้ได้รับการยอมรับจากสังคมและทำให้มีวิชาชีพที่นายกอง ตรงกับ ทนงศักดิ์ โสวจัสสตากุล (2554) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกอาชีพของนักศึกษา ด้านความเชื่อค่านิยม เป็นค่านิยมที่นักศึกษามีความคิดมีความรู้มีความเข้าใจและเล็ง เห็นคุณประโยชน์ ของการศึกษาที่มีต่อการประกอบอาชีพและมองว่าเมื่อศึกษาไปแล้วนั้นจะเป็นประโยชน์ในการประกอบ อาชีพในอนาคต

2. แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อ ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิตจัดอยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยที่เน้นการผลิตบัณฑิตและ พัฒนาสังคม จัดการเรียนการสอนและภารกิจอื่นทั้งในมหาวิทยาลัยและศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ดังนั้น มหาวิทยาลัยสวนดุสิตควรสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นบนพื้นฐานความเป็นเลิศ โดยการพัฒนาหลักสูตร อัตลักษณ์ให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ แล้วพัฒนารูปแบบการจัดการ เรียนรู้ของผู้เรียนแบบพหุภาษา โดยเน้นภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน ควบคู่ไปกับการพัฒนา ทักษะในวิชาชีพสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาด บริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วน ประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิตกำหนดอัตราค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน และค่าธรรมเนียมการศึกษาในการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้สอดคล้องกับโครงสร้างการแบ่ง ส่วนราชการที่จัดตั้งขึ้นใหม่ที่เรียกเก็บจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ โดยมหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาและมีกระบวนการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนหรือ ค่าบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ค่าธรรมเนียมการศึกษานั้นได้รวมค่าวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ ได้รับ สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้ เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสม การตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านทำเลที่ตั้ง มหาวิทยาลัยฯ มีความเหมาะสมและมั่นคงอยู่แล้วซึ่งมีรากฐานเดิมที่ดีมาก เพียงแต่ต้องกำหนดการให้บริการและรักษาสภาพแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้ เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสม การตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มหาวิทยาลัยจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์กันใหม่ในด้านการประชาสัมพันธ์ภายใน จะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสาร ด้านนโยบายและข้อเสนอแนะของผู้บริหารแก่บุคลากรทุกระดับ เข้าใจทิศทางและเป้าหมายการพัฒนามหาวิทยาลัย เพื่อให้บุคลากรทุกระดับมีความตื่นตัว รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้สื่อต่าง ๆ หลากหลายวิธีที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านบุคลากร มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรทั้งสายวิชาการ เพื่อให้ผลิตบัณฑิตสาขาอัตลักษณ์ให้มีความรู้และส่งเสริมให้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตน ส่วนสายสนับสนุนมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีจิตบริการและจิตสาธารณะ สร้างความเชี่ยวชาญในงานสนับสนุนวิชาการจนนำไปสู่การทำงานอย่างมืออาชีพ สามารถดำรงตนอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรีสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านกระบวนการให้บริการ มหาวิทยาลัยมีการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การชำระค่าเล่าเรียน ระบบบริหารการศึกษา ซึ่งกระบวนการต่าง ๆ ในการให้บริการของมหาวิทยาลัยนั้นมีความชัดเจนและสามารถเข้าถึงได้ง่ายสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ มหาวิทยาลัยจะใช้ศูนย์แห่งความเป็นเลิศที่มีอยู่แล้ว รวมทั้งสร้างศูนย์แห่งความเป็นเลิศให้มากขึ้นด้วยการเชื่อมโยงองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้าด้วยกันระหว่างหน่วยงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น โรงเรียนสาธิตละอออุทิศ โรงแรมสวนดุสิตเพลส โฮมเบเกอรี่ ครัวสวนดุสิต ศูนย์ปฏิบัติการอาหารนานาชาติ หรือแม้แต่หลักสูตรใหม่ที่พัฒนาบนพื้นฐานของตนเองสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนระดับการตัดสินใจปานกลาง ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาและด้านทำเลที่ตั้งมหาวิทยาลัยฯ ควรตระหนักและมุ่งให้ความสำคัญ โดยนำประเด็นปัจจัยดังกล่าวไปวางแผนพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อและเพื่อตอบสนองการเป็นสถานศึกษาที่รองรับและผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพสู่สังคมต่อไป

2. มหาวิทยาลัยฯ สามารถนำแนวทางการพัฒนารับนักศึกษาที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับใช้กับแต่ละคณะ เพื่อให้ทำให้เพิ่มจำนวนนักศึกษาใหม่ เพื่อความอยู่รอดและเติบโตของมหาวิทยาลัยฯ ทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับสถาบันต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการสำรวจกับนักศึกษาด้วยการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด จะทำให้เราได้ข้อมูลโดยตรงจากผู้เราต้องการข้อมูลและเป็นเรื่องเฉพาะที่ต้องการทราบ

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ โดยนำแนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เข้ามาศึกษาร่วมด้วย

3. ควรทำการศึกษาการจัดอันดับของหลักสูตรในแต่ละคณะ เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมและยกระดับคุณภาพของมหาวิทยาลัยให้ดียิ่งขึ้น

4. ควรศึกษาแนวความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยอื่นๆ โดยเปรียบเทียบมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- คณะกรรมการการอุดมศึกษา,สำนักงาน. (2553). *มาตรฐานการอุดมศึกษาและเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง*. สำนักมาตรฐานและประเมินผลอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา : กระทรวงศึกษาธิการ.
- คมกฤษ เทียมนุษ. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ของลูกค้าบริษัทเอ็มซีอินตันเทรียลเคมีคัล จำกัด*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จุฑามาศ ตันนิรัตน์โอภาส. (2548). *การตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนช่วงชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชาญชัย อาจินสมอาจาร. (2551). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน.
- ชูชัย เทพสาร (2546). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก บริษัทรักษาความปลอดภัย : กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ - ขายแลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนันท์สิริ สายเป่า (2543). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัดลำพูน*. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิเวศน์ ธรรมะและคณะ. (2552). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล.
- ดลฤดี สุวรรณศิริ. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั่วประเทศ*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ทงศักดิ์ โสวัจสเสตกุล. (2554). *การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*. สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ทรงธรรม อีระกุลและคณะ. (2553). *ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ*. รายงานการวิจัย : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : Diamond In Business World.
- พรพรรณ เศรษฐธรรม. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนในจังหวัดกาญจนบุรี*. รายงานการวิจัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- พรณพิมล กานนกและคณะ. (2557). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรวิสา ปราบโจร. (2555). *การตัดสินใจศึกษาต่อในคณะครุศาสตร์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*. *วารสารราชสีมา*, 1 (2) เดือนตุลาคม 55 - 56.
- พิภพ อุดร. (2547). *สามประสานเพื่อบริการเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ : เวลาดี.
- พิมลจรรย์ นามวัฒน์และคณะ. (2556). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พัชรา ตันติประภา. (2553). *หลักการตลาด (Marketing Principles)*. พิมพ์ครั้งที่ 5. ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาณุวัฒน์ สว่างแสงและนุชชานา เหลืองอังกูร. (2554). *แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระบบปรับตรง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2554*. วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9 (16) ประจำปีเดือนมกราคม – มิถุนายน 2555.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2548). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : บริษัท พิมพ์ดี จำกัด.
- ลิต้า ลิมาน, ปัทมา ปาเนาะและอัสมา เจาะเว. (2555). *ปัจจัยการเลือกเข้าศึกษาต่อคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 24 (2) เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2556.
- ราชภัฏสวนดุสิต,มหาวิทยาลัย. (2557). *แผนกลยุทธ์ 4 ปี พ.ศ. 2557-2560*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- วารุณี ตันตวิวงศ์วานิชและคณะ. (2552). *หลักการตลาดฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วัชรภรณ์ พรหมรักษ์. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของบัณฑิต กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2552). *ตำราหลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มาร์เก็ตติ้งมูฟ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สิทธิ์ ชีรธรรม. (2551). *การตลาด : สู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : วิพรีนธ์ (1991).
- แสวง รัตนมงคลมาศ. (2545). *องค์กร การนำ การตัดสินใจ เอกสารการเรียนรู้ประกอบการสอน วิชาการจัดการทางพัฒนาสังคม*. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2551). *การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา. ปรับปรุงครั้งที่ 1*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุลและดลยาจาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุษณีย์ แจ่มใส. (2551). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- เอกชัย พรหมลักษณ์. (2555). *กระบวนการตัดสินใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาในกลุ่มสถานศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอิทีรอน. ปีที่ 10 กรกฎาคม – ธันวาคม 2556.
- อเนก ณะชัยวงศ์. (2553). *การศึกษาความคิดเห็นต่อการตัดสินใจต่อของนักศึกษาภาคปกติ ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. รายงานการวิจัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Borden, N.H. (1964). The Concept of the Marketing Mix. *Journal of Advertising Research*, 4, 2 - 7.
- Cronbach Lee.J. (1990). *Essential of Psychological Testing*. New York : Haper and Row.
- Griffin, N., (2002). *The State of Spa an Industry Update, Massage and Bodywork*. New York : Addison – Wesley.
- Hawkins, D.I., Best, R.J., & Coney, K.A. (1998). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. Boston : McGraw-Hill.
- Horton, P.B. & Hunt. (1984). *Sociology*. New York : McGraw - Hill.
- Malcolm Baldrige. (2013). *Education Criteria for Performance Excellence 2013 - 2014*.
- Mowen, J.C. & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Kerin, Roger A. (2012). *Marketing*. New York : McGaw - Hill Ryerson.
- Kotler, Philip. (2011). *Market management*. London : Pearson Education.
- Kotler, P., and Keller,K. (2012). *Marketing Management*. New Jersey : Upper Saddle River.
- Lovelock, C.H. and Wright, L. (1999). *Principle of Service Marketing and Management*. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall.
- McCarthy. E. Jerome. (2004). *Basic Marketing : A Managerial Approach*. Homewood Illinois : Richard D. Irwin, Inc.
- McClelland, D.C. (1985). *Human Motivation*. Oakland, New Jersey : Scott. Froesmand & company.
- Payne, A. (1993). *The Essence of Service Marketing*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Reeder, W. (1996). *Beliefs, Disbelief's and Social Action : Department of Rural Sociology Bulletin*. New York : University of Missouri.
- Tiedemann, D.V. & O'Hara, R.P. (1963). *Career Development and Adjustment*. New York : College Entrance Examination Board.
- Yamane, T. (1976). *Statistics : An Introductory Analysis*. New York : Harper & Row.
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary. J. (2003). *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across The firms*. New York : McGraw - Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ คณะวิชา การเข้าศึกษาต่อสถานที่พักอาศัยภูมิถิ่นกำเนิดและชื่อของครอบครัว อาชีพของผู้ปกครอง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับตัดสินใจศึกษาต่อ ประกอบด้วย เป้าหมายส่วนตัว ความเชื่อและค่านิยม

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open - End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ

2. แบบสอบถามแต่ละตอนจะมีคำชี้แจงของตอนนั้น ๆ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามจะได้ทราบว่าต้องทำอะไร อย่างไร เพื่อให้การตอบเป็นไปอย่างถูกต้องสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านช่วยอ่านชี้แจงก่อนแล้วจึงตอบแบบสอบถาม

3. การตอบแบบสอบถาม ขอความกรุณาจากนักศึกษาได้โปรดตอบคำถามตามสภาพความเป็นจริงให้มากที่สุด คำตอบของนักศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุง เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมการรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อนักศึกษาแต่ประการใด เพื่อความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลของท่านจะเก็บไว้เป็นความลับและใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ท่านจะกรุณาให้ความร่วมมือและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

คำชี้แจง โปรดอ่านและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับตัวนักศึกษาและกรอกรายละเอียดในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. คณะวิชาที่ศึกษา

- คณะครุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 คณะวิทยาการจัดการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 คณะพยาบาลศาสตร์ โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ
 โรงเรียนการเรือน

3. นักศึกษาเข้าศึกษาต่อโดยวิธีใด

- ระบบโควต้า ระบบแบบรับตรง
 แอดมิชชั่น ระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์

4. สถานที่พักอาศัย

- บ้านบิดา/มารดา บ้านญาติ/พี่น้อง
 หอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม อื่น ๆ.....

5. ภูมิลำเนาเดิม

- กรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล ภาคเหนือ
 ภาคกลาง ภาคใต้
 ภาคอีสาน ภาคตะวันออก

6. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หลังข้อความตามระดับการปฏิบัติการของท่าน โดยแบบสอบถามนี้มี
 จำนวน 70 ข้อ และมีเกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่าแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับการตัดสินใจมากที่สุด	หมายถึง	5
ระดับการตัดสินใจมาก	หมายถึง	4
ระดับการตัดสินใจปานกลาง	หมายถึง	3
ระดับการตัดสินใจน้อย	หมายถึง	2
ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	หมายถึง	1

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ผลการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านภาพลักษณ์					
1. ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน					
2. เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีมาตรฐานการศึกษาได้รับการรับรองคุณภาพการศึกษา (สมศ.)					
3. มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในด้านการวิจัยในระดับนานาชาติ					
4. มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน					
5. มหาวิทยาลัยฯ เป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะเรื่องคุณภาพมาตรฐาน					
6. มีหลักสูตรให้เลือกเรียนตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ และหลักสูตรอื่น ๆ ที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของสังคมและนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้					
7. มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่ยอมรับ					
8. มีผลงานนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง					
9. มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในหลายด้าน ๆ เช่น สวนดุสิต โพล เบเกอร์ โรงแรมสวนดุสิตเพลส เป็นต้น					
10. ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม					
ภาพรวม					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ผลการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา					
1. อัตราค่าธรรมเนียม/ค่าบำรุงการศึกษามีความเหมาะสม					
2. มีบริการการกู้ยืมเงินของกองทุนเพื่อการศึกษา (กยศ.)					
3. มีทุนการศึกษาให้แก่นักศึกษาที่เรียนดี /ขาดแคลนทุนทรัพย์					
4. สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้					
5. ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันต่ำ					
6. มีกระบวนการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนหรือค่าบริการต่างๆอย่างเป็นระบบ					
7. มีการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียนได้					
8. ค่าธรรมเนียมการเรียน ได้รวมวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้รับ เช่นเอกสารในการเรียน หนังสือสื่อในการเรียนการสอน เป็นต้น					
9. มีการให้บริการนักศึกษาอย่างทั่วถึง					
10. มหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา					
ภาพรวม					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ผลการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านทำเลที่ตั้ง					
1. ทำเลที่ตั้งกว้างขวางและปลอดภัย					
2. มีความสะดวกในการเดินทาง					
3. ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้ที่พักอาศัยหรือมีหอพักให้บริการ					
4. อยู่ห่างไกลจากแหล่งอบายมุข					
5. ตั้งอยู่ในสถานที่ให้ความสะดวกรวดเร็วในการใช้ บริการ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สำนักงาน เขต เป็นต้น					
6. มีการจัดสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ภายในคณะได้ดีและมี ความปลอดภัย					
7. มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดห้องเรียนได้เหมาะสมกับ จำนวนนักศึกษา					
8. มีการปรับปรุงอาคารสถานที่ให้สวยงามและ สภาพแวดล้อมที่ดี					
9. ที่จอดรถในมหาวิทยาลัยฯ สามารถรองรับได้ เพียงพอ					
10. ทางเข้า – ออกมหาวิทยาลัยฯ มีความสะดวก					
ภาพรวม					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ผลการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การแนะแนวทางการศึกษาตามโรงเรียนต่าง ๆ ทั่วประเทศ					
2. การประชาสัมพันธ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เป็นต้น					
3. เว็บไซต์เพื่อแจ้งข่าวสารการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ที่รวดเร็ว					
4. รับรู้จากการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัยที่แสดงต่อสาธารณะเช่นการจัดแสดงผลงานนักศึกษาประจำปีการร่วมประกวดและแข่งขันกีฬา กับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ					
5. ได้รับการสื่อสารโดยตรงจากการบอกปากต่อปาก					
6. มีกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัยที่แสดงต่อสาธารณะเช่นการจัดแสดงผลงานนักศึกษาประจำปีการร่วมประกวดและแข่งขันกีฬา กับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ					
7. มีกิจกรรมการช่วยเหลือชุมชนเช่นออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท เป็นต้น					
8. มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์การรับสมัครตามสถานที่ต่าง ๆ					
9. มีการจัดนิทรรศการวิชาการ/วิชาชีพทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา					
10. มีการร่วมมือกิจกรรมกับสถานประกอบการเช่นบริษัท ทัวร์โรงแรมโรงงานบริษัทห้างร้านหรืออื่น ๆ					
ภาพรวม					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ผลการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านบุคลากร					
1. มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่ยอมรับ					
2. อาจารย์ส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางวิชาการ					
3. ความมีชื่อเสียงของอาจารย์จากสื่อภายนอก					
4. บุคลากรมีความเข้าใจระบบการให้บริการ					
5. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
6. บุคลากรและเจ้าหน้าที่มีจิตสำนึกในการให้บริการและรับฟังปัญหาของนักศึกษา (Service Mind)					
7. การติดต่อประสานงานระหว่างอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษามีความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง					
8. เจ้าหน้าที่และอาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาอย่างเป็นกันเอง					
9. บุคลากรมีจรรยาบรรณวิชาชีพ					
10. บุคลากรยึดหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงาน					
ภาพรวม					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ผลการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. จัดบริการระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว					
2. ความสะดวกสบายในการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์					
3. มีมาตรการหรือแนวปฏิบัติเพื่อรักษาความปลอดภัย					
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน					
5. มีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย เช่น ทางไปรษณีย์ เว็บไซต์และด้วยตนเอง เป็นต้น					
6. มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรอย่างเหมาะสม					
7. วิธีการจัดการเรียนการสอนมุ่งให้ผู้เรียนมีการคิดวิเคราะห์และมีทักษะทางวิชาการ วิชาชีพ					
8. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การชำระค่าเล่าเรียน ระบบบริหารการศึกษา เป็นต้น					
9. มีระบบการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาอย่างเหมาะสม					
10. มีการวัดผลประเมินผลโดยใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย					
ภาพรวม					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ผลการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านลักษณะกายภาพ					
1. พื้นที่ในมหาวิทยาลัยกว้างขวาง บรรยากาศเหมาะแก่การเรียนรู้					
2. บริเวณพื้นที่และอาคารมีความสะอาด ปลอดภัย ร่มรื่นและสวยงาม					
3. มีความโดดเด่นในการใช้ระบบ IT					
4. มีห้องสมุดกว้างขวาง มีหนังสือที่ทันสมัยจำนวนมากเพียงพอกับความต้องการ					
5. เครื่องแบบและการแต่งกายของนักศึกษาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ					
6. มีอาคารเรียนและห้องประชุมที่ทันสมัย					
7. มีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ห้องปฏิบัติการด้านภาษาเพียงพอสำหรับนักศึกษา					
8. มีบริการเครือข่าย Internet ให้กับนักศึกษาเพื่อค้นคว้าหาข้อมูล					
9. มีอุปกรณ์หรือสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาอย่างเพียงพอ					
10. ศูนย์อาหารของมหาวิทยาลัยฯ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย					
ภาพรวม					

ตอนที่ 3 การตัดสินใจต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หลังข้อความตามระดับการปฏิบัติการของท่าน โดยแบบสอบถามนี้มีจำนวน 15 ข้อ และมีเกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่าแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับการตัดสินใจมากที่สุด	หมายถึง	5
ระดับการตัดสินใจมาก	หมายถึง	4
ระดับการตัดสินใจปานกลาง	หมายถึง	3
ระดับการตัดสินใจน้อย	หมายถึง	2
ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	หมายถึง	1

การตัดสินใจศึกษาต่อ	ผลการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านเป้าหมายส่วนตัว					
1. สาขาที่เลือกเรียนตรงกับความถนัดและความต้องการ					
2. ต้องการพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ					
3. มีโอกาสจบการศึกษาตามกำหนดเวลา					
4. ความภาคภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้					
5. เพื่อเป็นความภาคภูมิใจให้กับครอบครัว					
ภาพรวม					

การตัดสินใจศึกษาต่อ	ผลการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านความเชื่อ					
1. การศึกษาระดับปริญญาตรีสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของตนเอง					
2. เชื่อว่ามีโอกาสได้ทำงานกับองค์กรหรือหน่วยงานที่มีชื่อเสียง					
3. เชื่อว่าจะได้รับความรู้และประสบการณ์ได้มาก					
4. เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับจากสังคม					
5. นักศึกษาที่จบการศึกษาที่มหาวิทยาลัยนี้ จะเป็นที่ยอมรับของสังคม					
ภาพรวม					

3. ปัญหาและอุปสรรคที่นักศึกษาประสบจากการเรียนในหลักสูตรนี้

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้
 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 ตอนที่ 2 การเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด ภาระบวกรให้บริการและลักษณะทางกายภาพ
2. การตอบแบบสัมภาษณ์ ขอได้โปรดตอบตามความเป็นจริงและตอบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลและข้อมูลของท่านจะเก็บไว้เป็นความลับเพื่อใช้ในการวิจัยเท่านั้น

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ท่านจะกรุณาให้ความร่วมมือและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาววิภาดา มุกดา
วัน เดือน ปีเกิด 24 เมษายน 2519
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร

การศึกษา

พ.ศ. 2544 - 2546 ปริญญาโท มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาการจัดการทั่วไป
พ.ศ. 2538 - 2540 ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ.) สาขาวิชาการบัญชี

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2542 - 2546 เจ้าหน้าที่การเงิน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
พ.ศ. 2547 - 2551 รองหัวหน้าศูนย์สุโขทัย ศูนย์การศึกษานอกสถาบัน
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
พ.ศ. 2551 - 2553 รองผู้อำนวยการศูนย์ดุสิตพัฒนชยการ ศูนย์การศึกษานอกสถาบัน
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
พ.ศ. 2553 - 2557 อาจารย์อัตราจ้าง หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
พ.ศ. 2557 – ปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผลงานวิจัยที่สำเร็จแล้ว

1. วิจัยในชั้นเรียนภาคเรียนที่ 2/2556 เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา จิตวิทยาเพื่อการพัฒนาตน.
2. วิจัยในชั้นเรียนภาคเรียนที่ 2/2557 เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนรู้นอกห้องเรียนในรายวิชา การจัดการคุณภาพ.
3. วิจัยในชั้นเรียนภาคเรียนที่ 2/2557 เรื่อง การปรับพฤติกรรมความรับผิดชอบของนักศึกษาในรายวิชา จิตวิทยาเพื่อการพัฒนาตน.
4. งานวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดตาก, 2556.
5. งานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก, 2556.
6. ร่วมงานวิจัยกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เรื่อง การรับรู้และความต้องการข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชนด้านการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระยะที่ 2 ให้กับสำนักคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2557.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล นางสาวธิดิมา ประภากรเกียรติ

การศึกษา

ปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธม.) สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญาตรี หลักสูตรครุศาสตร์บัณฑิต (คบ.) สาขาวิชาการบริหารโรงเรียน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ประสบการณ์การทำงาน

อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผลงานวิจัยที่สำเร็จแล้ว

- งานวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 2554.
- งานวิจัยเรื่อง การสังเคราะห์งานวิจัยในชั้นเรียน ศูนย์การเรียนรู้ระยะไกล 2 ปีการศึกษา 2554.
- งานวิจัยเรื่อง การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2554.
- ศึกษาการเข้าถึง รับรู้และความต้องการข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชนด้านการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระยะที่ 1 ปีที่พิมพ์ 2555 ร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยได้รับทุนจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.)
- ศึกษาการเข้าถึง การติดตามประเมินโครงการการจัดให้มีการบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม สำหรับ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ระยะที่ 2 ปีที่พิมพ์ 2556 ร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยได้รับทุนจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.)
- ศึกษาการเข้าถึง การรับรู้และความต้องการข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชนด้านการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รอบที่ 2 ปีที่พิมพ์ 2556 ร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยได้รับทุนจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.)
- ศึกษาการเข้าถึง การรับรู้และความต้องการข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชนด้านการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รอบที่ 3 ปีที่พิมพ์ 2558 ร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยได้รับทุนจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

นางภัทรานิษฐ์ ศุภกิจโกศล

การศึกษา

ปริญญาโท

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วทม.) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปริญญาตรี

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บจบ.) สาขาวิชาการเงิน
วิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ประสบการณ์การทำงาน

อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผลงานวิจัยที่สำเร็จแล้ว

1. งานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลก : กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและสุโขทัย – ศรีสัชชาลัย – กำแพงเพชร, 2553.
2. งานวิจัยเรื่อง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจอาหาร SMEs ย่านเยาวราช, 2558.