

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพของโรงเรียนพณิชยการลานนาเชียงใหม่ในการวางแผนศึกษาต่อ ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยจัดลำดับการนำเสนอเป็น 5 ส่วนได้แก่ ทฤษฎีแรงจูงใจ ทฤษฎีส่วนประสมตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีแรงจูงใจ

แรงจูงใจของมนุษย์นั้นมีพื้นฐานมาจากความต้องการ ซึ่งมีรูปร่างเกิดความตึงเครียด และกลายเป็นแรงจูงใจขึ้นมา ต้องมีการจัดให้หมดไป ถ้าหากเกิดแล้วไม่ได้จัดให้หมดไป มนุษย์ก็จะหงุดหงิด การพยายามจัดให้หมดไปต้องมีการรวมพลัง และรวบรวมความพยายามโดยการกำหนดทิศทางที่แน่ชัดและมุ่งตรงเข้าสู่เป้าหมายของชีวิต เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่นำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล ผู้วิจัยจึงกล่าวถึงทฤษฎีแรงจูงใจ ในหัวข้อเรื่อง ความหมายของแรงจูงใจและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

มีผู้ให้ความหมายของแรงจูงใจ (Motive) ในแง่มุมต่างๆ ไว้ดังนี้ มาโนชญ์ เชี่ยวชาญ . (2548: 109) ให้ความหมายว่า “แรงจูงใจ คือ สภาวะจิตใจที่กระตุ้นให้บุคคลกระทำ หรือแสดงออก ซึ่งพฤติกรรมทางใดทางหนึ่งเพื่อสนองความต้องการของอินทรีย์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้”

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2546: 160) ให้ความหมายว่า “แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะในตัวอินทรีย์ที่จะกระตุ้นให้อินทรีย์แสดงพฤติกรรมไปในทิศทางที่กำหนดไว้แล้ว เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายที่อินทรีย์ต้องการ”

กฤษณี คำชาย. (2544: 144) ให้ความหมายว่า “แรงจูงใจ หมายถึง พลังภายในตัวของบุคคล ซึ่งมีผลต่อความคิด ความรู้สึก และการกระทำโดยสมัครใจของบุคคลทั้งในแง่ทิศทางของความเข้ม และความสม่ำเสมอ”

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ทฤษฎีนี้ระบุว่า เหตุใดมนุษย์จึงมีความต้องการต่างกันในช่วงเวลาที่ต่างกัน ผู้นำของทฤษฎีคือ อับราฮัม มาสโลว์ ระบุว่า ความต้องการจำเป็นของมนุษย์มี 5 ชั้น (กุญชลี คำชาย, 2544: 133) โดยเริ่มจาก

1. **ขั้นกาย** ซึ่งเป็นขั้นของการตอบสนองความต้องการทางชีวะ เช่น อาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย
2. **ขั้นความปลอดภัย** ในขั้นนี้ต้องการสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและคงที่ ทำให้ปลอดภัยจากความเจ็บปวด การถูกคุกคามหรือความเจ็บป่วย
3. **ความเป็นเจ้าของ** เป็นขั้นที่รวมถึงความรัก ความผูกพัน และการได้ปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ
4. **การยอมรับนับถือ** หมายถึง การเกิดความนับถือตนเองหลังจากที่ได้ประสบความสำเร็จส่วนตัว และการได้ยอมรับนับถือจากสังคม โดยมีคนอื่น ๆ ยอมรับ
5. **ขั้นสัจการแห่งตน** เป็นความต้องการที่จะเติมเต็มและพัฒนาการตนเองให้ถึงขีดสูงสุด เป็นขั้นของการตระหนักถึงศักยภาพสูงสุดของบุคคล

ทฤษฎีแรงจูงใจ E.R.G ของแอลเดอร์เฟอร์ (กุญชลี คำชาย, 2544: 134) ได้ศึกษาทฤษฎีของมาสโลว์ และพัฒนาทฤษฎีขึ้นมาเพื่อลดปัญหาที่นักวิจัยวิพากษ์ทฤษฎีของมาสโลว์ ทฤษฎีนี้จัดกลุ่มความต้องการจำเป็นของมนุษย์ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. **ความต้องการอยู่รอด (E-existence)** หมายถึง ความต้องการจำเป็นที่เกี่ยวกับทางกาย ทางสรีระ และความต้องการความปลอดภัย ทั้งในด้านของชีวะและสิ่งแวดล้อม
2. **ความต้องการความสัมพันธ์ (R-relatedness)** หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น การได้รับการยอมรับจากสังคม และมีความปลอดภัยจากการมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
3. **ความต้องการเจริญเติบโต (G-growth)** หมายถึง ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับนับถือจากการประสบความสำเร็จส่วนตัว และการได้พัฒนาตนเองไปจนถึงขีดสูงสุดตามศักยภาพตามแนวคิดเรื่องของสัจการแห่งตนของมาสโลว์ ทฤษฎีนี้เสนอว่า พฤติกรรมของบุคคลนั้นถูกจูงใจด้วยความต้องการมากกว่า 1 ระดับพร้อมๆ กัน ตัวอย่างเช่น เด็กคนหนึ่งอาจพยายามเรียนให้เก่งได้ ทั้งที่ความต้องการทางกายอาจยังไม่ได้ได้รับการตอบสนองเพียงพอ

ส่วนประสมตลาดบริการ (Service Marketing Mix) (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ 2546)

ผลิตภัณฑ์ (Product: P1) บริการจะเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอัธยาศัยไมตรีของพนักงานทุกคน

ในมุมมองของลูกค้าจะมองถึงคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้น ธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

ราคา (Price: P2) ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำจะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตาม ก็มีได้หมายความว่า ธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสถานะของการมีคู่แข่ง หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่ม ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในมุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ กล่าวคือ ราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะสูงด้วย ทำให้มีโนภาพ หรือความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการที่จะได้รับสูงด้วย แต่ผลที่ตามมาคือ บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ในขณะที่การตั้งราคาต่ำลูกค้ามักคิดว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพด้อยตามไปด้วย ซึ่งถ้าหากต่ำมากๆ ลูกค้าอาจจะไม่ใช้บริการได้ เนื่องจากไม่กล้าเสี่ยงต่อบริการที่จะได้รับ ดังนั้น การตั้งราคาในธุรกิจบริการ เป็นเรื่องที่ซับซ้อนยากกว่าการตั้งราคาของสินค้ามาก ซึ่งผู้บริหารต้องไม่ลืมว่า ราคาจะเป็นเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายออกไปเพื่อมารับบริการกับธุรกิจหนึ่งๆ ดังนั้น การที่ธุรกิจตั้งราคาไว้สูงก็หมายความว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการก็ต้องจ่ายเงินสูงด้วย ผลที่ตามมาก็คือลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง หรืออย่างน้อยจะเปรียบเทียบกับความคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้รับ

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place: P3) ในการให้บริการนั้น สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธีคือ (ประยุกต์จาก Zeithami and Bitner, 1996)

1) การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) การให้บริการแบบนี้เป็นแบบที่ทำกันมานาน เช่น ร้านตัดผม ร้านซักกรีด ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้บริการด้วยการเปิดร้านค้าตามตึกแถวในชุมชนหรือในห้างสรรพสินค้า แล้วขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้าได้สูงสุด โดยร้านประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้าขึ้นมา

2) การให้บริการถึงบ้านลูกค้า หรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการแบบนี้ เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้า หรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า เช่น การบริการจัดส่งอาหารตามสั่ง การให้บริการส่งพยาบาลไปดูแลผู้ป่วย การส่งพนักงานทำความสะอาดไปทำความสะอาดอาคาร การบริการปรึกษาคดีถึงที่ทำงานลูกค้า การจ้างวิทยากรมาฝึกอบรมที่โรงแรมแห่งหนึ่ง การให้บริการแบบนี้ธุรกิจไม่ต้องมีการจัดตั้งสำนักงานที่หรูหรา หรือการเปิดเป็นร้านค้าให้บริการ สำนักงานอาจจะเป็นบ้านเจ้าของ หรืออาจจะมีสำนักงานแยกต่างหาก แต่ลูกค้าติดต่อธุรกิจด้วยการใช้โทรศัพท์หรือโทรสาร เป็นต้น

3) การให้บริการผ่านตัวแทนการให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์ หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ เช่น แมคโดนัลด์ หรือเคเอฟซี ที่ขยายธุรกิจไปทั่วโลก บริษัทการบินไทย ขายตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัทท่องเที่ยว และ โรงแรมต่างๆ ไม่ว่าจะเปิด เซอร์เวอริ่ง แมริออตต์ เป็นต้น

4) การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแบบนี้เป็น บริการที่ค่อนข้างใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการเป็นไปได้สะดวก และทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การให้บริการผ่านเครื่องเอทีเอ็ม เครื่องแลกเงินตราต่างประเทศ แก้อัปเดตบัตรเดบิต โน้ต เครื่องซักรีดที่หน้าหอพักหรือตามศูนย์การค้า การให้บริการดาวน์โหลด (Download) ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต

ในมุมมองของลูกค้าจะมองถึง ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูล และการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้าน หรือที่ทำงานลูกค้า

การส่งเสริมการตลาด (Promotion: P4) การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า กล่าวคือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่าน

สื่อต่างๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลาง และระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการตลาดแจกแถม เป็นต้น

ในมุมมองของลูกค้าด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจ เพื่อให้ข้อมูลความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้า เป้าหมาย เพื่อให้การให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลย หากการสื่อสารล้มเหลว

พนักงาน (People: P5) พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ เจ้าของและผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกระดับ กระบวนการในการให้บริการ รวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ พนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องมีการพบปะ และให้บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนก็จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่างๆ ที่จะทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

ในมุมมองของลูกค้าด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงาม ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดี จากผู้ให้บริการตั้งแต่เริ่มก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะเป็นครั้งแรกหรือครั้งใดของการให้บริการก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

กระบวนการให้บริการ (Process:P6) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัยในการ ทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

ในมุมมองของลูกค้าลูกค้าต้องการความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ(Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ไม่ว่าจะเป็นการบริการตัดผม ผลที่ออกมาจะต้องมีความเรียบร้อย ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือการเข้ารักษาอาการป่วย ไม่ว่าจะในโรงพยาบาลใดอาการป่วยจะต้องหาย ในแต่ละธุรกิจบริการแม้ขั้นตอนการให้บริการจะมีความ

ซับซ้อนเพียงใด ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากมายังเพียงใด ลูกค้าไม่มีส่วนมารู้รู้อย่างเดียวว่า กระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence: P7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ล็อบบี้ ลานจอดรถ ส่วนห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหรา และสวยงามเพียงใด บริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย

ในมุมมองของลูกค้า ลูกค้าต้องการ ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคาน์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตา และความสบายใจให้ลูกค้าโดยเฉพาะหากลูกค้ามาใช้บริการประเภทหรูหราฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านั้นจะต้องทำให้ความทุกข์ใจ และความไม่สบายกายได้บรรเทาเบาบางลง เช่น การนั่งฟังเพลงในร้านอาหาร ทุกสิ่งในร้านอาหารต้องสร้างความสบายให้ลูกค้า

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

สถาบันอุดมศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ . (2542: 6) หมายถึง วิทยาลัย สถาบัน มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นทั้งของรัฐและเอกชน ที่จัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ/หรือระดับปริญญาตรี ภารกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษาที่พึงประสงค์ในยุคสหัสวรรษ ที่สำคัญ มี 4 ประการ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ . 2543: 198-199)

1. ภารกิจนำอุดมศึกษาไทยสู่ความทันสมัยหรือนำสมัย ซึ่งประกอบด้วยภารกิจในการปรับระบบบริหารและการจัดการให้ทันสมัย ภารกิจที่จะต้องปฏิรูปการเรียนรู้เพื่อให้ได้บัณฑิตที่มีคุณภาพพร้อมด้วยคุณธรรมและจริยธรรม ที่พร้อมจะเป็นผู้นำในสังคมของชาติและของโลก ภารกิจในการสร้างคลังแห่งความรู้อันทันสมัย ทั้งในด้านทรัพยากรมนุษย์และเทคโนโลยี ข่าวสารความรู้ทางด้านวิชาการ ภารกิจในการค้นคว้าพัฒนาองค์ความรู้ที่ทันสมัย ภูมิแห่งปัญญาท้องถิ่นที่บูรณาการกับวิทยาการอันทันสมัย สามารถชี้นำสังคม ช่วยแก้ปัญหาให้แก่สังคมและประเทศ และพัฒนาการความรู้ใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ภารกิจในการสร้างชุมชนวิชาการทั้งในและนอกสถาบัน และความมีอิสระเสรีภาพทางวิชาการ ภารกิจในการสร้างผู้นำที่จะนำชาติและสังคมโลก

2. ภารกิจนำอุดมศึกษาสู่การเปิดเสรี ซึ่งจะต้องพัฒนาคุณภาพด้วยการแข่งขันโดยเสรี ทั้งของภาครัฐและเอกชนเป็นการแข่งขันทั้งในด้านประสิทธิภาพของการบริหารและจัดการระดมทุน

และทรัพยากร สนับสนุนสถาบัน ความร่วมมือระหว่างรัฐกับสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน และการแข่งขันในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการศึกษา

3. การกิจในการอุดมศึกษาสู่ปวงชน ซึ่งจะต้องนำอุดมศึกษาสู่ความหลากหลายเหมาะสมแก่บุคคลและชุมชน อุดมศึกษาซึ่งมีความเสมอภาค ทุกคนมีโอกาสได้ศึกษา และสามารถสนองตอบได้ทุกเวลาและสถานที่ อุดมศึกษาซึ่งมีความต่อเนื่องศึกษาได้ตลอดชีวิต และอุดมศึกษาที่ได้พัฒนาให้เหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรมไทย มีเครือข่ายแห่งชาติศึกษา เป็นการศึกษาเพื่อชีวิตและสังคมไทย

4. การกิจในการนำอุดมศึกษาสู่สากลเป็นอุดมศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับนานาชาติ คุชัชความรู้ ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพจากนานาชาติเข้าสู่ศูนย์กลางแห่งความรู้ และเป็นอุดมศึกษาซึ่งสร้างสรรค์กลมกลืน หรือมีคุณภาพระหว่างสังคมวัฒนธรรมไทยหรือความเป็นไทย และความเป็นสากลสัมพันธ์กับชนชาติอื่นเพื่ออยู่ร่วมกันได้โดยสันติในประชาคมโลก

ประเภทของสถาบันอุดมศึกษา

(แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549))

1. สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

1.1 สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ประกอบด้วย

มหาวิทยาลัย/สถาบันจำกัดรับ มีจำนวน 76 แห่ง

มหาวิทยาลัย/สถาบันไม่จำกัดรับ มีจำนวน 2 แห่ง

1.2 สถาบันอุดมศึกษาเอกชน แบ่งเป็น

มหาวิทยาลัย มีจำนวน 29 แห่ง

วิทยาลัย มีจำนวน 34 แห่ง

2. สถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ ได้แก่ กระทรวงกลาโหม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงคมนาคม กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม กระทรวงยุติธรรม สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และสภาอากาศไทย จำนวน 81 แห่ง

ประเภทการรับนักศึกษา ตามแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (2545: 40) แบ่งเป็น

1. หลักสูตรปกติ หมายถึง หลักสูตรที่จัดขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาประเทศ และต้องการเงินอุดหนุนจากรัฐเป็นสำคัญ ดังนั้น กลไกในการจัดสรรงบประมาณของรัฐจึงสามารถควบคุมปริมาณในการรับนักศึกษา และสาขาวิชาที่ต้องการได้

2. หลักสูตรพิเศษ หมายถึง หลักสูตรที่ผู้เรียนรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้การจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรพิเศษจะเป็นไปตามกลไกตลาด สนองความต้องการของผู้เรียน โดยการใช้ทรัพยากรของสถาบันอุดมศึกษาทั้งบุคคล อุปกรณ์ เครื่องมือ ให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด กลุ่มวิชาในภาพรวมตามแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (2545: 40) แบ่งเป็น

1. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

สาขาวิศวกรรมศาสตร์

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์

สาขาวิชาเกษตรศาสตร์

สาขาวิชาสัตวแพทยศาสตร์

2. กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ

สาขาแพทยศาสตร์

สาขาวิชาทันตแพทยศาสตร์

สาขาวิชาพยาบาลศาสตร์

สาขาวิชาเภสัชศาสตร์

สาขาวิชาสหเวชศาสตร์และสาธารณสุขศาสตร์

3. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์

สาขาวิชาภาษา

สาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สาขาวิชาศิลปะ

สาขาวิชานิติศาสตร์

แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษา

การศึกษาเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาคนเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่น ได้อย่างมีความสุข มีความสามารถในการพัฒนาตนเองและสังคมให้มีความสามารถในการ ประกอบอาชีพอันเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษา ในหัวข้อเรื่อง ความหมายของการศึกษา และระบบการจัดการศึกษา ประโยชน์ของการศึกษา

ความหมายของการศึกษา และระบบการจัดการศึกษา

การศึกษา หมายถึง กระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคล และสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์ความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้ขึ้นเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (ราชกิจจานุเบกษา. 2542: 2)

ระบบการจัดการศึกษา (ราชกิจจานุเบกษา . 2542: 6) การจัดการศึกษามีสามรูปแบบคือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย

การศึกษาในระบบ เป็นการศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน การศึกษาในระบบมีสองระดับคือ การศึกษาขั้นพื้นฐาน และการศึกษาระดับอุดมศึกษา การศึกษาขั้นพื้นฐานประกอบด้วย การศึกษาซึ่งจัดไม่น้อยกว่าสิบสองปีก่อนระดับอุดมศึกษา การศึกษาระดับอุดมศึกษาแบ่งเป็นสองระดับคือ ระดับต่ำกว่าปริญญา และระดับปริญญา

การศึกษานอกระบบ เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบวิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหา และความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม การศึกษาตามอัธยาศัย เป็นการศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อม และโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อหรือแหล่งความรู้อื่นๆ

ประโยชน์ของการศึกษา

การศึกษาคือ การสร้างคนให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็น มีลักษณะนิสัยจิตใจที่ดีงาม มีความพร้อมที่จะต่อสู้เพื่อตนเองและสังคมมีความพร้อมที่จะประกอบงานอาชีพได้ การศึกษาช่วยให้คนเจริญงอกงามทั้งทางปัญญา จิตใจ ร่างกาย และสังคม การศึกษาจึงเป็นความจำเป็นของชีวิตอีกประการหนึ่ง นอกเหนือจากความจำเป็นด้านที่อยู่อาศัย อาหารเครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค การศึกษาจึงเป็นปัจจัยที่ 5 ของชีวิต เป็นปัจจัยที่จะช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ด้านของชีวิต และเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของชีวิต ในโลกที่มีกระแสความเปลี่ยนแปลงทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และส่งผลกระทบต่อวิถีดำรงชีวิตต้องเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกัน การศึกษายังมีบทบาทและความจำเป็นมากขึ้นด้วยการศึกษาที่จะช่วยให้ทุกคนมีชีวิตที่ดีมีความสุข จะต้องมีลักษณะที่สำคัญดังนี้ (พนม พงษ์ไพบูลย์. 2548: 1)

1. เป็นการศึกษาที่ให้ความรู้ และทักษะพื้นฐานที่จำเป็นอย่างเพียงพอ เช่น ความรู้และทักษะทางด้านภาษา การคิดคำนวณ ความเข้าใจหลักการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น สภาพปัจจุบันมีความจำเป็นต้องสนับสนุนให้ทุกคนได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างน้อย 12 ปี จึงจะเพียงพอกับความต้องการ และความจำเป็นที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น
2. การศึกษาทำให้คนเป็นคนฉลาด เป็นคนมีเหตุผล คิดเป็นแก้ปัญหาเป็น และรู้จักวิธีแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง และเพื่อการทำงานอาชีพ
3. การศึกษาต้องสร้างนิสัยที่ดีงามให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน โดยเฉพาะนิสัยรักการเรียนรู้ และนิสัยอื่นๆ เช่น ความเป็นคนซื่อสัตย์ ขยัน อดทน รับผิดชอบ เป็นต้น
4. การศึกษาต้องสร้างความงอกงามทางร่างกาย มีสุขภาพพลานามัยที่ดี รู้จักรักษาตนให้แข็งแรง ปลอดภัยจากโรคภัยไข้เจ็บ และสารพิษ
5. การศึกษาต้องทำให้ผู้เรียนไม่เป็นคนเห็นแก่ตัว เห็นความสำคัญของประโยชน์ส่วนรวม ให้ความร่วมมือกับผู้อื่นในสังคม อยู่ร่วมกับผู้อื่น ช่วยเหลือผู้อื่น ช่วยสร้างสังคมที่สงบเป็นสุข รักษาสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน
6. การศึกษาต้องทำให้คนมีทักษะการทำงานอาชีพที่เพียงพอกับการเข้าสู่การทำงานอาชีพ รู้จักการประกอบอาชีพ และรู้จักพัฒนาการทำงานอาชีพทั้ง 6 ประการ เป็นพื้นฐานทางการศึกษาที่จำเป็นที่คนจะต้องได้รับรู้อย่างทั่วถึงทุกคน ถ้าทุกคนได้รับอย่างครบถ้วน เพียงพอ ก็จะทำให้เกิดทักษะลักษณะ และนิสัยที่พึงประสงค์ได้ การศึกษาจึงไม่ใช่สิ่งจำเป็นเพียง พอสำหรับคนบางคน แต่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนทุกคน โดยเฉพาะผู้ที่ขาดความพร้อมในปัจจุบันต่างๆเพื่อการดำรงชีวิตที่มีคุณภาพยิ่งมีความจำเป็นมากที่สุด

ส. ศิวรักษ์. (2545: 9-13) ได้กล่าวถึงเป้าหมายของการศึกษาไว้ว่า การศึกษาควรเป็นไปเพื่อให้มนุษย์

1. มีความรู้ขั้นต่ำ ซึ่งได้แก่ การอ่าน การเขียน และการคำนวณ อย่างน้อยก็เพื่อที่เขาจะอยู่ได้ในสังคม และเพื่อหาความรู้เพิ่มขึ้น ได้ด้วย
2. มีวิชาชีพเพื่อจะหาเลี้ยงชีพได้
3. มีความสนใจ และใคร่แสวงหาวิชาความรู้ จะได้สามารถเรียนรู้และเข้าใจสิ่งต่างๆ ได้ด้วยตนเอง อันนับเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้สติปัญญาของเด็กๆ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง
4. รู้จักวิจารณ์ พร้อมกับรู้จักทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม
5. ได้สัมผัสและลิ้มรสทางวัฒนธรรมและจริยธรรม ซึ่งเป็นผลได้อันสำคัญของมนุษยชาติ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑามาศ แซ่เตีย (2544) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสายวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดทุกปัจจัยในระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญมากอันดับ 1 ในเรื่องปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่ , ท่าเล) ได้แก่ ความเพียงพอและความทันสมัยของอุปกรณ์ต่างๆ ห้องเรียนมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ห้องน้ำสะอาด ห้องเรียนมีการคิดเครื่องปรับอากาศ สถานที่จอดรถสะดวกสบาย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หลักสูตรที่เปิดสอน อาจารย์มีความเชี่ยวชาญ จำนวนชั่วโมงเรียนต่อหลักสูตร ใบประกาศนียบัตรรับรองโดยกระทรวงศึกษาธิการ และอาจารย์ผู้สอนมาจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ และให้ระดับความสำคัญปานกลางกับปัจจัยด้านการโฆษณา ตามลำดับ ปัจจัยต่อด้านราคา ได้แก่ ราคาค่าเล่าเรียนต่อหลักสูตรต่ำกว่าที่อื่นๆ ทดลองเรียนแล้วจึงจ่ายเงิน ค่าเล่าเรียนหลักสูตรใกล้เคียงกับที่อื่นๆ และการผ่อนชำระค่าเล่าเรียน ตามลำดับ

จงจิตต์ อ่ำสาริกา (2540) ได้ศึกษาความต้องการศึกษาต่อสายอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตพื้นที่บริการของโรงเรียนบ่อทองวงษ์จันทร์วิทยา อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี พบว่า ในด้านความต้องการศึกษาต่อของนักเรียนที่ต้องการศึกษาต่อมีการเลือกศึกษาต่อประเภทช่างอุตสาหกรรมและสาขาวิชาช่างยนต์มากที่สุด รองลงมาศึกษาต่อประเภทสาขาวิชาพาณิชยกรรม นักเรียนร้อยละ 81.96 เลือกศึกษาต่อหลักสูตร ปวช. ที่เปิดสอนในโรงเรียนมัธยมศึกษา และร้อยละ 5.76 เลือกศึกษาต่อหลักสูตรระยะสั้น ในด้านตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อสายอาชีพ ได้แก่ เพศ ขนาดของครอบครัว ปัญหาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการศึกษา คะแนนสะสมของนักเรียน การให้กำลังใจในการทำงานของบิดา มารดา หรือผู้อุปการะ และการเดินทางมาโรงเรียน ตัวแปรที่ร่วมทำนายความต้องการเรียนต่อสายอาชีพได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบิดา ความสมบูรณ์ของครอบครัวในด้านการอยู่ร่วมกันของบิดามารดา ขนาดของครอบครัว การให้กำลังใจในการเรียนของบิดา มารดา หรือผู้มีอุปการะ การให้ความร่วมมือในการแก้ปัญหาการเรียนของบิดา มารดา หรือผู้มีอุปการะ

วิรัตน์ โมรา (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนต่อในระดับ ปวส . ตามการรับรู้ของนักศึกษา ปวช. ชั้นปีที่ 3 ของโรงเรียนเทคโนโลยีเอเชีย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางโดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านครูผู้สอน ด้านการเรียนการสอน ด้านการบริหาร การจัดการและการบริการของโรงเรียน ด้านวิชาการและชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านกิจการ

นักศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ด้านผู้ปกครอง ด้านอาคารสถานที่สิ่งแวดล้อม และบรรยากาศในสถานศึกษา ในด้านข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะพบว่า มีนักศึกษาบางส่วนที่แสดงความคิดเห็นโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ต้องการให้โรงเรียนเปลี่ยนแปลงการบริการด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ต้องการให้โรงเรียนลดค่าเล่าเรียนลง ต้องการให้อาจารย์ปกครองให้ความสำคัญและเข้าใจนักศึกษามากขึ้น และต้องการให้ครูผู้สอนให้ความเอาใจใส่ในการสอนมากกว่าที่เป็นอยู่

ภักดี ศรีอรุณ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ คือ 1) ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญต่อย่อยคือ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย มีอาคารเรียนที่สะดวกสบายและเพียงพอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานศึกษา 2) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ให้ความสำคัญในเรื่อง มีกระบวนการสอน และเทคนิคการสอนที่ทันสมัย ระยะเวลาการศึกษาตามหลักสูตร และขั้นตอนในการให้บริการต่างๆ รวดเร็ว 3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือและการยอมรับของสถานประกอบการที่มีต้นแบบวุฒิการศึกษาที่ผู้เรียนจะได้รับ และรายวิชาที่ต้องศึกษาตามหลักสูตร 4) ปัจจัยด้านบุคลากร ให้ความสำคัญเรื่อง ความเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านของอาจารย์ที่สอน ระดับการศึกษาหรือวุฒิ การศึกษาของอาจารย์ที่สอน และจำนวนของอาจารย์ที่สอนในสถาบัน 5) ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญเรื่อง มีบริการทุนการศึกษาหรือเงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ระดับราคาของ ค่าลงทะเบียนหรือค่าหน่วยกิต และสามารถผ่อนชำระค่าลงทะเบียนหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้ 6) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญเรื่อง สถานที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และมีวิทยาเขตให้เลือกศึกษาได้หลายแห่ง 7) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญเรื่อง มีการให้โควตาเพื่อศึกษาต่อเป็นกรณีพิเศษ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยแนะนำของสถาบันการศึกษาต่างๆ มาให้ข้อมูล

ยุพดี สันติวุฒน์ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยรามคำแหง สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ 1) ปัจจัยด้านบุคคล โดยให้ความสำคัญต่อย่อยคือ อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ 2) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ให้ความสำคัญเรื่อง การมี

ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย 3) ปัจจัยด้านสถานที่ให้ความสำคัญเรื่อง สถานที่เรียนสะดวกต่อการคมนาคม 4) ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญเรื่อง ขั้นตอนการรับสมัครไม่ยุ่งยาก 5) ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญเรื่อง การคิดค่าธรรมเนียมที่สามารถแบ่งชำระเป็นงวดๆได้ 6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญเรื่อง การประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

ปริญา บุญเลิศล้ำ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนศรีธนาพาณิชยการเทคโนโลยีเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่ศึกษามี 5 ปัจจัยคือ ด้านความคาดหวังต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ด้านความคาดหวังในการประกอบอาชีพและรายได้ ด้านสังคมและเศรษฐกิจของครอบครัว ด้านความถนัดและเหตุผลส่วนตัว ด้านเกียรติยศชื่อเสียงของวิชาชีพและสถาบัน โดยรวมพบว่า ทั้ง 5 ปัจจัยเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านเกียรติยศชื่อเสียงของวิชาชีพและสถาบัน ด้านความคาดหวังในการศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และด้านความคาดหวังในการประกอบอาชีพและรายได้ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านความถนัดและเหตุผลส่วนตัว และด้านสังคมและเศรษฐกิจของครอบครัว เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ละเอียด ศรีหาเหง่า (2549) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 19 ปีวุฒิการศึกษาเดิมคือ ระดับ ปวช. (ประเภทพาณิชยกรรม) ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่นอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง รายได้ส่วนใหญ่ของนักศึกษามาจากบิดามารดา และเงินกู้เพื่อการศึกษา จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เกิดจากความชอบส่วนตัวของนักศึกษามากที่สุด และเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนที่นักศึกษากำลังศึกษาในปัจจุบัน เพราะนักศึกษาสามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ และเหตุผลที่เลือกหลักสูตรพาณิชยกรรมส่วนใหญ่ เพราะเมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพเป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีข้อได้เปรียบในการสมัครงาน สาขาที่นักศึกษาเลือกเรียนอยู่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับอาชีพที่คิดว่าจะทำในอนาคต ในขณะที่รายได้ของครัวเรือนของนักศึกษาไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษา ที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษามีทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ปัจจัยภายในพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ การที่โรงเรียนมีการติดตามแจ้งพฤติกรรมให้ผู้ปกครองทราบสม่ำเสมอ และดูแลเอาใจใส่ให้นักศึกษาเป็นอย่างดี รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้าน

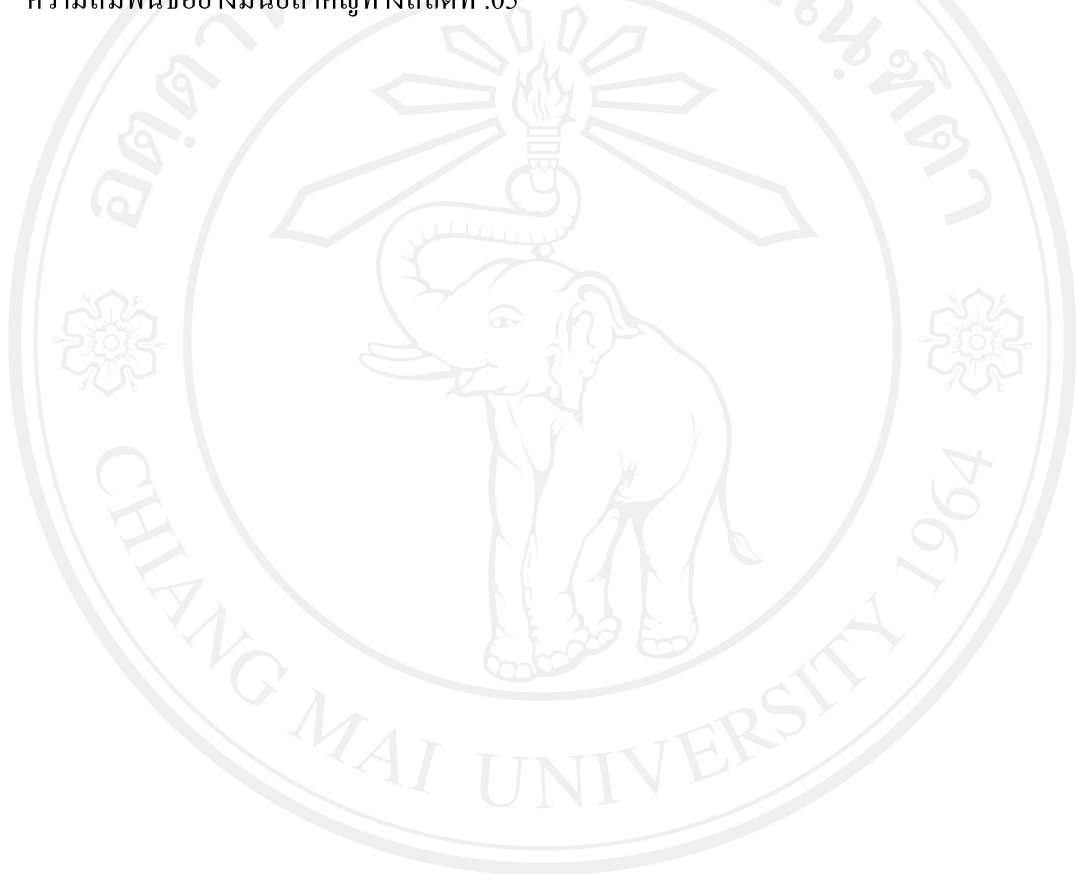
สถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายนอกพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนในปัจจุบัน ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ รongลงมาเป็นความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและทันสมัย การรับนักศึกษาในระดับ อาชีวศึกษาและระดับมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยของรัฐมีมากขึ้น ค่านิยมในการส่งลูกเข้า โรงเรียนเอกชนที่มีชื่อเสียง และการที่ระดับราคาสินค้าสูงขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ

สงบ สิงสันจิตร (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก สถานที่ศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนนักศึกษาในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียน นักศึกษา ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และเพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนนักศึกษา ในจังหวัด สุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยนักเรียนสายสามัญชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 354 คน นักศึกษาสายอาชีพระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ปีที่ 3 นักศึกษาสายอาชีพระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 2 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 354 คน ทั้งหมด 708 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เกรดเฉลี่ยสะสมขณะที่กำลังเรียน มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.51 – 3.50 รongลงมา มีเกรดเฉลี่ย สะสมระหว่าง 1.50 – 2.50 ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ระดับการศึกษาของบิดามารดาการศึกษา ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ระดับการศึกษาของมารดาส่วนใหญ่มีการศึกษาประถมศึกษา หรือ ต่ำกว่า อาชีพหลักของบิดาส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร อาชีพหลักของมารดามีอาชีพเกษตรกร รายได้ของบิดาและมารดา รongรวมกันต่อเดือน อยู่ระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท สถานภาพการสมรส ของบิดามารดาส่วนใหญ่อยู่ด้วยกัน จำนวนพี่น้องในครอบครัว ส่วนใหญ่มีจำนวนพี่น้อง 2 คน

สภาพทั่วไปของการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เลือกศึกษาต่อแบบเต็ม เวลา (ภาคปกติ) ในระดับปริญญาตรี 4 ปี สาขาที่เลือกเรียนมากที่สุด ได้แก่ สาขาบริหารธุรกิจ/ วิทยาการจัดการ เหตุผลเนื่องจากเลือกตามความถนัดและความสนใจส่วนตัว สถาบันอุดมศึกษาที่ เลือกศึกษาส่วนใหญ่คือ มหาวิทยาลัยปิดหรือสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เหตุผลเนื่องจากผู้ปกครอง สนับสนุนมากที่สุด รongลงมา จบแล้วหางานทำได้ง่าย ค่าใช้จ่ายต่ำ อยู่ใกล้บ้าน มีรุ่นพี่ หรือเพื่อน เรียนอยู่ จบแล้วได้ผลตอบแทนสูง ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่า ผลการ ประเมินระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษามากที่สุดคือ ด้านคุณภาพและชื่อเสียงของสถาบัน ด้านเศรษฐกิจ ด้านการจัดสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในสถาบัน ด้านสังคม และด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพทั่วไปของการศึกษาต่อ กับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ระดับการศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม ระดับการศึกษาของบิดา ระดับการศึกษาของมารดา อาชีพหลักของบิดา อาชีพหลักของมารดา รายได้ของบิดามารดา รวมกัน จำนวนพี่น้องในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับสภาพทั่วไปของการศึกษาต่อของนักเรียนนักศึกษา ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ ภูมิลำเนา สถานภาพการสมรสของบิดามารดาไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved