



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาธารณรัฐ
ประชาชนจีนระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

โดย

นางขวัญสุมน สีเหลือง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาธารณรัฐ
ประชาชนจีนระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

โดย
นางขวัญสุมน สีเหลือง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2554
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**FACTORS AFFECTING DECISION - MAKING OF STUDENTS IN PEOPLE'S REPUBLIC
OF CHINA ON STUDYING BACHELOR DEGREE OF THAI FOR COMMUNICATION
PROGRAM IN FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE NAKHON PATHOM
RAJABHAT UNIVERSITY**

By

Kwansumon Seroung

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF ARTS

Program of public and private management

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2011

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ” เสนอโดยนางขวัญสุมน สีเหลือง เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ปัญญา)

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

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรวงษ์)

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

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

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

50601327 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : การตัดสินใจ

ขวัญสุมน สีเหลือง : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีนระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 105 หน้า.

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม” การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน จำนวน 247 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ

ผลการศึกษาได้ดังนี้ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านความคาดหวัง ต่างก็ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจในการเข้าศึกษาอยู่ในระดับมาก ส่วนการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจ จำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน สรุปได้ว่า เพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา และปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์มากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนและปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนนั้น เพศชายมีระดับการตัดสินใจมากกว่า และปัจจัยด้านความคาดหวัง พบว่า เพศชายมีระดับการตัดสินใจที่มากกว่าเพศหญิง

การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

50601327 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORD : FACTORS AFFECTING DECISION -MAKING

KWANSUMON SEROUNG : FACTORS AFFECTING DECISION - MAKING OF STUDENTS IN PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA ON STUDYING BACHELOR DEGREE OF THAI FOR COMMUNICATION PROGRAM IN FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE NAKHON PATHOM RAJABHAT UNIVERSITY. THESIS ADVISORS : ASST.PROF. PITAK SIRIWONG. 105 pp.

The objectives of this study were (a) to identify the Influenced Factors involving student's Republic of China' decision in enrolling in Nakhon Pathom Rajabhat University and (b) to compare the students' opinions on those factors, which categorizing them according to their sex. The samples of this study comprise of 247 student's Republic of China. The tool of this study is Scales questionnaires. The tool of this study is Scales questionnaires. Research methods used the exploratory research.

The result of the study revealed that marketing mix factors and expectancy factors are resulting in the decision to study in a high level. The result of comparison of decision making by sex revealed that Marketing mix factors 7 factors concluded that females have a decision making from the impact fee study for the program, location, course, the education service and the ideal graduates more than men. For those factors related to teacher and learning process that males have decision making more than females. And expectancy factors found that male have decision making more than females.

Program of PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signaturekwansumon.....

Thesis Advisors' signaturePitak Siriwong.....

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.....	7
แนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	9
แนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวกับความคาดหวัง	14
แนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	40
ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น	40
ขอบเขตของการศึกษา.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	41
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	43
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	44
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	44
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	47
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ฯ	47
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา	77
5 สรุปผลการวิจัย	79
สรุปผลการวิจัย	80
การอภิปรายผล.....	83
ข้อเสนอแนะในการวิจัย	86
บรรณานุกรม	87
ภาคผนวก	90
ภาคผนวก ก	91
ประวัติผู้วิจัย	105

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านเกรดเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านสถานภาพของบิดามารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของบิดาของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของมารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
8	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
9	แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบแบบสอบถาม	56
10	แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านเกรดเฉลี่ยสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม	57
11	แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านสถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
12	แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านสถานภาพของบิดามารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
13	แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพของบิดา	60
14	แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพของมารดา	61

15	แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษา	62
16	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร	64
17	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านสถานที่	65
18	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านหลักสูตร	66
19	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา	67
20	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน	68
21	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน	69
22	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์	70
23	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านความคาดหวัง	71
24	แสดงการเปรียบเทียบและสรุปผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา ฯ	72
25	จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	74
26	จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศและปัจจัยด้านความคาดหวัง	77
27	ปัญหาและข้อเสนอแนะของนักศึกษาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน	78

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2	กราฟแสดงจำนวนและคำร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	48
3	กราฟแสดงจำนวนและคำร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบ แบบสอบถาม	49
4	กราฟแสดงจำนวนและคำร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านเกรดเฉลี่ยของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	50
5	กราฟแสดงจำนวนและคำร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านรายได้ของครอบครัว ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
6	กราฟแสดงจำนวนและคำร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านสถานภาพของบิดา มารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
7	กราฟแสดงจำนวนและคำร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของบิดาของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	53
8	กราฟแสดงจำนวนและคำร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของมารดาของ ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	54
9	กราฟแสดงจำนวนและคำร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
10	กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	56
11	กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านเกรดเฉลี่ยสะสมของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	57
12	กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านสถานะของผู้ตอบ แบบสอบถาม	58
13	กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านสถานภาพของบิดามารดา ของผู้ตอบแบบสอบถาม	59

ภาพที่		หน้า
14	กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพของบิดา.....	60
15	กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพของมารดา.....	62
16	กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษา .	63

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในทุกๆ ด้าน การพัฒนาการศึกษาโดยการบูรณาการเชื่อมโยงทั้งด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม เพื่อการอยู่ดีมีสุขของคนไทยทั้งปวง จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการในการกำหนดนโยบายการศึกษาในระดับชาติซึ่งจะเป็นกรอบการพัฒนาทางการศึกษาของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552 - 2559) ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงยึดทางสายกลางอยู่บนพื้นฐานของความสมดุลพอดี รู้จักพอประมาณ อย่างมีเหตุผล มีความรอบรู้เท่าทันโลก เพื่อบ่มเพาะให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและอยู่ดีมีสุขของคนไทย เกิดการบูรณาการแบบองค์รวมที่ยึด “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนายังมี “คุณภาพ” ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม เป็นแผนที่บูรณาการศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม และกีฬากับการศึกษาทุกระดับ รวมทั้งเชื่อมโยงการพัฒนาการศึกษากับการพัฒนาต่างๆ เป็นต้น โดยคำนึงถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

ปัจจุบันการเรียนภาษาที่สองมีความจำเป็นและสำคัญมาก มนุษย์มีความจำเป็นจะต้องเรียนรู้ภาษาอื่นเพื่อจุดประสงค์ในการติดต่อสื่อสารทางการเมือง การค้า ฯลฯ ดังนั้นการเรียนภาษาที่สองจึงมีความสำคัญมากในการที่จะใช้พัฒนาตนเองและสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับประเทศชาติ

แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (พ.ศ. 2553-2556) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ คุณธรรม มีเอกลักษณ์ และการขยายโอกาสทางการศึกษาเป้าประสงค์ บัณฑิตมีคุณภาพ คุณธรรม มีเอกลักษณ์ ประชาชนได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง โดยมีกลยุทธ์และมาตรการ

1. การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้ได้มาตรฐาน การพัฒนาหลักสูตรใหม่ทั้งหลักสูตรภาษาไทยและหลักสูตรนานาชาติที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและแนวทางการพัฒนาประเทศ การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ มีอัตลักษณ์ สอดคล้องกับท้องถิ่นและตลาดแรงงาน การทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศในการพัฒนาหลักสูตร การพัฒนาระบบติดตาม ตรวจสอบและ

ประเมินให้ได้ตามมาตรฐานหลักสูตร และการกำหนดมาตรฐานคุณสมบัติเฉพาะนักศึกษาแต่ละหลักสูตร

2. การขยายการรับนักศึกษา การเพิ่มฐานการรับนักศึกษา การสนับสนุนการจัดตั้งคณะใหม่ การพัฒนาระบบรองรับการรับนักศึกษาต่างชาติ การทำความร่วมมือทางการศึกษากับเครือข่ายสถาบันทางการศึกษาและพัฒนาหลักสูตรนานาชาติทั้งในและต่างประเทศ และการร่วมมือกับท้องถิ่นในการพัฒนาหลักสูตรใหม่ทั้งในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้มีการสร้างหลักสูตรใหม่ขึ้น เพื่อรองรับความสนใจของนักเรียนที่จบการศึกษา ทั้งในระดับมัธยมศึกษา หรือระดับอาชีวศึกษา ในปี พ.ศ. 2550 ทางมหาวิทยาลัยได้เปิดหลักสูตรเพื่อรองรับการเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีความสนใจทางด้านภาษาไทย คือ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร จากหลักสูตรดังกล่าว เป็นหลักสูตรที่ทำให้มีความรอบรู้ มีทักษะ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การดำเนินธุรกิจ และการพัฒนาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งวัตถุประสงค์ของหลักสูตร นักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตรดังกล่าวประกอบด้วย นักศึกษาในประเทศและนักศึกษาต่างประเทศ ที่มีความสนใจในภาษาไทย ซึ่งมหาวิทยาลัยได้รับนักศึกษาต่างประเทศโดยเฉพาะนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนที่เข้ามาศึกษาปัจจุบันมีจำนวนถึง 247 คน (ฝ่ายทะเบียนและวัดผล มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 2552)

ภารกิจของสถาบันอุดมศึกษา ไม่ว่าจะเป็นของรัฐบาลหรือเอกชน คือ การให้ความรู้ทางวิชาการ การบริการสังคม และการบำรุงและส่งเสริมวัฒนธรรม ในบรรดาภารกิจทั้งหลาย การให้ความรู้ทางวิชาการ นับเป็นภารกิจที่สำคัญยิ่ง ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาจะสามารถดำเนินงานดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นสถาบันการศึกษาหนึ่งที่มีความพร้อมในด้านต่างๆ ซึ่งน่าจะมีปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี

ด้วยเหตุนี้เอง มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ควรทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้นักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน มาเข้ารับการศึกษาคือเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยในฐานะบุคคลหนึ่งที่มีความสนใจถึงปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลในการเข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จึงทำการสำรวจถึงปัจจัยหลายๆ ด้าน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆ ให้ตรงตามความต้องการของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนให้มากที่สุด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ที่ตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านความคาดหวังที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำแนกตามเพศ

2.3 เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ในระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ไว้ดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร กลุ่มนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

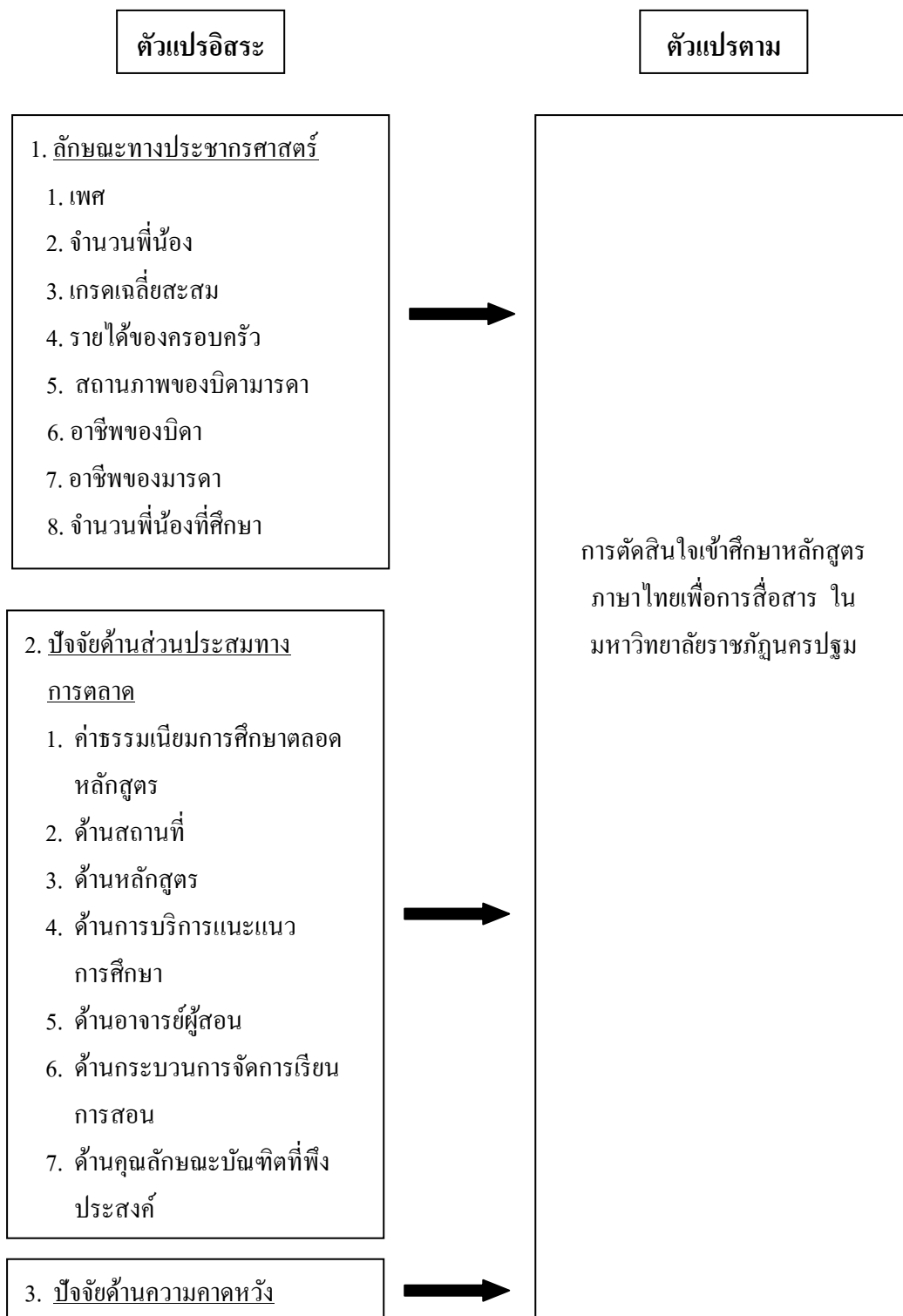
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย นักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ทั้งหมด 247 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพศชาย จำนวน 165 คน เพศหญิงจำนวน 82 คน

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านความคาดหวัง

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) การตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เวลาในวิจัย ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม – 6 สิงหาคม พ.ศ. 2554

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

หลักสูตรที่เรียน หมายถึง หลักสูตรสาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

นักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน หมายถึง นักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร หมายถึง ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่นักศึกษาต้องจ่ายสำหรับการศึกษาจนกระทั่งจบหลักสูตร ซึ่งในที่นี้ได้แก่ ค่าหน่วยกิต ค่าบำรุงห้องสมุด ค่าบำรุงมหาวิทยาลัย ค่าบำรุงกิจกรรมและค่าบริการสุขภาพ

ด้านสถานที่ หมายถึง มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ด้านหลักสูตร หมายถึง หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

ด้านการบริการแนะแนวการศึกษา หมายถึง ข้อมูลการประชาสัมพันธ์การเข้าศึกษาต่อ

ด้านอาจารย์ผู้สอน หมายถึง อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน หมายถึง วิธีการจัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ หมายถึง ความสามารถของนักศึกษาหลังจบการศึกษา

การตัดสินใจเข้าศึกษา หมายถึง การตัดสินใจของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ปัจจัยด้านความคาดหวัง หมายถึง ความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้แนวทางในการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและกำหนดแผนในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนปัจจัยดังกล่าว ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี

7.2 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้แนวทางการพัฒนาในด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษา สาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี

7.3 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้กำหนดแผนในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านความคาดหวังที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ในระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำแนกตามเพศ

7.4 เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ในระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ตามความคิดเห็นของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานความคิดเห็นนำไปสู่กรอบการวิจัย และเป็นข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ จึงได้นำเสนอเป็นลำดับดังนี้

1. หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

1.1 หลักสูตร

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (ศศ.บ. ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร) หน่วยงานที่รับผิดชอบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

1.2 ปรัชญาและวัตถุประสงค์

ปรัชญา มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรอบรู้ มีทักษะ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การดำเนินธุรกิจ และการพัฒนาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารระดับต่างๆ

1.3.2 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะทางภาษาไทยและสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และอาชีพอิสระที่ต้องอาศัยภาษาไทยเพื่อการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.3 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ทางด้านภาษาไทย สำหรับใช้ในงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจ

1.3.4 เพื่อส่งเสริมให้บัณฑิตมีโลกทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีคุณธรรมจริยธรรม สามารถพัฒนาตนให้อยู่ในสังคมได้เป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นกำลังในการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ

1.4 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1.4.1 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า

1.4.2 มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมกำหนด

1.5 ระบบการศึกษาและการกำหนดหน่วยกิต

1.5.1 การจัดการศึกษา โดยหนึ่งปีการศึกษา แบ่งเป็น 3 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาหนึ่งภาคการศึกษาปกติ ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ ทั้งนี้มีภาคฤดูร้อน โดยมีระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิต ที่มีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับภาคการศึกษาปกติ ช่วงการศึกษามีการกำหนดเวลาเปิดการเรียนการสอน ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยฯ

1.5.2 การกำหนดหน่วยกิต

1.5.2.1 รายวิชาภาคทฤษฎีที่ใช้ระยะเวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหา ไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

1.5.2.2 รายวิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

1.5.2.3 การฝึกงาน หรือฝึกภาคสนามที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

1.5.2.4 การทำโครงการ หรือกิจกรรมการเรียนอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมาย ที่ใช้เวลาทำโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

1.6 ระยะเวลาการศึกษา

สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 6 ภาคการศึกษาปกติ โดยให้ใช้เวลาศึกษาอย่างมากไม่เกิน 8 ปีการศึกษาสำหรับการลงทะเบียนเรียนของนักศึกษาภาคปกติ

1.7 การวัดผลและการสำเร็จการศึกษา

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษา ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ. 2548

1.8 โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต แยกตามหมวดวิชา ดังนี้

1.8.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

1.8.2 หมวดวิชาเฉพาะ 94 หน่วยกิต

1.8.3 หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

1.9 การสำเร็จการศึกษา

ผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

1.9.1 มีความประพฤติดี

1.9.2 ผ่านกิจกรรมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

1.9.3 มีเวลาศึกษาในมหาวิทยาลัยตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

1.9.4 สอบได้รายได้วิชาต่างๆ ครบตามโครงสร้างของหลักสูตร และเกณฑ์

การประเมินผล

1.9.5 ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00

1.9.6 ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในหมวดวิชาเฉพาะ เฉพาะวิชาเอกไม่ต่ำกว่า 2.00

1.9.7 สอบผ่านการประเมินความรู้และทักษะตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจของบุคคลนั้นเป็นกระบวนการพิจารณาเลือกทางเลือกจากหลายๆ ทางเลือกเพื่อให้ได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีที่น่าสนใจเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้ คือ

การตัดสินใจ

ในการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น จะต้องผ่านกระบวนการต่างๆ อยู่มากมาย แต่ภายในกระบวนการแต่ละกระบวนการจะต้องมีสิ่งหนึ่งเข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ด้วยตลอดเวลา นั่นก็คือ “การตัดสินใจ” (decision-making) ซึ่งโดยทั่วไปจะมีความคิดกันว่าเป็นเรื่องธรรมดาที่ทุกคนจะต้องมีการตัดสินใจ จะโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดการจะกระทำสิ่งใด สิ่งหนึ่งนั้นดูเหมือนว่าการตัดสินใจจะเป็นปัจจัยสำคัญยิ่ง ดังเช่น ในเรื่องของการตัดสินใจศึกษาต่อ

ของนักเรียน ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่เรียนจะต้องวิเคราะห์ความต้องการของตนเอง หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ หาทางเลือก ตัดสินใจทางเลือก และนำไปสู่การศึกษาที่ตนเองต้องการ

ความหมายของการตัดสินใจ

ทิพย์วัลย์ สีจันทร์ และคณะ (2546 : 99) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่าเป็น การเลือกทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา การตัดสินใจจะเกิดขึ้นมาได้ต้องมีการเลือกหลายๆ ทางเกิดขึ้นก่อน จากนั้นนำทางเลือกเหล่านั้นมาพิจารณาเปรียบเทียบกัน จนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดแล้ว จึงนำแนวทางที่เลือกนั้นมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป เช่น สามิภรรยาคนหนึ่งต้องการมีบ้าน เพราะคิดว่าถ้านำเงินค่าเช่าอพาร์ทเมนต์มาผ่อนบ้าน ก็จะมีบ้านเป็นของตัวเอง โดยบ้านที่จะซื้อต้องคำนึงถึงจำนวนเงินที่มีอยู่ สิ่งที่ต้องการภายในบ้าน ราคาค่าบ้าน สถานที่ตั้ง การคมนาคมสะดวกสบาย

เซอร์โต (สมทรัพย์ อภิชาติบุตร 2541 : 24 , อ้างถึงใน Certo 2006 : 101) ให้ความหมายว่าเป็นกระบวนการกำหนดแนวทางในการดำเนินนโยบายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรให้ได้ แนวทางใดแนวทางหนึ่งซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกที่มีอยู่อย่างหลากหลาย

อำนาจ ชีระวนิช (2550 : 155) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึงกระบวนการในการกำหนดปัญหาพิจารณาและประเมินผลทางเลือกต่างๆ จนกระทั่งนำมาสู่การเลือกและตัดสินใจการนำไปปฏิบัติและการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2548 : 361) กล่าวว่า การตัดสินใจ คือการเลือกระหว่างทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหลาย ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ หรือเป็นไปตามคำกล่าวของ เซสเตอร์ บาร์นาร์ด (Chester Banard) ที่ว่า กระบวนการตัดสินใจเป็นเทคนิคในการทำให้ทางเลือกที่มีอยู่มากมายนั้นให้เหลือน้อยลง ดังนั้นในการดำเนินการใดๆ สิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ก็คือ การต้องตัดสินใจเลือกเอาทางเลือกที่เหมาะสมหรือพอใจที่สุด

ชูชัย เทพสาร (2546 : 10) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกจากทรัพยากรที่เรามีอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จากความหมายของการตัดสินใจ มีแนวคิด 3 ประการ คือ

1. การตัดสินใจรวมถึงการเลือก ถ้าหากมีสิ่งเลือกเพียงสิ่งเดียวการตัดสินใจย่อมเป็นไปได้
2. การตัดสินใจเป็นกระบวนการด้านความคิด ทั้งจะต้องมีความละเอียด สุขุม รอบคอบเพราะอารมณ์และองค์ประกอบของจิตได้สำนึกมีอิทธิพลต่อกระบวนการความคิดนั้น
3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของการกระทำที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ และความสำเร็จที่ต้องการและหวังไว้

จากความหมายของการตัดสินใจดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น พอสรุปได้ว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางเลือกจากหลายๆ ทางเลือก โดยใช้ดุลยพินิจพิจารณาหลักเหตุผลทางเลือก และข้อมูลต่างๆ ที่มีอยู่ผนวกกับค่านิยมของแต่ละคน เพื่อเลือกทางเลือกให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตนต้องการ

รูปแบบและประเภทของการตัดสินใจ

วานิช มาลัย (2545 : 41) กล่าวว่า ในการดำเนินชีวิตทุกคนจะต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจอยู่เสมอ โดยทั่วไปแล้ว สถานการณ์ต่างๆ ที่จะต้องเผชิญอยู่ มี 2 ลักษณะ คือ สถานการณ์ที่ไม่ต้องมีการแข่งขันกับสถานการณ์ที่มีการแข่งขัน ในสถานการณ์ที่ไม่ต้องมีการแข่งขัน จะประกอบด้วย สถานการณ์ที่แน่นอน สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง ซึ่งในแต่ละสถานการณ์นั้น สามารถใช้วิธีการและเทคนิคต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจให้เป็นไปอย่างเหมาะสมได้ วิธีการและเทคนิคต่างๆ เหล่านี้สามารถไปใช้ในการวิเคราะห์ปัญหา รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ในการตัดสินใจ

การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ต่างๆ

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน (Certainly) หมายถึงสถานะที่ผู้ตัดสินใจสามารถทราบล่วงหน้าเป็นการแน่นอนว่า เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งจะเกิดขึ้น และเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรในลักษณะของโอกาสที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้สามารถพยากรณ์ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นแก่ทางเลือกต่างๆ ในอนาคตได้อย่างถูกต้อง

2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (Uncertainly) สถานะที่ผู้ตัดสินใจจะต้องเลือกทางใดทางหนึ่งเพียงทางเลือกเดียวจากทางเลือกทั้งหมดที่มีอยู่ ทั้งนี้ในแต่ละทางเลือกยังมีผลลัพธ์มากกว่าหนึ่งผลลัพธ์ ผลลัพธ์ใดที่จะเกิดขึ้นนั้นผู้ตัดสินใจไม่สามารถทราบได้ และยังไม่สามารถที่จะบอกถึงความน่าจะเป็นที่จะเกิดผลลัพธ์นั้นๆ ด้วย

3. การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง (Risk) หมายถึงสถานะที่ผู้ตัดสินใจจะต้องเลือกตัดสินใจขณะที่มีทางเลือกหลายทาง และแต่ละทางเลือกสามารถจะเกิดผลลัพธ์ได้หลายอย่าง ผลลัพธ์ใดที่จะเกิดขึ้นนั้นไม่สามารถจะพยากรณ์ได้

ทฤษฎีการตัดสินใจและกระบวนการตัดสินใจ

การตัดสินใจนั้นเป็นกระบวนการทางความคิดที่มีเหตุผล เพื่อเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีที่น่าสนใจ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

วิฑูรย์ ดันศิริ (2542 : 161) ได้สรุปกระบวนการตัดสินใจได้ 6 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นการรับรู้ปัญหาแล้วพิจารณาว่า ปัญหาคืออะไรมีสาเหตุมาจากอะไร
2. ขั้นการวิเคราะห์ปัญหา โดยศึกษาผลกระทบที่อาจจะเกิดจากปัญหานั้น รวมทั้งรวบรวมข้อมูลที่ต้องการสำหรับการตัดสินใจให้เพียงพอสำหรับทางเลือก
3. ขั้นการค้นหาทางเลือกเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และภูมิหลังของผู้ตัดสินใจประกอบด้วย
4. ขั้นประเมินทางเลือก โดยพิจารณาถึงผลดีผลเสียของแต่ละทางเลือก นำเอาผลดีมาเปรียบเทียบกับกันแล้วเลือกทางที่ว่าจะเกิดผลเสียน้อยที่สุด
5. ขั้นตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดหลังจากได้ประเมินทางเลือกเรียบร้อยแล้ว
6. ขั้นลงมือปฏิบัติและประเมินผลการตัดสินใจ

คาร์ลฮัฟฟ์ (ทองทิพย์ อยู่พะเนียด 2547: 20 , อ้างถึงใน Carkhuff 1973 : 34) กล่าวว่า การตัดสินใจประกอบด้วยขั้นตอน 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนกำหนดปัญหา ขั้นตอนแยกย่อยปัญหา เป็นการรวบรวมการกระทำและค่านิยมต่างๆ แล้วแปรค่านิยมเป็นความต้องการ และขั้นพิจารณาการกระทำตรวจสอบค่านิยม และตัวเลือกว่าตัวเลือกใดให้ความพอใจสูงสุด ผู้ให้คำปรึกษาอาจช่วยบอกค่านิยมและการกระทำในสิ่งที่ผู้รับคำปรึกษา ไม่รู้ และขั้นสุดท้ายช่วยตัดสินใจเลือกการกระทำ และการเลือกรูปแบบการตัดสินใจตามแนวคิดของคาร์ลฮัฟฟ์เป็นแนวความคิดในการให้คำปรึกษาตามแนวพฤติกรรมนิยม เน้นการตัดสินใจในด้านอาชีพ ซึ่งครูแนะแนวสามารถนำไปให้นักเรียนใช้ในการตัดสินใจเลือกอาชีพและการศึกษาต่อได้ แนวคิดนี้ช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น ช่วยพิจารณาตัวเลือกของปัญหา รู้แนวทางเลือกอย่างมีเหตุผล (สมทรัพย์ อภิชาติบุตร 2541:28)

กาลล์ โรเจอร์ (ทองทิพย์ อยู่พะเนียด 2547: 20, อ้างถึงใน Karl Roger 1987 : 52) เชื่อว่าคนมีพลังที่เป็นตัวของตัวเอง มีความคิดสร้างสรรค์ มีเหตุผล แรงจูงใจเกิดจากกระบวนการค่านิยมที่ได้จากสิ่งแวดล้อม แต่ละคนจะมีระบบค่านิยมอยู่ 2 ส่วน คือ ระบบค่านิยมที่เป็นจริงเป็นของตนเอง และระบบค่านิยมที่ได้จากบุคคลอื่น กาลล์กล่าวถึงการตัดสินใจว่า การตัดสินใจขึ้นอยู่กับเป้าหมาย และเขาได้เสนอเงื่อนไขที่จำเป็นในการให้คำปรึกษา และช่วยทำให้การให้คำปรึกษามีประสิทธิภาพและนำไปสู่การตัดสินใจ คือผู้ให้คำปรึกษาต้องแสดงความรู้สึกลึกซึ้งอย่างจริงใจ การเคารพนับถือผู้รับคำปรึกษาว่าเป็นบุคคลผู้มีศักดิ์ศรี และเข้าใจความรู้สึกผู้อื่น เงื่อนไข ทั้งสามนี้เป็นสิ่งสำคัญมากที่ทำให้ผู้ให้คำปรึกษาสามารถมองโลกในสายตาของผู้รับคำปรึกษาได้ตระหนักในความรู้สึกถูกต้องอย่างเต็มที่เข้าใจความเป็นจริงที่ผู้รับคำปรึกษา รู้กาลล์เชื่อว่ากระบวนการค่านิยมและบรรยากาศของการให้คำปรึกษาที่ดีทำให้เขามีอิสระที่จะรู้ค่านิยมของตนเอง และทำให้เขาสามารถปรับตัวได้ ผู้รับคำปรึกษาอาจขอความช่วยเหลือ แต่ผู้ให้คำปรึกษาต้องไม่ช่วยเพียงแค่

พยายามสนับสนุนให้เขาตัดสินใจด้วยตนเองและการตอบสนองของผู้คำปรึกษาเป็นกระจกเงาสท้อนให้เห็นการตัดสินใจของเขา

แคทซ์ และคาลล์ (ทองทิพย์ อยู่พะเนียด 2547: 21, อ้างถึงใน Katz and Kahn 1964 : 38) ได้ระบุขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจไว้ 4 ขั้นตอน คือ การรู้สึกถึงความกดดันที่เกิดขึ้นกับผู้ตัดสินใจในขณะนั้น การวิเคราะห์ประเภทของปัญหาและความร้ายแรงของปัญหา การแสวงหาทางเลือกในการแก้ปัญหา และการพิจารณาผลของแต่ละทางเลือก รวมทั้งการคาดคะเนประเภทของความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นหลังการตัดสินใจและการเลือกในขั้นสุดท้าย

เจอร์เล็ท (ทองทิพย์ อยู่พะเนียด 2547: 21 , อ้างถึงใน Gerlet 1970 : 47) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการตัดสินใจว่าเป็นทฤษฎีที่แสดงถึงวงจรกระบวนการตัดสินใจ โดยเริ่มจากจุดหมายหรือวัตถุประสงค์และบุคคลที่มีความประสงค์ที่ต้องการตัดสินใจบุคคลนั้นก็ประสงค์จะได้รับข้อเสนอแนะ โดยเขาจะรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจของเขา ต่อจากนั้นจะพิจารณาข้อมูลที่ได้รับและพยายามนำมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับการเลือกพิจารณาความเป็นไปได้ของทางเลือก สำหรับการทำนายผลอาจจะขึ้นอยู่กับความสำเร็จของประสบการณ์ในอดีตและระดับความปรารถนาของบุคคลนั้น ซึ่งการทำนายผลมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงใดขึ้นอยู่กับข้อมูลที่รวบรวมได้นั้นได้นำหนักในการคาดคะเนอย่างเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมสำหรับลำดับขั้นต่อไปเป็นระบบค่านิยม ในขั้นนี้บุคคลจะพิจารณาถึงผลที่พึงปรารถนา เขาจะเปรียบเทียบผลที่ได้รับจากระดับขั้นของค่านิยม เช่น ถ้าเขาเลือกวิชาอาชีพนี้เพื่อต้องการเงินมากหรือคาดได้ว่าเขาจะต้องการเรียนจบในสาขานี้ได้และจะมีโอกาสศึกษาต่อเขาจะต้องตั้งคำถามว่าค่านิยมสูงสุดของเขานั้นคืออะไร ทั้งนี้เพื่อให้การตัดสินใจเลือกของเขาเหมาะสมยิ่งขึ้น ส่วนขั้นสุดท้ายเป็นการประเมินผลและเลือกตัดสินใจ ซึ่งจะเป็นผลจากการตัดสินใจในครั้งนี้ โดยผลที่ได้รับเหมาะสมกับจุดหมายและข้อมูลหรือการตัดสินใจที่จะสำรวจต่อไปโดยวางแผนสำรวจเพื่อให้ได้ข้อมูลใหม่เพื่อการตัดสินใจครั้งต่อไป

วิเชียร วิทยอุดม (2549 : 294) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจประกอบด้วยขั้นที่ผู้ทำการตัดสินใจจะต้องทำให้ได้ทางเลือกนั้นมา หากใช้กระบวนการที่มีระเบียบแบบแผนที่แน่นอน ความน่าจะเป็นที่ว่าการตัดสินใจโดยใช้กระบวนการที่มีระบบและมีระเบียบแบบแผนมีความเหมาะสมมากกว่ากระบวนการที่ไม่มีระบบและไม่มีระเบียบแบบแผนก็ว่าจะมีอยู่สูงเช่นกัน การตัดสินใจจะต้องทำกันอย่างมีขั้นตอนเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด

สำหรับการตัดสินใจให้เพียงพอสำหรับทางเลือก ขั้นการค้นหาทางเลือกเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และภูมิหลังของผู้ตัดสินใจ ประกอบด้วย ขั้นประเมินทางเลือก โดยพิจารณาถึงผลดีผลเสียของแต่ละทางเลือก นำเอาผลดีมา

เปรียบเทียบกันแล้วเลือกทางที่น่าจะเกิดผลเสียน้อยที่สุด ขึ้นตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังจากได้ประเมินทางเลือกเรียบร้อยแล้ว และขึ้นลงมือปฏิบัติและประเมินผลการตัดสินใจ

จากแนวคิด และทฤษฎีดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจของบุคคล นั้นเกิดจากกระบวนการตอบสนองความคาดหวังหรือความต้องการ โดยอาศัยแรงจูงใจจากประสบการณ์ในอดีต สิ่งแวดล้อมในสถานการณ์ปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคต ซึ่งบุคคล อาจจะเลือกตัดสินใจกระทำตามความคิดหรือค่านิยมสำหรับตนเอง ดังนั้น ความคาดหวัง แรงจูงใจ และสิ่งแวดล้อม ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของบุคคล

และจากการศึกษาขั้นตอนของการตัดสินใจ จะเห็นได้ว่า การตัดสินใจนั้นเข้าไป มีบทบาทต่อบุคคลทุกคนอยู่ตลอดเวลา ทั้งที่โดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม การตัดสินใจจึงเป็น กระบวนการคิดที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล โดยการตัดสินใจอาจขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมาย ความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี ข้อผูกพันต่างๆ และการเสริมโอกาสความสามารถ อิทธิพลจากบุคคล จากสิ่งแวดล้อม ดังนั้นในการตัดสินใจศึกษาต่อผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา ย่อมได้รับอิทธิพลจาก บุคคลหรือสิ่งแวดล้อม แล้วนำเอาอิทธิพลเหล่านั้นมาเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจศึกษาต่อ

สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายก็เช่นเดียว เป็นช่วงเวลาของการตัดสินใจว่าเมื่อตนเองสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายแล้วจะเลือกศึกษาต่อใน สาขาวิชาใดหรือจะดำเนินชีวิตต่อไปในอนาคตอย่างไร การตัดสินใจจึงมีบทบาทสำคัญต่อนักเรียน มากในช่วงนี้เวลาเช่นนี้

การตัดสินใจเข้าศึกษา โดยทั่วไปมักจะบ่งชี้ถึงการเลือกอาชีพ หรืองานที่ต้องการจะทำ ในอนาคต และการที่จะมีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะประกอบอาชีพได้นั้นจำเป็นจะต้องผ่าน ระบบการศึกษาอบรมมาก่อน ซึ่งต้องใช้ระยะเวลายาวนาน การเลือกศึกษาต่อจึงเหมือนกับการเดินทางไปสู่อาชีพครั้งทางแล้ว ถ้าเลือกไม่เหมาะสมก็ย่อมก่อให้เกิดการสูญเสียประโยชน์ โอกาสทั้งของตนเองและของประเทศ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของความคาดหวัง

สุชา จันทรเฒ และ สุรางค์ จันทรเฒ (2529 : 55) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า ความเชื่อมั่นว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเกิดขึ้นและสิ่งใดที่ไม่น่าจะเกิดขึ้น ความคาดหวังจะเกิดขึ้นตามความเชื่อหรือการคาดการณ์ล่วงหน้าหรือไม่นั้นย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละคน หากความคาดหวังนั้นประสบความสำเร็จหรือถูกต้อง จะมีเจตคติที่ดีหรือมีความพึงพอใจ ต่อสิ่งนั้น แต่ถ้าหากความคาดหวังจากเป้าหมายนำไปสู่การปฏิบัติงานว่า หมายถึง ความคาดหวัง

ที่ว่า ถ้ามีความพยายามแล้วย่อมนำไปสู่การกระทำ แม้ว่าการกระทำที่เสร็จจะไม่บรรลุเป้าหมาย เพราะงานยากเกินไปหรือประเมินค่าไม่เพียงพอหรือบุคคลขาดความชำนาญ

ชัยฉกร พรภาณุวิชญ์ (2540 : 6) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

เกศสินี กลั่นบุญ (2540 : 16) ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า การคาดการณ์หรือความคาดหวังเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของบุคคล ประสบการณ์ที่ผ่านมาและการเห็นคุณค่าของการกระทำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการนั้นๆ ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของบุคคล ในการตั้งความหวัง บุคคลจะกำหนดระดับความคาดหวังไว้ให้เป็นแนวทางที่จะสามารถประสบผลสำเร็จได้

สกวเดือน ปธนสมิทธิ์ (2540:64) ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่าเป็นแนวความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แล้วแสดงออกมาโดยการพูด การเขียน และการแสดงออกนั้น ขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางสังคม ประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ ซึ่งบุคคลอื่นอาจไม่เห็นด้วยก็ได้ หรืออาจกล่าวว่า ความคาดหวัง คือ การแสดงออกทางทัศนคติอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกโต้ตอบสิ่งต่างๆ ในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธ จึงควรพิจารณาในด้านองค์ประกอบของทัศนคติควบคู่ไปด้วย

พัชรี ศรีสุข (2542 : 11) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง การคาดคะเน หรือความมุ่งหวังของบุคคลกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลจากอดีต ปัจจุบัน เป็นตัวทำนาย ซึ่งจะแตกต่างกันตามลักษณะของแต่ละบุคคล ความต้องการ บทบาทหน้าที่และเป้าหมายในการกระทำนั้นๆ

ปิยะสุดา แคว้นนนทรี (2544 : 8) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของบุคคล

พิสิฐ มหามงคล (2546 : 20) สรุปความคาดหวังว่า เป็นการคาดการณ์ของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่เคยประสบมาเป็นปัจจัยกำหนดความคาดหวัง ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกความคิดเห็นเป็นประจักษ์ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลจะเป็นไปเพื่อการได้รับผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้

ธนวิธ ภูเก้าล้วน (2547 : 9) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง อันดับของจุดหมายที่ตั้งไว้เป็นความคาดหวังที่น่าจะเป็นไปได้ ชีวิตของทุกคนย่อมขึ้นอยู่กับความคาดหวังด้วยกันทั้งสิ้น พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกในปัจจุบันเราย่อมคาดหวังผลในอนาคตนั้นความคาดหวังจึงเป็นผลจากประสบการณ์ในอดีตของบุคคล

เชียร โชติกะชีวิน (2549 : 34) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ระดับความแน่ใจหรือความเป็นไปได้ที่เมื่อใช้ความพยายามในการทำงานแล้วจะเกิดความสำเร็จ ความคาดหวังเป็นความเชื่อมโยงระหว่างความพยายามและการกระทำ

สรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นความคิด ความเชื่อ ความต้องการ ความมุ่งหวังหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล การกระทำหรือเหตุการณ์ เป็นต้น จึงเป็นการคิดล่วงหน้าโดยมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้อาจจะเกิดตามที่ตนคิดไว้ ทั้งนี้ความคาดหวังของบุคคลจะขึ้นอยู่กับความต้องการและเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

ลักษณะของความคาดหวัง

ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์ (2530 : 109) ได้กล่าวถึง ลักษณะของความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของบุคคลเป็น 3 มิติ ดังนี้

มิติที่หนึ่ง เกี่ยวกับปริมาณของความคาดหวัง (Magnitude) กล่าวคือ ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคลในการกระทำพฤติกรรมหนึ่งหรือแตกต่างกันในบุคคลเดียวกันเมื่อต้องทำงานสำเร็จถึงระดับไหนเมื่อถูกเสนองานที่มีระดับความยากแตกต่างกัน

มิติที่สอง เกี่ยวกับการแผ่ขยาย (Generality) ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตน อาจจะแผ่ขยายจากสถานการณ์หนึ่งไปสู่สถานการณ์อื่นในปริมาณที่แตกต่างกันได้ ประสบการณ์บางอย่างไม่ทำให้ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนแผ่ขยายไปสู่สถานการณ์อื่นได้

มิติที่สาม เกี่ยวกับความเข้มหรือความมั่นใจ (Strength) ถ้าความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนมีความเข้มน้อยจะทำให้ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนลดน้อยลง แต่ถ้ามีความเข้มหรือความมั่นใจมากบุคคลจะมีความบากบั่น มานะพยายาม แม้ว่าจะประสบเหตุการณ์ที่ไม่สอดคล้องกับความหวังบ้างก็ตาม

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของบุคคลนั้นเป็นตัวกำหนดว่าเขาจะต้องใช้ความพยายามมากเท่าไร จะต้องใช้ความมุมานะพยายามที่จะต้องเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ หรือประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจไปอีกนานเท่าใดและการที่บุคคลใช้ความพยายามและความมุมานะในการทำงานอย่างเต็มที่ตลอดเวลา เขามีแนวโน้มที่จะทำงานได้

ประสบผลสำเร็จสูงหรือต่ำ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมา ระดับผลงานที่บุคคลกำหนดหรือคาดหมายว่าจะทำได้ผลตอบแทนหรือความพอใจที่จะได้โอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนนั้น

ทฤษฎีความคาดหวัง

อุไรวรรณ เกิดผล (2536 :38) ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectation Theory) ซึ่งนักจิตวิทยากลุ่มปัญญานิยม เชื่อว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่ใช้ปัญญาหรือความคิดในการตัดสินใจว่าจะกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อจะนำไปสู่เป้าหมายที่จะสนองความต้องการของตนเอง จึงเกิดสมมติฐานดังนี้

1. พฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดขึ้น โดยผลรวมของแรงผลักดันภายในของเขเองและแรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อม
2. มนุษย์แต่ละคนมีความต้องการ ความปรารถนาและเป้าหมายที่แตกต่างกัน
3. บุคคลตัดสินใจที่จะทำพฤติกรรมโดยเลือกจากพฤติกรรมหลายอย่างสิ่งที่เป็นข้อมูลให้เลือก ได้แก่ ความคาดหวังในค่าของผลลัพธ์ที่จะได้ภายหลังจากการแสดงพฤติกรรมนั้นไปแล้ว ความคาดหวัง (Expectation theory) เป็นความเชื่อหรือความคิดอย่างมีเหตุผล ในแนวทางที่เป็นไปได้ หรือเป็นความหวังที่คาดการณ์ว่าต้องการจะได้ในอนาคตของบุคคล ความคาดหวังจึงเป็นสถานะจิตที่บุคคลคาดคะเนล่วงหน้าแต่บางสิ่งบางอย่างควรมี ควรจะเป็นหรือควรเกิดขึ้นตามความเหมาะสม ในเรื่องของความคาดหวังจึงมีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ได้แก่ เคิร์ท เลวิน (Kurt Lewin) วิคเตอร์ เฮช.วรูม (Victor H.Vroom) พอร์ทเตอร์-ลอว์เลอร์ (Porter Lawler's) เป็นต้น ดังนั้นทฤษฎีความคาดหวังจะอยู่ในรูปของกลุ่มทฤษฎี ดังนี้

ทฤษฎีความคาดหวังของเคิร์ท เลวิน (Kurt Lewin) และเอ็ดเวิร์ด โทลแมน (Edward Tolman) ในประเด็นของการให้ผลตอบแทนทฤษฎีนี้กล่าวไว้ว่า การที่บุคคลจะทำงานทุ่มเทมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ระดับความเข้มข้นของความต้องการผลตอบแทนและความคาดหวังของบุคคลนั้นว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดที่จะได้รับการตอบสนองดังกล่าว

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2543 :319) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีความคาดหวังของวรูม (Vroom) มีความเชื่อว่าการที่บุคคลมีความพยายามทำงานมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความคาดหวังในผลตอบแทนที่เขาจะได้รับ ถ้าเขามีความคาดหวังสูงก็จะมีพยายามมาก แต่ถ้ามีความคาดหวังต่ำก็จะมีพยายามน้อย และได้กำหนดตัวแปรไว้ 3 ตัวแปร คือ

1. คุณค่าของผลลัพธ์แต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับความปรารถนาหรือความต้องการ ถ้าต้องการมากจะมีค่าเป็นบวก แต่เฉยๆ ไม่รู้สึกยินดีร้าย จะมีค่าเป็นศูนย์ และถ้าไม่ชอบหรือไม่ต้องการจะมีค่าติดลบ

2. ความคาดหวัง คือความน่าจะเป็นที่การกระทำอย่างหนึ่งจะมีโอกาสทำให้เกิดผลลัพธ์ในระดับแรกมากน้อยเพียงใด ถ้าคนเชื่อแน่นว่า หากทำงานเต็มที่จะสามารถทำให้ได้ผลผลิตสูงอย่างแน่นอน ความคาดหวังจะเท่ากับหนึ่ง ในทางตรงกันข้าม ถ้าเชื่อว่าถึงแม้จะพยายามทำงานหนักสักเพียงใดก็ไม่สามารถทำผลงานออกมาในปริมาณสูงได้เลย ความคาดหวังก็จะเท่ากับศูนย์

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ อธิบายได้ว่า แรงจูงใจของแต่ละคนจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผลที่ได้รับหรือที่คิดว่าสมควรจะได้รับเมื่อกระทำการนั้นสำเร็จตามเป้าหมายแล้ว ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ส่วนหนึ่งของแรงจูงใจที่บุคคลจะมีหรือไม่ หรือมีมากน้อยขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์

อริยา คูหา (2546 :46) ได้กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนที่เกิดมาบนโลกใบนี้ เมื่อเติบโตขึ้นในช่วงอายุหนึ่งที่มีความต้องการ ความรู้สึกเป็นของตัวเอง หรือเมื่อมีวุฒิภาวะเจริญเติบโตขึ้นในทางความคิด ทุกคนต่างก็มีเป้าหมายให้กับตัวเองเพื่อต้องการให้เกิดความสำเร็จ และในการเดินทางที่จะไปสู่เป้าหมายนั้น ทุกคนก็จะต้องมีความคาดหวังให้กับความสำเร็จนั้น เพื่อให้มีความคาดหวังนั้น อาจจะเป็นความคาดหวังให้กับตัวเองหรือเป็นความคาดหวังให้กับบุคคลอื่น โดยทำการคาดหวังให้บุคคลอื่นเป็นไปตามที่ตัวต้องการตามเป้าหมายที่วางไว้

ผู้ที่ให้ต้นกำเนิดแห่งแนวคิดนี้คือ Edward Tolman แต่ผู้ที่ได้เผยแพร่และสร้างทฤษฎีคือ Victor Vroom โดยที่ Vroom ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับสมมุติฐาน 4 ประการที่เป็นบ่อเกิดแรงจูงใจในการทำงาน กล่าวคือ

1. การคาดหวังว่าเมื่อแสดงพฤติกรรมไปแล้วจะทำสิ่งนั้นได้หรือไม่ มีความรู้ความสามารถและมีสิ่งเอื้ออำนวยความสะดวกที่จะแสดงพฤติกรรมเพียงพอที่จะดำเนินได้มากเพียงใดและมีบทบาทที่สามารถแสดงความสามารถทำได้ดีเพียงใด
2. การคาดหวังว่าเมื่อทำงานนั้นแล้วทำได้ดีเพียงใด
3. การคาดหวังว่าเมื่อทำงานนั้นได้แล้วจะได้ผลลัพธ์อย่างที่ต้องการหรือไม่
4. การตีผลลัพธ์ที่ได้จากการกระทำ ถ้าเขาเห็นว่ากระทำแล้วมีค่า เขาก็อยากทำ แต่ถ้าไม่มีค่าเขาก็ไม่สนใจ จึงสรุปได้ว่าคนเรามีแรงจูงใจในการกระทำสิ่งใดๆ ย่อมมีความคาดหวังตามเงื่อนไขข้างต้น เพราะหากขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดไปแล้วแรงจูงใจย่อมขาดหายไปด้วย เมื่อดูตามสภาพแล้ว

Bartal and Matin (พิไลวรรณ จันทรสุกร :2540 , อ้างถึงใน Bartal and Matin) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังตามแนวคิดของ Vroom ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1. ความคาดหวังในความพยายามต่อการกระทำหรือการปฏิบัติงาน หมายถึงการที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าว่าตนเองพยายามกระทำพฤติกรรมได้ตามความสามารถแล้วโอกาสที่จะกระทำสิ่งนั้นได้สำเร็จมีมากน้อยเพียงใด เป็นการคิดก่อนจะทำการสิ่งต่างๆ ว่าสามารถทำได้หรือไม่

2. ความคาดหวังในการกระทำต่อผลลัพธ์หรือผลของการปฏิบัติงาน หมายถึงการที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าก่อนกระทำพฤติกรรมว่าถ้าหากกระทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้ผลลัพธ์แก่ตนเองในทางที่ดีหรือไม่

3. ความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์หรือรางวัล หมายถึง คุณค่าจากผลการกระทำที่เกิดแก่บุคคลที่แสดงพฤติกรรมนั้น

ดังนั้นทฤษฎีความคาดหวัง Vroom หรือ Expectation Theory บางทีเรียกว่า VET Theory และได้กำหนดเป็นสูตรไว้ดังนี้

$$\text{การจูงใจ (หรือแรงจูงใจ)} = \text{คุณค่าของผลลัพธ์} \times \text{ความคาดหวัง} \times \text{ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกับผลลัพธ์}$$

1. คุณค่าของผลลัพธ์ แต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับความปรารถนาหรือความต้องการ ถ้าต้องการมากจะมีค่าเป็นบวก แต่เฉยๆ ไม่รู้สึกยินดีร้าย จะมีค่าเป็นศูนย์ และถ้าไม่ชอบหรือไม่ต้องการจะมีค่าติดลบ

2. ความคาดหวัง คือความน่าจะเป็นที่การกระทำอย่างหนึ่งจะมีโอกาสที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ระดับแรกมากน้อยเพียงใด ถ้าคนเชื่อแน่ว่า หากทำงานเต็มที่จะสามารถทำให้ได้ผลผลิตสูงอย่างแน่นอน ความคาดหวังจะเท่ากับหนึ่ง ในทางตรงกันข้าม ถ้าเชื่อว่าถึงแม้จะพยายามทำงานหนักสักเพียงใดก็ไม่สามารถทำผลงานออกมาในปริมาณสูงได้เลย ความคาดหวังก็จะเท่ากับศูนย์

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกับผลลัพธ์ อธิบายได้ว่า แรงจูงใจของแต่ละคนจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผลที่ได้รับ หรือที่คิดว่าสมควรจะได้รับเมื่อกระทำการนั้นสำเร็จตามเป้าหมายแล้ว ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ส่วนหนึ่งของแรงจูงใจที่บุคคลจะมีหรือไม่ หรือมีมากน้อยขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างการทำกับผลลัพธ์

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า บุคคลจะทุ่มเทความพยายามในการทำงานหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการพิจารณาองค์ประกอบทั้งสามภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด มนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความคาดหวังเสมอ ความคาดหวังจึงเปรียบเสมือนเป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ แต่ละบุคคลก็มีความคาดหวังไม่เท่ากันในแต่ละช่วงเวลาหรือสถานการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสภาวะที่สิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลง

จํานงค์ บุญชู (2531 : 268-272 , อ้างถึงใน Vroom ,H. Victor. Work and Motivation 1964 : 164) ได้กำหนดวิธีการจูงใจมนุษย์ให้พึงพอใจในงานและตั้งใจให้มีประสิทธิภาพ โดยวิธีการจูงใจของวรูม ได้กำหนดตัวแปรไว้ 3 ตัวแปร คือ

1. คุณค่าของผลงานที่ทำ (Valence) หมายถึง ผลลัพธ์หรือผลตอบแทนหรือความก้าวหน้าหรือรางวัลที่จะได้รับจากการทำงานหรือปฏิบัติงานนั้นๆ ว่ามีคุณค่าจากดีดลบหรือไม่ชอบ ไปหาจุดศูนย์และเพิ่มเป็นบวก เพราะเป็นรางวัลที่ชอบ

2. ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง การที่มนุษย์จะกำหนดความเป็นไปได้ในการที่จะได้รับผลตอบแทนหรือรางวัลหรือความก้าวหน้า โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความพยายาม ความขยัน อดทน ความมีเสน่ห์และการใช้อิทธิพลอื่นๆ ใส่เข้าไปในกระบวนการทำงาน เพื่อให้ความคาดหวังเป็นผลสำเร็จ มนุษย์ที่มีความคาดหวังสูง จะใช้ความพยายามมากกว่า 0 อาจจะเป็น +1 เช่น พนักงานที่ขยันจะทำงานเกินกว่ามาตรฐานของงานปกติ โดยคาดหวังว่า ถ้าลำบากในวันนี้ โอกาสข้างหน้าหรืออนาคตจะได้สบาย ได้เลื่อนเงินเดือนหรือเลื่อนตำแหน่งในทางตรงกันข้าม ถ้ามนุษย์มีความคาดหวังต่ำ จะใช้ความพยายามในการขยันหรือสู้งานที่ระดับ 0 หรือใกล้ศูนย์

3. เครื่องมือ (Instrumentality) หมายถึง ระเบียบ กฎเกณฑ์ กติกา ที่ใช้ถือปฏิบัติในองค์กร ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับระดับของความคาดหวังและผลของการจูงใจ

การกำหนดความคาดหวัง

การกำหนดความคาดหวังของบุคคล นอกจากจะขึ้นอยู่กับระดับความยากง่ายของงานแล้ว ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้นๆ ด้วย การที่บุคคลกำหนดความคาดหวังไว้ อย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมา กล่าวคือ ถ้าบุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นมาก่อนก็จะทำให้การกำหนดความคาดหวังในการทำงาน ในคราวต่อไปสูงขึ้นและใกล้เคียงกับความสามารถจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามระดับความคาดหวังต่ำลงมา เพื่อป้องกันมิให้ตนเกิดความรู้สึกล้มเหลว จากการที่วางระดับความคาดหวังไว้สูงกว่าความสามารถจริง

การที่บุคคลจะกำหนดความคาดหวังของตนนั้นจะต้องประเมินความเป็นไปได้ด้วย ทั้งนี้เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งอื่นๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ ความรู้สึกนึกคิดหรือคาดการณ์นั้นๆ จะมีลักษณะเป็นการประเมินค่าโดยมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคล แม้จะเป็น การให้ต่อสิ่งใดสิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือนามธรรมชนิดเดียวกันก็อาจจะแตกต่างกัน

ออกไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจและการเห็นคุณค่าความสำเร็จของ
สิ่งนั้นๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545:55) ได้กล่าวไว้ในงานเขียนของเขานักจิตวิทยา
ในยุคปัจจุบันในกลุ่มปัญญานิยม (Cogntitirism) มีความเชื่ออย่างหนักแน่นว่า มนุษย์เป็นสัตว์โลก
ที่ใช้ปัญญาหรือความคิดในการตัดสินใจว่าจะกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อจะนำไปสู่
เป้าหมายที่สนองความต้องการของตนเองด้วยความเชื่อเช่นนี้เองจึงเกิดมีคติฐาน(Assumption)
ดังนี้

1. พฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดขึ้น โดยผลรวมของแรงผลักดันภายในตัวของ
เขาเอง และแรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อม
2. มนุษย์แต่ละคนมีความต้องการ ความปรารถนา และเป้าหมายแตกต่างกัน
3. บุคคลตัดสินใจที่ทำพฤติกรรม โดยเลือกพฤติกรรมหลายอย่างสิ่งที่เป็นข้อมูล
ให้เลือก ได้แก่ ความคาดหวังในค่าของผลลัพธ์ที่ได้รับ ภายหลังจากที่แสดงพฤติกรรมนั้นไป
แล้ว

จากคติฐานดังกล่าว นักจิตวิทยากลุ่มนี้ซึ่งนำโดย วรูม (Vroom) ลอว์เลอร์
(Lawler) และ พอร์เตอร์ (Porter) จึงได้เสนอทฤษฎี ซึ่งจะมีศัพท์วิชาการที่จะต้องทำความเข้าใจอยู่ 3 ประการ ดังนี้

1. ความคาดหวังในความพยายาม การกระทำ (Effort Performance Expectancy)
หมายถึง การที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าว่า ถ้าหากตนเองลงมือแสดงพฤติกรรมเต็มที่
สุดความสามารถแล้ว จะมีโอกาสหรือความน่าจะเป็นสูงมากน้อยเพียงใดที่จะกระทำสิ่งนั้นได้
สำเร็จ กล่าวได้โดยง่ายก็คือ บุคคลจะขังใจว่าพฤติกรรมที่ต้องกระทำนั้น มันยากเกินกำลัง
ความสามารถตนเองหรือไม่ ก่อนที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นออกไป เช่น ถ้าหากเขายกพฤติกรรม
ที่มีเงินเหลือเอาไว้ให้บุคคลผู้หนึ่งฟัง โดยหวังว่าเขาจะเลียนแบบ เขาอาจจะไม่ยอมเลียนแบบ เพราะ
เขาคิดว่าตัวเขาไม่มีคุณสมบัติ หรือความสามารถที่กระทำเช่นนั้นได้
2. การคาดหวังในการกระทำ ผลกรรม (Performance outcome Expectancy)
หมายถึง การที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมว่า ถ้าหากเขาจะกระทำ
พฤติกรรมนั้นแล้ว เขาจะได้ผลลัพธ์ที่เป็นผลดีหรือผลเสียอย่างไรต่อตัวเขา ตัวอย่างเช่น
ผู้ได้บังคับบัญชาที่คิดจะแสดงความคิดเห็นต่อผู้บังคับบัญชา เขาจะต้องขังใจดูก่อนว่าแสดง
ความคิดเห็นนี้ออกไปแล้วเจ้านายจะชอบหรือไม่ เป็นต้น จะเห็นว่าแต่ละพฤติกรรมที่
แสดงออกนั้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์หลายอย่างที่แตกต่างกัน

3. ค่าของผลกระทบ (Valence) หมายถึง คุณค่าหรือความตั้งใจที่ผลกระทบมีให้แก่บุคคลที่จะต้องแสดงพฤติกรรมออกไป เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกระทบนั้นแต่ละบุคคลมีความรู้ที่แตกต่างกันต่อผลกระทบเดียวกัน

ปัจจัยกำหนดความคาดหวัง

เซอร์ลอค (กนกเลขา แก้วสว่าง 2540 : 30-32, อ้างถึงใน Hurlock 1980 : 62) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันไว้ดังนี้

1. อุดมการณ์ด้านวัฒนธรรม (Cultural ideals) วัฒนธรรมที่ต่างกันจะทำให้มาตรฐานของความคาดหวังแตกต่างกัน ซึ่งมาตรฐานนี้ครอบคลุมถึงระดับความสำเร็จ และทัศนคติต่อความสำเร็จ เมื่อเข้าสู่วัยรุ่นจะรับรู้ความคาดหวังของสังคมที่มีต่อตนเองและความรับผิดชอบของตนเองที่มีต่อสังคม การตั้งความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสังคมจึงแตกต่างกันไป

2. ชนิดของครอบครัว (Kind of family) เด็กที่มาจากครอบครัวที่มั่นคงมีแนวโน้มที่จะตั้งจุดมุ่งหมายในอนาคตสูงกว่าเด็กที่ไม่มีความมั่นคงภายในครอบครัว เด็กที่ต้องย้ายถิ่นฐานบ่อยๆ จะไม่สามารถคาดหวังหรือวางแผนอนาคตของตนเองได้ชัดเจนเท่าเด็กที่ไม่ต้องย้ายถิ่น ขนาดของครอบครัวจะไม่มีอิทธิพลต่อการตั้งเป้าหมายของเด็ก เด็กที่มาจากครอบครัวขนาดเล็กมีแนวโน้มที่จะพบความสำเร็จมากกว่าเด็กที่มาจากครอบครัวขนาดใหญ่ ทั้งนี้ เพราะครอบครัวขนาดเล็กพ่อแม่สามารถทุ่มเทและส่งเสริมให้เด็กมีความหวังและสามารถวางแผนทางให้เด็กไปสู่ความคาดหวังได้มากกว่าเด็กในครอบครัวขนาดใหญ่ ครอบครัวที่มีมารดาเป็นผู้นำ เด็กมีแนวโน้มที่จะมีระดับความคาดหวังสูง อาจเป็นเพราะความสัมพันธ์ทางอารมณ์ระหว่างกัน โดยเฉพาะกับบุตรชาย

3. ชั้นทางสังคม (Ordinal position) ครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจปานกลางและฐานะเศรษฐกิจดี บิดามารดาจะให้ความคาดหวังแก่บุตรคนแรกและให้โอกาสแก่บุตรคนแรกมากที่สุด โดยเฉพาะถ้าเป็นบุตรชาย ซึ่งตรงกันข้ามกับครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นที่คนโตทำงานเพื่อให้สมาชิกคนอื่นในครอบครัวขยับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงขึ้น

4. วินัย (Discipline) เด็กที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบอัตโนมัติจะตั้งความคาดหวังไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง ในทางตรงกันข้ามเด็กที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยจะตั้งความคาดหวังที่สอดคล้องกับความเป็นจริง

5. ฐานะในกลุ่ม (Group status) กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อเด็กมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับฐานะของเด็กในกลุ่มและความคาดหวังของกลุ่มที่มีต่อตัวเอง ถ้าฐานะของเด็กมั่นคงและไม่มี ความจำเป็นที่จะต้องสร้างความประทับใจให้กับสมาชิกในกลุ่ม ระดับความคาดหวังของเด็กก็จะใกล้เคียงกับความเป็นจริง แต่เด็กที่ไม่มีบทบาทสำคัญในกลุ่ม เด็กจะต้องการเลื่อนขั้นตนเองเข้าสู่

ผู้นำในกลุ่ม ทำให้การตั้งความคาดหวังหลายๆ อย่าง ไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริง ส่วนบุคคลที่ชอบแยกตัวเอง ความคาดหวังของกลุ่มจะมีผลต่อเขาเพียงเล็กน้อย

6. การใช้กลไกการหลบหนี (Use of escape mechanisms) กลไกการหลบหนีที่มีผลต่อการตั้งความคาดหวังมากที่สุด คือ การฝันกลางวันในลักษณะต่างๆ กันก็มีความสำคัญ เช่น ฝันอยากจะเป็นพระเอกหรือนางเอก เด็กจะตั้งความคาดหวังไว้ว่าต้องประสบความสำเร็จและหลีกเลี่ยงความล้มเหลว ซึ่งอาจจะเป็นการตั้งความคาดหวังที่ไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริงนัก

7. การบอกกล่าวถึงความคาดหวัง (Labialization of aspiration) ความคาดหวังของเด็กที่บอกกล่าวออกมามักจะอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงมากกว่าการที่เด็กเก็บไว้ และคิดอยู่คนเดียว อย่างไรก็ตาม ความคาดหวังที่เด็กบอกกับเพื่อนสนิทจะเป็นลักษณะความเฝ่ฝืนไม่ค่อยใกล้เคียงกับความเป็นจริงเท่ากับที่เขายกกับบิดา มารดา ครู หรือบุคคลที่ไม่ค่อยคุ้นเคยกัน เมื่อเด็กวัยรุ่นบอกถึงความคาดหวังของตนให้บุคคลอื่นฟัง จะเป็นการท้าทายให้เขาพิสูจน์ตัวเอง โดยพยายามทำให้ได้ตามที่พูดไว้เพราะเขารู้ว่าหลายคนใส่ใจในสิ่งที่เขาพูด เขาไม่ต้องการพบสายตาที่มองดูเขาด้วยความผิดหวัง

8. ความล้มเหลวและความสำเร็จในอดีต (Past failures and successes) บุคคลที่ประสบความสำเร็จสม่ำเสมอ มีแนวโน้มที่มีความคาดหวังว่าจะประสบความสำเร็จอีกในอนาคต ในทำนองเดียวกับบุคคลที่พบความผิดหวังซ้ำๆ มักคิดว่าอนาคตจะผิดหวังอีก ประสบการณ์เช่นนี้จะมีผลต่อการตั้งความหวังในอนาคตว่าบุคคลนั้นจะตั้งความคาดหวังไว้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงหรือไม่ เพียงไร

9. เพศ (Gender) บรรยากาศของบ้านและโรงเรียนจะส่งเสริมกระตุ้นให้เด็กชายตั้งความหวังสูงกว่าเด็กหญิง เด็กชายมักถูกกระตุ้นให้มีความคาดหวังทางการกีฬา การงานและการประกอบอาชีพ แต่เด็กหญิงมักคาดหวังที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่ม การแต่งงาน ซึ่งเด็กเองก็ยังไม่รู้ว่าจะแต่งงานเมื่อไร แต่งานกับใคร ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมหลังแต่งงานจะเป็นอย่างไร จึงเป็นเรื่องยากที่เด็กหญิงจะวางแผนในเรื่องเหล่านี้ ดังนั้น เด็กหญิงจึงมีแนวโน้มที่จะตั้งจุดหมายในระยะสั้นกว่าเด็กชายแม้ในเรื่องการเรียนเด็กหญิงมักจะวางแผนระยะสั้น เช่น เดือนต่อเดือน

10. เซอร์ปัญญา (Intelligence) เมื่อเด็กอยู่ในกลุ่มที่คำนึงต่อความสำเร็จสูง เด็กจะตั้งความคาดหวังให้ตนประสบความสำเร็จเหนือเพื่อนๆ ในกลุ่ม ซึ่งอาจไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริง อย่างไรก็ตามเด็กที่ฉลาดจะตั้งความคาดหวังของตนโดยอาศัยความสนใจ และ

ความสามารถของตนมากกว่าทำตามจุดมุ่งหมายที่กลุ่มตั้งไว้ ในทางกลับกันเด็กที่ฉลาดน้อยจะตั้งความคาดหวังไว้ตามค่านิยมของกลุ่ม

11. บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อความคาดหวังได้หลายกรณีด้วยกันในเรื่องการชดเชย บุคคลที่ไม่ยอมรับตนเองจะตั้งความคาดหวังโดยไม่คำนึงถึงความสามารถของตนเองเพื่อปกปิดความไม่สามารถของตนเอง บุคคลที่มีความมั่นใจในตนเองจะตั้งความคาดหวังที่สอดคล้องกับความเป็นจริงกันเลยทีเดียว ส่วนบุคคลที่มีความวิตกกังวลต่ำมีแนวโน้มจะตั้งความคาดหวังไว้สูง เนื่องจากคำนึงถึงความสำเร็จของตนมากกว่าความล้มเหลวอาจมีความคาดหวังไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงได้ ส่วนบุคคลที่มีวิตกกังวลสูงมักวิตกอยู่กับความล้มเหลวในอดีต ทำให้มองอนาคตในแง่ดีน้อยกว่าจะเป็น

สรุปได้ว่า การกำหนดความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเกิดจากภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ และการเห็นคุณค่าของความสำเร็จของสิ่งนั้นๆ ระดับการคาดหวังจะสูงหรือต่ำ จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่บุคคลเคยได้รับมา หากเคยประสบผลสำเร็จในสิ่งนั้นมาก่อนจะตั้งความคาดหวังไว้สูง

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549 : 23) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ 7 ประการ คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยการสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้า บริการ และความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) และมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
- 1.2 ความแตกต่างทางการแข่งขัน
- 1.3 ส่วนประกอบผลิตภัณฑ์
- 1.4 การกำหนดผลิตภัณฑ์
- 1.5 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์
- 1.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.7 ส่วนประสมผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึงมูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน อันเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้ามูลค่าสูงกว่าหรือเหมาะสมกับราคา ลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

2.1 การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าผลิตภัณฑ์ว่าสูงหรือเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขันในตลาด

2.4 ปัจจัยอื่นๆ เช่น กลยุทธ์ตั้งราคาของกลุ่มแข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ นโยบายของธุรกิจ เป็นต้น

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจการการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด โดยสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันทางการตลาด ส่วนกิจกรรมในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง สามารถแบ่งองค์ประกอบหลักของการจัดจำหน่ายออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงเส้นทางผลิตภัณฑ์และหรือกรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด โดยเริ่มต้นจากแหล่งผลิต ผ่านผู้ขายไปสู่ผู้ซื้อ ดังนั้นในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายสินค้า หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าจึงประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษา และการคลังสินค้าและการบริหารสินค้าคงเหลือ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายโดยตรง หรือใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร การส่งเสริมการตลาดสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประการใหญ่ คือ

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ บุคคล หรือองค์การ โดยสร้างสรรค์งานโฆษณาและโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่างๆ สื่อเคลื่อนที่ต่างๆ และป้ายโฆษณา เป็นต้น โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อในรูปแบบของผู้อุปถัมภ์

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล ซึ่งมีงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

4.2.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย

4.2.2 การบริหารทีมขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมการกระตุ้นให้เกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการขายโดยใช้พนักงานขาย โดยการส่งเสริมการขายแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

4.3.1 การส่งเสริมการขายมุ่งที่ผู้บริโภค

4.3.2 การส่งเสริมการขายมุ่งที่คนกลาง

4.3.3 การส่งเสริมการขายมุ่งที่พนักงานขาย

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และ/หรือบริษัทโดยผ่านสื่อ ซึ่งการให้ข่าวมีลักษณะที่แตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.4.1 การให้ข่าว เป็นการให้ข้อมูลความจริงหรือแก้ไขเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์การ โดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อแต่อย่างใด

4.4.2 การประชาสัมพันธ์ เป็นการวางแผนในการให้ข้อมูลเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือองค์การ การประชาสัมพันธ์อาจต้องมีการใช้จ่ายสำหรับสื่อ

4.5 การตลาดทางตรง หมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที แต่ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและการใช้สื่อต่างๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก

5. คนหรือบุคลากร (People) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคลทั้งหมดที่มีส่วนร่วมในการนำเสนอบริการ (ให้กับลูกค้า) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า ซึ่งบุคคลในที่นี่จะรวมถึงพนักงานของกิจการลูกค้าที่มาใช้บริการและลูกค้าอื่นๆ ที่ร่วมอยู่ในสิ่งแวดล้อมของการบริการนั้น พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของกิจการ ลูกค้ามักจะมองว่าพนักงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานส่วนหน้า เป็นตัวแทนของกิจการและเป็นส่วนหนึ่งของการบริการด้วย สำหรับการบริการบางประการที่พนักงานและลูกค้าที่มาติดต่อกันมาก พนักงานก็คือตัวบริการ เนื่องจากในยุคปัจจุบัน ลูกค้ามีความคาดหวังเกี่ยวกับสินค้าและบริการสูงขึ้น แต่มีความภักดีต่อตราสินค้าและกิจการน้อยลง เนื่องจากมีข้อมูลในการตัดสินใจและมีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น จึงทำให้ลูกค้าไม่ยอมรับสินค้าและบริการที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังที่สูงของ

คนได้ ดังนั้นความสามารถของกิจการในการจัดการให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่ลูกค้าคาดหวังจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากยิ่งขึ้น

6. กระบวนการ (Process) หมายถึงขั้นตอน วิธีการ งานประจำและงานต่างๆ ที่ต้องปฏิบัติตามกำหนดเวลา รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า หรือวิธีการขั้นตอนต่างๆ ที่ใช้เพื่อให้กิจกรรมบรรลุผลสำเร็จที่ต้องการ

ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเกี่ยวกับกระบวนการ

ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการ นักการตลาดบริการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

1. ระดับของการมีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการบริการ กระบวนการบริการจะแตกต่างกันตามระดับการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น กระบวนการบริการในกรณีที่ลูกค้าต้องบริการตนเองจะแตกต่างจากกรณีที่มีพนักงานให้บริการลูกค้า

2. สถานที่ที่ใช้ในการนำเสนอบริการ มีความสำคัญต่อออกแบบกระบวนการให้บริการ ในกรณีที่กระบวนการให้บริการลูกค้าเกิดขึ้นในสถานที่เฉพาะของกิจการบริการ เช่น โรงภาพยนตร์หรือร้านซักแห้ง

3. ประเภทของบริการ การออกแบบกระบวนการจะต้องพิจารณาว่าบริการนั้นใช้บุคคลหลักในการให้บริการ เช่น บริการที่ปรึกษาด้านการจัดการธุรกิจ หรือว่าใช้เครื่องมือเป็นหลักในการให้บริการ

4. ระดับของการติดต่อกันระหว่างพนักงานและลูกค้ามากหรือน้อย

5. ระดับของความเป็นมาตรฐาน ควรจะพิจารณาว่าการนำเสนอบริการนั้นมีรูปแบบเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมดทุกครั้ง เพื่อการควบคุมคุณภาพและลดต้นทุนในการดำเนินงาน

6. ระดับของความซับซ้อนของบริการ จะเกี่ยวข้องกับจำนวนของลำดับขั้นตอนหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ กระบวนการของการให้บริการที่มีความซับซ้อนมาก เช่น บริการรับจัดงานแต่งงาน จะแตกต่างจากกระบวนการของการให้บริการที่มีความซับซ้อนน้อย

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึงสิ่งที่เป็นรูปธรรมต่างๆ ที่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้และใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพของบริการ

กลยุทธ์หลักฐานทางกายภาพ

เพื่อให้การจัดการทางกายภาพเกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจการควรปฏิบัติตามแนวทางดังต่อไปนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับหลักฐานทางกายภาพ โดยเน้นให้ผลกระทบที่เกิดจากหลักฐานทางกายภาพสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจหลัก และเป้าหมายโดยรวมของกิจการเป็นสำคัญ
2. สร้างผังกระบวนการบริการ เพื่อช่วยให้สามารถมองเห็นกระบวนการและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการให้บริการได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
3. วิเคราะห์บทบาทของหลักฐานทางกายภาพโดยพิจารณาจากลักษณะของการให้บริการของกิจการ เช่น การให้บริการทางไกลและภูมิทัศน์บริการ มีลักษณะซับซ้อนมากหรือบริการที่ลูกค้าให้บริการตนเองและภูมิทัศน์บริการมีลักษณะซับซ้อนน้อย
4. วิเคราะห์โอกาสในการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงหลักฐานทางกายภาพหลักฐานทางกายภาพที่มีประสิทธิผลควรจะสามารถสร้างแรงดึงดูดประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทั้งรูป รส กลิ่น เสียงและสัมผัส
5. ควรมีการปรับปรุงหลักฐานทางกายภาพให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป
6. สร้างทีมงานที่ประกอบด้วยตัวแทนที่มาจากทุกหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องเพื่อทำหน้าที่ในการจัดการและตัดสินใจเกี่ยวกับหลักฐานทางกายภาพให้เกิดประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

พิบูล ทิปะปาล (2545 : 45) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันในการวางกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด คือการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค เครื่องมือทางการตลาด 4 ประการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเรียกว่า 4P's

ส่วนประสมการตลาด หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้าบริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิดเห็น ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และทางการแข่งขัน

1.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือสถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์หรือเป็นการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางธุรกิจหรือหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมและใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติตามแผนและการควบคุมเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัย

การผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร หรือหมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้

3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดนั้น จำเป็นจะต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค นอกจากนี้กลยุทธ์การตลาดจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับระบบการวางแผนการตลาด ระบบการจัดองค์การ ระบบปฏิบัติการทางการตลาด ระบบควบคุมการตลาด และระบบข้อมูลทางการตลาด ซึ่งการใช้กลยุทธ์นั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความพอใจสูงสุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า หรือบริการ หรือความคิดต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือติดต่อสื่อสารการตลาดมีหลายแบบ ดังนี้

4.1 การโฆษณา เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ บริการ ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขายและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

4.3 การส่งเสริมการขาย เป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าพิเศษที่กระตุ้นหน่วยงานขาย ผู้จัดจำหน่าย หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการขายในทันทีทันใด เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อ โดยลูกค้าคนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

4.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

4.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง

4.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ มีความหมาย คือการให้ข่าว เป็นการเสนอข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ หรือตราสินค้า หรือบริษัทที่ไม่ต้องการมีการจ่ายเงินโดยผ่านสื่อกระจายเสียงหรือสิ่งพิมพ์ และการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์หรือต่อนโยบายให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

4.5 การตลาดทางตรง การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง โดยอาศัยเครื่องมือที่สำคัญของการตลาดทางตรง โดยผ่านทางจดหมาย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ โทรสาร หรืออินเทอร์เน็ต

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2547 : 53) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7Ps) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างทางการแข่งขัน

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ(คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น รูปร่าง ลักษณะคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งจะต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนของสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 สภาพการแข่งขันในตลาด

2.4 กลยุทธ์การตลาดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาพลักษณ์ของสินค้า การส่งเสริม

การขาย

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลางผู้บริโภครหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสาน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ ได้แก่

4.1 การโฆษณา เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดที่ต้องการมีการจ่ายเงิน

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจุดตลาดโดยใช้บุคคล

4.3 การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน กระบวนการ ประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความ

พยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรงและการตลาดเชื่อมตรง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที

5. บุคลากร (People) หรือ พนักงาน เป็นส่วนประสมการตลาดซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ และสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ รวมทั้งมีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัทจะครอบคลุม 2 ประเด็น ดังนี้

5.1 บทบาทของบุคลากร สำหรับธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้วยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อมๆ กันด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการ

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน คุณภาพการบริการของลูกค้ารายหนึ่งอาจมีผลมาจากลูกค้าอื่นแนะนำมา ตัวอย่างที่เกิดขึ้น เช่น กลุ่มของลูกค้าที่บอกต่อกันไป แต่ปัญหาที่ผู้บริหารการตลาดจะพบคือการควบคุมระดับคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับคงที่

6. กระบวนการ (Process) ในกลุ่มธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการมีความสัมพันธ์เช่นเดียวกับเรื่องทรัพยากรบุคคล แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความสนใจดูแลลูกค้าอย่างดีก็ไม่สามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ทั้งหมด ระบบการส่งมอบบริการจะครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ ระดับการใช้เครื่องจักรกลในการให้บริการ อำนาจตัดสินใจของพนักงาน การที่มีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การพัฒนาทางด้านกายภาพ ซึ่งลูกค้ามองเห็นได้และรูปแบบการให้บริการ โดยการสร้างภาพรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้ทราบถึงภาพลักษณ์ ของการให้บริการอย่างชัดเจน

ตามทฤษฎีของ คอทเลอร์ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ 2550 :50 , อ้างถึงใน Philip Kotler 1997 : 47) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น บริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้คำปรึกษา เป็นต้น บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า

แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและความต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอัธยาศัยไมตรีของพนักงานทุกคน และในธุรกิจการบริการจะต้องคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นหลัก เพื่อที่ธุรกิจจะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

2. ราคา (Price) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ รวมถึงเวลา การตั้งราคามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของสินค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่ได้รับ คือ ราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะสูงด้วย ทำให้ลูกค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับบริการที่สูงด้วย แต่ผลที่ตามมาคือ บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ในขณะที่การตั้งราคาต่ำ ลูกค้ามักจะคิดว่าจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพด้อยตามไปด้วย ซึ่งถ้าหากราคาต่ำมาก ลูกค้าอาจจะไม่ใช้บริการได้เนื่องจากไม่กล้าที่จะเสี่ยงต่อบริการที่จะได้รับ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการนำไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับบริโภคสินค้าหรือบริการที่ต้องการ ในการจัดจำหน่ายต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายในการรับบริการ การส่งมอบสินค้า สถานที่และเวลาในการส่งมอบในการให้บริการนั้นสามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี คือ

3.1 การให้บริการผ่านร้าน เป็นแบบการให้บริการที่ทำกันมานาน เช่น ร้านตัดผม ร้านซักรีด ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้บริการด้วยการเปิดร้านค้าตามตึกแถวในชุมชนหรือในห้างสรรพสินค้า และขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้าให้สูงสุด

3.2 การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการแบบนี้เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านหรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า เช่น การจัดส่งอาหารตามสั่ง การให้บริการส่งพยาบาลไปดูแลผู้ป่วย การส่งพนักงานทำความสะอาดไปทำความสะอาดอาคาร การให้บริการแบบนี้ธุรกิจไม่จำเป็นต้องมีการจัดตั้งที่หรูหราหรือการเปิดเป็นร้านค้าบริการ สำนักงานอาจจะเป็นบ้าน หรืออาจจะมีสำนักงานแยกต่างหาก ลูกค้าสามารถติดต่อด้วยการใช้โทรศัพท์หรือโทรสาร

3.3 การให้บริการผ่านตัวแทน การให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายเฟรนไชส์หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ

3.4 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแบบนี้เป็นการบริการค่อนข้างใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการ

เป็นไปได้อย่างสะดวก รวดเร็วและบริการตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การให้บริการผ่านเครื่องเอทีเอ็ม เครื่องชั่งน้ำหนักหยอดเหรียญตามศูนย์การค้า การให้บริการดาวน์โหลดข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่ต้องเน้นใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ประกอบไปด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาดจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำตามในสิ่งที่เราคาดหวัง ได้แก่ การรู้จักและตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้ และการตัดสินใจซื้อและซื้อมากขึ้น ดังนั้นสิ่งที่สำคัญในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดธุรกิจต้องพิจารณาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะเลือกวิธีการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงและจูงใจลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

5. บุคคล (People) การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคนทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ คนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่อาจทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ บริษัทต้องเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับคนหรือบุคลากรเป็นสำคัญตั้งแต่ การสรรหา รับคนเข้าทำงาน ฝึกอบรมและกระตุ้นพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานในส่วนนี้ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง บุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เนื่องจากบุคคลจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการมากที่สุด บุคลากรสามารถสร้างความพึงพอใจที่จะดึงดูดลูกค้าหรือไล่ลูกค้า

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นองค์ประกอบของธุรกิจบริการที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการได้ ตัวอย่างของสิ่งที่มองเห็น ได้แก่ อาคารสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง การตกแต่งสำนักงาน เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ สัญลักษณ์ของบริษัท สิ่งพิมพ์ที่บริษัทจัดทำหรือเลือกใช้และสิ่งที่มองเห็นต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสะท้อนถึงรูปแบบและคุณภาพของบริษัท แต่จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า คือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ โดยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งหรูหรา สวยงาม บริการน่าจะมีคุณภาพสูงตามไปด้วย

7. กระบวนการ (Process) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก เป็นการสร้างสรรค์และส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบไปด้วยหลายขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ คือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการเพื่อที่

พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกันงานที่ได้ต้องมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงขอสรุปว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการศึกษาในครั้งนี้ คือมหาวิทยาลัยฯ จะต้องพยายามที่จะศึกษาปัจจัยด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนต้องการทางด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร ด้านสถานที่ ด้านหลักสูตร ด้านการบริการแนะแนวการศึกษา ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนและด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ โดยในส่วนประสมทางการตลาดจำเป็นต้องพิจารณาถึงความแตกต่างทางการแข่งขัน การส่งเสริมการตลาด กระบวนการจัดการเรียนการสอนรวมถึงด้านต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนได้มากที่สุด

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กำธร ธรรมพิทักษ์ (2541 :52-53) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาในจังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า การเสียค่าใช้จ่ายสูงในการเรียนเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการศึกษา ซึ่งเป็นรายจ่ายที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถที่จะได้รับการเรียนจะทำให้แก่นักเรียนตัดสินใจเรียนต่อระดับอาชีวศึกษา

จุฑามาศ แซ่เตียว (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดให้ความสำคัญมากทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในเรื่องการมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพียงพอ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในเรื่องหลักสูตรที่เปิดสอน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในเรื่องการขายโดยใช้พนักงานขาย การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญในเรื่องค่าเรียนต่อหลักสูตรที่ต่ำกว่าที่อื่น

ภักดี ศรีอรุณ (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกปัจจัยมีผลอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตามลำดับ ผลการศึกษาในปัจจัยย่อยแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย รองลงมาคือ มีอาคารเรียนที่สะดวกสบายและเพียงพอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานศึกษา ตามลำดับ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ มีกระบวนการสอนและเทคนิคการสอนที่ทันสมัย รองลงมาคือ ระยะเวลาการศึกษาตามหลักสูตร และขั้นตอนในการให้บริการต่างๆ รวดเร็ว ตามลำดับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ ความน่าเชื่อถือและการยอมรับของสถานประกอบการที่มีต่อสถาบัน รองลงมาคือ วุฒิการศึกษาที่ผู้เรียนจะได้รับ และรายวิชาที่ต้องศึกษาตามหลักสูตร ตามลำดับ ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ ความเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านของอาจารย์ที่สอน รองลงมาคือ ระดับการศึกษาหรือวุฒิการศึกษาของอาจารย์ที่สอน และจำนวนของอาจารย์ในสถาบัน ตามลำดับ ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ มีบริการทุนการศึกษาหรือกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา รองลงมาคือ ราคาค่าของค่าลงทะเบียนหรือค่าหน่วยกิต และสามารถผ่อนชำระค่าลงทะเบียนหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้ ตามลำดับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และมีวิทยาเขตให้เลือกศึกษาได้หลายแห่งตามลำดับ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ มีการให้โควตาเพื่อศึกษาต่อเป็นกรณีพิเศษ รองลงมาคือ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยแนะนำของสถาบันการศึกษาต่างๆ มาให้ข้อมูลตามลำดับ

วงจันทร์ อรุณเจริญพรชัย (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี การศึกษาค้นคว้าระดับปริญญาตรี มีอาชีพค้าขายเป็นเจ้าของกิจการหรือมีธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท มีบุตรหลานในครอบครัว 2 คน มีบุตรหลานเรียนระดับประถมศึกษาในโรงเรียนเอกชน 1 คน รับส่งบุตรหลานในการเดินทางไปกลับโรงเรียนเอง และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1. ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ปกครองให้ความสำคัญต่อบ้างอันดับแรก คือ โรงเรียนมีรั้วกันเป็นสัดส่วน 2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญต่อบ้างอันดับรอง คือ หลักสูตรการศึกษา 3. ปัจจัย

ด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ โรงเรียนมีรั้วกันเป็นสัดส่วน 4. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีการสอนและการให้บริการอย่างมีคุณภาพ 5. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีโรงอาหารสะอาดและขนาดของโรงอาหารเหมาะสมกับจำนวนนักเรียน 6. ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ ความชัดเจนของการแจ้งค่าธรรมเนียม 7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ การอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลเด็กและข่าวสารของโรงเรียนแก่ผู้ปกครองอย่างต่อเนื่อง สำหรับปัจจัยภายนอกที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญมากที่สุดด้านเทคโนโลยีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามีการพัฒนาก้าวหน้ามากขึ้น ด้านภูมิศาสตร์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยคือ ถนนหนทางและการจราจรจากบ้านถึงโรงเรียนมีความสะดวก ด้านสังคมให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อย คือ การให้คุณค่ากับผู้ที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และการให้คุณค่ากับผู้ที่มีความรู้ความสามารถด้านภาษา

ประพันธ์ แสงทองดี (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกและการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาและมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกและการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการเปรียบเทียบการตัดสินใจ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการกับระดับการตัดสินใจ โดยข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาของทั้ง 2 แห่ง นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกและตัดสินใจเข้าศึกษาในสาขาการจัดการทั่วไป เหตุผลที่เลือกเพราะใกล้บ้าน ผู้มีส่วนร่วมในการเลือก คือบุคคลในครอบครัว มีการศึกษาข้อมูลตั้งแต่ช่วงหลังจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 รับรู้ข่าวสารจากเพื่อนและญาติ และเลือกสาขาตามความถนัด โดยพิจารณาด้านหลักสูตร ค่าใช้จ่าย สถานที่ และด้านการสนับสนุนการเรียน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน

6. สรุป

จากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ และผลการศึกษาวิจัยของผู้ที่ได้ทำการศึกษาไว้ การตัดสินใจเป็นเรื่องที่สำคัญที่ทุกคนจะต้องเผชิญอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน คนทุกชาติ ทุกวัย ทุกภาษา ต้องตัดสินใจด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งการตัดสินใจนั้น อาจขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของแต่ละคน บางคนก็ประสบความสำเร็จในการตัดสินใจ บางคนก็ประสบความล้มเหลวในการตัดสินใจ แต่ส่วนใหญ่แล้วจะประสบความล้มเหลวก่อนที่จะได้นำประสบการณ์นั้นไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อที่จะประสบความสำเร็จต่อไป การที่จะให้แต่ละคนพยายามหาแนวทางในการตัดสินใจที่ถูกต้องด้วยตัวเองซึ่งอาจใช้เวลานานมาก บางคนอาจจะต้องใช้เวลานานตลอดชีวิต ในการตัดสินใจ

เข้าศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ของนักศึกษาศาธารณรัฐประชาชนจีนนั้น จัดได้ว่าอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต เป็นการตัดสินใจที่จะเลือกวิถีทางในการดำเนินชีวิต การศึกษาจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะจะต้องเลือกว่า จะเรียนที่ไหน และเรียนอะไรในการตัดสินใจ นอกจากนี้ นักเรียนจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแล้ว ยังมีปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ข้อมูลส่วนบุคคล รายได้ของผู้ปกครอง ค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตรและหลักสูตรที่เรียนที่เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวกับปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว มาศึกษา ร่วมกัน โดยศึกษาว่าตัวแปรใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาศาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา ในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐมของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน และนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมประเด็น ที่ส่งผลให้นักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มีวิธีการ ดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การศึกษาเบื้องต้น
2. ขอบเขตของการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาเบื้องต้น

1.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น งานวิจัยนี้ผู้ทำวิจัยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เข้าศึกษา ในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยทำการ รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากศูนย์การศึกษานักศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และ การเปิดรับนักศึกษาต่างประเทศของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐมได้เริ่มเปิดรับนักศึกษาต่างประเทศ โดยได้จัดการเรียนการสอนให้แก่นักศึกษาจีนและ นักศึกษาเวียดนาม ในปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา

1.2 ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย และสร้างแบบสอบถาม

1.3 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามเพื่อวัดความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และ นักศึกษาจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย

2. ขอบเขตของการศึกษา

2.1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

กลุ่มนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

นักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ทั้งหมด 247 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านความคาดหวัง

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) การตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นอุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยกำหนดขอบเขตและประเด็นในแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ จำนวนพี่น้อง เกรดเฉลี่ยสะสม รายได้ของครอบครัวต่อเดือน สถานภาพของบิดามารดา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และ จำนวนพี่น้องที่ศึกษา ประกอบด้วยแบบสอบถามที่มีคำถามปลายปิด (Closed End Question) จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็นด้านได้ดังนี้

1. ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร
2. ด้านสถานที่
3. ด้านหลักสูตร
4. ด้านการบริการแนะแนวการศึกษา
5. ด้านอาจารย์ผู้สอน
6. ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน

7. ด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคาดหวัง

โดยที่แบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดให้มีระดับการตัดสินใจ 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังนี้

ระดับ 5 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมากที่สุด

ระดับ 4 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมาก

ระดับ 3 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจปานกลาง

ระดับ 2 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจน้อย

ระดับ 1 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่มีข้อความปลายเปิด (Open Ended Form) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม มีลักษณะเป็นแบบเติมข้อความถามนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน

การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม คณะผู้วิจัยได้แปลความหมายของผลคะแนน ดังนี้

ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมากที่สุด	5	คะแนน
ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมาก	4	คะแนน
ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจปานกลาง	3	คะแนน
ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจน้อย	2	คะแนน
ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่น้อยที่สุด	1	คะแนน

กำหนดเกณฑ์ตัดสินผลการสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ดังนี้

ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมากที่สุด	ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00
ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมาก	ระดับคะแนนเฉลี่ย	3.51 – 4.50
ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจปานกลาง	ระดับคะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.50
ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจน้อย	ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50
ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่น้อยที่สุด	ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50

4. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale)

3. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในข้อ 1-2 มาสร้างแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

4. นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของเนื้อหา และภาษาที่ใช้โดยให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ และจัดทำ IOC (Index of Item – Objective Congruence) การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง เพื่อเลือกประเด็นโดยพิจารณาประเด็นที่มีค่ารวมทั้งหมดเกิน 0.5 ขึ้นไปและข้อเสนอแนะ เป็นจำนวน 2 ครั้งคือ หนึ่งในเรื่องของด้านและประเด็นย่อยที่เลือกในการจัดทำแบบสอบถาม สองคือในเรื่องของแบบสอบถามที่จัดทำจากด้านและประเด็นย่อยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นชอบและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

5. นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Tryout) กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.75

6. เมื่อผ่านการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม จึงจัดพิมพ์แบบสอบถามความคิดเห็นใช้ในการประเมินกับนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ต่อไป

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูลทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมดังนี้

1.1 ผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานกับศูนย์การศึกษานักศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เพื่อแนะนำผู้วิจัย ขออนุญาตและขอความร่วมมือให้ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากนักศึกษาสาธาณรัฐประชาชนจีน

1.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามในวันที่ 28 เมษายน 2554 จากนั้นกำหนดเก็บแบบสอบถามคืนภายในวันที่ 1 พฤษภาคม 2554 ได้ทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาปรากฏว่าครบทั้ง 247 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

1.3 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม มาพิจารณาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบพบว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ทั้ง 247 ชุด สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการทำวิจัยซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางของการทำการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

2.1 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2.2 หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูล มีลำดับดังนี้

1. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบให้คะแนนแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

2. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาสาธาณรัฐประชาชนจีน โดยทำการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมของนักศึกษาสาธาณรัฐประชาชนจีน โดยทำการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางและแปลผลด้วยการบรรยาย

4. สำหรับคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็น ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่

7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ (Reliability) โดยหลักการของ
ครอนบาค(Cronbach) (มณฑัชัย 2548 : 127)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad (3-1)$$

α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n แทน จำนวนข้อในแบบสอบถาม

si^2 แทน ความแปรปรวนของแบบสอบถามเป็นรายข้อ

st^2 แทน ความแปรปรวนของแบบทดสอบทั้งฉบับ

แบบทดสอบที่มีความเชื่อมั่นใกล้เคียง +1.00 โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบที่เชื่อถือได้ควรจะมีความตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป

แบบทดสอบที่มีความเชื่อมั่น 0.00 หรือใกล้เคียง -1.00 แสดงว่าแบบทดสอบนั้นไม่มีความเชื่อมั่น คะแนนที่ได้จากแบบทดสอบเชื่อถือไม่ได้

การวิเคราะห์หาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบสอบถาม

คะแนนเฉลี่ย (Mean) (บุญธรรม 2543 : 351)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n} \quad (3-2)$$

$\bar{X}$ = ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ = ผลรวมของค่าข้อมูลตั้งแต่ตัวที่ 1 จนถึงตัวสุดท้าย

n = จำนวนข้อมูลหรือคะแนน

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ยุทธพงษ์ 2543 : 155)

$$SD = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{N - 1}} \quad (3-3)$$

SD = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X = จุดกึ่งกลางชั้น

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยของข้อมูล

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0 หมายความว่า ข้อมูลชุดนั้นไม่มีการกระจาย ถ้าเป็นความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทุกคนมีความเห็นต่อสิ่งนั้นเหมือนกัน

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1 หมายความว่า การแจกแจงของข้อมูลมีลักษณะเป็น โค้งปกติ (Symmetry) (ประกอบ 2535: 74 , อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ 2543 : 158) ได้เสนอว่า การนำค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เสนอข้อมูลในงานวิจัยที่ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1 นั้น ถือว่าเป็นการนำเสนอตัวแทนที่ดีที่สุด

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ย ($S > \bar{X}$) ผู้วิจัยไม่ควรเสนอข้อมูลด้วย $\bar{X}$ ให้พิจารณาเสนอด้วย Mdn หรือ Mo แทนตามความเหมาะสม

เมื่อค่าใกล้เคียง 0 แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายน้อย ถ้าเป็นความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นใกล้เคียงกัน

เมื่อ S ใกล้เคียง 1 แสดงว่าการกระจายของข้อมูลชุดนั้นใกล้เคียงกับ โค้งปกติ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา ในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ที่ตัดสินใจเข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ในระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านความคาดหวังที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 3. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะการแจกแจงของตัวแปรเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและค่าสถิติเบื้องต้นของและค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คณะผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกนำเสนอจำนวนและร้อยละของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่สอง นำเสนอผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัย

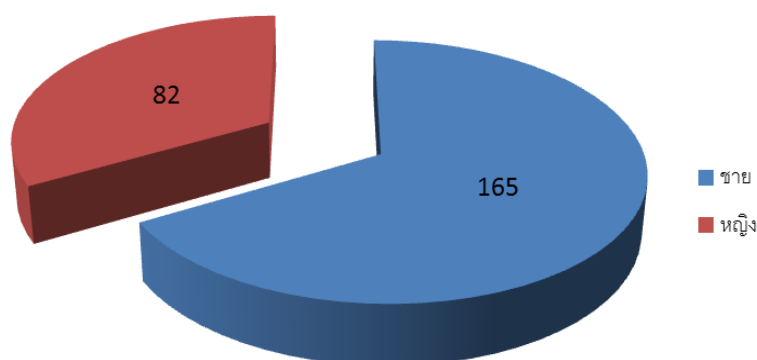
ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และส่วนที่สาม นำเสนอผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ (crosstab)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสำหรับนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนจำนวน 247 ชุด แยกเป็นเพศชาย 165 คน และเพศหญิง 82 คน ซึ่ง N คือ จำนวน และ % คือ ร้อยละ โดยได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศชาย	165	66.80
เพศหญิง	82	33.20
รวม	247	100.00

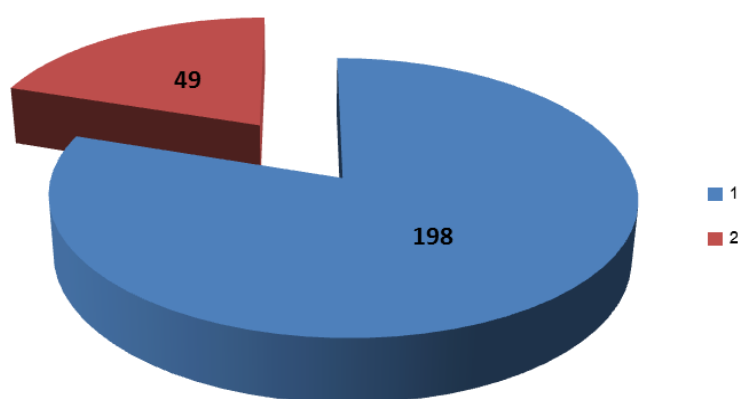


ภาพที่ 2 กราฟแสดงจำนวนข้อมูลสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 และเป็นเพศหญิง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนพี่น้อง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พี่น้อง 1 คน	198	80.16
พี่น้อง 2 คน	49	19.84
พี่น้อง 3 คน	0	0.00
พี่น้องมากกว่า 3คน	0	0.00
รวม	247	100.00

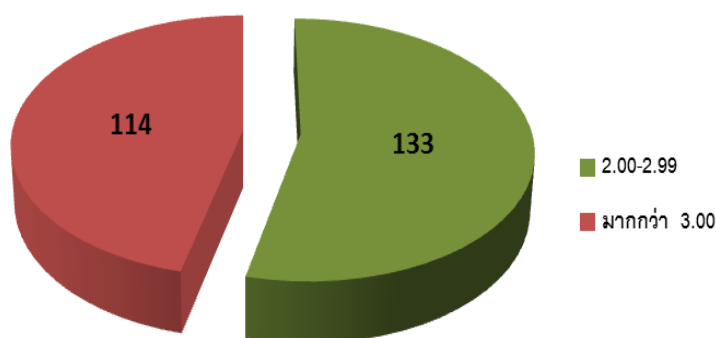


ภาพที่ 3 กราฟแสดงจำนวนข้อมูลสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อเรียงตามจำนวนพี่น้องของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนมากไปหาน้อยได้ดังนี้ จำนวนพี่น้อง 1 คน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 80.16 รองลงมาจำนวนพี่น้อง 2 คน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.84 จำนวนพี่น้อง 3 คน และจำนวนพี่น้องมากกว่า 3 คน จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านเกรดเฉลี่ยสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

เกรดเฉลี่ยสะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 2.00	0	0
2.00 - 2.99	133	53.85
มากกว่า 3.00	114	46.15
รวม	247	100.00

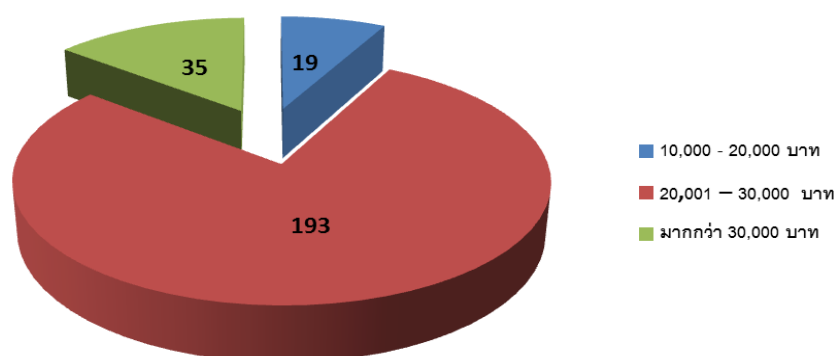


ภาพที่ 4 กราฟแสดงจำนวนข้อมูลสถานภาพทั่วไปทางด้านเกรดเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านเกรดเฉลี่ยสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อเรียงตามเกรดเฉลี่ยสะสมจากจำนวนมากไปหาจำนวนน้อยได้ดังนี้ เกรดเฉลี่ย 2.00-2.99 จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาเป็นเกรดเฉลี่ยมากกว่า 3.00 จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 และเกรดเฉลี่ยน้อยกว่า 2.00 จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	0	0
10,000 - 20,000 บาท	19	7.69
20,001 – 30,000 บาท	193	78.14
มากกว่า 30,000 บาท	35	14.17
รวม	247	100.00

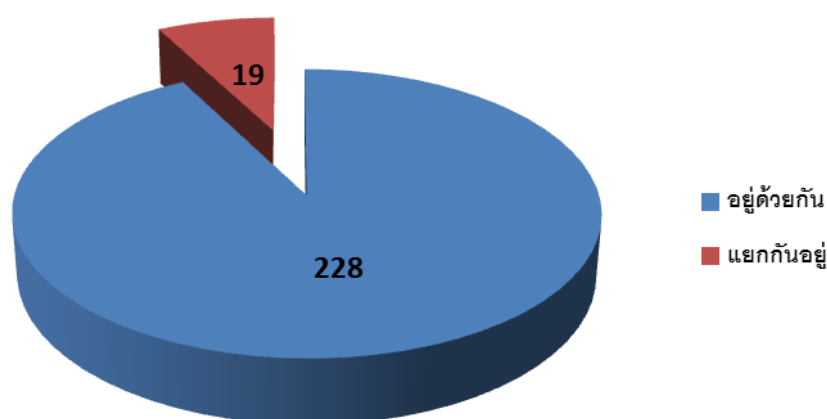


ภาพที่ 5 กราฟแสดงจำนวนข้อมูลสถานภาพทั่วไปทางด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อเรียงตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนมากไปหาน้อยได้ดังนี้ รายได้ของครอบครัวต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 78.14 บาท รองลงมาเป็นรายได้ของครอบครัวต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านสถานภาพของบิดามารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อยู่ด้วยกัน	228	92.31
แยกกันอยู่	19	7.69
รวม	247	100.00

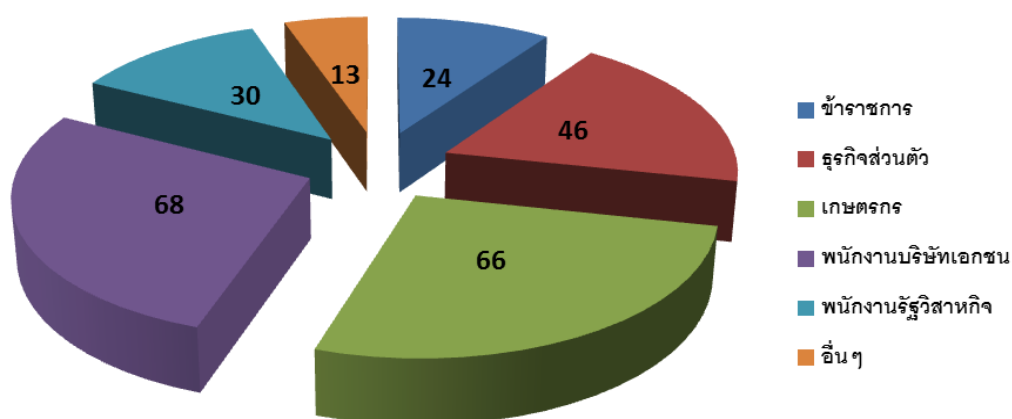


ภาพที่ 6 กราฟแสดงจำนวนข้อมูลสถานภาพทั่วไปทางด้านสถานภาพของบิดามารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านสถานภาพของบิดามารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อเรียงตามสถานภาพของบิดามารดาจากจำนวนมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อยู่ด้วยกัน จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 92.31 และแยกกันอยู่ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของบิดาของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพของบิดา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	24	9.72
ธุรกิจส่วนตัว	46	18.62
เกษตรกร	66	26.72
พนักงานบริษัทเอกชน	68	27.53
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	30	12.15
อื่นๆ	13	5.26
รวม	247	100.00

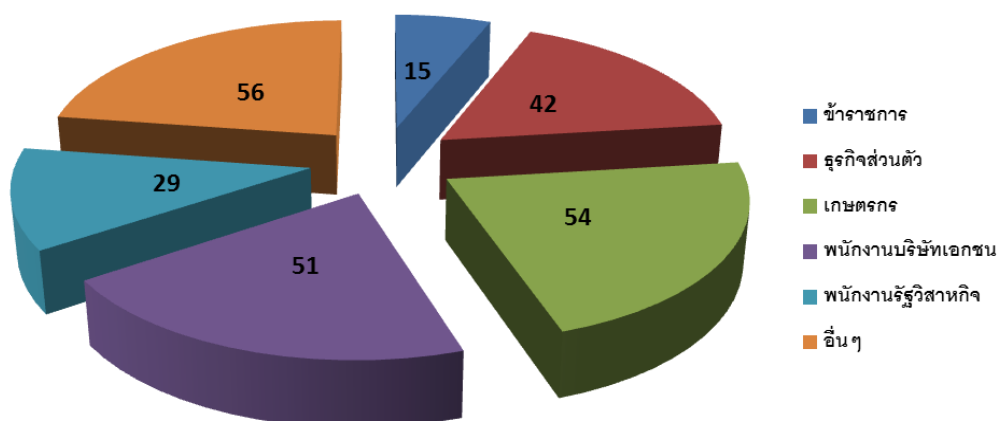


ภาพที่ 7 กราฟแสดงจำนวนข้อมูลสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของบิดาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของบิดาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อเรียงตามอาชีพของบิดาจากจำนวนมากไปหาจำนวนน้อยได้ดังนี้ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 27.53 รองลงมาเป็นเกษตรกร จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 26.72 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 18.62 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12.15 ข้าราชการ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.72 และอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของมารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพของมารดา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	15	6.07
ธุรกิจส่วนตัว	42	17.00
เกษตรกร	54	21.86
พนักงานบริษัทเอกชน	51	20.65
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	11.74
อื่นๆ	56	22.67
รวม	247	100.00

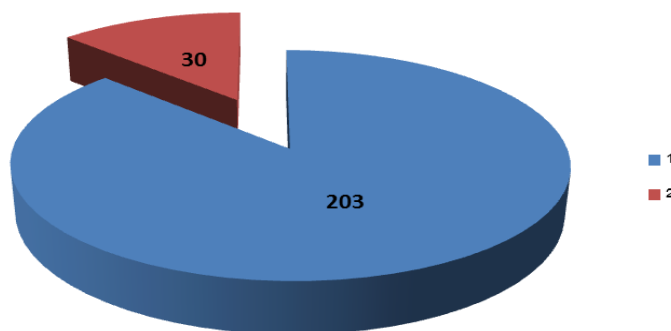


ภาพที่ 8 กราฟแสดงจำนวนข้อมูลสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของมารดา

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านอาชีพของมารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อเรียงตามอาชีพของมารดาจากจำนวนมากไปหาจำนวนน้อยได้ดังนี้ ผู้ตอบอื่นๆ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 รองลงมาเป็นเกษตรกร จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 21.86 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.65 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.74 และข้าราชการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.07

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนพี่น้องที่ศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คน	203	82.19
2 คน	30	12.15
3 คน	0	0.00
พี่มากกว่า 3คน	0	0.00
รวม	247	100.00

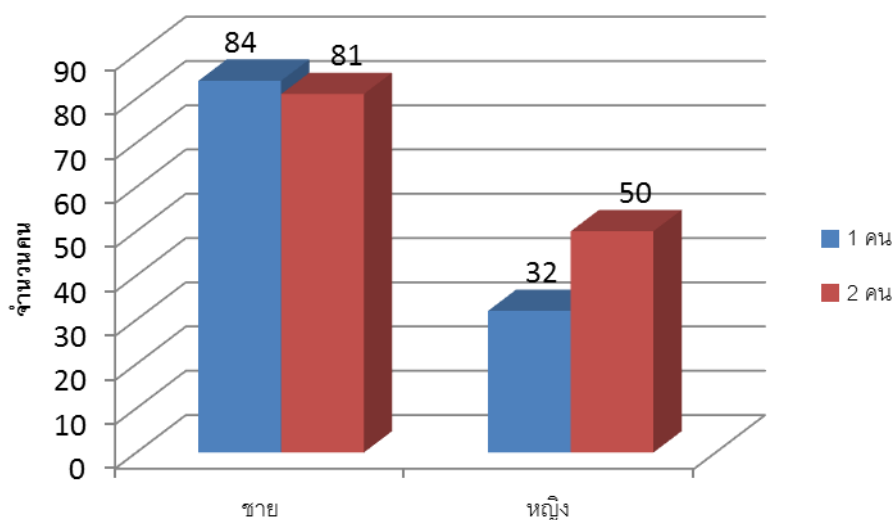


ภาพที่ 9 กราฟแสดงจำนวนข้อมูลสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษา

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษา (รวมตัวเอง) ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อเรียงตามจำนวนพี่น้องที่ศึกษา (รวมตัวเอง) จากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ จำนวนพี่น้องที่ศึกษา 2 คน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12.15 รองลงมาเป็นจำนวนพี่น้องที่ศึกษา 1 คน จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 82.19 จำนวนพี่น้องที่ศึกษา 3 คน และจำนวนพี่น้องที่ศึกษา มากกว่า 3คน จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบแบบสอบถาม							
ข้อมูลด้าน		เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง			
		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
จำนวน พี่น้อง	1 คน	84	34.01	32	12.96	116	46.96
	2 คน	81	32.79	50	20.24	131	53.04
	3 คน	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	มากกว่า 3 คน	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม		165	66.80	82	33.20	247	100.00

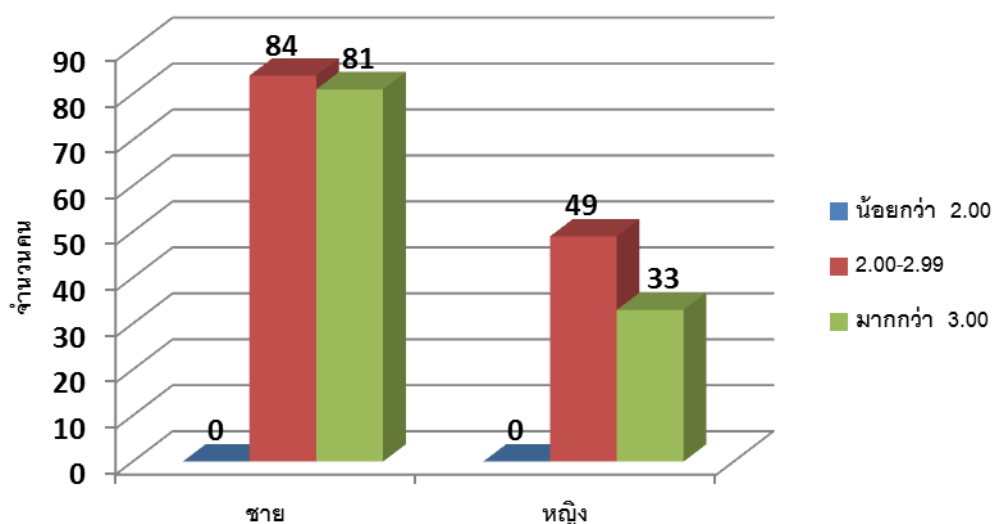


ภาพที่ 10 กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศและด้านจำนวนพี่น้อง ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าจำนวนพี่น้อง 1 คน เป็นชาย 84 คน เป็นหญิง 32 คน คิดเป็นร้อยละ 46.96 จำนวนพี่น้อง 2 คน เป็นชาย 81 คน เป็นหญิง 50 คน คิดเป็นร้อยละ 53.04

ตารางที่ 10 แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านเกรดเฉลี่ยสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านเกรดเฉลี่ยสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม							
ข้อมูลด้าน		เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง			
		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เกรดเฉลี่ย	น้อยกว่า 2.00	0	0	0	0	0	0
	2.00 - 2.99	84	34.01	49	19.84	133	53.85
	มากกว่า 3.00	81	32.79	33	13.36	114	46.15
รวม		165	66.80	82	33.20	247	100.00



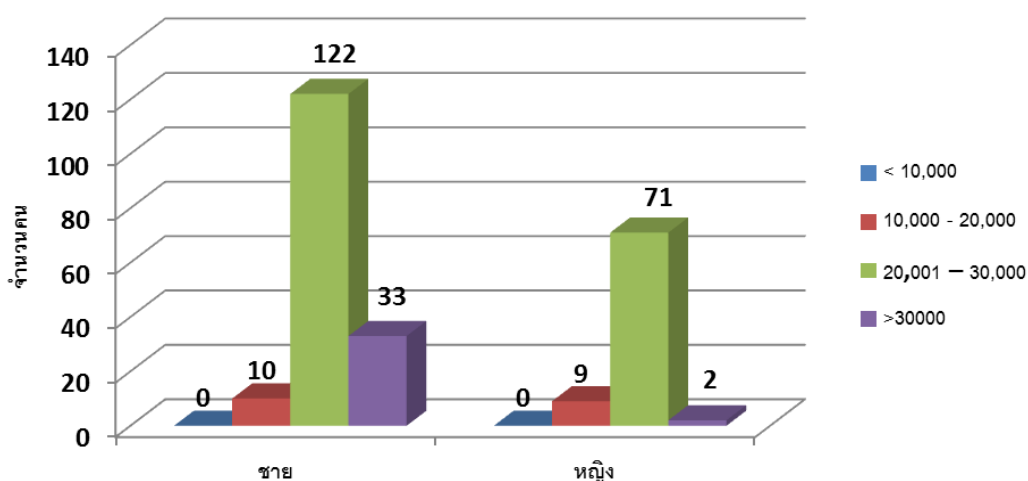
ภาพที่ 11 กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านเกรดเฉลี่ยสะสม

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศและทางด้านเกรดเฉลี่ยสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าเกรดเฉลี่ยน้อยกว่า 2.00 เป็นชาย 0 คน เป็นหญิง 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 รองลงมาเป็นเกรดเฉลี่ย 2.00-2.99 เป็นชาย 84 คน เป็นหญิง 49

คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 และเกรดเฉลี่ยมากกว่า 3.00 เป็นชาย 81 คน เป็นหญิง 33 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15

ตารางที่ 11 แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม		เพศ				รวม	
ข้อมูลด้าน		ชาย		หญิง		รวม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)		
รายได้ของ ครอบครัว ต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000	0	0	0	0	0	0
	10,000 - 20,000	10	4.05	9	3.64	19	7.69
	20,001 – 30,000	122	49.39	71	28.74	193	78.14
	มากกว่า 30,000	33	13.36	2	0.81	35	14.17
รวม		165	66.80	82	33.20	247	100.00



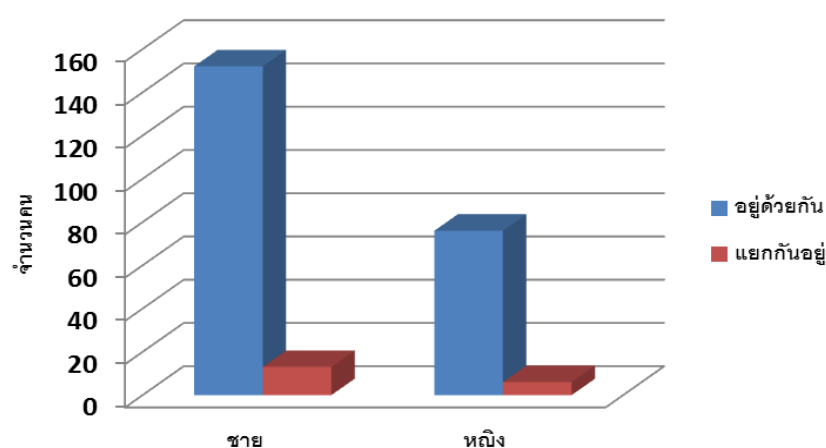
ภาพที่ 12 กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศและรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ารายได้ของครอบครัวต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท เป็นชาย 0 คน เป็นหญิง 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 รองลงมาเป็นรายได้

ของครอบครัวต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท เป็นชาย 10 คน เป็นหญิง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เป็นชาย 122 คน เป็นหญิง 71 คน คิดเป็นร้อยละ 78.14 และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท เป็นชาย 33 คน เป็นหญิง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17

ตารางที่ 12 แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านสถานภาพของบิดามารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านสถานภาพของบิดามารดา							
ข้อมูลด้าน		เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง			
		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
สถานภาพ ของบิดา มารดา	อยู่ด้วยกัน	152	61.54	76	30.77	228	92.31
	แยกกันอยู่	13	5.26	6	2.43	19	7.69
รวม		165	66.80	82	33.20	247	100.00

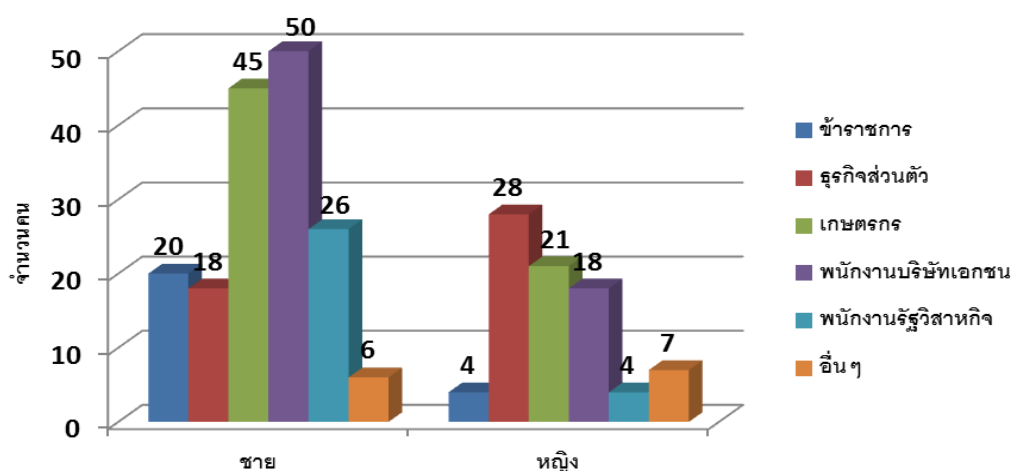


ภาพที่ 13 กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านสถานภาพของบิดามารดา

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศและสถานภาพของบิดามารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าอยู่ด้วยกัน เป็นชาย 152 คน เป็นหญิง 76 คน คิดเป็นร้อยละ 92.31 และแยกกันอยู่ เป็นชาย 13 คน เป็นหญิง 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69

ตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพของบิดา

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพของบิดา							
ข้อมูลด้าน		เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง			
		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
อาชีพของ บิดา	ข้าราชการ	20	8.10	4	1.62	24	9.72
	ธุรกิจส่วนตัว	18	7.29	28	11.34	46	18.62
	เกษตรกร	45	18.22	21	8.50	66	26.72
	พนักงานบริษัทเอกชน	50	20.24	18	7.29	68	27.53
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	10.53	4	1.62	30	12.15
	อื่นๆ	6	2.43	7	2.83	13	5.26
รวม		165	66.80	82	33.20	247	100.00

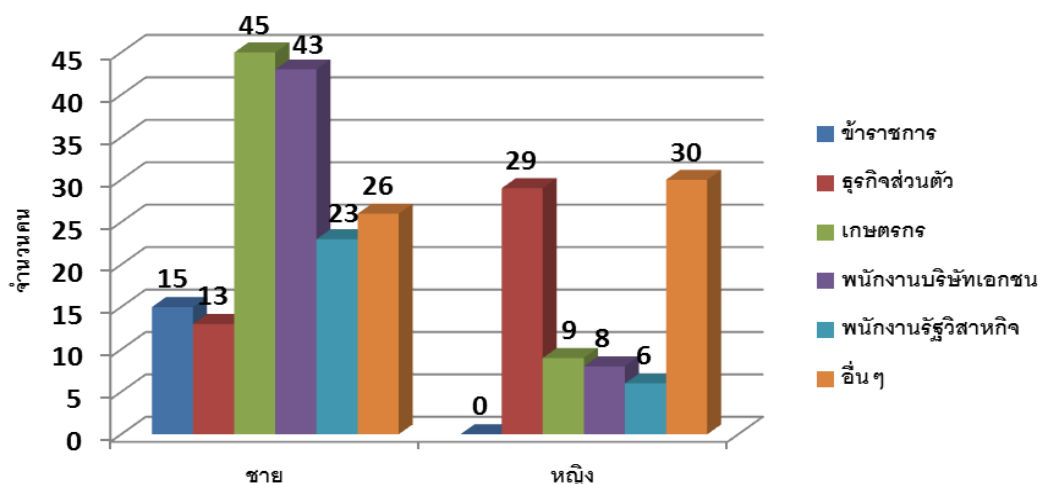


ภาพที่ 14 กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพบิดา

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป ทางด้านเพศและทางด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ เป็นชาย 20 คน เป็นหญิง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.72 รองลงมาเป็นธุรกิจส่วนตัว เป็นชาย 18 คน เป็นหญิง 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.62 เกษตรกร เป็นชาย 45 คน เป็นหญิง 21 คน คิดเป็นร้อยละ 26.72 พนักงานบริษัทเอกชน เป็นชาย 50 คน เป็นหญิง 18 คน คิดเป็นร้อยละ 27.53 พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นชาย 26 คน เป็นหญิง 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12.15 และอื่นๆ เป็นชาย 6 คน เป็นหญิง 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26

ตารางที่ 14 แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพของมารดา

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพของมารดา							
ข้อมูลด้าน		เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง			
		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
อาชีพของ มารดา	ข้าราชการ	15	6.07	0	0.00	15	6.07
	ธุรกิจส่วนตัว	13	5.26	29	11.74	42	17.00
	เกษตรกร	45	18.22	9	3.64	54	21.86
	พนักงานบริษัทเอกชน	43	17.41	8	3.24	51	20.65
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	9.31	6	2.43	29	11.74
	อื่นๆ	26	10.53	30	12.15	56	22.67
รวม		165	66.80	82	33.20	247	100.00

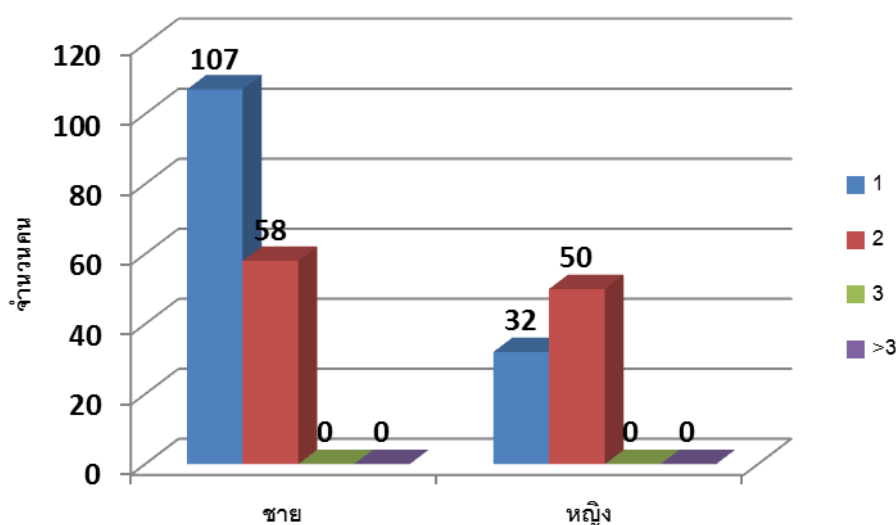


ภาพที่ 15 กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านอาชีพมารดา

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศและทางด้านอาชีพของมารดาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ เป็นชาย 15 คน เป็นหญิง 0 คน คิดเป็นร้อยละ 6.07 รองลงมาทำธุรกิจส่วนตัว เป็นชาย 13 คน เป็นหญิง 29 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 เกษตรกร เป็นชาย 45 คน เป็นหญิง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 21.86 พนักงานบริษัทเอกชน เป็นชาย 43 คน เป็นหญิง 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.65 พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นชาย 23 คน เป็นหญิง 6 คน คิดเป็นร้อยละ 11.74 และอื่นๆ เป็นชาย 26 คน เป็นหญิง 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67

ตารางที่ 15 แสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษา

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษา							
ข้อมูลด้าน		เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง			
		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
จำนวนพี่น้องที่ศึกษา	1 คน	107	43.32	32	12.96	139	56.28
	2 คน	58	23.48	50	20.24	108	43.72
	3 คน	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	มากกว่า 3 คน	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม		165	66.80	82	33.20	247	100.00



ภาพที่ 16 กราฟแสดงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบด้านเพศกับด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษา

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป ทางด้านเพศและด้านจำนวนพี่น้องที่ศึกษา (รวมตัวเอง)ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ จำนวนพี่น้องที่ศึกษา 1 คน เป็นชาย 107 คน เป็นหญิง 32 คน คิดเป็นร้อยละ 43.72 รองลงมาเป็น จำนวนพี่น้องที่ศึกษา 2 คน เป็นชาย 58 คน เป็นหญิง 50 คน คิดเป็นร้อยละ 56.28 และจำนวนพี่น้องที่ศึกษา 3 คนและจำนวนพี่น้องที่ศึกษา มากกว่า 3คน เป็นชาย 0 คน เป็นหญิง 0 คนคิดเป็น ร้อยละ 0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาของ นักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ในส่วนนี้ต้องการแสดงให้เห็นถึงระดับปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเข้าศึกษาของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ทั้ง 2 ด้าน ซึ่งจำแนกตามข้อมูล โดยที่ Mean คือ ค่าเฉลี่ย S.D. คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์เพื่อจัดระดับ ค่าเฉลี่ยของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา แต่ละด้านออกเป็น 5 ระดับ เพื่อประโยชน์ ในการเปรียบเทียบและตีความ คือ ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่ น้อยที่สุด ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจน้อย ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจปานกลาง ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 ส่งผลให้เกิด

การตัดสินใจมาก และระดับคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมากที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ปัจจัยย่อย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร รายละเอียดดังตารางที่ 16
ตารางที่ 16 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร	ระดับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ					Mean	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษาตลอดหลักสูตรถูกกว่าที่อื่น	2 (0.81)	-	34 (13.77)	90 (36.44)	121 (48.99)	4.33	0.77	มาก
2. สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวดได้	-	9 (3.64)	22 (8.91)	101 (40.19)	115 (46.56)	4.30	0.78	มาก
3. กิจกรรมที่ต้องชำระเงินเพิ่มมีจำนวนน้อย	-	7 (2.83)	24 (9.72)	76 (30.77)	140 (56.68)	4.41	0.78	มาก
4. การสนับสนุนด้านทุนการศึกษา	-	-	15 (6.07)	118 (47.77)	114 (46.15)	4.40	0.60	มาก
5. มีการสนับสนุนด้านการทำงานเพื่อหารายได้ระหว่างเรียน	-	-	9 (3.64)	101 (40.89)	137 (55.47)	4.52	0.57	มากที่สุด
รวม						4.39	0.70	มาก

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70) ดังนั้น ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตรส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การสนับสนุนด้านการทำงานเพื่อหารายได้ระหว่างเรียนมีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ 4.52 มีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ กิจกรรมที่ต้องชำระเงินเพิ่มมีจำนวนน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 การสนับสนุนด้านทุนการศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าใช้จ่ายในการศึกษาตลอดหลักสูตรถูกกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวดได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ตามลำดับ ซึ่งมีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านสถานที่ รายละเอียดดังตารางที่ 17
 ตารางที่ 17 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ					Mean	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. สถานที่สะอาด มีบรรยากาศและสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี	4 (1.62)	-	7 (2.83)	122 (49.39)	114 (46.15)	4.38	0.70	มาก
2. มีห้องพักที่สะอาด น่าอยู่	-	1 (0.40)	31 (12.55)	113 (45.75)	102 (41.30)	4.28	0.69	มาก
3. ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ	-	7 (2.83)	15 (6.07)	110 (44.53)	115 (46.56)	4.35	0.72	มาก
4. ห้องสมุดมีความทันสมัยและเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้	-	1 (0.40)	20 (8.10)	109 (44.13)	117 (47.37)	4.38	0.65	มาก
5. การจัดบริการสถานที่สำหรับการพักผ่อนเพียงพอ	-	-	12 (4.86)	125 (50.61)	110 (44.53)	4.40	0.58	มาก
6. มีความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อมโดยรอบของมหาวิทยาลัย	-	-	20 (8.10)	126 (51.01)	101 (40.89)	4.33	0.62	มาก
7. เป็นสถานศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการศึกษา	-	6 (2.43)	20 (8.10)	128 (51.82)	93 (37.65)	4.25	0.70	มาก
8. เป็นสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง	-	8 (3.24)	22 (8.91)	109 (44.13)	108 (43.72)	4.28	0.76	มาก
9. มีการให้บริการ Internet ใช้ในการสืบค้นเพื่อการเรียนรู้	-	-	16 (6.48)	108 (43.72)	123 (49.86)	4.43	0.61	มาก
รวม						4.34	0.67	มาก

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านสถานที่ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67) ดังนั้น ปัจจัยด้านสถานที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการให้บริการ Internet ใช้ในการสืบค้นเพื่อการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ 4.43 รองลงมา คือ การจัดบริการสถานที่สำหรับการพักผ่อนเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 สถานที่สะอาด มีบรรยากาศและสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ห้องสมุดมีความทันสมัยและเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งค้นคว้า

หาความรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 มีความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อมโดยรอบของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เป็นสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 มีหอพักที่สะอาด น่าอยู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เป็นสถานศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ ซึ่งทุกข้อมีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตร รายละเอียดดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านหลักสูตร

ปัจจัยด้านหลักสูตร	ระดับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ					Mean	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. จำนวนหน่วยกิตของหลักสูตรมีความเหมาะสม	2 (0.81)	1 (0.40)	16 (6.48)	99 (40.08)	129 (52.23)	4.43	0.71	มาก
2. โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาที่เรียนน่าสนใจ	3 (1.21)	2 (0.81)	37 (14.98)	54 (21.86)	151 (61.13)	4.41	0.86	มาก
3. มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้การสอน เช่น การศึกษาดูงานในสถานที่จริง	1 (0.40)	-	29 (11.74)	80 (32.39)	137 (55.47)	4.43	0.73	มาก
4. โปรแกรมวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของนักศึกษา	-	2 (0.81)	37 (14.98)	55 (22.27)	153 (61.94)	4.45	0.77	มาก
5. โปรแกรมวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการตรงกับตลาดแรงงาน	-	1 (0.40)	16 (6.48)	99 (40.08)	131 (53.04)	4.46	0.64	มาก
6. ระยะเวลาในการศึกษามีความเหมาะสม	-	-	32 (12.96)	85 (34.41)	130 (52.63)	4.40	0.71	มาก
7. เนื้อหาวิชาและกิจกรรมการเรียนรู้ที่น่าสนใจ	-	-	40 (16.19)	58 (23.48)	149 (60.32)	4.44	0.76	มาก
8. ตรงกับความต้องการและความสนใจของผู้เรียน	-	-	18 (7.29)	105 (42.51)	124 (50.20)	4.43	0.63	มาก
รวม						4.43	0.72	มาก

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านหลักสูตร ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72) ดังนั้น ปัจจัยด้านหลักสูตรส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โปรแกรมวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการตรงกับตลาดแรงงาน มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ 4.46 รองลงมา คือ โปรแกรมวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เนื้อหาวิชาและกิจกรรมการเรียนที่น่าสนใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ตรงกับความต้องการและความสนใจของผู้เรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 จำนวนหน่วยกิตของหลักสูตรมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนการสอน เช่น การศึกษาดูงานในสถานที่จริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาที่เรียนน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ระยะเวลาในการศึกษามีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ตามลำดับ ซึ่งทุกข้อมีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา รายละเอียดดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา

ปัจจัยด้านการให้บริการ แนะนำช่วยเหลือ	ระดับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ					Mean	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. เว็บไซต์แนะนำมหาวิทยาลัย	-	-	32 (12.96)	76 (30.77)	139 (56.28)	4.43	0.71	มาก
2. เพื่อน/พี่/คนรู้จักแนะนำ/ บุคคลที่เรียนจบจาก มหาวิทยาลัย	-	9 (3.64)	14 (5.67)	90 (36.44)	134 (54.25)	4.41	0.76	มาก
3. อาจารย์แนะแนวจาก สถานศึกษาเดิม	-	1 (0.40)	22 (8.91)	78 (31.58)	146 (59.11)	4.49	0.67	มาก
4. แผ่นพับรายละเอียดของ หลักสูตรมีความชัดเจน	-	-	2 (0.81)	113 (45.75)	132 (53.44)	4.53	0.52	มากที่สุด
5. มหาวิทยาลัยได้มีการ ประชาสัมพันธ์และแนะแนว ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรก่อน เข้าเรียน	-	-	3 (1.21)	92 (37.25)	152 (61.54)	4.60	0.51	มากที่สุด
รวม						4.49	0.64	มาก

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64) ดังนั้น ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษาส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มหาวิทยาลัยฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์และแนะแนวให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรก่อนเข้าเรียน มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ 4.60 มีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ แผ่นพับรายละเอียดของหลักสูตรมีความชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 มีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนอาจารย์แนะแนวจากสถานศึกษาเดิม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เว็บไซต์แนะนำมหาวิทยาลัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 เพื่อน/พี่/คนรู้จักแนะนำ/บุคคลที่เรียนจบจากมหาวิทยาลัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ตามลำดับ มีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่ 5 ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน รายละเอียดดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน

ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน	ระดับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ					Mean	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. อาจารย์ผู้สอนมีความชำนาญการเฉพาะด้าน	-	-	34 (13.77)	90 (36.44)	123 (49.80)	4.36	0.71	มาก
2. อาจารย์ผู้สอนมีศักยภาพที่เหมาะสม	-	10 (4.05)	15 (6.07)	103 (41.70)	119 (48.18)	4.34	0.77	มาก
3. อาจารย์ผู้สอนมีการเตรียมความพร้อมในการสอน	-	2 (0.81)	24 (9.72)	93 (37.65)	128 (51.82)	4.40	0.70	มาก
4. อาจารย์ผู้สอนจัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมในแต่ละรายวิชา	-	-	6 (2.43)	114 (46.15)	127 (51.42)	4.49	0.55	มาก
5. อาจารย์ผู้สอนมีวิธีการที่สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนอย่างเหมาะสม	-	-	8 (3.24)	108 (43.72)	131 (53.04)	4.50	0.56	มาก
รวม						4.42	0.66	มาก

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66) ดังนั้น ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อาจารย์ผู้สอนมีวิธีการที่สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ 4.50 รองลงมา คือ อาจารย์ผู้สอนจัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมในแต่ละรายวิชา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 อาจารย์ผู้สอนมีการเตรียมความพร้อมในการสอน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 อาจารย์ผู้สอนมีความชำนาญการเฉพาะด้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อาจารย์ผู้สอนมีศักยภาพที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ ทุกข้อมีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่ 6 ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนรายละเอียดดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน

ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน	ระดับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ					Mean	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ขั้นตอนการรับสมัครสะดวก	1 (0.04)	1 (0.04)	26 (10.53)	102 (41.30)	117 (47.37)	4.35	0.72	มาก
2. โอกาสสำเร็จการศึกษาสูง	-	4 (1.62)	44 (17.81)	58 (23.48)	141 (57.09)	4.36	0.83	มาก
3. หลักสูตรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนการสอน	-	5 (2.02)	35 (14.17)	92 (37.25)	115 (46.56)	4.28	0.78	มาก
4. หลักสูตรมีสื่อการสอน/อุปกรณ์ที่ทันสมัย	-	1 (0.40)	47 (19.03)	59 (23.89)	140 (56.68)	4.37	0.80	มาก
5. การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง	-	8 (3.24)	29 (11.74)	100 (40.49)	110 (44.53)	4.26	0.79	มาก
6. มีการจัดอบรมความรู้เฉพาะด้าน	-	-	31 (12.55)	78 (31.58)	138 (55.87)	4.43	0.71	มาก
7. มีการจัดเสริมประสบการณ์ต่างๆ อย่างหลากหลายระหว่างศึกษา	-	-	33 (13.36)	68 (27.53)	146 (59.11)	4.46	0.72	มาก
รวม						4.36	0.76	มาก

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนแสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76) ดังนั้นปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการจัดเสริมประสบการณ์ต่างๆ อย่างหลากหลายระหว่างศึกษา มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ 4.46 รองลงมา คือ มีการจัดอบรมความรู้เฉพาะด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 หลักสูตรมีสื่อการสอน/อุปกรณ์ที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 โอกาสสำเร็จการศึกษาสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ขั้นตอนการรับสมัครสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 หลักสูตรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ ซึ่งทุกข้อมีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่ 7 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ รายละเอียดดังตารางที่ 22
ตารางที่ 22 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

ปัจจัยด้านคุณลักษณะ บัณฑิตที่พึงประสงค์	ระดับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ					Mean	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. บัณฑิตมีความรู้ความเข้าใจ ในการใช้ภาษาไทยเพื่อการ สื่อสาร	4 (1.62)	2 (0.81)	34 (13.77)	61 (24.70)	146 (59.11)	4.39	0.87	มาก
2. บัณฑิตมีทักษะทาง ภาษาไทยและสามารถนำไป ประกอบอาชีพ	-	2 (0.81)	23 (9.31)	95 (38.46)	127 (51.42)	4.40	0.69	มาก
3. บัณฑิตที่มีพื้นฐานความรู้ และประสบการณ์ทางด้าน ภาษาไทย	-	-	35 (14.17)	63 (25.51)	149 (60.32)	4.46	0.73	มาก
4. ส่งเสริมให้บัณฑิตมีโลก ทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์	-	2 (0.81)	16 (6.48)	104 (42.11)	125 (50.61)	4.43	0.65	มาก
5. บัณฑิตมีคุณธรรมและ จริยธรรม	-	-	30 (12.15)	88 (35.63)	129 (52.23)	4.40	0.70	มาก
รวม						4.42	0.73	มาก

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73) ดังนั้น ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บัณฑิตที่มีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ทางด้านภาษาไทย มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ 4.46 รองลงมา คือ ส่งเสริมให้บัณฑิตมีโลกทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.43 บัณฑิตมีทักษะทางภาษาไทยและสามารถนำไปประกอบอาชีพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 บัณฑิตมีคุณธรรมและจริยธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 บัณฑิตมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ ทุกข้อมีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ด้านที่ 2 ปัจจัยด้านความคาดหวัง

ปัจจัยด้านความคาดหวัง รายละเอียดดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยด้านความคาดหวัง

ปัจจัยด้านความคาดหวัง	ระดับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ					Mean	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. เมื่อได้มาเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้ทำงานที่ประเทศไทย	4 (1.62)	-	33 (13.36)	61 (24.70)	149 (60.32)	4.42	0.84	มาก
2. เมื่อจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้มีงานที่ดี	5 (2.02)	2 (0.81)	17 (6.88)	97 (39.27)	126 (51.01)	4.36	0.81	มาก
3. เมื่อมาเรียนในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้มีงานทำในระหว่างเรียน	-	5 (2.02)	34 (13.77)	64 (25.91)	144 (58.30)	4.40	0.80	มาก
4. เมื่อได้มาเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้ทุนสนับสนุนในการเรียน	-	4 (1.62)	16 (6.48)	102 (41.30)	125 (50.61)	4.41	0.69	มาก
5. เลือกเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมตามเพื่อน	-	-	28 (11.34)	84 (34.01)	135 (54.66)	4.41	0.77	มาก
รวม						4.40	0.78	มาก

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านความคาดหวังแสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78) ดังนั้น ปัจจัยด้านความคาดหวังส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เมื่อได้มาเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้ทำงานที่ประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ 4.42 รองลงมา คือ เมื่อได้มาเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้ทุนสนับสนุนในการเรียนและเลือกเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมตามเพื่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อมาเรียนในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้มีงานทำในระหว่างเรียน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้มีงานที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ตามลำดับ ทุกข้อมีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

สรุปผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ในทุกๆ ด้าน รายละเอียดดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบและสรุปผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมในทุกปัจจัย

ปัจจัยด้าน	Mean	S.D.
1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	4.41	0.70
1.1 ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาลดหลักสูตร	4.39	0.70
1.2 ปัจจัยด้านสถานที่	4.34	0.67
1.3 ปัจจัยด้านหลักสูตร	4.43	0.72
1.4 ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา	4.49	0.64
1.5 ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน	4.42	0.66
1.6 ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน	4.36	0.76
1.7 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์	4.42	0.73
2. ปัจจัยด้านความคาดหวัง	4.40	0.78

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านต่างๆแสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยที่ได้ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ เมื่อเรียงตามจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย สามารถเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยด้านหลักสูตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

4. ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

5. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

6. ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

7. ปัจจัยด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านความคาดหวัง ค่าเฉลี่ยที่ได้ คือ 4.40 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านความคาดหวังส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ต้องการแสดงให้เห็นถึงระดับปัจจัยทั้ง 2 ด้านที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขานานาชาติ ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์เพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา แต่ละด้านออกเป็น 5 ระดับ เพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบและตีความ คือ ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่น้อยที่สุด ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจน้อย ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 ส่งผลให้เกิด

การตัดสินใจปานกลาง ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมาก และระดับคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมากที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ตัวแปร	ระดับการตัดสินใจ	ชาย		หญิง		รวม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัจจัยด้านค่านิยม การศึกษาตลอดหลักสูตร	น้อยที่สุด	1	0.61	0	0.00	1	0.40
	น้อย	2	1.21	2	2.44	4	1.62
	ปานกลาง	14	8.48	6	7.32	20	8.10
	มาก	68	41.21	29	35.37	97	39.27
	มากที่สุด	80	48.48	45	54.88	125	50.61
ปัจจัยด้านสถานที่	น้อยที่สุด	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	น้อย	2	1.21	1	1.22	3	1.21
	ปานกลาง	13	7.88	6	7.32	19	7.69
	มาก	76	46.06	40	48.78	116	46.96
	มากที่สุด	74	44.85	35	42.68	109	44.13
ปัจจัยด้านหลักสูตร	น้อยที่สุด	1	0.61	0	0.00	1	0.40
	น้อย	1	0.61	0	0.00	1	0.40
	ปานกลาง	19	11.52	9	10.98	28	11.34
	มาก	53	32.12	26	31.71	79	31.98
	มากที่สุด	91	55.15	47	57.32	138	55.87
ปัจจัยด้านการบริการ แนะแนวการศึกษา	น้อยที่สุด	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	น้อย	1	0.61	1	1.22	2	0.81
	ปานกลาง	11	6.67	4	4.88	15	6.07
	มาก	62	37.58	28	34.15	90	36.44
	มากที่สุด	91	55.15	49	59.76	140	56.68

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับการ ตัดสินใจ	ชาย		หญิง		รวม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน	น้อยที่สุด	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	น้อย	2	1.21	1	1.22	3	1.21
	ปานกลาง	12	7.27	5	6.10	17	6.88
	มาก	67	40.61	35	42.68	102	41.30
	มากที่สุด	84	50.91	41	50.00	125	50.61
ปัจจัยด้านกระบวนการ จัดการเรียนการสอน	น้อยที่สุด	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	น้อย	2	1.21	1	1.22	3	1.21
	ปานกลาง	18	10.91	17	20.73	35	14.17
	มาก	54	32.73	26	31.71	80	32.39
	มากที่สุด	91	55.15	38	46.34	129	52.23
ปัจจัยด้านคุณลักษณะ บัณฑิตที่พึงประสงค์	น้อยที่สุด	1	0.61	0	0.00	1	0.40
	น้อย	1	0.61	0	0.00	1	0.40
	ปานกลาง	19	11.52	9	10.98	28	11.34
	มาก	55	33.33	27	32.93	82	33.20
	มากที่สุด	89	53.94	46	56.10	135	54.66
รวม		165	100	82	100	247	100

จากตารางที่ 25 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากระดับการตัดสินใจ ทั้ง 7 ปัจจัยย่อย ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน จำนวน 247 คน จำแนกตามเพศได้ดังนี้

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร พบว่าระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด พบจากจำนวนเพศหญิง 45 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 54.88 และจากจำนวนเพศชาย 80 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 48.48 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตรที่มากกว่า

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก พบจากจำนวนเพศหญิง 40 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 48.78 และจากจำนวนเพศชาย 76 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 46.00 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านสถานที่ที่มากกว่า

ปัจจัยด้านหลักสูตร พบว่าระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด พบจากจำนวนเพศหญิง 47 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 57.32 และจากจำนวนเพศชาย 91 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 55.15 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านหลักสูตรที่มากกว่า

ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา พบว่าระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด พบจากจำนวนเพศหญิง 49 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 59.76 และจากจำนวนเพศชาย 91 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 55.15 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษาที่มากกว่า

ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน พบว่าระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด พบจากจำนวนเพศชาย 84 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 50.91 และจากจำนวนเพศหญิง 41 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 50.00 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศชายมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนที่มากกว่า

ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน พบว่าระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด พบจากจำนวนเพศชาย 91 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 55.15 และจากจำนวนเพศหญิง 38 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 46.34 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศชายมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่มากกว่า

ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ พบว่า ระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด พบจากจำนวนเพศหญิง 46 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 56.10 และจากจำนวนเพศชาย 89 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 53.94 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ที่มากกว่า

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากระดับการตัดสินใจทั้ง 7 ปัจจัยย่อย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษา สาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำแนกตามเพศ ได้ว่า เพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านการบริการแนะแนว

การศึกษา และปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนและปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนนั้น เพศชายมีระดับการตัดสินใจมากกว่า

ด้านที่ 2 ปัจจัยด้านความคาดหวัง รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศและปัจจัยด้านความคาดหวัง

ตัวแปร	ระดับการตัดสินใจ	ชาย		หญิง		รวม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัจจัยด้านความคาดหวัง	น้อยที่สุด	2	1.21	0	0.00	2	0.81
	น้อย	2	1.21	0	0.00	2	0.81
	ปานกลาง	17	10.30	9	10.98	26	10.53
	มาก	53	32.12	28	34.15	81	32.79
	มากที่สุด	91	55.15	45	54.88	136	55.06
รวม		165	100	82	100	247	100

จากตารางที่ 26 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจ ปัจจัยด้านความคาดหวังของนักศึกษาสาขารัฐประศาสนจีน จำนวน 247 คน จำแนกตามเพศ ได้ดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความคาดหวัง พบว่าระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด พบจากจำนวนเพศชาย 91 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 55.15 และจากจำนวนเพศหญิง 45 คน มีผลให้เกิดการตัดสินใจร้อยละ 54.88 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศชายมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านความคาดหวังที่มากกว่า

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาขารัฐประศาสนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ทำการวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่โดยเรียงตามลำดับรายละเอียดดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ปัญหาและข้อเสนอแนะของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน

ลำดับ	รายการ	จำนวนผู้ให้ข้อมูล
1	กลางคืนมืด ควรเพิ่มแสงสว่างตามทางเดิน	7
2	เมืองไทยอากาศร้อน อยากให้ติดแอร์ห้องเรียน	6
3	สัญญาณอินเทอร์เน็ต มีปัญหาบ่อย	6
4	เพิ่มสถานที่ในการพักผ่อนในช่วงเวลาตอนเย็น	5
5	ปรับเวลาเรียนในแต่ละเทอมให้เหมือนนักศึกษาไทย	4
6	การส่งเสริมเพื่อหารายได้ระหว่างเรียนให้เหมือนนักศึกษา	4
7	มี 7-11 ในมหาวิทยาลัย	3
8	เพิ่มเติมความรู้ในด้านอื่นๆ นอกจากที่เรียน	3
9	ห้องสมุดใช้ได้นานๆ	3
10	จัดให้มีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้	1

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา ในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ที่ตัดสินใจเข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ในระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านความคาดหวังที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ในระดับปริญญาตรีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจำแนกตามเพศ 3. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ กลุ่มนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ทั้งหมด 247 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 จำนวนพี่น้องส่วนใหญ่มีจำนวนพี่น้อง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 80.16 เกรดเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2.00 – 2.99 คิดเป็นร้อยละ 53.85 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 78.14 สถานภาพของบิดามารดาส่วนใหญ่อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 92.31 อาชีพของบิดา ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.53 อาชีพของมารดา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่นๆ ซึ่งจำนวนมากเป็นแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 22.67 และ จำนวนพี่น้องที่ศึกษาซึ่งรวมตัวเองด้วย ส่วนใหญ่จำนวนพี่น้องที่ศึกษา 2 คน คิดเป็นร้อยละ 56.28

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน แบ่งการประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านความคาดหวัง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาศาสนาธรรมรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นอุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยกำหนดขอบเขตและประเด็นในแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยแบบสอบถามที่มีคำถามปลายปิด (Closed End Question)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็นด้านได้ดังนี้

1. ด้านค่านิยมการศึกษาตลอดหลักสูตร
2. ด้านสถานที่
3. ด้านหลักสูตร
4. ด้านการบริการแนะแนวการศึกษา
5. ด้านอาจารย์ผู้สอน
6. ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน
7. ด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคาดหวัง

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่มีข้อความปลายเปิด (Open Ended Form) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม มีลักษณะเป็นแบบเติมข้อความถามนักศึกษาศาสนาธรรมรัฐประชาชนจีน ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามสูตรของครอนบาค มีค่าระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.75

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 เพื่อตอบคำถามวิจัย 3 ข้อ ได้แก่ 1. ระดับการตัดสินใจของนักศึกษาจากศาสนาธรรมรัฐประชาชนจีนอยู่ในระดับใดบ้าง 2. นักศึกษาศาสนาธรรมรัฐประชาชนจีน เมื่อแยกเป็นเพศชายและเพศหญิงระดับการตัดสินใจในการเข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมต่างกันหรือไม่ และ 3. ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจากนักศึกษา
จากสาธารณรัฐประชาชนจีนมีอะไรบ้าง ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของระดับการตัดสินใจ ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาใน
หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ของปัจจัยทั้ง 2 ด้าน ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และ
เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยทั้ง 7 ด้าน สามารถเรียงระดับการตัดสินใจตามลำดับจากมากไปหาน้อย
ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เท่ากับ 0.64) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านหลักสูตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43
(ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านอาจารย์
ผู้สอน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับ
มาก ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
0.73) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76)
ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (ค่าส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67) ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านความคาดหวัง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78)
ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านความคาดหวังส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจจากปัจจัย ทั้ง 2 ด้าน ที่มีต่อการตัดสินใจ
เข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับ
ปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้ว่า ทั้งปัจจัยด้าน
ส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านความคาดหวัง ต่างก็ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าศึกษาอยู่
ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของระดับการตัดสินใจ ที่มีต่อการตัดสินใจในการ
เข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ในระดับ
ปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ของปัจจัยทั้ง 2
ด้าน โดยจำแนกตามเพศ ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยทั้ง 7 ด้าน พบว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร มีระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด จากเพศหญิง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตรที่มากกว่า ปัจจัยด้านสถานที่ มีระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก จากเพศหญิง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านสถานที่ที่มากกว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร มีระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด จากเพศหญิง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านหลักสูตรที่มากกว่า ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา มีระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด จากเพศหญิง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษาที่มากกว่า ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน มีระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด จากเพศชาย ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศชายมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนที่มากกว่า ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน มีระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด จากเพศชาย ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศชายมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่มากกว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มีระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด จากเพศหญิง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ที่มากกว่า

ปัจจัยด้านความคาดหวัง พบว่าระดับการตัดสินใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด จากเพศชาย ซึ่งสรุปได้ว่าเพศชายมีระดับการตัดสินใจด้านความคาดหวังที่มากกว่า

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจจากปัจจัย ทั้ง 2 ด้าน มีต่อการตัดสินใจในการเข้าศึกษา หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ในระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยจำแนกตามเพศ ได้ดังนี้ 1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 7 ด้าน พบว่า เพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา และปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนและปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนนั้น เพศชายมีระดับการตัดสินใจมากกว่า 2. ปัจจัยด้านความคาดหวัง พบว่าเพศชายมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านความคาดหวังที่มากกว่าเพศหญิง

2. การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และนำผลที่ได้จากการวิจัยมาพิจารณาเปรียบเทียบกับแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องในแต่ละประเด็นซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดพบว่าปัจจัยต่างๆ ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา สามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร

จากการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร นั้นนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญที่มาก โดยมีการสนับสนุนด้านการทำางานเพื่อหารายได้ระหว่างเรียนเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นกิจกรรมที่ต้องชำระเงินเพิ่มมีจำนวนน้อย การสนับสนุนด้านทุนการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษาตลอดหลักสูตรถูกกว่าที่อื่น และสามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวดได้ นักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนจะอาศัยข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประพันธ์ แสงทองดี (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกและการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาและมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ส่วนใหญ่พิจารณาเลือกด้านค่าใช้จ่าย หลักสูตร สถานที่ และด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน

2. ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร นั้นนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่ โดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การมีให้บริการ Internet ใช้ในการสืบค้นเพื่อการเรียนรู้ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประพันธ์ แสงทองดี (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกและการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาและมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ส่วนใหญ่พิจารณาเลือกด้านค่าใช้จ่าย หลักสูตร สถานที่ และด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน

3. ปัจจัยด้านหลักสูตร

จากการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร นั้นนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านหลักสูตร ในเรื่องของโปรแกรมวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน รองลงมาเป็นเรื่องของโปรแกรม

วิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของนักศึกษา เนื้อหาวิชาและกิจกรรมการเรียนที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการและความสนใจของผู้เรียน จำนวนหน่วยกิตของหลักสูตรมีความเหมาะสม มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนการสอน โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาที่เรียนน่าสนใจ ระยะเวลาในการศึกษามีความเหมาะสม ซึ่งทุกข้อมีผลให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประพันธ์ แสงทองดี (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกและการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาและมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ส่วนใหญ่พิจารณาเลือกด้านค่าใช้จ่าย หลักสูตร สถานที่ และด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน

4. ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในส่วนของมหาวิทยาลัยฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์และแนะแนวให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรก่อนเข้าเรียน เนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงและได้เปิดสอนหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร สำหรับนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งตรงกับความต้องการนักศึกษา

5. ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในส่วนของอาจารย์ผู้สอนมีวิธีการที่สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนอย่างเหมาะสม เนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นสถาบันการศึกษาที่พัฒนาผู้เรียน ได้อย่างครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวงจันทร์ อรุณเจริญพรชัย (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองให้ตัดสินใจเลือกจากปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด เพราะคิดว่า การที่นักศึกษาจะเรียนรู้ ส่วนหนึ่งมาจากอาจารย์ผู้สอน

6. ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องของมีการจัดเสริมประสบการณ์ต่างๆ อย่างหลากหลายระหว่างศึกษา เนื่องจากมหาวิทยาลัยฯ ได้จัดการเรียนการสอนในห้องเรียนแล้ว ได้มีการจัดเสริมประสบการณ์ เช่น การไปศึกษาดูงาน หรือการฝึกปฏิบัติการ หรืออื่นๆ ซึ่งจะทำให้นักศึกษาเข้าใจและได้ประสบการณ์ตรง

7. ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องของบัณฑิตที่มีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ทางด้านภาษาไทย

เมื่อนักศึกษาจบการศึกษาแล้ว นักศึกษาจะเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านภาษาไทย สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้หรือไปประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภักดี ศรีอรุณ (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง พบว่า บัณฑิตมีความรู้ทางด้านภาษาไทยและสามารถใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

1. ระดับการตัดสินใจของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ที่ตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของระดับการตัดสินใจ ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ของปัจจัยทั้ง 2 ด้าน ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านความคาดหวัง ต่างก็ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจในการเข้าศึกษาอยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านความคาดหวังที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจำแนกตามเพศ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลจำแนกตามเพศของนักศึกษาสาขารัฐประชาชนจีน กับระดับการตัดสินใจจากปัจจัย 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านความคาดหวัง พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 7 ด้าน พบว่า เพศหญิงมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา และปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มากกว่าเพศชาย ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนและปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนนั้น เพศชายมีระดับการตัดสินใจมากกว่า ส่วนปัจจัยด้านความคาดหวัง พบว่า เพศชายมีระดับการตัดสินใจจากปัจจัยด้านความคาดหวังที่มากกว่าเพศหญิง

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

การสังเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จากแบบสอบถามได้ข้อเสนอแนะ ที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนให้มากที่สุด ดังต่อไปนี้

จากข้อเสนอแนะส่วนมากได้ให้ข้อเสนอแนะปรับปรุงเกี่ยวกับด้านสถานที่ ได้แก่

1. ควรเพิ่มแสงสว่างตามทางเดินในยามกลางคืน
2. อยากให้ติดแอร์ห้องเรียนเนื่องจากเมืองไทยอากาศร้อน
3. เพิ่มสถานที่ในการพักผ่อนในช่วงเวลาตอนเย็น
4. อยากให้มี 7-11 ในมหาวิทยาลัย
5. อยากให้ห้องสมุดเข้าใช้ได้นานขึ้นกว่าเดิม
6. จัดให้มีบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้
7. ควรปรับปรุงสัญญาณอินเทอร์เน็ตเนื่องจากมีปัญหาบ่อย

ส่วนข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ ได้แก่ อยากให้ปรับเวลาเรียนในแต่ละเทอมให้เหมือนนักศึกษาไทย การส่งเสริมเพื่อหารายได้ระหว่างเรียนให้เหมือนนักศึกษา ให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านอื่นๆ นอกเหนือจากที่เรียน

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ภาพลักษณ์ และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม สำหรับเป็นข้อมูลในการสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ต่อไป เพื่อป้องกันการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ประกอบการอื่น

3.2 ควรมีการศึกษาด้านความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา และรักษาคุณภาพในการเรียนการสอน การให้บริการให้ยั่งยืนสืบไป

บรรณานุกรม

- กำธร ธรรมพิทักษ์. “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาในจังหวัดพะเยา.” วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541.
- จุฬามาศ แซ่เตีย. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์.” การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- จุฬารัตน์ เอื้ออำนวย. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์, 2549.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2550.
- ชูชัย เทพสาร. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก บริษัทรักษาความปลอดภัย : กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด, 2549.
- ทองทิพย์ อยู่เพ็ญ. “ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในโครงการพิเศษของมหาวิทยาลัยศิลปากร.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2547.
- ทิพย์วัลย์ สีจันทร์. การคิดและการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2546.
- ธนวัช ภูเก้าล้วน. “ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนในสังกัดเทศบาลเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.
- เรียร โชติกะชีวิน. “สภาพความพร้อมและความคาดหวังในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอคลอง จังหวัดแพร่.” วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2549.
- นวลศิริ เปาโลหิต. กระบวนการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2545.
- ปิยะสุดา แคว้นนนทรี. “การศึกษาความคาดหวังของผู้บริหารและครูต่อคุณลักษณะครูแนะแนวในโรงเรียนประถมศึกษา.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.

ประพันธ์ แสงทองดี. “การเลือกและการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย
ราชภัฏพระนครศรีอยุธยาและมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.” รายงานวิจัย, 2550.
ฝ่ายทะเบียนและวัดผล สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ปีการศึกษา , 2552.

พิบูล ทีปะปาล.หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟิก,2545.

พิสิฐ มหามงคล. “ความคิดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทรถบินไทย จำกัด
(มหาชน).” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,2546.

พัชร ศรีสุข . “ความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร.”
วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการพยาบาล บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2542.

ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์ .พฤติกรรมองค์กรและการบริหาร. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์,2530.

ภักดี ศรีอรุณ. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับ
ปริญญาตรี ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชีในจังหวัด
ลำปาง.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ (การบริหารธุรกิจ)มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
2546.

ยนต์ ชุ่มจิต.การศึกษาและความเป็นครูไทย. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินติ้ง เฮาส์,2550.

ราชบัณฑิตยสถาน.พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: อักษร
เจริญทัศน์,2539.

ลักขณา ศรีวัฒน์.การคิด=Thinking. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์,2549.

วานิช มาลัย. การวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.

วงจันทร์ อรุณเจริญพรชัย. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชน
ระดับประถมศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2549.

วิเชียร วิทยอุดม. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ :บริษัท ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, 2549.

วิฑูรย์ ต้นศิริ. กระบวนการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : กราฟฟิก แอนด์ปริ้นติ้ง เซนเตอร์ จำกัด, 2542.

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์.องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ:ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทคนิค 19,
2545.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : บริษัท ชีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด,
2547.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.ทฤษฎีองค์การฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด,
2545.

สกวเดือน ปณสมิทธิ. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการรื้อปรับระบบของพนักงานธนาคาร.”
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,2540.

สาโรช บัวศรี.จริยธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว,2547

สมทรัพย์ อภิชาติบุตร. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของ
นักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดกาญจนบุรี.” วิทยานิพนธ์
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศิลปากร,2541.

สร้อยตระกูล อรรถมานะ. พฤติกรรมองค์กร: ทฤษฎีและการประยุกต์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2548.

สุชา จันท์เอม และสุรางค์ จันท์เอม .จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แพร่วิทยา,2529.

สุนทรี โคมินและสนิท สมัครการ .รายงานการวิจัย เรื่อง ค่านิยมและระบบค่านิยมไทย : เครื่องมือ
ในการสำรวจวัด. กรุงเทพฯ : สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,2542.

สุพัตรา สุภาพ.สังคมไทยและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครั้ว ศาสนาและประเพณี. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช,2543.

อารมณ จนวนจิตร.มารยาทในวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ : ไทพันอินเตอร์แอคท์,2547.

อริยา คูหา. แรงจูงใจและอารมณ. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์,2546.

อำนาจ ชีระวิช. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เกษตรศาสตร์,2550.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

- รายนามผู้เชี่ยวชาญ
- แบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามนี้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

1. อาจารย์อภิรักษ์ จุ่นกรณ์
รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
2. อาจารย์รุจิราวดี ธรรมแสง
รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
3. อาจารย์ภรณ์ยา อัมฤรัตน์
อาจารย์โปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

แบบสอบถามเพื่อการทำวิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
ของนักศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีน ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้มีคำถามเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
2. กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ
3. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะเก็บเป็นความลับและจะนำผลมาใช้ประโยชน์ในการแนวทางพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารต่อไป

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

(นางขวัญสุนน สีเหลือง)

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () เพียงข้อละ 1 เครื่องหมาย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. จำนวนพี่น้อง

() 1 คน

() 2 คน

() 3 คน

() มากกว่า 3 คน

3. เกรดเฉลี่ยสะสมของท่าน

() น้อยกว่า 2.00

() 2.00-2.99

() มากกว่า 3.00

4. รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

() ต่ำกว่า 10,000 บาท

() 10,000 - 20,000 บาท

() 20,001 – 30,000 บาท

() มากกว่า 30,000 บาท

5. สถานภาพของบิดามารดา

() อยู่ด้วยกัน

() แยกกันอยู่

6. อาชีพของบิดา

() ข้าราชการ

() ธุรกิจส่วนตัว

() เกษตรกร

() พนักงานบริษัทเอกชน

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() อื่นๆ ระบุ.....

7. อาชีพของมารดา

() ข้าราชการ

() ธุรกิจส่วนตัว

() เกษตรกร

() พนักงานบริษัทเอกชน

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() อื่นๆ ระบุ.....

8. จำนวนพี่น้องที่ศึกษา (รวมตัวเอง)

() 1 คน

() 2 คน

() 3 คน

() มากกว่า 3 คน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดนำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และกรอก

ข้อความตามความเป็นจริง กรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

กำหนดให้มีระดับการตัดสินใจ 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมากที่สุด

ระดับ 4 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจมาก

ระดับ 3 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจปานกลาง

ระดับ 2 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจน้อย

ระดับ 1 คือ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่น้อยที่สุด

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
1. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร					
1.1 ค่าใช้จ่ายในการศึกษาตลอดหลักสูตรถูกกว่าที่อื่น					
1.2 สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวดได้					
1.3 กิจกรรมที่ต้องชำระเงินเพิ่มมีจำนวนน้อย					
1.4 การสนับสนุนด้านทุนการศึกษา					
1.5 มีการสนับสนุนด้านการทำงานเพื่อหารายได้ระหว่างเรียน					
2. ปัจจัยด้านสถานที่					
2.1 สถานที่สะอาด มีบรรยากาศและสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี					
2.2 มีห้องพักที่สะอาด น่าอยู่					
2.3 ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ					
2.4 ห้องสมุดมีความทันสมัยและเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้					
2.5 การจัดบริการสถานที่สำหรับการพักผ่อนเพียงพอ					
2.6 มีความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อมโดยรอบของมหาวิทยาลัย					
2.7 เป็นสถานศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการศึกษา					
2.8 เป็นสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง					
2.9 มีการให้บริการ Internet ใช้ในการสืบค้นเพื่อการเรียนรู้					

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
3. ปัจจัยด้านหลักสูตร					
3.1 จำนวนหน่วยกิตของหลักสูตรมีความเหมาะสม					
3.2 โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาที่เรียนน่าสนใจ					
3.3 มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนการสอน เช่น การศึกษาฐานงานในสถานที่จริง					
3.4 โปรแกรมวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของนักศึกษา					
3.5 โปรแกรมวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการตรงกับตลาดแรงงาน					
3.6 ระยะเวลาในการศึกษามีความเหมาะสม					
3.7 เนื้อหาวิชาและกิจกรรมการเรียนที่น่าสนใจ					
3.8 ตรงกับความต้องการและความสนใจของผู้เรียน					
4. ปัจจัยด้านการบริการแนะแนวการศึกษา					
4.1 เว็บไซต์แนะนำมหาวิทยาลัย					
4.2 เพื่อน/พี่/คนรู้จักแนะนำ/บุคคลที่เรียนจบจากมหาวิทยาลัย					
4.3 อาจารย์แนะแนวจากสถานศึกษาเดิม					
4.4 แผ่นพับรายละเอียดของหลักสูตรมีความชัดเจน					
4.5 มหาวิทยาลัยฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์และแนะแนวให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรก่อนเข้าเรียน					
5. ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน					
5.1 อาจารย์ผู้สอนมีความชำนาญการเฉพาะด้าน					
5.2 อาจารย์ผู้สอนมีศักยภาพที่เหมาะสม					
5.3 อาจารย์ผู้สอนมีการเตรียมความพร้อมในการสอน					
5.4 อาจารย์ผู้สอนจัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมในแต่ละรายวิชา					
5.5 อาจารย์ผู้สอนมีวิธีการที่สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนอย่างเหมาะสม					
6. ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน					
6.1 ขั้นตอนการรับสมัครสะดวก					
6.2 โอกาสสำเร็จการศึกษาสูง					
6.3 หลักสูตรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนการสอน					

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
6.4 หลักสูตรมีสื่อการสอน/อุปกรณ์ที่ทันสมัย					
6.5 การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง					
6.6 มีการจัดอบรมความรู้เฉพาะด้าน					
6.7 มีการจัดเสริมประสบการณ์ต่างๆ อย่างหลากหลายระหว่างศึกษา					
7. ปัจจัยด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์					
7.1 บัณฑิตมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร					
7.2 บัณฑิตมีทักษะทางภาษาไทยและสามารถนำไปประกอบอาชีพ					
7.3 บัณฑิตที่มีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ทางด้านภาษาไทย					
7.4 ส่งเสริมให้บัณฑิตมีโลกทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์					
7.5 บัณฑิตมีคุณธรรมและจริยธรรม					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคาดหวัง

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
1. เมื่อได้มาเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้ทำงานที่ประเทศไทย					
2. เมื่อจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้มีงานที่ดี					
3. เมื่อมาเรียนในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้มีงานทำในระหว่างเรียน					
4. เมื่อได้มาเรียนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมจะได้ทุนสนับสนุนในการเรียน					
5. เลือกเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมตามเพื่อน					

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทย
เพื่อการสื่อสาร

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในการให้ข้อมูลเป็นอย่างสูง

论文写作调查

中国本科留学生决定赴佛统皇家大学学习泰文专业的影响因素

说明

本次调查表内容为有关在泰文学习中遇到的问题和建议

请完整填写全部问题

调查结果将做保密处理，并用于改进以后泰文专业的课程安排和其他问题

感谢您的合作

说明：请在括号内划勾，每题只能选择一项

一、填写人的基本情况

性别

☐ 男 ☐ 女

兄弟姐妹人数

☐ 1人 ☐ 2人
☐ 3人 ☐ 3人以上

平均绩点

☐ 低于 2 ☐ 2.00-2.99 ☐ 高于 3

家庭月收入

☐ 低于10000铢 ☐ 10,000 - 20,000铢
☐ 20,001 – 30,000 铢 ☐ 更多 30,000 铢

父母当前的情况

☐ 在一起 ☐ 分居

父亲职业

☐ 公务员 ☐ 个体经营
☐ 农业 ☐ 私营企业员工
☐ 国企职员 ☐ 其他 说明.....

母亲职业

☐ 公务员 ☐ 个体经营
☐ 农业 ☐ 私营企业员工
☐ 国企职员 ☐ 其他 说明.....

家中在校学习的人数

☐ 1人 ☐ 人
☐ 3人 ☐ 多于三人

二、关于市场方面的考量

请根据您的真实感受和实际情况选择，在相应的空格处划斜杠

选项有五个层次

五级是影响最大

四级是影响很大

三级是一般

二级是有一点影响

一级是基本无影响

影响决定的因素	级别				
	5	4	3	2	1
专业学习费用的影响					
学习费用低于别处					
可以分期付款					
活动费用少					
奖学金					
学习期间的可以兼职增加收入					
学习环境					
学习环境整洁良好					
宿舍干净整洁					
教室有空调					
图书馆现代化并能提供需要的知识					
休闲场所的服务					
大学周围安全有保障					
学位可以得到认证					
学校有知名度					
互联网服务					

影响决定的因素	级别				
	5	4	3	2	1
专业的因素					
学分安排合理					
课程有吸引力					
有相关的教学活动，比如到实地考察工作					
课程安排满足学生的需要					
课程安排迎合市场的需求					
学习时间适当					
学科和活动内容有吸引力					
能引起学生的兴趣					
学生指南服务					
大学网站					
朋友、学长、熟人介绍、大学往届毕业生					
过往学校老师介绍					
专业手册内容详尽清楚					
大学在入学前提供相关的入学资料					
教师方面的因素					
教师具有相关的专业知识					
教师有应有的能力					
教师备课好					
教师安排与学习有关的各项活动					
教师能够让学生很好的理解学习内容					
教学工作方面的因素					
入学容易					
完成学业容易					
专业有相关的教学活动					

影响决定的因素	级别				
	5	4	3	2	1
教学硬件设施齐备					
教学以学生为中心					
有针对专业的培训					
学习期间有增强各方面经验的活动					
毕业生					
毕业生有相关专业知识					
毕业生能够学以致用					
毕业生有泰文相关的基础					
增强毕业生的视野，创造力					
毕业生有道德					

三、就读该专业的价值

影响决定的因素	级别				
	5	4	3	2	1
在佛统皇家大学毕业后可以在泰国工作					
在佛统皇家大学毕业后可以找到好工作					
在佛统皇家大学学习期间可以兼职					
佛同皇家大学有相关的奖学金支持					
因为有朋友在佛统皇家大学学习					

四 关于选择泰文专业的原因和考虑
问题和建议

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

感谢提供资料

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางขวัญสุมน สี่เหลือง
ที่อยู่	เลขที่ 4/4 ต.ศรีสุราษฎร์ อ.ดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2542	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสุขศึกษา จากสถาบันราชภัฏนครปฐม
พ.ศ. 2550	ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2543-ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม