



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา  
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560



จินดา ชัยปิ่น และคณะ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์  
ปีงบประมาณ 2561

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ รวมถึงทราบข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาาระบบ กลไกการดำเนินงานการรับนักศึกษาของคณะและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือนักศึกษาภาคปกติชั้นปีที่ 1 ที่กำลังเข้าศึกษาต่อในภาคเรียนที่ 1/2560 จำนวน 180 คนจากจำนวนทั้งหมด 213 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบระดับความคิดเห็น 5 ระดับ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 76.10 มีอายุ 18 ปีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 วุฒิการศึกษา (เดิม) ของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ม.6 จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 50.60 วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 โดยมาจากจังหวัดอุตรดิตถ์จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 65.60 สาขาวิชาที่เลือกมากเป็นอันดับแรกคือสาขาวิชาเทคโนโลยีไฟฟ้า จำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 23.30 สำหรับปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษานั้นพบว่าต้องการมีอาชีพที่ดีในอนาคตเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 4.47 ปัจจัยสำคัญด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม พบว่ารับรู้ข้อมูลการศึกษาต่ออันดับแรกจากเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 4.04 และ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ประจำปีการศึกษา 2560 พบว่ามีความพึงพอใจในสาขาวิชาที่ต้องการศึกษาเป็นอันดับแรกด้วยค่าเฉลี่ย 4.26 อยู่ในระดับมาก

**คำสำคัญ :** ปัจจัยในการตัดสินใจ, การศึกษาระดับอุดมศึกษา, ปัจจัยต่อการรับรู้ข้อมูล

## Abstracts

The purpose of this study was to study the factors that cause the need for further studies in higher education factors. The perception study which is the faculty of industrial technology. And the factors influencing the decision to study in the faculty of industrial technology. Uttaradit Rajabhat University. And propose suggestions to solve and develop the system. The sample in this research is the usual first year students who are currently studying in semester 1/2560 of 180 people from total of 213 people, collects data by using a query-level 5-level reviews and data analysis using descriptive statistics, percentage, average, and standard deviation.

The results showed that most of the respondents were male were 137 people (76.10%), the students aged 18 years are 53 people (29.40%). The education level (original) of the respondents are consist of 91 people (50.60%) from high school and 39 people (21.67%) from Uttaradit Technical College which are from Uttaradit province 118 people (65.60%). Branch selected first is electrical technology of 42 people (23.30%). The demand study in higher education, it is found that want a good career in the future (high level,  $\bar{x}$  =4.47). The important recognition information study of the faculty of industrial technology, first from Facebook (high level,  $\bar{x}$  =4.04). The factors that affect the decision to study in the faculty of industrial technology is satisfaction in the branch to study (high level,  $\bar{x}$  =4.26)

**Keywords :** Factor of Deciding, Education For Bachelor's degree, Factor of Recognition data

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 ครั้งนี้สำเร็จ บรรลุผลตามเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์ธันตภา กรพิทักษ์ รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ที่ส่งเสริมและชี้แนะให้เห็นถึงความสำคัญเรื่องการรับสมัครนักศึกษามาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงคณบดีคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมที่เห็นความสำคัญในการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาพร้อมทั้งสนับสนุนงบประมาณทุนวิจัย ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือวิจัย ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ สามารถดำเนินงานวิจัยได้สำเร็จในที่สุด ซึ่งรายงานผลการวิจัยฉบับนี้จะถูกนำเสนอต่อผู้บริหารคณะเพื่อพิจารณาใช้เป็นข้อมูลในการบริหารงานและตัดสินใจต่อไป

ผู้วิจัยเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานตามพันธกิจของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ โดยเฉพาะด้านการรับนักศึกษา หากเกิดข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัยรับฟังข้อชี้แนะจากท่านผู้รู้ทุกท่าน ณ โอกาสนี้

จินดา ชัยปัน  
หัวหน้าโครงการ

## สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ความสำคัญและที่มาของปัญหาการทำวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	2
คำถามการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตของโครงการวิจัย	2
คำนิยามศัพท์	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
ทฤษฎีการตัดสินใจ	5
ประเภทของการตัดสินใจ	6
กระบวนการตัดสินใจ	7
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	11
ทฤษฎีแรงจูงใจ	12
ทฤษฎีแรงจูงใจในการศึกษา	15
ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	16
ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	20
วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
<b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย</b>	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
การสร้างเครื่องมือการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	28

## สารบัญ (ต่อ)

<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	29
ตอนที่ 2 การประเมินความคิดเห็น	33
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	36
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการวิจัย	37
อภิปรายผล	37
ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย	40

บรรณานุกรม  
ภาคผนวก



## สารบัญภาพ

ภาพ	ชื่อแผนภาพ	หน้า
1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2	แสดงกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	10
3	แสดงที่มาของแรงจูงใจ	14
4	แสดงส่วนประสมทางการตลาด	19



## สารบัญตาราง

ตาราง	ชื่อตาราง	หน้า
1	แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกเรียนสาขาวิชา (ปัจจุบัน)	29
2	แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
3	แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
4	แสดงจังหวัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
5	แสดงวุฒิการศึกษา (เดิม) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
6	แสดงสถาบันการศึกษา (เดิม) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
7	แสดงผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา	33
8	แสดงผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	34
9	แสดงผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	35

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญและที่มาของปัญหาการทำวิจัย

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553 หมวด 4 มาตรา 22 การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ หมวด 5 มาตรา 34 ได้กำหนดให้คณะกรรมการการอุดมศึกษามีหน้าที่พิจารณาเสนอมาตรฐานการอุดมศึกษาที่สอดคล้องกับความต้องการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและแผนการศึกษาแห่งชาติ และหมวด 6 มาตรา 47 ให้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาทุกระดับ ประกอบด้วย ระบบการประกันคุณภาพภายในและระบบการประกันคุณภาพภายนอก (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553. คณะกรรมการการอุดมศึกษาจึงได้จัดทำมาตรฐานการอุดมศึกษาตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ.2551 เพื่อใช้เป็นกลไกระดับกระทรวง ระดับคณะกรรมการการอุดมศึกษาและระดับหน่วยงาน เพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายการพัฒนาอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาตามกลุ่มสถาบันที่มีปรัชญา วัตถุประสงค์และพันธกิจในการจัดตั้งที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, สำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานคุณภาพและตรวจสอบภายใน, 2557:5-6)

จังหวัดอุตรดิตถ์มีสถาบันอุดมศึกษา 1 แห่งได้แก่มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาในท้องถิ่น ประชาชนที่เข้ามาศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาส่วนใหญ่ได้แก่ประชาชนในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ แพร่ น่าน สุโขทัย และจังหวัดใกล้เคียง มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์มีการจัดการเรียนการสอนโดยแบ่งเป็น 6 คณะ 2 วิทยาลัย และ 1 ระดับบัณฑิตศึกษาดังนี้ คณะครุศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยนานาชาติ วิทยาลัยน่านและบัณฑิตวิทยาลัย สำหรับปีการศึกษา 2560 นี้ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมีจำนวนนักศึกษาใหม่จำนวน 213 คน ซึ่งเป็นจำนวนรวมที่เพิ่มขึ้นในปริมาณที่เล็กน้อยจากการศึกษา 2559 และพบว่าจำนวนนักศึกษาใหม่ของบางหลักสูตรมีจำนวนลดลงเป็นจำนวนมาก บางหลักสูตรมีจำนวนลดลงจากเดิมเล็กน้อย และบางหลักสูตรมีจำนวนเพิ่มขึ้นในปริมาณที่น้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์เป็นหน่วยงานหนึ่งในที่มีพันธกิจหลักในการจัดการศึกษา โดยจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีจำนวน 9 หลักสูตรและปริญญาโทจำนวน 1 หลักสูตร โดยคณะได้ดำเนินการเปิดรับนักศึกษาทุกปีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้คณะได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษา เนื่องจากการศึกษาเป็นการพัฒนาความรู้ไปสู่การประกอบอาชีพในอนาคตได้ ซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน สังคม และประเทศชาติ ดังนั้นทุกประเทศทั่วโลกจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาของประชาชนเป็นอย่างมาก สำหรับประเทศไทยนั้นได้มีการส่งเสริมการศึกษาให้แก่ประชาชนมาอย่างต่อเนื่องดังปรากฏในแผนพัฒนาประเทศฉบับต่างๆ โดยกล่าวถึงการส่งเสริมการศึกษาให้แก่ประชาชนมาโดยตลอดเพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ และเพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ปัจจุบันอัตราการเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาของประชาชนในประเทศไทยนั้นพบว่ามีอัตราการศึกษาต่อยังไม่มากเท่าที่ควรเนื่องจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น แนวคิดในการศึกษาต่อ อัตราการรับนักศึกษาของสถาบันการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และ

อื่นๆ เป็นต้น โดยเฉพาะการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบทมีข้อจำกัดและมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายด้านที่ทำให้การตัดสินใจเรียนต่อในระดับอุดมศึกษามีจำนวนที่น้อย (เจนศักดิ์ คชนิล, 2558)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเห็นว่าเป็นการ ดำเนินงานตามกระบวนการประกันคุณภาพการศึกษา ปีการศึกษา 2558 ในระดับหลักสูตร องค์กรประกอบที่ 3 นักศึกษา ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 การรับนักศึกษาอีกด้วย (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, สำนักงานคณะกรรมการมาตรฐาน คุณภาพและตรวจสอบภายใน, 2558:22) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการพัฒนาแนวทางการเพิ่ม จำนวนนักศึกษาใหม่ในปีการศึกษาต่อไป สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตบัณฑิตและการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับคุณภาพการศึกษา

### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

### คำถามการวิจัย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปัจจัยสำคัญด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษา ต่อคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีการศึกษา 2560 คืออะไรบ้าง

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา
2. ได้ทราบถึงปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
3. ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
4. เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผนสำหรับการรับนักศึกษาใหม่

### ขอบเขตของโครงการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาคือ ด้านเนื้อหามุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยที่ทำให้มี ความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักศึกษาใหม่ของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีการศึกษา 2560 โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sam- pling) เครื่องมือในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามแบบระดับความคิดเห็น 5 ระดับ โดยมีระยะเวลาในการดำเนินงาน ตั้งแต่เดือน กรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม 2560 โดยดำเนินการดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านประชากร/ผู้ให้ข้อมูลหลัก/หน่วยทดลอง

นักศึกษาใหม่ของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ปีการศึกษา 2560 จำนวน 180 คนจากจำนวนทั้งหมด 213 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

## 2. ขอบด้านตัวแปร/ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

## 3. ขอบเขตด้านพื้นที่และระยะเวลาที่ทำการวิจัย

ระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม 2560

### คำนิยามศัพท์

#### 1. คำนิยามศัพท์ทั่วไป

การศึกษาหมายถึง กระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคมโดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ สร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

การศึกษาระดับอุดมศึกษาหมายถึง การศึกษาที่สูงขึ้นจากระดับมัธยมศึกษา

ปัจจัยหมายถึง ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งมีความสำคัญเหนือการตอบสนองของแต่ละบุคคลที่มีวัตถุประสงค์และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

#### 2. คำนิยามเชิงปฏิบัติการ

นักศึกษาใหม่หมายถึง นักศึกษาภาคปกติชั้นปีที่ 1 ที่กำลังเข้าศึกษาในภาคเรียนที่ 1/2560

นักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมหมายถึง นักศึกษาภาคปกติชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 1/2560 คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 โดยใช้หลักการ ข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างเป็นแผนภูมิกรอบแนวความคิดในการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 ดังแผนภาพที่แสดงดังต่อไปนี้

#### ตัวแปรต้น

ข้อมูลทั่วไป
- เพศ
- อายุ
- สาขาวิชาที่เลือก
- วุฒิการศึกษาเดิม
- สถาบันการศึกษาเดิม
- จังหวัด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560
-ปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา
-ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
-ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

#### ตัวแปรตาม

การตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560
--

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. ทฤษฎีการตัดสินใจ
2. ประเภทของการตัดสินใจ
3. กระบวนการตัดสินใจ
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
5. ทฤษฎีแรงจูงใจ
6. ทฤษฎีแรงจูงใจในการศึกษา
7. ทฤษฎีสวนผสมทางการตลาด
8. ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
9. วารณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎีการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision making) มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

Daft (1997:278) การตัดสินใจหมายถึง กระบวนการแก้ปัญหาและทำให้เกิดผลลัพธ์ในสถานการณ์ต่าง ๆ

Gibson (1997:447) การตัดสินใจหมายถึง กระบวนการพื้นฐานขององค์กร โดยผู้ที่ทำการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากส่วนต่าง ๆ ขององค์กรจากพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มภายในองค์กร

Griffin (1999:264) การตัดสินใจหมายถึง การปฏิบัติที่เป็นสิ่งเฉพาะหรือกระบวนการโดยทั่วไปซึ่งการตัดสินใจเป็นการเลือกหนึ่งทางเลือกจากหลาย ๆ ทางเลือกที่กำหนดไว้

รณชัย คงกะพันธ์ (2553) กล่าวว่า การตัดสินใจหมายถึง การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งหลายอย่างเพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ในทางปฏิบัติการตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่ยาก สลับซับซ้อนและมีวิธีการแก้ปัญหาให้วินิจฉัยมากกว่าหนึ่งทางเสมอ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้วินิจฉัยปัญหาว่าจะเลือกสั่งการปฏิบัติโดยวิธีใดจึงจะบรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุดและบังเกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรนั้น

ปริญานุษ แดงเดช (2558) กล่าวว่า เป็นกระบวนการตัดสินใจโดยการพิจารณาทางเลือกที่มีอยู่เพื่อเลือกสิ่งที่เหมาะสมที่สุด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากที่สุด

บุษกร คำคง (2542) กล่าวว่า การตัดสินใจต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานจากเรื่องที่กำลังพิจารณาโดยใช้ความรู้พื้นฐานและข้อมูลสรุปที่เป็นที่ยอมรับ นำมาผสมผสานกับการสรุปอ้างอิง เพื่อนำไปสู่เป้าหมายแสดงทิศทางนำไปสู่การตัดสินใจ

ขวัญพร ลีวัฒนานุกพงศ์ และคณะ (2556) พฤติกรรมผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพจะถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยาโดยครอบครัวและสังคม รวมถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคได้แก่

1. ลักษณะทางสรีระ (Physiological Characteristic) สรีระเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค การวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีระจึงเป็นสิ่งแรกที่ต้องกระทำเนื่องจากมีบทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจของมนุษย์

2. สภาพจิตวิทยา (Psychological Condition) เป็นลักษณะของความต้องการที่เกิดจากสภาพจิตใจซึ่งจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์

3. ครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มสังคมเบื้องต้น ครอบครัวเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ่ายทอดลักษณะนิสัย ครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค

4. สังคม (Social) เป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเราซึ่งจะมีผลทำให้เราต้องทำตัวสอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม โดยแต่ละชนชั้นจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

5. วัฒนธรรม (Culture) คือวิถีชีวิตที่คนในสังคมยอมรับ ประพฤติปฏิบัติตามกัน

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การตัดสินใจหมายถึง กระบวนการเลือกและเปรียบเทียบสิ่งที่ต้องการจากทางเลือกหลายทางเลือก ผ่านการพิจารณาด้วยเหตุผล ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ได้สิ่งที่ดีที่สุดส่งผลต่อความพึงพอใจและประทับใจสูงสุด

## 2. ประเภทของการตัดสินใจ

ประเภทของการตัดสินใจสามารถแบ่งได้หลายประเภท ดังนี้

### 1. แบ่งตามสภาพแวดล้อม

Hellriegel and Slocum, Jr. (1996:239-243) แบ่งการตัดสินใจโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมเป็น 3 ประเภทดังนี้

1.1 สภาพแวดล้อมที่แน่นอน (Certainty) เป็นการตัดสินใจโดยมีข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาทางเลือกที่ใช้แก้ปัญหา สามารถคาดการณ์ถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นได้แน่นอน

1.2 สภาพแวดล้อมที่เสี่ยง (Risk) เป็นการตัดสินใจโดยมีข้อมูลเพียงพอ แต่ไม่แน่ใจในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น จึงมีการคาดคะเนผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือกโดยอาศัยความน่าจะเป็น

1.3 สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน (Uncertainty) เป็นการตัดสินใจที่มีข้อมูลไม่เพียงพอทำให้ไม่ทราบถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น การตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับที่ตั้งสมมติฐานและใช้ประสบการณ์สามัญสำนึกหรือการคาดคะเน

### 2. แบ่งตามโครงสร้าง

Bartol and Martin (1998:140-142) แบ่งการตัดสินใจไว้เป็น 2 ลักษณะดังนี้

2.1 การตัดสินใจแบบมีโครงสร้าง เป็นการตัดสินใจในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเสมอ มีลักษณะเป็นการตัดสินใจในงานประจำและมีกฎเกณฑ์ในการตัดสินใจซึ่งมีโครงสร้างการตัดสินใจที่อยู่บนพื้นฐานของความเคยชินที่ปฏิบัติสืบทอดกันมา การใช้เทคนิคในการคำนวณ การใช้คอมพิวเตอร์ การมีนโยบายและกระบวนการที่แน่นอน

2.2 การตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้าง เป็นการตัดสินใจที่ไม่สามารถนำกฎเกณฑ์มาใช้ในการตัดสินใจ ทั้งนี้เพราะว่าเป็นการตัดสินใจที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ในการตัดสินใจอาจมีความไม่แน่นอนและเสี่ยงต่อความผิดพลาดในการตัดสินใจจึงต้องมีการพัฒนาปรับปรุงทางเลือกให้เหมาะสมก่อนการตัดสินใจ

บารุง สังข์ขาว (2554:11) ได้แบ่งประเภทของการตัดสินใจไว้ 3 ประเภทตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นคือ

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่อยู่บนพื้นฐานของผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้แล้ว โดยเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ตัดสินใจมีข้อมูลเพียงพอและทราบถึงผลของการเลือกแต่ละทางเลือกอย่างแน่นอน ในสถานการณ์เช่นนี้ ผู้ตัดสินใจจะพยายามเลือกทางเลือกที่ให้ผลประโยชน์สูงสุด

2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง เป็นการตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลลัพธ์ที่แน่นอนน้อยกว่าการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน แต่ยังคงคาดคะเนความเป็นไปได้อยู่บ้าง ทั้งนี้ผู้ตัดสินใจทราบถึงผลลัพธ์ของทางเลือกต่าง ๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจแต่โอกาสที่จะเกิดทางเลือกแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากปัจจัยบางอย่างที่ไม่แน่นอน

3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่ไม่สามารถคาดการณ์ผลลัพธ์หรือความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นได้เลย หรือกล่าวได้ว่าเป็นสถานการณ์ที่มีแต่ด้าน ทั้งนี้เพราะผู้ตัดสินใจในสถานการณ์นี้จะไม่มีโอกาสทราบความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นและมีตัวแปรอื่นที่ควบคุมไม่ได้ด้วย ดังนั้น การตัดสินใจในสถานการณ์เช่นนี้จึงไม่อาจเลือกโดยใช้ทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดได้ ผู้ตัดสินใจจึงต้องใช้ดุลพินิจและวิจารณญาณช่วยในการตัดสินใจอย่างมาก

จากการศึกษาประเภทของการตัดสินใจที่นักวิชาการต่าง ๆ ได้จำแนกไว้พอสรุปได้ว่า ประเภทการตัดสินใจสามารถแบ่งตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ 3 ประเภทคือ การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง และ การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เช่นเดียวกับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการศึกษาต่อคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม โดยผู้ที่สมัครเรียนต่างก็อยู่ภายใต้สถานการณ์ที่ต่างกัน บางคนได้ศึกษาข้อมูลมาอย่างเพียงพอ จึงส่งผลต่อการตัดสินใจที่แน่นอนและคาดหวังผลลัพธ์ได้ บางคนศึกษาข้อมูลมาไม่มากพอจึงอยู่ภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง ทำให้ผลของการตัดสินใจเลือกทางเลือกแตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ที่ไม่ได้ศึกษาข้อมูลมาหรือรับข้อมูลข้อเท็จจริงไม่ชัดเจน การตัดสินใจจึงอยู่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ส่งผลให้ไม่สามารถคาดการณ์ผลที่จะเกิดขึ้นของแต่ละทางเลือกได้

### 3. กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ (Process of Decision Making) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจ ตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการดังกล่าวเป็นการตัดสินใจโดยใช้เหตุผลและมีหลักเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบแล้วแต่ความคิดเห็นของนักวิชาการ (Plunkett and Attner, 1994:162)

ปรกรณ์ ปรกรณ์กรณ์ คำทอง (2556:ออนไลน์) ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจแบ่งเป็น 7 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the Problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมากเพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย

ขั้นที่ 2 การระบุข้อมูลจำกัดของปัจจัย (Identify Limiting Factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การ โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิตได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบบ่อยเสมอ ๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบได้ตัวอย่างเช่น ถ้ามีเงื่อนไขว่าต้องส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลา 1 เดือน ทางเลือกของการแก้ไขปัญหาการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 1 เดือนก็ควรถูกตัดทิ้งไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop Potential Alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์การประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงานหรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์การ ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคลหรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the Alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์การก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่งของการเพิ่มผลผลิตได้แก่การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหากับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the Best Alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่งเพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอมโดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือก

ขั้นตอนที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the Decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจนและจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบายซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a Control and Evaluation System) ขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

Schiffman and Kanuk (อ้างถึงในวิภาววรรณ มโนปราโมทย์, 2556:23) และ Engel, Blackwell and Miniard (1993:5) กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการได้แก่

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค คือปัจจัยภายนอก (External Influences) ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม ทศนคติและพฤติกรรม ปัจจัยที่เข้ามาในระบบตัดสินใจมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละบุคคล ซึ่งปัจจัยนี้มาจาก 2 แหล่งคือ ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Input) และ ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural Input)

2. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค คือขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Making) ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติที่สะท้อนถึงความต้องการ

3. กระบวนการตัดสินใจ (The Act of Making Decision) โดยก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อจะมีขั้นตอนที่เกิดขึ้น 3 ขั้นตอนประกอบด้วย ขั้นตอนแรกคือการตระหนักในความต้องการของผู้บริโภค (Need Recognition) ซึ่งขั้นตอนนี้คือการรับรู้ถึงความแตกต่างของสิ่งที่ต้องการและสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดกระบวนการตัดสินใจได้ ขั้นตอนที่สองคือการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ (Pre-Purchase Search) ผู้บริโภคจะเริ่มหาข้อมูลเมื่อตระหนักถึงความจำเป็น โดยหาข้อมูลจากที่ต่าง ๆ เช่นจากประสบการณ์และความจำเป็นเกี่ยวกับสินค้าที่เคยรับรู้ซึ่งข้อมูลนี้เป็นข้อมูลภายใน หากมีข้อมูลภายในมากข้อมูลภายนอกก็จะส่งผลน้อยลง แต่ถ้าผู้บริโภคไม่เคยรู้จักสินค้ามาก่อนเลย การหาข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่มีความสัมพันธ์กับสินค้านั้น ๆ ระดับความเสี่ยงจะมีผลต่อขั้นตอนนี้คือ ถ้ามีความเสี่ยงสูงผู้บริโภคจะหาข้อมูลและการประเมินหลายขั้นตอน แต่ถ้าความเสี่ยงต่ำการหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกจะไม่ซับซ้อนนัก ขั้นตอนที่สาม คือ ผลจากกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Output) เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจหลังจากผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นที่ต้องการมากที่สุดจากหลาย ๆ ทางเลือก

Armstrong and Kotler (2000) กล่าวว่ากระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Purchase Decision Process) เป็นลำดับขั้นในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยพบวก่อนถึงกระบวนการซื้อ ผู้บริโภคจะต้องผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอนประกอบด้วย

1. การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) เป็นขั้นตอนเริ่มต้น ผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหาหรือรับรู้ความต้องการของตนที่มีต่อสินค้าหรือการบริการนั้น ซึ่งปัญหาหรือความต้องการเกิดจากสิ่งกระตุ้น (Stimuli) ซึ่งรวมถึงความจำเป็น (Needs) ด้วย สามารถแบ่งสิ่งกระตุ้นได้เป็น 2 แบบคือ สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความหิว ความกระหาย เป็นต้น สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) เช่น เห็นโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์จึงเกิดความต้องการ เป็นต้น

2. การหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ผู้บริโภคก็จะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อาจมาจากคนเช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก เป็นต้น หรือมาจากสื่อเช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ พนักงานขาย ตรายสินค้า บรรจภัณฑ์หรือจากประสบการณ์เดิม เช่น เคยลองใช้ ใช้อยู่ โดยทั่วไปผู้บริโภคได้รับข้อมูลของผลิตภัณฑ์จากสื่อมากที่สุด นอกจากนี้แหล่งข้อมูลยังสามารถมาจากการตระหนักของผู้บริโภคและความรู้ในตรายสินค้าของผู้บริโภคเอง ซึ่งเป็นการดึงประสบการณ์ในอดีตมารวบรวมและพิจารณาทางเลือกเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อมาถึงขั้นตอนนี้ ผู้บริโภคจะต้องประเมินความแตกต่างของตรายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการประเมินทางเลือกในการซื้อ การประเมินจะ

ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคแต่ละคน และขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจเลือกประเมินโดยการคำนวณอย่างระมัดระวังและคิดอย่างมีเหตุผล แต่บางครั้งก็ตัดสินใจซื้อเลยโดยไม่มีการประเมินทางเลือกก่อน เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้ด้วยตนเองหรือบางครั้งอาจซื้อเพราะเพื่อน พนักงานขายหรือมีคนแนะนำซึ่งล้วนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทั้งสิ้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว โดยทั่วไป การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะซื้อสินค้าที่ชอบที่สุด แต่มีปัจจัย 2 อย่างที่จะแสดงออกมาระหว่างความตั้งใจซื้อและการตัดสินใจซื้อคือ ทศนคติของครอบครัวยุคและสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ผู้บริโภคอาจจะสร้างรูปแบบความตั้งใจซื้อบนพื้นฐานของหลายปัจจัยเช่น รายรับที่คาดว่าจะได้ ราคาผลิตภัณฑ์ที่คิดไว้ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากสินค้า อย่างไรก็ตามเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดอาจจะเปลี่ยนความตั้งใจในการซื้อไปได้ ดังนั้น ความชอบและความตั้งใจในการซื้อนั้นอาจจะไม่ได้นำไปสู่ทางเลือกในการซื้อที่แท้จริง

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) คือพฤติกรรมของลูกค้ำที่แสดงออกหลังการซื้อสินค้า ผู้บริโภคมีโอกาสจะรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พอใจได้ ดังนั้นเกณฑ์การตัดสินว่าลูกค้ำที่มีความพอใจในการซื้อ สามารถพบอยู่ในความสัมพันธ์ระหว่าง ความคาดหวังของผู้บริโภคและประสิทธิภาพของการรับรู้ของลูกค้ำ โดยหากผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้ำจะทำให้เกิดความผิดหวัง แต่หากผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ตรงกับสิ่งที่ลูกค้ำหวังไว้ก็จะเกิดความพึงพอใจ และหากผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์เกินความคาดหวังลูกค้ำจะทำให้ รู้สึกยินดี พพอใจมาก โดยยิ่งช่องว่างระหว่างความคาดหวังและประโยชน์จากการใช้งานจริงใหญ่แค่ไหน ความไม่พอใจของลูกค้ำก็จะมากขึ้นเท่านั้น ดังแผนภาพที่แสดงดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แผนภาพแสดงกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา: Armstrong, G., and Kotler, P. (2000)

จากการศึกษาข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจหมายถึงการกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย โดยทุกขั้นตอนในการตัดสินใจจะใช้หลักเกณฑ์และเหตุผล และมีปัจจัยภายในเช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพรวมถึงทัศนคติที่สะท้อนถึงความต้องการ และมีปัจจัยภายนอกเช่น ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมเป็นตัวกระตุ้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจในการเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ โดยขั้นตอนแรกคือการตระหนักในความต้องการของผู้เรียนและจะรับรู้ได้ถึงความแตกต่างของสิ่งที่ต้องการและสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดกระบวนการตัดสินใจได้ ขั้นตอนที่สองคือการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจโดยศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ขั้นตอนที่สามคือผลจากกระบวนการตัดสินใจของผู้เรียนซึ่งเป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจหลังจากผ่านขั้นตอนต่าง ๆ โดยผู้เรียนจะตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรสาขาที่ต้องการมากที่สุดจากหลาย ๆ ทางเลือก

#### 4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

มีนักวิชาการให้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ 2 ประการ ได้แก่ การจูงใจ และ ภาวะเศรษฐกิจ ดังนี้ ทฤษฎีการจูงใจของ Abraham Maslow โดยมาสโลว์มองความต้องการเป็นลักษณะลำดับขั้นจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุดและเมื่อความต้องการระดับหนึ่งได้รับการตอบสนอง จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer เป็นทฤษฎีความต้องการซึ่งกำหนดลำดับขั้นตอนความต้องการ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างความต้องการในระดับต่ำและความต้องการในระดับสูง โดยระลึกละเอียดว่าระดับความต้องการของบุคคลสามารถเปลี่ยนไปในระดับสูงขึ้นหรือต่ำลงได้เสมอ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถตอบสนองความต้องการในระดับต่ำลงหรือความต้องการในระดับสูงขึ้นได้หรือไม่

ทฤษฎีความคาดหวังในการจูงใจของ Vroom ซึ่งถือว่าบุคคลจะได้รับการกระตุ้นให้กระทำการซึ่งสามารถบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ การจูงใจเป็นสิ่งมีคุณค่าซึ่งแต่ละบุคคลกำหนดเป้าหมายและโอกาสเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น นอกจากนี้ บุคคลจะไม่มีแรงจูงใจให้บรรลุเป้าหมายถ้าความคาดหวังเป็นศูนย์หรือติดลบ

ในส่วนของภาวะเศรษฐกิจ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจเป็นความปรารถนาของคนทุกคน ได้มีนักเศรษฐศาสตร์หลายท่านคิดตัวแบบการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เพื่อจะนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศ เช่น ตัวแบบของอาดามสมิธ และ ริคาร์โด มีความเหมาะสมกับสังคมในประเทศอังกฤษในยุคสมัยนั้น อังกฤษจึงมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เมื่อความมั่นคงสิ่งที่ตามมาคือภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งภาวะเศรษฐกิจถือเป็นปัญหาระดับชาติที่เกี่ยวพันกับการลงทุน การบริโภค การออมทรัพย์ การที่จะเข้าใจบทบาทของสิ่งเหล่านี้ จำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญ ๆ ที่มีอิทธิพลอยู่เหนือการตัดสินใจคือ การตัดสินใจจะกระทำการลงทุน การออมทรัพย์และอื่น ๆ เป็นต้น

Reeder (1971) ได้รวบรวมทฤษฎีทางสังคมวิทยาเพื่อมาอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ซึ่งเขาเห็นว่าโดยทั่วไปแล้วรูปแบบ (Model) ทางด้านจิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในพฤติกรรมของมนุษย์นั้น นักสังคมวิทยาจะมองในแง่ของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Social-Economics Status) ซึ่งถือว่าปัจจัยภายนอกจะมีผลต่อการตัดสินใจ แต่รีดเดอร์เชื่อว่าปัจจัยภายนอกจริง ๆ แล้ว ไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจ ซึ่งแต่ละบุคคลจะแปลงสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเหล่านี้มาสู่ตัวคน โดยจะอยู่ในรูปของความเชื่อและความไม่เชื่อที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเลือกกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ดังนั้น บุคคลอาจจะเลือกตัดสินใจกระทำพฤติกรรมอย่างเดียวกันแต่เหตุผลของการตัดสินใจอาจจะแตกต่างกัน รีดเดอร์จึงได้อธิบายเหตุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ว่าเกิดจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายหรือจุดประสงค์ (Goals) ความมุ่งหมายเพื่อการบรรลุผลนั้น ผู้กระทำจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายไว้ก่อนล่วงหน้าและพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อที่จะให้บรรลุเป้าประสงค์นั้น ๆ
2. ความเชื่อ (Belief Orientation) เกิดจากความคิด ความรู้ในเรื่องนั้น ๆ ที่จะมามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการเลือกกระทำทางสังคม
3. ค่านิยม (Value Standard) คือสิ่งที่บุคคลยึดถือให้เป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตนเอง ค่านิยมนี้เป็นลักษณะความเชื่ออย่างหนึ่งแต่มีลักษณะถาวรโดยเชื่อว่าวิธีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีตนเองหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบ สมควรที่จะยึดถือปฏิบัติมากกว่าวิธีการปฏิบัติอย่างอื่น
4. นิสัยและธรรมเนียม (Habits and Customs) คือแบบอย่างที่ยึดถือปฏิบัติมาแล้วและมีการสืบทอดต่อกันมาด้วยประเพณี

5. การคาดหวัง (Expectation) คือ ท่าทีของบุคคลอื่นที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัว โดยความคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ
6. ข้อผูกพัน (Commitments) คือสิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าเขาจะมีความผูกพันที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์นั้น ๆ ข้อผูกพันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม
7. การบังคับ (Force) คือตัวที่จะช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำเกิดการตัดสินใจได้เร็วขึ้น
8. โอกาส (Opportunity) เป็นความคิดของผู้กระทำที่เชื่อว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจะช่วยให้มีโอกาสเลือกกระทำ
9. ความสามารถ (Ability) คือการที่ผู้กระทำรู้ถึงความสามารถของตนเอง จะก่อให้เกิดผลสำเร็จในเรื่องนั้น ๆ ได้ การตระหนักถึงความสามารถนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำทางสังคม
10. การสนับสนุน (Support) คือสิ่งที่ผู้กระทำรู้ว่าจะได้รับหรือคิดว่าจะได้รับจากคนอื่น ๆ เช่น เมื่อนักเรียนเลือกเรียนในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้น จะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครอง เป็นต้น

อเนก สุวรรณบัณฑิต (2556:ออนไลน์) กล่าวว่า ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของบุคคล แบ่งเป็น 5 ด้านได้แก่

1. อิทธิพลทางครอบครัว (Family Impact) เป็นจุดเริ่มต้นของการที่บุคคลแสดงพฤติกรรม ในสังคม ตามแบบอย่างค่านิยม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ของครอบครัว
2. อิทธิพลทางสังคม (Social Impact) สภาพการณ์ของสังคมมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของบุคคลและส่งผลต่อพฤติกรรมทางสังคม
3. อิทธิพลทางวัฒนธรรม (Culture Impact) เป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคม เกิดความแตกต่างระหว่างเชื้อชาติ
4. อิทธิพลทางเศรษฐกิจ (Economic Impact) มีความสัมพันธ์กับการกินอยู่และความสามารถในการตอบสนองความต้องการ
5. อิทธิพลทางสิ่งแวดล้อม (Environment Impact) ที่บุคคลต่อมีปฏิสัมพันธ์ด้วยเกิดเป็นพฤติกรรมการแสดงออกต่างๆ

กล่าวโดยสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาจาก 2 แหล่งคือปัจจัยภายในตัวบุคคลและปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ปัจจัยภายในตัวบุคคลคือความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของ Abraham Maslow และของ Alderfer ซึ่งมองความต้องการเป็นลักษณะลำดับขั้นจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด และเมื่อความต้องการระดับหนึ่งได้รับการตอบสนอง จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ส่วนปัจจัยภายนอกตัวบุคคลเช่น อิทธิพลทางครอบครัว เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมตลอดจนค่านิยม ความเชื่อต่าง ๆ เช่นเดียวกับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เป็นหัวข้อหลักในการศึกษา ทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

## 5. ทฤษฎีแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึงภาวะอินทรีย์ภายในร่างกายของบุคคลซึ่งเป็นแรงผลักดันหรือกระตุ้นให้บุคคลกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการอันจะนำไปสู่แรงขับภายใน (Internal Drive) การจูงใจจึงเป็นการกระทำทุกวิถีทางที่จะกระตุ้นให้ประพฤติ ปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ตามเป้าประสงค์ ซึ่งพื้นฐานสำคัญ

ในการกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมที่คาดหวังไว้ออกมาก็คือ การสร้างอินทรีย์ของบุคคลเหล่านั้นให้เกิดความต้องการ (Desire) ก่อนเป็นอันดับแรก จากนั้น บุคคลก็จะเกิดความพยายามสืบเสาะแสวงหาสิ่งที่ต้องการนั้นก็คือการเกิดแรงขับขึ้นภายใน (Drives) หากมีสิ่งจูงใจที่เหมาะสม บุคคลก็จะสนองตอบด้วยการกระทำหรือแสดงพฤติกรรมทุกอย่าง (Behavior) ให้ได้มาซึ่งความสำเร็จอันเป็นเป้าหมายสูงสุด (Goals)

นักวิชาการได้ให้ความหมายของแรงจูงใจ ดังนี้

Hilgard (1981:314) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า หมายถึง ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ไปกระตุ้นบุคคลให้เกิดพลังและนำไปสู่การกระทำ

Hersey and Blanchard (1969:10) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจคือการทำให้บุคคลแต่ละคนหรือกลุ่มคนกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพตามที่ผู้จูงใจปรารถนา

อารี พันธมณี (2538:179) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจหมายถึงสิ่งใด ๆ หรือวาระใด ๆ ก็ตามที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา

นวม สงวนทรัพย์ (2535:85) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจหมายถึงพลังขับที่ก่อให้เกิดกัมมันตภาพในตัวคน กัมมันตภาพนี้คงจะมีสืบต่อไปเรื่อย ๆ กระทั่งวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายบรรลุผลสำเร็จ

ชนิษฐา วิเศษสาร (2534:159) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจที่สอดคล้องกันสรุปได้ว่า แรงจูงใจหมายถึงสภาวะอย่างหนึ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อไปยังจุดหมายปลายทางหรือเป้าหมาย

จากคำกล่าวของบุคคลต่าง ๆ พอสรุปได้ว่า แรงจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจให้กระทำหรือตื่นรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่าง ซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติทั่วไป ตัวอย่างลักษณะของการตอบสนองสิ่งเร้าปกติคือ การขานรับเมื่อได้ยินเสียงเรียก แต่หากเป็นการตอบสนองสิ่งเร้าที่พฤติกรรมเกิดจากการจูงใจเช่น พนักงานตั้งใจทำงานเพื่อคาดหวังได้รับการพิจารณาความดีความชอบเป็นกรณีพิเศษ

นอกจากนี้ มีนักจิตวิทยาบางคนได้แบ่งประเภทการจูงใจออกเป็น 2 ประเภทพร้อมกับแสดงแหล่งที่มา ดังนี้

1. การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการในการทำ การเรียนรู้หรือแสวงหาบางอย่างด้วยตนเอง โดยไม่ต้องมีบุคคลอื่นมาเกี่ยวข้องเช่น นักเรียนสนใจเล่าเรียนด้วยความรู้สึกใฝ่ดีในตัวของเขาเอง ไม่ใช่เพราะถูกบิดามารดาบังคับ หรือ เพราะมีสิ่งล่อใจใด ๆ การจูงใจประเภทนี้ได้แก่

1.1 ความต้องการ (Need) เนื่องจากคนทุกคนมีความต้องการที่อยู่ภายใน อันจะทำให้เกิดแรงขับแรงขับนี้จะก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและความพอใจ

1.2 เจตคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่ดีที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะช่วยเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลทำในพฤติกรรมที่เหมาะสม เช่น เด็กนักเรียนรักครูผู้สอนและพอใจวิธีการสอน ทำให้เด็กมีความสนใจ ตั้งใจเรียนเป็นพิเศษ

1.3 ความสนใจพิเศษ (Special Interest) การที่เรามีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษก็จัดว่าเป็นแรงจูงใจให้เกิดความเอาใจใส่ในสิ่งนั้น ๆ มากกว่าปกติ

2. การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจากภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทางและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคล แรงจูงใจเหล่านี้ได้แก่

2.1 เป้าหมายหรือความคาดหวังของบุคคล คนที่มีเป้าหมายในการกระทำใด ๆ ย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจให้มีพฤติกรรมที่ดีและเหมาะสมเช่น พนักงานทดลองงานมีเป้าหมายที่จะได้รับการบรรจุเข้าทำงาน จึงพยายามตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ

2.2 ความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้า คนที่มีโอกาสทราบว่าตนจะได้รับ ความก้าวหน้าอย่างไรจากการกระทำนั้น ย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้ตั้งใจและเกิดพฤติกรรมขึ้นได้

2.3 บุคลิกภาพ ความประทับใจอันเกิดจากบุคลิกภาพจะก่อให้เกิดแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมขึ้นได้เช่น ครู อาจารย์ก็ต้องมีบุคลิกภาพทางวิชาการที่น่าเชื่อถือ นักปกครอง ผู้จัดการจะต้องมีบุคลิกภาพของผู้นำที่ดี เป็นต้น

2.4 เครื่องล่อใจอื่น ๆ มีสิ่งล่อใจหลายอย่างที่ทำให้เกิดแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมขึ้นเช่น การให้รางวัล (Rewards) อันเป็นเครื่องกระตุ้นให้อยากกระทำหรือการลงโทษ (Punishment) ซึ่งจะกระตุ้นมิให้กระทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้การชมเชย การติเตียน การประหวัด การแข่งขันหรือการทดสอบก็จัดว่าเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดพฤติกรรมได้ทั้งสิ้น ดังแผนภาพที่แสดงดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แผนภาพแสดงที่มาของแรงจูงใจ

ที่มา: ไพศาล มะระพะฤกษ์วรรณ และคณะ (2539:215)

ดังนั้น พอสรุปได้ว่า แรงจูงใจหมายถึงสิ่งเร้าต่าง ๆ ทั้งที่มาจากภายในและภายนอกตัวบุคคลซึ่งก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการตามที่คาดหวัง ทฤษฎีแรงจูงใจจึงถือว่ามีความสำคัญและสามารถนำมาใช้ในการอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาได้ด้วยเหตุดังกล่าว เมื่อผู้เรียนคาดว่าจะสามารถได้รับตามสิ่งที่คาดหวังหรือได้มากกว่าที่คาดหวังไว้ จะส่งผลทำให้แรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์มีเพิ่มสูงขึ้น

## 6. ทฤษฎีแรงจูงใจในการศึกษา

แรงจูงใจในการศึกษาเป็นแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ ซึ่งแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นแรงผลักดันภายในตัวบุคคลที่แสดงถึงความต้องการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งนักจิตวิทยาและนักการศึกษาต่างให้ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ในแนวทางเดียวกันดังนี้

McClelland (1953:110-111) ได้ให้ความสำคัญของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ว่าเป็นแรงขับภายในบุคคลที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายหรือมาตรฐานที่กำหนดไว้

Rabideau (2005) ได้ให้ความหมายว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นความต้องการที่จะบรรลุความสำเร็จหรือให้ได้ผลดีเลิศ แต่แต่ละบุคคลจะบรรลุความต้องการของตนเองในหลากหลายวิธีและขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะเป็นเหตุผลภายในตัวบุคคลหรือเป็นเหตุผลจากความต้องการภายนอกก็ได้ จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอันมุ่งมั่นที่จะไปถึงเป้าหมาย

ธารินี พัทธเจริญพงศ์ (2554:19) กล่าวว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะทำสิ่งใดให้ลุล่วงไปได้ด้วยดีโดยการแข่งขันกันด้วยมาตรฐานอันดีเยี่ยมหรือทำได้ดีกว่าบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความพยายามที่จะเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ ความรู้สึกสบายใจเมื่อทำสำเร็จและมีความวิตกกังวลเมื่อไม่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว

อารี พันธุ์ณี (2542:192) กล่าวถึงที่มาของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ขึ้นกับองค์ประกอบต่อไปนี้

1. ธรรมชาติของแต่ละบุคคล ทุกคนจะมีธรรมชาติของตนแตกต่างกับผู้อื่นหรือมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของตนเองประกอบด้วย

1.1 แรงขับ แรงขับของบุคคลถือเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของการเกิดพฤติกรรม เช่น สภาวะความต้องการอาหาร น้ำ ความตึงเครียด ความรู้สึกเจ็บปวด

1.2 ความวิตกกังวล ความวิตกกังวลมีผลต่อการเรียนรู้และการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะความวิตกกังวลสูงมากมักจะมีการกระทำหรือพฤติกรรมที่มากกว่ากลุ่มที่ไม่วิตกกังวล

2. สถานการณ์ต่าง ๆ ในสิ่งแวดล้อม สถานการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละสิ่งแวดล้อมย่อมส่งผลให้บุคคลเกิดแรงจูงใจต่างกันเป็นต้นว่า ส่งผลให้บุคคลเกิดความสับสนวุ่นวายหรืออื่น ๆ และวัฒนธรรมแต่ละสังคมย่อมส่งผลให้พัฒนาการของผู้เรียนมีความแตกต่างกันด้วย

Rogers (1979:13-20) ได้กล่าวถึงเหตุผลที่นักศึกษาผู้ใหญ่มาเรียน ดังนี้

1.แรงจูงใจด้านอาชีพ (Vocational Motivates) จากการศึกษาพบว่า เป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญในการทำให้ผู้ใหญ่แสวงหาความรู้โดยการเข้าศึกษาอีกครั้ง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใหญ่วัยต้น ทั้งนี้ก็เพราะว่า จะช่วยส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพการงานที่ดำเนินการอยู่แล้ว จากการสำรวจข้อมูลของสถาบันการศึกษาผู้ใหญ่แห่งชาติในประเทศอังกฤษ (NIAE : National Institute of Adult Education) ปรากฏการณ์ประมาณเกือบร้อยละ 10 ของนักศึกษาให้ข้อมูลว่า การเข้ามาเรียนด้วยความมุ่งหวังเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการทำงานและอาชีพนั่นเอง

2.แรงจูงใจที่จะพัฒนาตนเอง (Self-Development) เป็นการสนองความต้องการส่วนบุคคลของผู้ใหญ่ โดยเฉพาะในด้านความรู้ทั่วไป หรืออาจจะเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่องานอดิเรก (Creative Hobby)

ข้อมูลที่ได้มาจากการสำรวจในประเทศอังกฤษ ซึ่งจัดทำโดย NIAE พัฒนาศักยภาพของตนเอง ตามความสนใจให้มากขึ้น ผู้เรียนซึ่งเข้ามาด้วยแรงจูงใจประเภทนี้จะเป็นหญิงมากกว่าชาย

3.แรงจูงใจด้านสังคม (Social Motivates.) กิจกรรมการศึกษาผู้ใหญ่ได้รับความสนใจจากผู้เรียนค่อนข้างมาก ด้วยเหตุผลด้านสังคม นักศึกษาจึงเข้ามาเรียนเพื่อมีโอกาสพบเพื่อนใหม่ เพื่อรู้จักกับครูผู้สอน ตลอดจนบรรยากาศที่แปลกออกไปจากชีวิตประจำวัน และในขณะเดียวกันก็มีแรงจูงใจในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทางสมองและสติปัญญา (Intellectual Motives )แทรกอยู่ด้วย จากการสำรวจของสถาบัน NIAE พบว่า เหตุผลนี้มีจำนวนถึงร้อยละ 10 ของนักศึกษาผู้ใหญ่

4.แรงจูงใจด้านอื่น ๆ (Other Motives) สำหรับเหตุผลอื่น ๆ ในการเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาผู้ใหญ่ได้แก่ ช่วยให้ได้รับโอกาสที่สี่สองสำหรับผู้ใหญ่ที่พลาดโอกาสในการเรียนจากระบบโรงเรียน ระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาหรือบางคนอาจเข้ามาด้วยเหตุผลเกี่ยวกับเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในสถาบันแห่งนั้น ทำให้เขาได้มีโอกาสเรียนรู้ใหม่ ๆ โดยเฉพาะทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

Weiner (1972:203-215) กล่าวว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะมีความทะเยอทะยานสูง มุ่งแข่งขันและพยายามจะปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น หากทำงานจะตั้งใจทำงานดีกว่า อดทนต่อความล้มเหลวสูงและเลือกงานที่สลับซับซ้อนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ

Hermans (1970:354) กล่าวว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะคำนึงถึงอนาคตมากกว่าอดีตและปัจจุบัน

จากการศึกษากล่าวโดยสรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นแรงจูงใจที่มีอยู่ในมนุษย์ทุกคน ซึ่งเป็นความต้องการทางจิตใจของมนุษย์ที่ต้องการเอาชนะอุปสรรค ฝ่าฟันและกระทำสิ่งที่ยาก ๆ ให้ประสบความสำเร็จ โดยพบมากในคนที่มีความทะเยอทะยานและอดทนสูง มักตั้งเป้าหมายในเชิงเป้าหมายที่ท้าทาย จุดประสงค์คือการทำให้ได้ ขอบแข่งขันทั้งกับตนเองและบุคคลอื่น เป้าหมายคือการได้รับชัยชนะ โดยมีที่มาของปัจจัยหลายปัจจัยและที่มีความเข้มข้นแตกต่างกันไป เช่นเดียวกับการเข้าศึกษาต่อ บุคคลที่สมัครเข้าศึกษาต่อต้องมีแรงจูงใจในการศึกษา โดยอาจมีปัจจัยภายในตัวบุคคล จากครอบครัว สังคมโรงเรียน สิ่งแวดล้อมที่สนับสนุนให้เกิดแรงจูงใจ ทั้งนี้ เป้าหมายคือการสำเร็จการศึกษา มีงานทำ มีชีวิตและครอบครัวที่สมบูรณ์สูงสุดตามที่ตนต้องการ

## 7. ทฤษฎีสวนผสมทางการตลาด

Kotler (2000:99) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย โดยคอตเตอร์ได้อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้และใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่นำเสนอให้กับผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคคือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า คุณค่าของสินค้าในรูปตัวเงินก็คือราคา (Value) ของสินค้า ผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อจะเกิดการตัดสินใจซื้อก็ต่อเมื่อมีการยอมรับในตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สัมผัสได้และไม่ได้ ตลอดจนผลประโยชน์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้าบริการและความคิด สินค้า (Goods) เป็นสิ่งที่

สัมผัสได้แต่บริการ (Services) สัมผัสไม่ได้ ส่วนความคิด (Idea) อาจจะเป็นระหว่างมูลค่า (Philosophies) บทเรียน (Lessons) แนวคิด (Concepts) และข้อเสนอ (Advice)

2. ราคา (Price) หมายถึงราคาทุน (Cost) ที่ถูกค้าจ่ายไปในการได้รับผลิตภัณฑ์มา ต้นทุนอยู่ในรูปของตัวเงิน ซึ่งผู้บริโภคนำมาเปรียบเทียบกับระหว่างมูลค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้ามูลค่าสูงกว่าต้นทุนก็ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

3. สถานที่ (Place) หมายถึงโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์การหรือผู้ผลิตไปยังตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจจะใช้บุคคลหรือไม่ใช้ก็ได้ โดยการติดต่อสื่อสารนั้นมีหลายประการที่เรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดหรือส่วนประสมติดต่อสื่อสาร (Promotion Mix or Communication Mix) ประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การหรือผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดที่ต้องการมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและการจูงใจโดยบุคคล

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจให้เกิดการทดลองใช้หรือการซื้อ

4.4 การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องการเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรงหรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่เน้นการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองทันทีประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อกและการขายทางโทรศัพท์ วิทย์

วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556:19) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงเครื่องมือที่กิจการใช้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยสิ่งที่กิจการใช้เพื่อสร้างอิทธิพลในการโน้มน้าวความต้องการสินค้าของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่มดังที่เรียกกันว่า “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

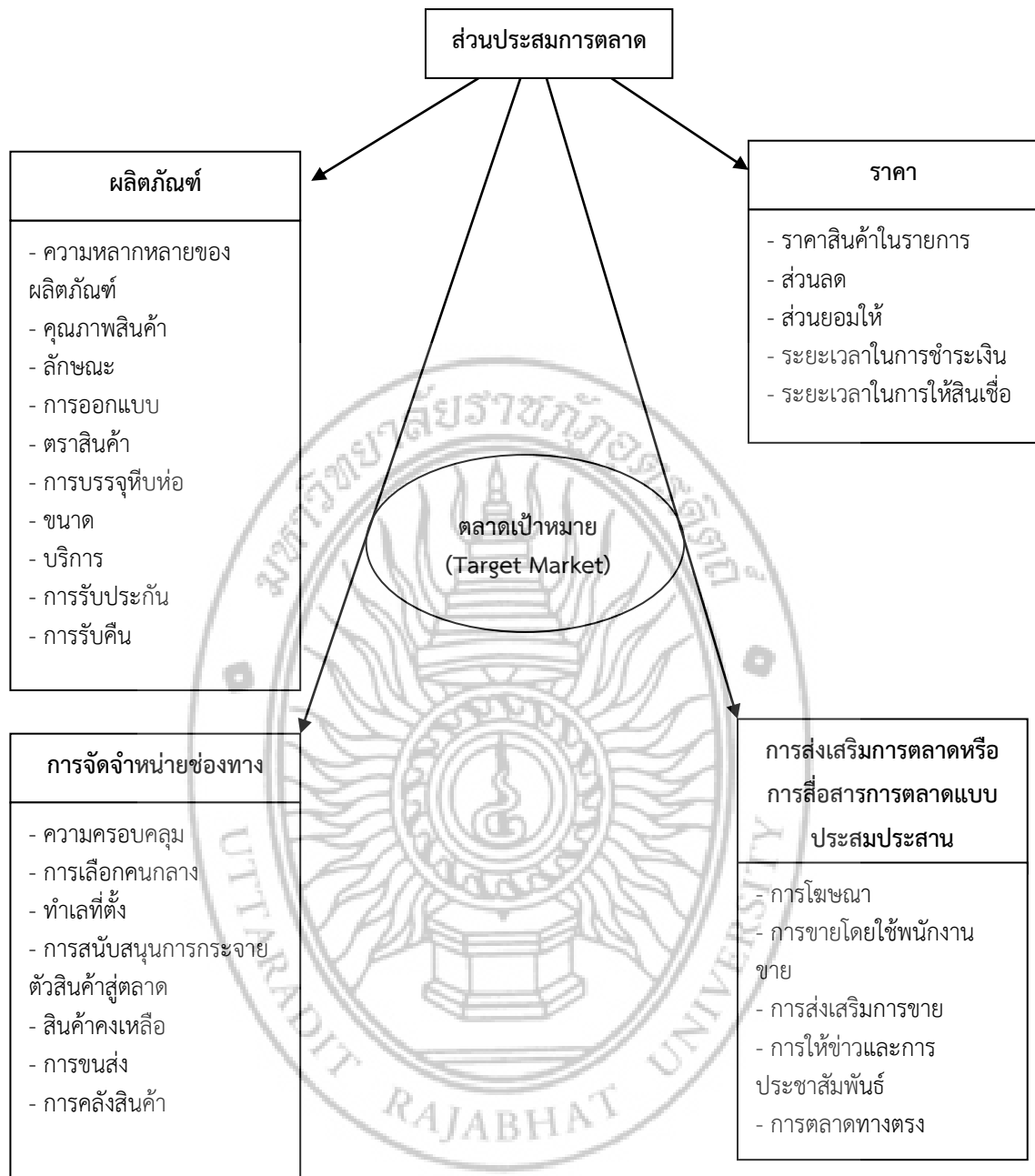
เสรี วงศ์มณฑา (2542:1) ได้ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงการมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาและผู้บริโภคยอมรับได้และผู้บริโภคนินดีจ่าย เพราะมองเห็นว่าคุ้มค่ารวมถึงการมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมซื้อหา เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้า

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549:52-53) อธิบายถึงส่วนผสมทางการตลาดไว้ว่า คือ แนวคิดที่เป็นหลักในการพิจารณาส่วนประกอบที่สำคัญเพื่อตอบสนองตลาดอย่างเหมาะสมโดยเริ่มจากธุรกิจต้องมีผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอลูกค้า มีการตั้งราคาที่สมควร มีวิธีนำส่งไปยังลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีวิธีการสื่อสารเพื่อทำการโปรโมทและดึงดูดให้เกิดการซื้อด้วยการส่งเสริมการตลาด

ณภัทร ตันกิตติวัฒน์ (2555) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาดหมายถึงกลุ่มเครื่องมือทางการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด

สุกัญญา เรียงเครือ (2554) ได้ให้ความหมายของส่วนผสมทางการตลาดหมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ซึ่งธุรกิจหรือองค์กรใช้ร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เกิดความพึงพอใจทางการตลาดในเป้าหมาย





ภาพที่ 4 แผนภาพแสดงส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา: Kotler,P. (2000)

กล่าวโดยสรุปว่า สิ่งที่จะสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้มี 4 ประการคือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy) โดยกลยุทธ์ทั้ง 4 ประการนี้จะต้องสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างกลมกลืน

## 8. ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

Agyekum,Haifeng and Agyeiwaa (2015) ให้ความหมายของการรับรู้เอาไว้ว่า การรับรู้เกี่ยวข้องกับ การเลือกสรร การจัดระเบียบ รับรู้จากประสาทสัมผัส จากสภาพแวดล้อมรอบตัวหรือในอีกแง่หนึ่ง การรับรู้อาจ นิยามได้ว่า เป็นกระบวนการซับซ้อนของคนจากการเลือกสรร จัดระเบียบและตีความสิ่งกระตุ้นของประสาทสัมผัส ให้เป็นภาพที่มีความหมาย

Assael (1998) ได้ให้ความหมายของการรับรู้คือ กระบวนการเลือก การรวบรวมและการตีความสิ่งเร้า ทางการตลาดตลอดจนสภาพแวดล้อมให้เป็นภาพรวมเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลกันจนสามารถเข้าใจได้ โดยมีกลไกของ การรับรู้ประกอบด้วย 1) การเลือกสรรการรับรู้ (Selection) 2) การจัดระเบียบการรับรู้ (Organization) และ 3) การตีความหมายการรับรู้ (Interpretation)

Rahman (2012) ให้นิยามของการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการที่เกิดจากการเลือกสรรของแต่ละบุคคลแล้วจึง จัดระเบียบและตีความสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ให้มีความหมายสอดคล้องกัน อีกทั้งผู้บริโภคแต่ละรายยังมีภาพรับรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่เป็นของตัวเองด้วย

Truong,Yap and Ineson (2012) อธิบายว่า การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตใจที่ผ่านการเลือกสรรการ รับรู้ของบุคคล มีการจัดระเบียบการรับรู้และการตีความหมายของการรับรู้ให้เป็นแบบแผนที่มีความหมาย ดังนั้น การรับรู้ของผู้บริโภคจึงมีบทบาทสำคัญต่อการกระทำของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อ ทศนคติ ความเชื่อและการ ตัดสินใจซื้อ แนวทางการรับรู้ของผู้บริโภคจึงขึ้นอยู่กับความต้องการ คุณค่าและความคาดหวังของแต่ละบุคคล

ชมจันทร์ ดาวเดือน (2557) (อ้างถึงในปริยานุช แดงเดช,2558:6) กล่าวว่า การรับรู้มาจากการจัดรูปแบบ ตีความ โดยสิ่งที่มากระทบการรับรู้ของผู้บริโภคเรียกว่า สิ่งกระตุ้น เช่น การมองเห็นเกิดจากการรับของประสาท สัมผัส มีการแปลความหมายโดยใช้อารมณ์และความสามารถในการรับรู้ของผู้บริโภคเอง ซึ่งต้องมีความสอดคล้อง กับธรรมชาติการรับรู้ทางสายตาด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2542) (อ้างถึงในทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ,2556) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการ รวบรวมภาพในสมองให้มีความหมายเกิดขึ้น การรับรู้มักเกิดขึ้นพร้อมการสัมผัสแต่มีความแตกต่างอยู่ที่การรับรู้ซึ่ง เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นด้วย ดังนี้

1.องค์ประกอบทางธุรกิจด้านเทคนิค (Technical Factors) ประกอบด้วย ขนาด (Size) ผู้บริโภค สามารถรับรู้ได้ว่าสินค้าที่มีขนาดใหญ่ต้องมีราคาแพงกว่า คุณภาพดีกว่าสินค้าขนาดเล็กหรือองค์กรในธุรกิจขนาดใหญ่ ต้องมีความน่าเชื่อถือกว่าขนาดเล็ก สี (Colour) บอกถึงลักษณะของสินค้าได้ ซึ่งสีแต่ละสีอาจบอก ความหมายในตัวเอง ความเข้ม (Intensity) ความถี่หรือจำนวนครั้งในการโฆษณาสินค้าเพื่อให้เกิดการรับรู้ การ เคลื่อนไหว (Movement) เป็นการโฆษณาทางสื่อเพื่อจูงใจให้สนใจข่าวสาร ตำแหน่ง (Position) ตำแหน่งตรา สินค้าเห็นได้จากตราสินค้าเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมในทางธุรกิจ ความแตกต่าง (Contrast) โดยสร้างความแตกต่าง จากคู่แข่งเพื่อให้เห็นความแตกต่างได้อย่างชัดเจน เช่น เครื่องแบบพนักงานที่ให้สวมใส่ ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นถึง ความแตกต่างและสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของพนักงานแต่ละองค์กร การจับแยก (Isolation) การวางสินค้าที่ ส่งเสริมการขายแยกออกมาจากสินค้าในกลุ่มเดียวกันในชั้นวางปกติ

2.ความพร้อมทางด้านสมองของผู้บริโภค (Mental Readiness of Consumer to Perceive) ได้แก่ ความฝังใจหรือการยึดมั่น (Perceptual Fixation) ในทางธุรกิจต้องมีการออกสินค้าใหม่เพื่อนำเสนออยู่

ตลอด ดังนั้นสินค้าใหม่ต้องมีการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ เมื่อผู้บริโภคได้รับรู้และมีความพึงใจกับสินค้าใดแล้วอาจจะลบภาพที่ฝังใจนั้นได้ยาก นิสัยในการมอง (Perceptual Habit) การที่ผู้บริโภคได้รับการสื่อสารที่เป็นเรื่องเดียวกันแต่ผู้บริโภคแต่ละคนอาจรับรู้ได้ต่างกัน ขึ้นอยู่กับมุมมองและนิสัย ทำให้เกิดเป็นการมองโลกทั้งในแง่ดีและแง่ร้ายได้ ความมั่นใจและความรอบคอบ (Confidence and Caution) หากผู้บริโภคมั่นใจในตัวเองจะสามารถซื้อสินค้านั้นได้โดยไม่ลังเล แต่หากเป็นผู้ที่ไม่มีความมั่นใจจะไม่ซื้อเพราะกลัวถูกหลอก ความใส่ใจ (Attention) ความสนใจในเรื่องที่ต่างกันทำให้ผู้บริโภคจะใส่ใจและมองรายละเอียดเรื่องเล็กน้อย แต่ผู้ที่ไม่ใส่ใจจะมองไม่เป็นสิ่งเหล่านั้น โครงสร้างในสมอง (Mental Set of Track of Mind) ผู้บริโภคแต่ละคนมีโครงสร้างในสมองแตกต่างกัน ดังนั้น การสื่อสารทุกอย่างหากผู้บริโภคมีความคิดที่ต่อต้านก็จะรู้สึกว่ามีดีหรือถ้าเห็นด้วยก็จะตีความหมายว่าดี ความคุ้นเคย (Familiarity) คือการเกิดความชื่นชอบและเมื่อทดลองใช้แล้วก็จะเกิดความคุ้นเคยแล้วใช้การซ้ำหรือซื้อซ้ำได้อีก

3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experience of The Consumer) ผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าใดก็จะใช้สินค้านั้นโดยไม่ต้องพิจารณาข้อมูลมากและกล้าตัดสินใจซื้อได้ทันที

4. สภาวะอารมณ์ (Mood) ความพร้อมทางด้านจิตใจ เช่น เมื่อเราฟังเพลงในภาวะจิตใจที่ต่างกัน เราอาจจะฟังเพลงได้ไพเราะหรือไม่ก็ได้

สำหรับกระบวนการของการรับรู้ ประกอบด้วย 4 กระบวนการดังนี้ (วนิดา มวยดี, 2556)

1. ประสานสัมผัส อวัยวะที่ใช้ในการรับสัมผัสของคนคือ ตา หู จมูก ลิ้นและกายสัมผัส เมื่อสัมผัสแล้วสมองจะจัดเก็บเป็นประสบการณ์เพื่อให้เกิดการรับรู้ต่อไป

2. สิ่งกระตุ้นและการรับรู้ สิ่งกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมทำให้บุคคลได้เรียนรู้เกิดประสบการณ์สะสมกันจนเกิดเป็นความเข้าใจ เมื่อบุคคลสัมผัสกับสิ่งกระตุ้นเพียงบางส่วนหรือส่วนใดส่วนหนึ่งก็จะสามารถรู้และเข้าใจได้ทันทีว่าสิ่งนั้นคืออะไร โดยไม่จำเป็นต้องสัมผัสทั้งหมด นอกจากนี้ การจัดระเบียบของสิ่งกระตุ้นสามารถทำให้มองเห็นภาพส่วนรวมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3. การตีความหมายของการรับรู้ ในการสัมผัสหากเราไม่เคยพบเห็นกับสิ่งกระตุ้นนั้นมาก่อน สมองมักจะแปลความหมายโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่เคยเห็นหรือสิ่งที่เคยสัมผัสก่อนหน้านี้

4. ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิม เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการตีความหมายของความรู้สึกรู้จักจากสัมผัสให้เป็นการรับรู้

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้คือกระบวนการทางจิตใจของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น ซึ่งกระบวนการทางจิตใจนี้ได้ผ่านการเลือกสรรการรับรู้ของบุคคล ผ่านการจัดระเบียบการรับรู้และการตีความหมายของการรับรู้ที่ได้รับให้เป็นแบบแผน สอดคล้องกับการรับรู้เดิม ประสบการณ์และความจำ เป็นต้น

## 9. บรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 9.1 เอกสารและบรรณกรรม

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 ได้กำหนดไว้ในหมวด 4 แนวการจัดการศึกษา มาตรา 22 การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ

A.H.Maslow (อ้างถึงในจรรยา เป็นมิตร,2555) ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้การยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กตตันมากที่สุดไปถึน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญคือ 1.ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานคืออาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค 2.ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย 3.ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน 4.ความต้องการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม และ 5.ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-Actualization Needs) ซึ่งเป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างให้สำเร็จ

อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2560) ได้กล่าวถึง 4 วิฤติการศึกษาไทยที่ต้องแก้ไขโดยทันที (ตอนที่ 1) ว่า สิ่งที่จะทำให้บ้านเมืองดีขึ้นได้คือประชาชนต้องมีการศึกษาที่ดี ปกครองคนงั้นปกครองได้งายกว่าปกครองคนฉลาด นักการเมืองที่เลวจึงหวังทำลายการศึกษาและหาเสียงกับครูและใช้ครูเป็นฐานเสียงทางการเมือง ปัญหาการศึกษาไทยนั้นหมักหมมมานานคงต้องแก้ไขกันไป ประเด็นปัญหาการศึกษาไทยที่สำคัญ 4 ประการได้แก่ **ประการแรก** ปัญหาสังคมผู้สูงอายุเต็มตัว มีโรงเรียน มหาวิทยาลัยคุณภาพต่ำเกินกว่าจำนวนนักเรียนนักศึกษา ประการที่สอง ความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพ ไม่ใช่ความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึง เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลแทบทุกรัฐบาลให้ความสำคัญกับการเข้าถึงโดยเน้นไปที่ Education for All เน้นให้ทุกคนได้เรียนฟรี อย่างน้อยก็ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนระดับอุดมศึกษามีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทำให้อัตราการแข่งขันการเข้าเรียนลดลงเพราะไม่มีนักเรียน มหาวิทยาลัยมีที่ว่างให้นักศึกษามากกว่านักเรียนที่สมัครเข้ามหาวิทยาลัยเกือบเท่าตัว การสอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัยไม่ได้เอาเป็นเอาตายเหมือนสมัยก่อนที่การแข่งขันสูงมาก ทำให้เกิดปัญหาที่น่าเป็นห่วงคือความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพของการศึกษาไทย ประการที่สาม การวางแผนการศึกษาของชาติขาดความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติและการเงินการคลังเพื่อการศึกษา ประเทศไทยมีปัญหาค่านิยมบ้ากระดาษและใบปริญญา คนจบปริญญาเอกมีมากขึ้นและคนที่จบปริญญาเอกส่วนใหญ่จบในสาขาวิชาที่ไม่มีความจำเป็น ที่มีมากคือสายสังคมศาสตร์ และมีปัญหาด้านหลักสูตรที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ส่วนในระดับปริญญาตรีเรามักจะเห็นได้ว่าถูกจ้างงานในระดับต่ำกว่ามาก ซึ่งทางวิชาการเรียกว่า Underemployment ซึ่งบางตำแหน่งไม่จำเป็นต้องจบปริญญาตรีก็ทำได้ และประการที่สี่ การศึกษาของครูไทยขาดคุณภาพและขาดความสำนึกรับผิดชอบต่อเด็ก (Accountability) ที่จะรับผิดชอบการพัฒนาเด็กเรียน อาจด้วยการเน้นเรียนวิชาการมากกว่าวิชาเนื้อหา ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ครูคณิตศาสตร์ หรือการสอนคณิตศาสตร์ศึกษาหรือครูที่จบโดยตรงเอกคณิตศาสตร์ ไม่เคยเรียนวิชาการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) ไม่เคยเรียนทฤษฎีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Theory) ไม่เคยเรียนเนื้อหาสถิติที่ต้องใช้สอน ทั้งที่หลักสูตรคณิตศาสตร์พื้นฐานระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสถิติกว่า 42% แต่ครูที่จบเมเจอร์คณิตศาสตร์ศึกษาได้เรียนสถิติไม่เกิน 6 หน่วยกิต จาก 170 หน่วยกิตเป็นต้น ส่งผลให้ครูให้ความรู้ผิด ๆ ติดสมองนักเรียนไปชั่วนานาน เพราะสอนได้ดีมาก จนนักเรียนจำฝังใจในความรู้ที่ผิดหรือไม่แม่นยำ ประกอบกับระบบการประเมินผลงานและการเลื่อนขั้นครูที่ผ่านมาเน้นพิจารณาผลงานวิชาการ งานวิจัย ซึ่งการประเมินครูที่ถูกต้อง ต้องดูว่าเด็กมีผลการเรียนดีขึ้นหรือไม่ เด็กประสบความสำเร็จดีขึ้นหรือไม่ การพัฒนามากน้อยเพียงไร เลยทำให้ครูไม่ได้ให้ความสำคัญของสำนักผิดชอบต่อเด็ก ยกเว้นครูที่มี Accountability อยู่แล้วโดยตัวเอง แต่ไม่ใช่เพราะระบบทำให้ครูมี Accountability

## 9.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนเนก ฉะชัยวงศ์ (2553) ได้ศึกษาความคิดเห็นต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาคปกติ ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง 1,011 คน ทำการรวบรวมจากแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในด้านส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อคือการตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยบิดามารดาแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ส่วนปัจจัยมหาวิทยาลัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อคือการเปิดหลักสูตรการสอนระดับปริญญาตรีหลากหลายสาขาวิชาให้เลือก ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) อาจารย์ที่สอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและการแข่งขันที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีหลักสูตรที่เป็นวิชาชีพ ถ้าเรียนจบสามารถรับราชการได้เช่น หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ส่วนปัญหาเกี่ยวกับการเลือกสถานที่เรียนประกอบด้วย ปัญหาส่วนบุคคล การไม่ได้ศึกษาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียน ปัญหาในเรื่องความกังวลเรื่องการเรียน ค่าใช้จ่ายในการศึกษา การมีงานทำในอนาคต ปัญหาภายในมหาวิทยาลัย ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับในด้านการเรียนการสอนบางสาขาวิชาไม่ใช้ทั้งหมด การประชาสัมพันธ์และการแนะนำวงกลุ่มเป้าหมายให้ทั่วถึง ปัญหาด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและการแข่งขัน เรื่องของเศรษฐกิจตกต่ำทำให้รายได้ของประชาชนลดลงส่งผลกระทบต่อผู้ที่เข้าศึกษาต่อต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายรวมถึงสามารถกู้ยืมเงินในการศึกษาได้

ปัทมา วิชิตะกุล (2554) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีและปัจจัยดั่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยองค์ประกอบภายในแตกต่างกันและอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อองค์ประกอบภายในแตกต่างกัน ด้านภาควิชาที่ศึกษาที่อยู่ในภาควิชาแตกต่างกันมีผลต่อองค์ประกอบภายนอกแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยดั่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประกอบด้วยด้านความเชื่อ ด้านค่านิยมและด้านนิสัยและขนบธรรมเนียมสามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์ ด้านองค์ประกอบในภาพรวมคือ  $(\hat{y}_i) = 9.118 + 1.855X_2 + 1.310X_3 + 2.514X_4$

จุฑามาศ ชูจินดา, กิตติยานภลัย ภูตระกูลและณภัทร โชคธนิกุล (2555) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 ในเขตจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่นั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2555 ของโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามพบว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 ในเขตจังหวัดนนทบุรีโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละด้านเรียงตามลำดับ คือ เหตุผลส่วนตัว ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภาพลักษณ์ของสถาบัน ปัจจัยทางสังคม และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ส่วนผลการศึกษาเปรียบเทียบพบว่า นักเรียนชายและนักเรียนหญิง มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาโดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00 – 4.00 มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่บิดาและมารดามีการศึกษาระดับ

ต่ำกว่าระดับอนุปริญญา และระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าที่มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อสูงกว่านักเรียนที่มีบิดาและมารดาที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่บิดามีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาแตกต่างกับนักเรียนที่บิดามีอาชีพค้าขายและอาชีพรับจ้าง ส่วนนักเรียนที่มารดาอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาไม่แตกต่างกัน นักเรียนที่บิดามีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อสูงกว่านักเรียนที่บิดามีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 15,000 บาท และนักเรียนที่มารดา มีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อสูงกว่านักเรียนที่มารดา มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศันสนีย์ ไชยเพ็ญ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น กลุ่มตัวอย่าง 330 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 330 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์กับบริการ ส่วนผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อคือตัวนักเรียนเอง โดยรับทราบข้อมูลการศึกษาต่อจากอินเทอร์เน็ต เหตุผลที่เลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่นคือมีสาขาให้เลือกหลากหลาย

มีสิทธิ์ ชัยมณี (2557:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานี ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานี ที่ศึกษาในปีการศึกษา 2557 จำนวน 84 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า การเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานีภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยจัดเรียงรายด้านตามลำดับเป็นดังนี้ ด้านชื่อเสียงของสถาบันอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.13 ด้านสภาพเศรษฐกิจอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.80 ด้านความความสนใจและเหตุผลส่วนตัวอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.79 ด้านประกอบอาชีพอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.63 และด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.49

เจนศักดิ์ คชนิล (2558) ได้สำรวจความคิดเห็นในการเรียนต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาใหม่ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสถาบันอุดมศึกษาของนักศึกษาใหม่คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อจากคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาใหม่ของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีการศึกษา 2558 จำนวน 164 โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามแบบระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่และร้อยละผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 81.10 หลักสูตรที่นักศึกษาตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือหลักสูตรเทคโนโลยีอุตสาหกรรมจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 26.22 หลักสูตรที่นักศึกษาตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือหลักสูตรวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.05 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 จังหวัดที่นักศึกษาตอบแบบสอบถามมาก

ที่สุดคือ จังหวัดอุดรดิตถ์จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 79.27 รองลงมาคือนักศึกษาที่มาจากจังหวัดสุโขทัย จำนวน 16 คน คิดเป็น 9.76 นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือนักศึกษาที่มาจากจังหวัดกำแพงเพชร เชียงใหม่ลำปางและอ่างทอง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.61 ระดับการศึกษาของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือนักเรียนที่จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 107 คน คิดเป็น 65.24 น้อยที่สุดคือนักศึกษาจบ การศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 7.32

เจ็ดพงษ์ ชีระจิตต์, ชัชชัย แก้วสนธิ และ รพี ดอกไม้เทศ (2559:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนศรีโพธิ์วงษ์กุศลกิจพิทยาคม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ 6 สายวิทย์-คณิต จำนวน 65 คน ที่กำลัง ศึกษาอยู่ในโรงเรียนศรีโพธิ์วงษ์กุศลกิจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านภูมิหลังเรื่องสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ปัจจัยด้านความสามารถส่วนบุคคลเรื่องเกรดเฉลี่ย ปัจจัยด้านระบบการสอบคัดเลือก เรื่องรูปแบบการรับ นักศึกษาและอัตราการแข่งขันในการสอบเข้าคณะนั้น ๆ ปัจจัยด้านช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสาร จากที่ นักเรียนได้เข้าร่วมงานแนะแนวการศึกษาต่อจากสถาบันการศึกษา การใช้สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์และบอร์ดหรือ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคณะ มหาวิทยาลัยหรือวิชาที่เปิดสอน ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และ ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียนและแหล่งทุน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัย เรื่อง ความต้องการของตลาดแรงงานและความภูมิใจของผู้ปกครอง ปัจจัยด้านอิทธิพลภายนอกเรื่องที่มีรุ่นพี่ เรียนอยู่ในมหาวิทยาลัย การมีเพื่อนคอยให้คำแนะนำ การมีอาจารย์แนะนำ การมีศิษย์เก่าเรียนในมหาวิทยาลัย แห่งนั้น และ ปัจจัยด้านคุณภาพของมหาวิทยาลัยเรื่องชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย คณาจารย์ นักศึกษาปัจจุบันและ ศิษย์เก่า

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ปีการศึกษา 2560 การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถามระดับความคิดเห็น 5 ระดับเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย จึงได้กำหนดหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาใหม่ของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีการศึกษา 2560 ที่เข้าศึกษาในภาคเรียนที่ 1/2560 จำนวนทั้งสิ้น 213 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาที่สมัครเข้าศึกษาต่อคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ในหลักสูตรสาขาต่าง ๆ จำนวน 9 หลักสูตร จำแนกเป็น หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ประกอบด้วยสาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ วิศวกรรมโลจิสติกส์ วิศวกรรมบริหารงานก่อสร้าง วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ วิศวกรรมการจัดการพลังงาน และหลักสูตรเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ประกอบด้วย สาขาเทคโนโลยีสำรวจและภูมิสารสนเทศ เทคโนโลยีไฟฟ้า เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ข้อมูลจากกองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ณ วันที่ 7 กรกฎาคม 2560)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษาใหม่ของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีการศึกษา 2560 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 180 คนจากประชากรทั้งหมด 213 คนคิดเป็นร้อยละ 84 โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบระดับความคิดเห็น 5 ระดับเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ซึ่งสอบถามนักศึกษาที่สมัครเข้าศึกษาต่อคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 ในหลักสูตรสาขาต่าง ๆ จำนวน 180 คน โดยแบบสอบถามได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ที่มีข้อความเกี่ยวกับสาขาวิชาที่เลือก (ปัจจุบัน) เพศ อายุ จังหวัด วุฒิการศึกษา (เดิม) และสถาบันการศึกษา (เดิม)

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาระดับอุดมศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ปีการศึกษา 2560 โดยแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยประกอบด้วย ปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ทสเกล สถิติที่ใช้คือค่าเฉลี่ยและร้อยละ โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

ค่าเฉลี่ย 5	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 4	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 3	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 2	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นการให้ข้อเสนอแนะและแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเข้าศึกษาต่อคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ในปีการศึกษา 2560

### 3. การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.3.1 ศึกษารายละเอียด จุดมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงแนวทาง ขอบเขตในการวิจัยและขอบเขตของแบบสอบถาม

3.3.2 ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี บทความ วารสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถาม

3.3.3 สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย และนำแบบสอบถามที่ได้ไปขอรับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการตรวจสอบหาข้อบกพร่องและปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง เหมาะสมยิ่งขึ้น

3.3.4 แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน คือ

3.3.4.1 อาจารย์ ดร.ภักคมน ปินตานา อาจารย์ประจำหลักสูตรวิศวกรรมการจัดการพลังงาน และหัวหน้าหน่วยจัดการงานวิจัย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและด้านเนื้อหา

3.3.4.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกษมพงษ์ค พงศ์สินธุ์ อาจารย์ประจำหลักสูตรวิศวกรรมบริหารงานก่อสร้างและ รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

3.3.4.3 อาจารย์ ดร.ปฏิพัทธ์ ถนอมพงษ์ชาติ อาจารย์ประจำหลักสูตรวิศวกรรมการจัดการพลังงาน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เชี่ยวชาญด้านการวิจัย

เพื่อตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้คะแนนตามวิธีการของโรวีเนลลี และแฮมเบิลตัน (Rainelli & Hambleton) ซึ่งมีวิธีการให้คะแนนดังนี้ (บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์, 2547 : 69)

+1	หมายถึง	เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นวัดตรงจุดประสงค์
0	หมายถึง	เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นตรงจุดประสงค์
-1	หมายถึง	เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นวัดไม่ตรงจุดประสงค์

จากนั้นนำผลการพิจารณามาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ถ้าค่า IOC ที่ทำการคำนวณได้มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามข้อนั้นสามารถวัดจุดประสงค์ข้อนั้น แต่ถ้าคำนวณแล้วมีค่าน้อยกว่า 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามข้อนั้นไม่ได้วัดจุดประสงค์ข้อนั้นจะต้องนำไปทำการปรับปรุงแก้ไขใหม่จนได้ค่า

IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 โดยหากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้มีค่า 0.60 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามที่ใช้มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ทุกข้อ

3.3.5 เมื่อค่าความเที่ยงตรงผ่านแล้ว จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 ตัวอย่าง

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามแจกให้นักศึกษาใหม่ของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีการศึกษา 2560 ที่เข้าศึกษาในภาคเรียนที่ 1/2560 จำนวนทั้งสิ้น 180 คน ซึ่งนักศึกษาดังกล่าวได้เข้าร่วมโครงการเตรียมความพร้อม การปฐมนิเทศและค่ายคุณธรรมจริยธรรมนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2560 ระหว่างวันที่ 19-21 กรกฎาคม 2560 ณ วัดบรมธาตุทุ่งยั้ง ต.ทุ่งยั้ง อ.ลับแล จ.อุตรดิตถ์ พร้อมทั้งติดตามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนในวันที่ 19 กรกฎาคม 2560

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์และประเมินผล แบบสอบถามความคิดเห็นในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ปีการศึกษา 2560 ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวม โดยสถิติที่ใช้คือค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแต่ละตอน ดำเนินการดังนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการหาค่าร้อยละ
2. แบบสอบถามตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ปีการศึกษา 2560 โดยแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยประกอบด้วย ปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมโดยการหาค่าเฉลี่ย
3. แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นการให้ข้อเสนอแนะและแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 โดยผู้วิจัยและคณะได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงพรรณนา โดยสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามได้ ดังนี้

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกเรียนสาขาวิชา (ปัจจุบัน)

สาขาเรียน(ปัจจุบัน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
เทคโนโลยีไฟฟ้า	42	23.30
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	37	20.60
วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	28	15.60
วิศวกรรมโลจิสติกส์	26	14.40
วิศวกรรมการจัดการพลังงาน	13	7.20
เทคโนโลยีสำรวจและภูมิสารสนเทศ	12	6.70
วิศวกรรมบริหารงานก่อสร้าง	11	6.10
เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์	6	3.30
วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์	5	2.80
รวม	180	100.00

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อแบ่งตามสาขาวิชา (ปัจจุบัน) ที่เลือก พบว่าสาขาวิชาเทคโนโลยีไฟฟ้ามากที่สุดจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 23.30 รองลงมาคือสาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมจำนวน 37 คนคิดเป็นร้อยละ 20.60 สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 และสาขาวิชาวิศวกรรมโลจิสติกส์จำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 14.40 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามสาขาวิชา (ปัจจุบัน) ที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือสาขาวิชาวิศวกรรมบริหารงานก่อสร้างจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.10 สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 3.30 และสาขาวิชาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 5 คนคิดเป็น 2.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
ชาย	137	76.10
หญิง	43	23.90
รวม	180	100.00

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อแบ่งตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 137 คนคิดเป็นร้อยละ 76.10 และเพศหญิงจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 23.90

### ตารางที่ 3 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
18	53	29.40
19	43	23.90
20	42	23.30
21	27	15.00
22	9	5.00
23	5	2.80
ไม่กรอกข้อมูลอายุ	1	0.60
<b>รวม</b>	<b>180</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อแบ่งตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคืออายุ 18 ปี จำนวน 53 คนคิดเป็นร้อยละ 29.40 รองลงมาคืออายุ 19 ปีจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 23.90 และอายุ 20 ปีจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 23.30 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบน้อยที่สุดคืออายุ 22 ปีจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 5.00 รองลงมาคืออายุ 23 ปีจำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 2.80 รองลงมา และไม่กรอกข้อมูลอายุจำนวน 1คนคิดเป็นร้อยละ 0.60

### ตารางที่ 4 แสดงจังหวัดของผู้ตอบแบบสอบถาม

จังหวัด	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
อุดรดิตถ์	118	65.60
สุโขทัย	32	17.80
น่าน	14	7.80
แพร่	8	4.40
พิษณุโลก	3	1.70
กำแพงเพชร	1	0.60
ฉะเชิงเทรา	1	0.60
เลย	1	0.60
อุดรธานี	1	0.60
ระยอง	1	0.60
<b>รวม</b>	<b>180</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อแบ่งตามจังหวัดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าจังหวัดอุดรดิตถ์มากที่สุดจำนวน 118 คนคิดเป็นร้อยละ 65.60 รองลงมาคือจังหวัดสุโขทัย 32 คนคิดเป็นร้อยละ 17.80 จังหวัดน่านจำนวน 14 คนคิดเป็นร้อยละ 7.80 และจังหวัดแพร่จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 ตามลำดับ ส่วนจังหวัด

ของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด 6 จังหวัดคือ จังหวัดพิษณุโลกจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 จังหวัดระยอง อุดรธานี เลย ฉะเชิงเทราและกำแพงเพชร จังหวัดละ 1 คนคิดเป็นร้อยละ 0.60

ตารางที่ 5 แสดงวุฒิการศึกษา (เดิม) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

วุฒิการศึกษาเดิม	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ม.6	91	50.60
ปวส.	75	41.70
ปวช.	7	3.90
ไม่กรอกข้อมูล	7	3.90
รวม	180	100.00

จากตารางที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อแบ่งตามวุฒิการศึกษา (เดิม) ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ม.6 มากที่สุดจำนวน 91 คนคิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมาคือ ปวส.จำนวน 75 คนคิดเป็นร้อยละ 41.70 และผู้ตอบแบบสอบถามที่กรอกข้อมูลตามวุฒิการศึกษา (เดิม) น้อยที่สุดคือปวช. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 และไม่กรอกข้อมูลจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90

ตารางที่ 6 แสดงสถาบันการศึกษา (เดิม) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถาบันการศึกษา (เดิม)	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
วิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตต์	39	21.67
อุดรดิตต์	23	12.78
วิทยาลัยเทคโนโลยีอุดรดิตต์	21	11.67
อุดรดิตต์ดรุณี	8	4.44
เทคนิคแพร่	5	2.78
ลับแลพิทยาคม	4	2.22
เตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้าอุดรดิตต์	4	2.22
วิทยาลัยเทคโนโลยีบริหารธุรกิจพิษณุโลก	4	2.22
บ้านแก่งวิทยา	4	2.22
ทุ่งกะโลวิทยา	3	1.67
ชัยมงคลพิทยา	3	1.67
ทุ่งเสลี่ยมชนูปถัมภ์	3	1.67
สวรรคค่อนันต์วิทยา	3	1.67
เมืองเซลียง	3	1.67
ศรีสำโรงชนูปถัมภ์	2	1.11
เทคนิคสุโขทัย	2	1.11
วิทยาลัยการอาชีพศรีสังขาลย์	2	1.11
หนองบัวพิทยาคม น่าน	2	1.11
เทคนิคน่าน	2	1.11
พากท่าวิทยา	2	1.11

ทองแสนขันวิทยา	2	1.11
พิชัย	2	1.11
ตรอนตรีสินธุ์	1	0.56
อาชีพศึกษานูตรดิตถ์	1	0.56
แสนตอวิทยา	1	0.56
นาอินวิทยาคม	1	0.56
คริสเตียน	1	0.56
บ้านโคกพิทยา	1	0.56
น้ำปาดชนูปถัมภ์	1	0.56
ท่าตะโกพิทยาคม	1	0.56
วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ	1	0.56
สูงเม่นชนูปถัมภ์	1	0.56
สองพิทยาคม	1	0.56
วิทยาลัยเทคโนโลยีพาณิชยการเชียงใหม่	1	0.56
เทคนิคพิชฌุโลก	1	0.56
ราชประชานุเคราะห์ 23 พิชฌุโลก	1	0.56
เบญจมราชรังสฤษดิ์ ฉะเชิงเทรา	1	0.56
ราชประชานุเคราะห์ 52 เลย	1	0.56
โนนสะอาดชุมแสงวิทยาอุดรธานี	1	0.56
เทคโนโลยีโออาร์พีซีที (IRPCT) ระยอง	1	0.56
หัวโตนวิทยากำแพงเพชร	1	0.56
นันทบุรีวิทยาในพระบรมราชานุเคราะห์	1	0.56
แม่จริม น่าน	1	0.56
วัดปรายคันทาน	1	0.56
เชียงใหม่ “ประชาพัฒนา”	1	0.56
อาชีพศึกษาปัว	1	0.56
ปัว	1	0.56
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านน่าน	1	0.56
สา	1	0.56
บ้านหลวง	1	0.56
ศรีนคร	1	0.56
กงไกรลาศวิทยา	1	0.56
ไม่กรอกข้อมูล	7	3.89
<b>รวม</b>	<b>180</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อแบ่งตามสถาบันการศึกษา (เดิม) ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า วิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตถ์มากที่สุดจำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 21.67 รองลงมาคือโรงเรียนอุดรดิตถ์จำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 12.78 วิทยาลัยเทคโนโลยีอุดรดิตถ์จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 11.67 โรงเรียนอุดรดิตถ์

ตรุณีจำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 4.44 และ วิทยาลัยเทคนิคแพร่จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลสถาบันการศึกษา (เดิม) ที่ต่อน้อยจำนวน 4 แห่งได้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามจากโรงเรียนลับแลพิทยาคม โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้าอุตรดิตถ์ วิทยาลัยเทคโนโลยีบริหารธุรกิจ พิษณุโลกและโรงเรียนบ้านแก่งวิทยาจำนวนแห่งละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22 ส่วนโรงเรียนทุ่งกะโลวิทยา ชัยมงคลพิทยา ทุ่งเสลี่ยมชนูปถัมภ์ สวรรค่อนันต์วิทยาและเมืองเชลียงจำนวนแห่งละ 3 คนคิดเป็นร้อยละ 1.67 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลสถาบันการศึกษา (เดิม) น้อยที่สุดจำนวน 1-2 คนซึ่งมาจากสถาบันการศึกษาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.56 และ 1.11 ตามลำดับ และผู้ไม่กรอกข้อมูลจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.89

## ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

ตารางที่ 7 แสดงผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

5 = เห็นด้วยระดับมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยระดับมาก, 3 = เห็นด้วยระดับปานกลาง, 2 = เห็นด้วยระดับน้อย, 1 = เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าแปลผล
ปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา		
ต้องการมีอาชีพที่ดีในอนาคต	4.47	มาก
ต้องการมีความรู้เพิ่ม	4.28	มาก
ต้องการนำความรู้ไปพัฒนาสังคม	4.24	มาก
เป็นความต้องการของตนเอง	4.21	มาก
ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม	3.94	ปานกลาง
ค่านิยมในสังคมปัจจุบัน	3.79	ปานกลาง
ผู้ปกครองต้องการให้เรียน	3.71	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	4.09	มาก

จากตารางที่ 7 ปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าต้องการมีอาชีพที่ดีในอนาคตอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือต้องการมีความรู้เพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.28) ต้องการนำความรู้ไปพัฒนาสังคม (ค่าเฉลี่ย 4.24) และเป็นความต้องการของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.21) ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลางได้แก่ ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.94) ค่านิยมในสังคมปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.79) และผู้ปกครองต้องการให้เรียน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าแปลผล
ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์		
เฟซบุค	4.04	มาก
เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	4.03	มาก
เว็บไซต์มหาวิทยาลัยฯ	3.97	ปานกลาง
การออกแนะแนวของมหาวิทยาลัยฯ	3.63	ปานกลาง
การออกแนะแนวของคณะเทคโนโลยีฯ	3.56	ปานกลาง
อาจารย์แนะแนวที่สถาบันเดิม	3.47	ปานกลาง
การแนะนำจากผู้ปกครอง	3.46	ปานกลาง
การแนะนำจากเพื่อน	3.42	ปานกลาง
การแนะนำจากคนรู้จัก	3.30	ปานกลาง
การแนะนำจากญาติ	3.18	ปานกลาง
โบรชัวร์/แผ่นพับ	3.12	ปานกลาง
ป้ายโฆษณา	2.99	น้อย
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.81	น้อย
วิทยุ	2.65	น้อย
เฉลี่ยรวม	3.40	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ารับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อความคิดเห็นในระดับมากจากเฟซบุค (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.03) สำหรับความคิดเห็นระดับปานกลางจากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยฯ (ค่าเฉลี่ย 3.97) การออกแนะแนวของมหาวิทยาลัยฯ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และ การออกแนะแนวของคณะเทคโนโลยีฯ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นระดับน้อยคือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.81) รองลงมาคือป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.99) และวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อใน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าแปลผล
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์		
สาขาวิชาที่ต้องการศึกษา	4.26	มาก
สภาพแวดล้อมที่ดี	4.16	มาก
คุณภาพการศึกษา	4.16	มาก
มีสนามกีฬาที่สวยงามและทันสมัย	4.15	มาก
การเดินทางสะดวก	4.14	มาก
อาคารเรียนที่สวยงามและทันสมัย	4.13	มาก
ความปลอดภัยของชีวิตขณะที่ศึกษา	4.03	มาก
สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยฯ	4.02	มาก
ความยาก/ง่ายในการสอบเข้าศึกษา	3.97	ปานกลาง
ความสำเร็จของศิษย์เก่า	3.93	ปานกลาง
ความมีชื่อเสียงของคณะเทคโนโลยีฯ	3.89	ปานกลาง
ความยาก/ง่ายในการจบศึกษา	3.85	ปานกลาง
มีเพื่อน/คนรู้จักอยู่ในมหาวิทยาลัยฯ	3.84	ปานกลาง
มีหอพักจำนวนมากและราคาถูก	3.76	ปานกลาง
ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน	3.73	ปานกลาง
ค่าลงทะเบียน (ค่าเทอม)	3.66	ปานกลาง
การแนะนำจากผู้ปกครอง	3.62	ปานกลาง
การแนะนำจากเพื่อน	3.48	ปานกลาง
อาจารย์แนะแนวที่สถาบันเดิม	3.47	ปานกลาง
การแนะนำจากคนรู้จัก	3.33	ปานกลาง
การแนะนำจากญาติ	3.31	ปานกลาง
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>3.85</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 9 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นระดับมากในสาขาวิชาที่ต้องการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือคุณภาพการศึกษา และสภาพแวดล้อมที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีสนามกีฬาที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.15) การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.14) อาคารเรียนที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความปลอดภัยของชีวิตขณะที่ศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.03) และสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยฯ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือ อาจารย์แนะแนวที่สถาบันเดิม (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ การแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.33) และการแนะนำจากญาติ (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

จากแบบสอบถามความคิดเห็นในตอนที่ 3 มีนักศึกษาจำนวน 3 คน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ดังนี้

แสดงความคิดเห็น “ชอบ” จำนวน 1 คน “ดีมาก” จำนวน 1 คน และ “ดีเยี่ยม” จำนวน 1 คน



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลที่นักเรียน นักศึกษาตัดสินใจศึกษาต่อ เพื่อเป็นแนวทางการเตรียมความพร้อมสำหรับการพัฒนาแนวทางการเพิ่มจำนวน นักศึกษาใหม่ในปีการศึกษาต่อไป

#### 1. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษาจาก สถาบันการศึกษาสายสามัญและสายอาชีพที่สมัครและตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา คณะเทคโนโลยี อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักศึกษาใหม่คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีการศึกษา 2560 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 180 คนจากประชากรทั้งหมด 213 คนคิดเป็นร้อยละ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชายจำนวน 137 คนคิดเป็นร้อยละ 76.10 มีอายุ 18 ปีจำนวน 53 คนคิดเป็นร้อยละ 29.40 วุฒิการศึกษา (เดิม) ของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ม.6 จำนวน 91 คนคิดเป็นร้อยละ 50.60 โดยมาจากจังหวัด อุดรดิตถ์จำนวน 118 คนคิดเป็นร้อยละ 65.60 ซึ่งเป็นนักศึกษาที่มาจากวิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตถ์จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 และสาขาวิชา (ปัจจุบัน) ที่เลือกมากเป็นอันดับแรกคือสาขาวิชาเทคโนโลยีไฟฟ้าจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 23.30

สำหรับการประเมินความคิดเห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 นั้น ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็น ปัจจัยออกเป็น 3 ด้านได้แก่ ปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาพบว่าต้องการมีอาชีพที่ดีใน อนาคตอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกค่าเฉลี่ย 4.47 ปัจจัยสำคัญด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อคณะเทคโนโลยี อุตสาหกรรม พบว่ารับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อในระดับมากจากเฟซบุค ค่าเฉลี่ย 4.04 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการ ตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ในสาขาวิชาที่ต้องการศึกษาค่าเฉลี่ย 4.26

#### 2. อภิปรายผล

จากผลการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประจำปีการศึกษา 2560 ครั้งนี้ ซึ่งเป็นการศึกษาถึง ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาใหม่ของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีการศึกษา 2560 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 180 คนจากประชากรทั้งหมด 213 คน โดยผู้วิจัยได้แยกประเด็นการอภิปรายไว้ 4 ด้าน ดังนี้

##### 2.1 ด้านข้อมูลทั่วไป

จากการสำรวจระดับความคิดเห็นและวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 76.10 มีอายุ 18 ปีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 วุฒิการศึกษา (เดิม) ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 91 คน คิดเป็น ร้อยละ 50.60 น้อยที่สุดคือนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 7 คน คิดเป็น

ร้อยละ 3.90 โดยนักเรียน นักศึกษามาจากจังหวัดอุดรดิตถ์มากที่สุดจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 65.60 ซึ่งเป็นนักศึกษาที่มาจากวิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตถ์จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 รองลงมาคือจังหวัดสุโขทัยจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 17.80 อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานก็ตาม แต่หากพิจารณาผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ที่สังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาด้วยกันแล้วจะพบว่า วิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตถ์มากที่สุด ทั้งนี้ อาจเนื่องจากคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมได้ทำโครงการความร่วมมือกับวิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตถ์ก่อนหน้าที่จะเปิดรับสมัครนักศึกษา ประจำปีการศึกษา 2560 จึงทำให้มีนักศึกษามาจากวิทยาลัยเทคนิคอุดรดิตถ์มากที่สุด

สำหรับสาขาวิชาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกน้อยที่สุดคือสาขาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (เจนศักดิ์ คชนิล, 2558) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะหลักสูตรนี้เป็นหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ที่คณะจัดการเรียนการสอนยังไม่มานานเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์สาขาวิชาอื่น จึงทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้เรียนเท่าที่ควร ส่งผลให้มีผู้เข้าศึกษาหลักสูตรนี้มีจำนวนน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามจากสาขาวิชา (ปัจจุบัน) ที่เลือกมากที่สุดคือสาขาวิชาเทคโนโลยีไฟฟ้าจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (เจนศักดิ์ คชนิล, 2558) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากสาขาวิชา (ปัจจุบัน) ที่เลือกมากที่สุดคือหลักสูตรเทคโนโลยีอุตสาหกรรมจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 26.22 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะช่วงระยะเวลาดังกล่าวอยู่ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่เนื้อหาสาระส่วนใหญ่กล่าวถึงเศรษฐกิจภาพรวม ทั้งแนวโน้มทางด้านเศรษฐกิจและด้านอุตสาหกรรม ส่งผลให้กระแสดังกล่าวที่ต้องการที่จะศึกษาสายอาชีพด้านช่างอุตสาหกรรมเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาสาขาช่างอุตสาหกรรมเข้าสู่สถานประกอบการโรงงานมาก ซึ่งเป็นตลาดแรงงานที่มีขนาดใหญ่และกว้างกระจายอยู่ทั่วประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน หรืออีกนัยหนึ่งผู้เรียนอาจคาดหวังว่าจะสามารถประกอบอาชีพส่วนตัวได้ในท้องถิ่นหรือภูมิลำเนาตนเองเมื่อสำเร็จการศึกษา จึงทำให้ในปีการศึกษา 2558 มีผู้เลือกเรียนหลักสูตรเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมากที่สุด

## 2.2 ปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

จากที่ได้กล่าวมาแล้วในด้านข้อมูลทั่วไปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เลือกศึกษาต่อหลักสูตรเทคโนโลยีไฟฟ้ามามากที่สุดจำนวน 42 คนจาก 180 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 โดยให้ข้อมูลว่าปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อในระดับมากที่สุดคือ ต้องการมีอาชีพที่ดีในอนาคตค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมาคือต้องการมีความรู้เพิ่มเติมค่าเฉลี่ย 4.28 และต้องการนำความรู้ไปพัฒนาสังคมค่าเฉลี่ย 4.24 ตามลำดับนั้น สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่เน้นการศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2579) ที่เน้นการผลิตและพัฒนากำลังคน การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปีด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของคนอีกด้วย ดังนั้น จากความสอดคล้องนโยบายของรัฐดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยให้มีผู้สนใจศึกษาต่อสายอาชีพด้านช่าง โดยเฉพาะช่างไฟฟ้า รัฐบาลจึงเล็งเห็นความสำคัญการศึกษาในสาขาอาชีพนี้ เพราะจะทำให้ประเทศไทยมีทรัพยากรบุคคลที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศเกือบทุก ๆ ด้าน ประกอบกับตลาดแรงงานกำลังขาดแคลนช่างฝีมือและมีแนวโน้มว่าจะขาดแคลนมากขึ้น ซึ่งนอกจากภาครัฐจะส่งเสริมแล้ว ยังมีภาคเอกชนที่สนับสนุนให้เด็กไทยหันมาสนใจศึกษา ให้มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมในประเทศเช่น มูลนิธิเอสซีจีและอื่น ๆ เป็นต้น

### 2.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

จากการสำรวจระดับความคิดเห็นและวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อในระดับมากกว่าเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 4.04 รองลงมาคือเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 4.03 สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศันสนีย์ ไชยเพ็ญ,2556) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบข้อมูลการศึกษาต่อจากอินเทอร์เน็ต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เชิดพงษ์ ชีระจิตต์, ชัชชัย แก้วสนธิ และ รพี ดอกไม้เทศ,2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกรับใหญ่ว่องกุลสกลกิจพิทยาคมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด เรื่องช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากที่นักเรียนได้เข้าร่วมงานแนะแนวการศึกษาต่อจากสถาบันการศึกษา การใช้สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และบอร์ดหรือโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคณะ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นสื่อสำคัญหลักที่นิยมใช้การเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะเว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ประกอบกับนักเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่มีโทรศัพท์ที่สามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ง่าย ไม่ว่าจะอยู่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใดก็ตาม ดังนั้นแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการส่งข้อมูลการศึกษาต่อให้นักเรียน นักศึกษารับรู้คือการพัฒนาเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ให้มีคุณภาพมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย เป็นปัจจุบันและครบถ้วน รวมทั้งข้อมูลสำคัญอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องตรงกับสิ่งที่นักศึกษาต้องการ ส่งผลการตัดสินใจสมัครเรียนต่อที่คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น

### 2.4 ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

จากการสำรวจระดับความคิดเห็นและวิเคราะห์ข้อมูลการด้านการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก 5 อันดับแรกคือสาขาวิชาที่ต้องการศึกษาค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือคุณภาพการศึกษาและสภาพแวดล้อมที่ดีค่าเฉลี่ย 4.16 มีสนามกีฬาที่สวยงามและทันสมัยค่าเฉลี่ย 4.15 การเดินทางสะดวกค่าเฉลี่ย 4.14 และ อาคารเรียนที่สวยงามและทันสมัยค่าเฉลี่ย 4.13 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (เจนศักดิ์ คชนิล,2558) ที่ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาระดับมาก 5 อันดับแรก ดังนี้คือ คุณภาพการศึกษาค่าเฉลี่ย 4.18 สาขาวิชาที่ต้องการศึกษาค่าเฉลี่ย 4.17 ความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัยค่าเฉลี่ย 4.10 การเป็นที่ยอมรับของสังคมค่าเฉลี่ย 4.07 และความปลอดภัยของชีวิตขณะที่ศึกษาค่าเฉลี่ย 4.05

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 5 อันดับแรกดังนี้คือ ความยาก/ง่ายในการสอบเข้าศึกษาค่าเฉลี่ย 3.97 ความสำเร็จของศิษย์เก่าค่าเฉลี่ย 3.93 ความมีชื่อเสียงของคณะค่าเฉลี่ย 3.89 ความยาก/ง่ายในการจบการศึกษาค่าเฉลี่ย 3.85 และค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (เจนศักดิ์ คชนิล,2558) ในประเด็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเรื่องความยาก/ง่ายในการสอบเข้าศึกษาค่าเฉลี่ย 3.60 ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยค่าเฉลี่ย 3.92 ความยาก/ง่ายในการจบการศึกษาค่าเฉลี่ย 3.95 และค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันค่าเฉลี่ย 3.77 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในปีการศึกษา 2558 นักเรียน นักศึกษาที่สมัครเข้าศึกษาต่ออาจมีความลำบากใจในการสอบแข่งขัน ประกอบกับจำนวนผู้เข้าสมัครและสอบแข่งขันมีจำนวนค่อนข้างมาก รวมถึงความหนักใจด้านค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันตลอดระยะเวลาการศึกษา รวมถึงไม่มั่นใจเรื่องความสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาของหลักสูตรอีกด้วย ซึ่งในปัจจุบันนี้สถานการณ์ได้เปลี่ยนแปลงเกือบทุกด้าน แม้ว่าจังหวัดอุดรธานีจะมีเจริญมากขึ้นเป็นลำดับก็ตาม แต่ด้วยเป็นจังหวัดที่ไม่ใหญ่มากนัก ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร หน่วยงานหรือสถาบันแห่งไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น จึงทำให้ค่าครองชีพหรือค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันไม่ได้สูงตาม รวมถึงค่าลงทะเบียน (ค่าเทอม) ที่

จัดเก็บในอัตราที่เป็นมาตรฐานทัดเทียมกับสถาบันการศึกษาอื่น เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาระดับเดียวกันในจังหวัดอื่นที่เป็นของรัฐ จึงไม่เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ที่จะศึกษาต่อคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในปีการศึกษา 2560

นอกจากนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลางด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ในหัวข้ออาจารย์แนะนำจากสถาบันเดิมค่าเฉลี่ย 3.47 การแนะนำจากคนรู้จักค่าเฉลี่ย 3.33 และการแนะนำจากญาติค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหัวข้อดังกล่าวไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะสังคมยุคปัจจุบันเป็นสังคมยุคใหม่ที่มีเทคโนโลยีนำหน้าช่วยในการตัดสินใจ พร้อมกับความเชื่อมั่นของคนรุ่นใหม่ นักเรียน นักศึกษาสามารถศึกษา จึงสามารถค้นคว้าข้อมูลและตัดสินใจเองโดยใช้สื่อต่าง ๆ ที่ทันสมัย ไม่จำเป็นต้องได้ข้อมูลหรือให้บุคคลอื่น เช่น ครู อาจารย์ ผู้ปกครองและญาติช่วยแนะนำและตัดสินใจ ในทางตรงกันข้ามอาจเป็นเพราะครูแนะแนว ญาติและคนที่รู้จักยังไม่รับรู้ข้อมูล คู่กันเคยกับคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์เพียงพอหรือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคณะกับกลุ่มบุคคลดังกล่าวอย่างน้อยเกินไป

อย่างไรก็ตาม หัวข้อความมีชื่อเสียงของคณะที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.89 นั้น ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (มีสิทธิ์ ชัยมณี, 2557) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านชื่อเสียงของสถาบันอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.13 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ยังไม่มีผลงานโดดเด่นในระดับชาติหรือนานาชาติจึงยังไม่เป็นที่รู้จัก ซึ่งคณะจะต้องเร่งดำเนินการสร้างผลงานทั้งของนักศึกษาและอาจารย์พร้อมกับและเผยแพร่ให้บุคคลทุกระดับ ทุกกลุ่มรับรู้และยอมรับ ตลอดจนการสร้างเครือข่าย เพื่อความสัมพันธ์และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและผู้มีอิทธิพลกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

### 3 ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

#### 3.1 ปัญหาและอุปสรรคในการวิจัย

ช่วงระยะเวลาในการกรอกข้อมูลแบบสอบถามของนักศึกษากระชั้นชิด เนื่องจากนักศึกษาอยู่ระหว่างการร่วมกิจกรรมของคณะเป็นจำนวนมากและอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องเร่งรีบในการตอบแบบสอบถาม อาจส่งผลให้งานวิจัยมีความคลาดเคลื่อนได้

#### 3.2 แนวทางการพัฒนางานวิจัย

จากผลการวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม พบว่า นักศึกษารับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อมากที่สุดเป็นอันดับแรกได้แก่ เฟซบุ๊ก (ระดับมาก,  $\bar{x} = 4.04$ ) ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการศึกษาต่อ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมทางเฟซบุ๊ก ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องและเป็นประโยชน์ในการประยุกต์ใช้งานจริงได้อย่างเหมาะสมต่อไป

## บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ.(2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 และ(ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2560, เข้าถึงได้จาก <https://person.mwit.ac.th/01-\Statutes/NationalEducation.pdf>.
- กระทรวงศึกษาธิการ.(2560). สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560-2579. สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2560, เข้าถึงได้จาก <http://backoffice.onec.go.th/uploaded/Outstand/2017-EdPlan60-79.pdf>.
- ขวัญพร สิววัฒนานุกพงศ์ และคณะ.(2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคร้านโฮมเบเกอรี่สวนดุสิต กรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- เจนศักดิ์ คชนิล.(2558). รายงานการสำรวจความคิดเห็นในการเรียนต่อระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาใหม่ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- จุฑามาศ ชูจินดา,กิตติยานภลัย ภู่อะกุลและณภัทร โชคธนนิกุล.(2555). แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 ในเขตจังหวัดนนทบุรี. วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- เชิดพงษ์ ชีระจิตต์,ซซซัย แก้วสนธิและรพี ดอกไม้เทศ.(2559:บทคัดย่อ). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกรับใหญ่ว่องกุลสกลกิจพิทยาคม.
- ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ.(2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธารินี พชรเจริญพงศ์.(2554). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของนักเรียนชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นวม สงวนทรัพย์.(2535). สารัตถจิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- บำรุง สังข์ขาว.(2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาท่องเที่ยวอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน. การค้นคว้าอิสระ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปกรณั ปกรรณกรณ์ คำกอง.(2556). แนวคิดการตัดสินใจ. สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2560, เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/284784>
- ปัทมา วิชิตระกูล.(2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปรียานุช แดงเดช.(2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดที่ทำจากสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.(2557). สำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานคุณภาพและตรวจสอบภายใน. คู่มือประกันคุณภาพการศึกษา ปีการศึกษา 2557 ระดับคณะ.
- มีสิทธิ์ ชัยมณี.(2557). การเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานี. ว.มทรส.(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์).มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ 97-107(2016).

- รณชัย คงกะพันธ์.(2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียนสายอาชีวศึกษาใน  
จังหวัดภูเก็ตและพังงา. วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์.(2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์(อินสตาแกรม)  
ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศันสนีย์ ไชยเพ็ญ.(2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระ คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.(2558). สำนักงานมาตรฐานและคุณภาพอุดมศึกษา. คู่มือประกันคุณภาพ  
การศึกษา ปีการศึกษา 2558 ระดับหลักสูตร.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจ  
และสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2560, เข้าถึงได้จาก  
<http://plan.pnu.ac.th/upload-files/uploadfile/134/5e8e333208daf914a086a5eac5be67f1.pdf>.
- เสวี วงษ์มณฑา.(2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- อานนท์ ศักดิ์วรวิชัย.(2560). 4 วิฤทธิการศึกษาไทยที่ต้องแก้ไขโดยทันที (ตอนที่ 1). สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน  
2560, เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/daily/viewnews.aspx?NewsID=9600000047416>
- อเนก ณะชัยวงศ์.(2553). การศึกษาความคิดเห็นต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาคปกติ ในระดับ  
ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต.(2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่าง ๆ ของคน. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2560,  
เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/4705> เกี่ยวกับ
- อารี พันธุ์มณี.(2538). จิตวิทยาการเรียนการสอน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัทเลิฟแอนด์ลิฟเพรส จำกัด.  
——.(2542). จิตวิทยาการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ.
- Armstrong, G., & Kotler, P.(2000). *Marketing: An introduction*. Upper Saddle River, NJ:  
Prentice Hall.
- Daft, R.L.(1997). “*Management*.” (4<sup>th</sup>ed.). New York: The dryden Press Harcourt Brace College  
Publishers.
- Gibson, J. L.(1997). *Organizations Behavior* (7th ed.). Boston: Irwin.
- Hilgard, Erneest R.(1981). *Introduction to Psychology*. New York: Harcourt, Brace and  
World, Inc.
- Maslow,A.H.(1970). *Motivation and personality* (2<sup>nd</sup>ed.). New York:Harper & Row.
- McClelland, D.C.(1953). *The Achievement Motive*. New York: Appleton-Century.
- Rahman,M.(2012). *Empirical evaluation of customer loyalty in Malaysian retail  
outlets*.Journal of Marketing Management.
- Reeder, E. H.(1971). *Supervision in the Elementary School*. Boston: Houghton Mifflin.
- Weiner,Barnard.(1972). “*Attribution Theory Achievement Motivation and the Education  
Process*”, Review of Education Research.42



ประวัติผู้วิจัย

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-ชื่อสกุล (ภาษาไทย)	นางจินดา ชัยปุ่น
(ภาษาอังกฤษ)	MRS. JINDA CHAIPUN
วัน เดือน ปี เกิด	5 ตุลาคม 2512
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 318/19 ถนนสำราญรื่น ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547	บริหารธุรกิจ (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2542	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) การจัดการทั่วไป (บัญชี) สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์
ตำแหน่งปัจจุบัน	หัวหน้าสำนักงานคณบดี คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ที่อยู่หน่วยงานที่สามารถ ติดต่อได้	คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000 โทรศัพท์ 055-416629 ต่อ 1371 มือถือ 081-9530294 E-Mail: jchaipunt@gmail.com
ผลงาน	- งานวิจัยเรื่อง ศึกษาการประเมินผลการพัฒนาบุคลากรคณะ เทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พ.ศ.2555 - งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงาน สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พ.ศ.2556

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-ชื่อสกุล (ภาษาไทย) นายเจนศักดิ์ คชนิล  
(ภาษาอังกฤษ)

วัน เดือน ปี เกิด

ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. ....

พ.ศ. ....

ตำแหน่งปัจจุบัน

ที่อยู่หน่วยงานที่สามารถ  
ติดต่อได้

อาจารย์ประจำหลักสูตรวิศวกรรมบริหารงานก่อสร้าง  
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์  
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์  
ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000  
โทรศัพท์ 055-416629 ต่อ 11  
มือถือ  
E-Mail:

