

การตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ

INFLUENCING DECISION MAKING IN VOCATIONAL EDUCATION OF KRIRK COLLEGE STUDENTS IN SAMUTPRAKARN PROVINCE

กวินทิพย์ ใหม่เอี่ยม¹ และ วัชรระ ยี่สุนเทศ²

KAWINTHIP MAIAM AND WACHARA YEESUNTED

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการ การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ นักเรียน นักศึกษา โรงเรียนเกริกวิทยาลัย จำนวน 230 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาและนำข้อมูลมารวบรวมได้ประมวลผลโดยใช้ค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย สมมุติฐานแบบ T-Test วิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test Correlation, Coefficient Regression Analysis

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษา ปวช. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภาครวมอยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ ด้านสิ่งของที่ปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ ด้านบุคลากร ด้านค่าใช้จ่าย ด้านกระบวนการและด้านบริการ อยู่ในระดับความสำคัญมาก กระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมุติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบริการ ในเรื่องโรงเรียนมีการใช้สื่อการเรียนการสอนทันสมัย เช่น ใช้บทเรียนออนไลน์ให้นักเรียนนักศึกษาได้ศึกษาเพิ่มเติม วิชาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการตลาดแรงงาน เช่น สาขาการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ด้านสถานที่ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ เช่น มีการติดกล้องวงจรปิดบริเวณโดยรอบโรงเรียน ด้านกระบวนการ มีเว็บไซต์ของโรงเรียนที่ออกแบบสวยงาม เช่น มีการปรับปรุงหน้าเว็บไซต์ทุกเดือน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ด้านบริการ ผู้บริหารควรสนับสนุนการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนของครูผู้สอนให้มีความทันสมัยเหมาะสมกับผู้เรียนทันกับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและควรเพิ่มสาขาวิชาที่เปิดสอนโดยดูที่ความต้องการตลาดแรงงานเป็นหลัก ด้านค่าใช้จ่าย ผู้บริหารควรสนับสนุนเรื่องค่าใช้จ่ายของอุปกรณ์การเรียนที่นักเรียนได้รับอุปกรณ์การเรียนครบถ้วนเพียงพอสำหรับนักเรียนทุกคนที่จะต้องใช้ในระหว่างเรียน และเพิ่มระยะเวลาของการชำระค่าธรรมเนียม

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

² อาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

การศึกษาสำหรับนักเรียน นักศึกษา ที่ผู้ปกครองมีปัญหาเรื่องการเงิน ด้านสถานที่ ผู้บริหารควรส่งเสริมเรื่องของการรักษาความปลอดภัยในเรื่องการเข้า ออก ของนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลภายนอกที่เข้ามาติดต่อกิจธุระในโรงเรียน เพิ่มกล้องวงจรปิดภายในโรงเรียนและบริเวณรอบโรงเรียน จัดสรรจำนวนนักเรียนไม่มากเกินไปเพื่อให้ครูผู้สอนดูแลนักเรียน นักศึกษาได้ทั่วถึง ด้านการส่งเสริมการตลาด บริหารควรสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้มากขึ้นโดยอาจเพิ่มช่องทางสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเช่น ทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ทั่วถึง เพิ่มบุคคลที่ให้ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ อาจจะเป็นบุคลากรในโรงเรียน หรือครูในโรงเรียนต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้สนใจเข้ามาขอข้อมูลได้ ด้านบุคลากร ผู้บริหารควรจัดสรรบุคลากรครูให้ดูแลนักเรียน นักศึกษาให้ทั่วถึง ส่งบุคลากรและครูเข้าอบรมเพิ่มความรู้และเทคนิคการสอนเพื่อถ่ายทอดให้กับผู้รับบริการ จัดประชุมครูและบุคลากรให้มีความคิดที่ดีกับผู้รับบริการ บุคลากรต้องมีความรวดเร็วในการให้บริการเป็นมิตรต่อนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลที่เข้ามาติดต่อกิจธุระภายในโรงเรียน ด้านสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายการสอนของครูให้เป็นมาตรฐานเดียวกันโดยต้องมีการทดสอบความรู้ก่อนเรียนและหลังเรียนของผู้รับบริการ มีการออกแบบหลักสูตรแต่ละหลักสูตรให้มีความโดดเด่นแตกต่างกัน เช่น หลักสูตรท่องเที่ยว จัดโครงการให้นักเรียน นักศึกษาจัดโปรแกรมท่องเที่ยวแก่บุคคลภายนอกเป็นต้น ด้านกระบวนการ ผู้บริหารควรกำหนดระยะเวลาการเผยแพร่เว็บไซต์ของทางโรงเรียนเพื่อให้ทันกับเหตุการณ์ต่างๆ มันออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามเสมอ

คำสำคัญ: กระบวนการการตลาด ; ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ; อาชีวศึกษา

ABSTRACT

The objectives of the study were to examine the comparison of the decision making process, to examine the marketing mix factors influencing decision making process, and to examine the relationships between the marketing mix and the decision making process to further study in vocational education of Krirk College students in Samutprakarn. The sample was selected from 230 students in Krirk College, using the questionnaire as a research instrument. Percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA Correlation, and Coefficient Regression Analysis were used for data analysis.

The study indicated that The majority of respondents were female. The level of education in vocational education had a monthly average income of less than or equal to 20,000 baht and a family size of 4 persons. The market mix was at a high level. Promoting marketing on the place where things appear to the eyes of the cost of personnel. Process and service It is very important. The decision-making process in the vocational education of Krirk College students in Samutprakarn province was at the highest level. Hypothesis Testing Results Personal factors Different levels of education affect the decision-making process in vocational education of Krirk College students. There is a statistically significant difference at .05 level. The marketing mix factor in school services is the use of modern teaching materials such as online lessons for students to study. The preferred courses are the labor market, such as the tourism sector, which is in the desperate need of the labor market, with a reliable security system such as closed circuit television. Process There is a beautifully designed school website, for example, every month. Influence of decision making on the vocational education of Krirk College students. Samutprakarn province at the 0.05 level of significance.

Suggestions from the study of executive services should support the development of teacher-led instructional media to be up-to-date with learners in keeping with today's changing technology. Look at the labor market needs. Cost Executives should support the cost of learning equipment provided that the student is provided with adequate learning equipment for all students to use during the course. And to increase the amount of time for payment of tuition fees for students whose parents have financial problems in their place of residence, the management should promote the issue of the treatment of the innocence of students entering or leaving the institution. Engaged in school Add CCTV inside the school and around the school. Not to exceed the number of students assigned to the teacher. Student Marketing promotion The school should promote the school's public relations, such as radio, television and newspapers, to reach the target audience. Add people to the public relations information. Maybe in the school. Teachers in the school should provide information to those who are interested in obtaining information. Student Teachers and teachers are trained to increase their knowledge and teaching techniques to convey to the learner. Meet teachers and staff to have good attitude with the service. Personnel must be quick to provide friendly services to students, or to those who come in contact with the school. What appears to the eyes of the client. Teachers should set the teacher's teaching policy to the same standard, with pre-test and post-test knowledge. Each curriculum design has different characteristics, such as tourism. Student projects The student arranges the tour program for outsiders. Process Executives should set a time frame for the school's website to keep up with the demands of the school. Strong website design always beautiful.

Keywords: Decision Making Process ; Marketing Mix Factor ; Vocational Education

บทนำ

การศึกษาของประเทศไทยสามารถแบ่งประเภท การศึกษาออกเป็น การศึกษาสายสามัญกับสายอาชีพ ต้องยอมรับว่าปัจจุบันพ่อแม่ผู้ปกครอง ส่วนใหญ่หันมาให้ลูกเลือก ไปเรียนทางสายสามัญ ด้วยค่านิยมที่ว่า สามารถเลือกเรียน ต่อได้มากกว่าและมีปริญญาเป็นใบเบิกทาง ในขณะที่สาย อาชีพหรืออาชีวะไม่ค่อยได้รับการยอมรับ ปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นเพียงเด็กนักเรียนส่วนน้อยเท่านั้น คนเรียนอาชีวะมีอีก หลายแง่มุมที่ดี ให้ได้เห็นโดยเฉพาะทางด้านจิตอาสาทำ ประโยชน์เพื่อสังคม เช่น ช่วยเหลือชาวบ้านซ่อมแซม บ้านเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า เมื่อครั้งน้ำท่วม ไปจนถึงส่ง นักเรียนอาชีวะไปช่วยน้ำท่วมที่ประเทศมาเลเซียเหตุผลหนึ่ง ที่เด็กอาชีวะมักเป็นจิตอาสาช่วยเหลือสังคม เพราะพวกเขามี ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะและสามารถลงมือปฏิบัติได้จริง

นี่อาจจะเป็นจุดเด่นของนักเรียนสายอาชีพ ในเรื่อง ประสบการณ์และ ทักษะความสามารถที่เพียบพร้อมในสาย อาชีพ และถ้ามองให้ดีเราก็จะพบ ข้อดีของการเรียน สาย อาชีวะ อีกหลายข้อที่คนในสังคมมองข้าม ตัวอย่างเช่น เรียน ไปด้วยทำงานไปด้วยระหว่างเรียน ไม่ต้องรอเรียนถึง มหาวิทยาลัยก็ได้ฝึกงานก่อนใคร เพราะสายอาชีพเป็น หลักสูตรที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง ทุกหลักสูตรจึงมีการ ฝึกงานเพื่อสร้าง ประสบการณ์ทักษะวิชาชีพตั้งแต่ยังเรียนอยู่ รวมแล้วกว่า 300 ชั่วโมง การฝึกงานของสายอาชีพถือว่าเป็น การฝึกงานจริงได้หยิบจับอุปกรณ์ สร้างผลงาน เรียนรู้ กระบวนการในแวดวงวิชาชีพไม่ใช่เพียงการอ่านตำรา นักเรียนอาชีวะจึงได้เรียนไปด้วย ได้ฝึกงานไปด้วย ได้ใช้ ทักษะความรู้หารายได้ด้วยตัวเอง เมื่อจบหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ หรือ ปวช. แล้ว สามารถเลือกเรียน ต่อได้ตามความสนใจ หากต้องการพัฒนาฝีมือให้เก่งขึ้นก็

เลือกเรียนหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือ ปวส. หรือ ถ้าอยากเข้าสู่ระบบอุดมศึกษาก็สามารถสอบเข้าไปเรียนในรั้วมหาวิทยาลัยได้เหมือนกัน เพราะปัจจุบันหลายสถาบันเปิดรับวุฒิ ปวช. เข้าเรียนต่อปริญญาตรีได้ เข้าเรียนได้ทั้งหลักสูตรปกติ 4 ปี หรือ เรียน ปวส. 2 ปี แล้วเรียนเพิ่มหลักสูตร 2 ปีก็ได้ ซึ่งนักเรียนอาชีวะจะได้เปรียบในด้านการปฏิบัติ เรียกว่าได้ฝึกทักษะจนชำนาญ

ปัจจุบันสถานศึกษาเอกชนจะต้องพบกับการแข่งขันที่รุนแรง เพราะยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมามีสิ่งแวดลอมภายนอกเป็นปัจจัยบวกต่อสถานศึกษาเอกชนหลายแห่ง เช่น มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาให้นักเรียน นักศึกษาได้กู้เรียน ผู้ที่ต้องการเรียนสามารถเรียนที่ใดก็ได้แล้วแต่ละไปสมัครเรียน แต่ละสถาบันการศึกษามีกองทุนกู้ยืมทำให้ดึงดูดนักเรียน นักศึกษา เข้ามาเรียนกับทางสถาบันการศึกษาของตน ภายใต้การรับนักศึกษาอย่างจำกัดจำนวนของสถาบันการศึกษาของรัฐสถาบันการศึกษาเอกชนจึงเป็นทางเลือกของผู้ที่ขาดโอกาสที่จะเข้าเรียนกับทางสถาบันการศึกษาของรัฐ ดังนั้นสถาบันการศึกษาเอกชนจึงมีการเปิดสถาบันมากขึ้นในระยะเวลา 10-20 ปี ที่ผ่านมานี้เองแต่ภายหลังสิ่งแวดลอมภายนอกที่เป็นปัจจัยบวกต่อสถาบันการศึกษาเอกชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของทรงยศ แก้วมงคล (2554 :60) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักเรียนมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารวิชาการ ของโรงเรียน กลายเป็นปัจจัยบวกของสถาบันของรัฐด้วย เพราะเมื่อสถาบันการศึกษาบางแห่งมีความต้องการรับนักเรียน นักศึกษา เพิ่มมากขึ้นด้วยเหตุผลของทางสถาบันการศึกษาแต่ละแห่งเป็นเหตุให้มีการขยายโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา ได้มีโอกาสเข้าเรียนมากขึ้นดังที่เห็นจาก หลายสถาบันรับนักศึกษาภาคสมทบเพิ่มมากขึ้นประกอบกับมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ขยายตัวมากขึ้นปริมาณความต้องการของแรงงานที่ต้องมีความรู้มากขึ้นตามด้วย อีกทั้งรัฐบาลช่วยเหลือเงินอุดหนุนรายหัวให้กับโรงเรียนที่มีนักเรียนนักศึกษามาเรียนตามจำนวนที่รัฐกำหนดทำให้สถานศึกษาเอกชนหลายแห่งพยายามที่จะให้สถาบันของตนมีนักเรียนมาเรียน ในจังหวัดสมุทรปราการมีสถาบันการศึกษาที่รองรับสายสามัญและสายอาชีวะมีจำนวน 18 สถาบัน

แบ่งเป็นการอุดมศึกษาของรัฐบาล 2 สถาบัน เอกชน 2 สถาบัน การอาชีวศึกษารัฐบาล 4 สถาบัน เอกชน 5 สถาบัน การศึกษาขั้นพื้นฐาน 4 สถาบัน สถาบันการศึกษาทางทหาร 1 สถาบัน จากจำนวนสถาบันการศึกษาที่กล่าวมานี้ทำให้สถาบันเอกชนเอกชนต่างต้องแย่งชิงจำนวนนักเรียน นักศึกษา เพื่อให้สถาบันการศึกษาของตนอยู่รอดโดยสถาบันจึงดำเนินกิจการเพื่อธุรกิจหรือการพาณิชย์มากขึ้นส่งผลให้เกิดการแข่งขันระหว่างสถานศึกษาที่สูงขึ้น สถาบันการศึกษาจึงต้องนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อให้ได้ยอดจำนวนนักเรียน นักศึกษามากขึ้น นอกจากนี้อุปสรรคสถาบันเอกชนยังพบกับปัญหาจำนวนนักเรียน นักศึกษาลดลงทุกปี ส่งผลกระทบ ต่อต้นทุนของสถาบันการศึกษาเอกชนที่มีต้นทุนค่อนข้างสูง อีกทั้งยังต้องเผชิญกับปัญหาภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ซบเซาอันเป็นผลมาจากเศรษฐกิจโลกและปัญหาการเมืองภายในประเทศที่ต่อเนื่องมาหลายปีเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการศึกษาเอกชนอย่าง ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

จากที่ได้กล่าวมานี้ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อทำให้ทราบกระบวนการ การตัดสินใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการโดยสามารถนำผลศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์สถานศึกษาเพื่อเพิ่มจำนวนนักเรียน นักศึกษาได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับ

อาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัด
สมุทรปราการ

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา

ศึกษาโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบริการ (Service) ด้านค่าใช้จ่าย (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านสิ่งปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) และกระบวนการการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการ การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แนวคิด ทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบริการ (Service) ด้านค่าใช้จ่าย (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านสิ่งปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) และกระบวนการการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ดังภาพประกอบ 1

ตัวแปรต้น

ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ
2. ระดับการศึกษา
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง
4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 P's)

1. ด้านบริการ (Service)
2. ด้านค่าใช้จ่าย (Price)
3. ด้านสถานที่ (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านสิ่งปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ (Physical Evidence)
7. ด้านกระบวนการ

ตัวแปรตาม

กระบวนการการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาในระดับอาชีวศึกษา

1. การรับรู้ถึงความต้องการ
2. การค้นหาข้อมูล
3. การประเมินผลทางเลือก
4. การตัดสินใจเลือกรับบริการ
5. ความพึงพอใจหลังรับบริการ

ทฤษฎี
(Good Hope)

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ด้านประชากร ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนโรงเรียนเกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการในเทอม 1 ปีการศึกษา 2560 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 230 คน

ตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ด้านบริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ ด้านการ

ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสิ่งที่ปรากฏต่อสายตา
ผู้รับบริการ และด้านกระบวนการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ กระบวนการ การตัดสินใจเลือก
เข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน
เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ

ระยะเวลา

ด้านระยะเวลา เริ่มตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน เดือน
กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บ
รวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยโดยมีการรวบรวมดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมา
กำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม
2. จัดทำโครงสร้างแบบสอบถามประกอบด้วยส่วน
สำคัญ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ
แบบสอบถาม เป็นการสอบถาม ในเรื่อง เพศ ระดับ
การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว จำนวน
สมาชิกในครอบครัวที่กำลังศึกษา การสร้างลักษณะคำถาม
เป็นลักษณะนามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นการวัด
ข้อมูลเพื่อจัดแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามคุณสมบัติที่
กำหนด โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ แต่ผู้ตอบ
สามารถเลือกตอบเพียงข้อเดียว ข้อมูลที่วัดได้ในระดับนี้ใช้
สถิติอย่างง่ายในการคำนวณ คือ ค่าร้อยละ โดยในส่วนข้อมูล
ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยจำนวนคำถามทั้งสิ้น 4 ข้อ มีลักษณะ
เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยเป็นลักษณะ
คำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความสำคัญ
ออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert) แบบสอบถาม
ที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating
Scale) และในการประมาณค่าได้มีการกำหนดค่าไว้ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	สำคัญมาก
ระดับ 3	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	สำคัญน้อย

ระดับ 1	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด
การประเมินผลการวิเคราะห์	แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดย	
กำหนดเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับดังนี้		
ค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 – 4.50	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 – 3.50	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.50	สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของ
นักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการโดย
เป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับ
ความคิดเห็น ออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert)
แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วน
ประมาณค่า (Rating Scale) และในการประมาณค่าได้มีการ
กำหนดค่าไว้ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด
การประเมินผลการวิเคราะห์	แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดย	
กำหนดเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับดังนี้		
ค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 – 4.50	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 – 3.50	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.50	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของ
นักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการโดย
เป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับ
ความคิดเห็น ออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert)
แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วน
ประมาณค่า (Rating Scale) และในการประมาณค่าได้มีการ
กำหนดค่าไว้ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การประเมินผลการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 – 4.50	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 – 3.50	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.50	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

วิธีการเก็บข้อมูล

เพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์ได้มีวิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจาก การศึกษาค้นคว้าจากแหล่งต่างๆ ทั้งตำรา เอกสาร และผลการศึกษาวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลที่ได้จาก การตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มเป้าหมาย และรับกลับคืนมาด้วยตนเอง ดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อยและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยการหาอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โปรแกรม Microsoft Excel ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับสร้างแผนภูมิวงกลม (Pie Chart) และแผนภูมิแท่ง (Bar Chart) พร้อมคำอธิบายผล และนำผลที่ได้จากแผนภูมินำเสนอเพื่อวิเคราะห์ตามลักษณะของตัวแปรต่างๆ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage)

แสดงผลด้วยกราฟวงกลมเพื่ออธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและตัวแปรต่างๆ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้คือ t-test วิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test (One-way ANOVA) Correlation, Coefficient Regression Analysis

1. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ในการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สันหรือสหสัมพันธ์อย่างง่าย ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีตัวแปรที่ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับอาชีวศึกษาของเรียน นักศึกษา ในระดับอาชีวศึกษาชั้น ปวช.1-3 และ ปวส.1-2 เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าตั้งแต่ -1 ถึง 1

ค่าลบ แสดงความสัมพันธ์ทางลบหรือทางตรง กันข้าม

ค่าบวก แสดงความสัมพันธ์ทางบวกหรือทางเดียวกัน

$r = .50$ ถึง 1.00 หรือ $r = -.50$ ถึง -1.00 ถือว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

$r = .30$ ถึง $.49$ หรือ $r = -.30$ ถึง $-.49$ ถือว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

$r = .10$ ถึง $.29$ หรือ $r = -.10$ ถึง $-.29$ ถือว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

$r = .00$ ถือว่าข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์กัน

การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย หรือไม่มีเลย สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D. E. 1998, p.118)

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้เสนอตามลำดับดังนี้

สมมติฐานที่ 1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน

H0 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐาน เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 1 แสดงผลเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ

เพศ	Mean	S.D.	t	df	Sig.
ชาย	4.55	0.368	1.385	228	0.916
หญิง	4.47	0.398	1.429	141	

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.916 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก H0 แปลผลได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ที่

มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน

H0 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐาน เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 2 แสดงผลเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	Mean	S.D.	t	df	Sig.
ปวช.	4.42	0.410	-4.464	228	0.01
ปวส.	4.66	0.273	-5.231	184	

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา มี

ค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก H1 แปลผลได้ว่า : ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองแตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน

H0 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา ต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐาน เมื่อพบว่าค่า Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธ Ho เมื่อค่า $P < .05$

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง

ความสำคัญ ต่อ ปัจจัย รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนของ ผู้ปกครอง	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.148	4	0.037	0.239	0.916
ภายในกลุ่ม	34.796	225	0.155		
รวม	34.944	229			

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง มีค่า sig. เท่ากับ 0.916 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H0 แปลผลได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองแตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการ การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน

H0 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐาน เมื่อพบว่าค่า Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธ H_0 เมื่อค่า $P < .05$

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ความสำคัญ ต่อ จำนวน สมาชิกใน ครอบครัว	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.411	4	0.105	0.669	0.916
ภายในกลุ่ม	34.533	225	0.153		
รวม	34.944	229			

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีค่า sig. เท่ากับ 0.916 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 แปลผลได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของ

นักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ

H1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ

การทดสอบสมมติฐานเพื่อหาคำตอบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวหรือทุกตัว มีผลต่อตัวแปรตามอย่างไร และตัวแปรอิสระใดที่มีผลสามารถอธิบายหรือพยากรณ์ตัวตามได้ดี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) แบบปกติ (Enter) โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรองค์ประกอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ด้วยค่า Regression ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการประกอบด้วย มีการใช้สื่อ การสอนทันสมัย มีค่า Sig 0.010 เท่ากับ วิชาที่เปิดสอน เป็นที่ต้องการตลาดแรงงานมีค่า Sig เท่ากับ 0.010 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ มีค่า Sig เท่ากับ 0.032 และมีเว็บไซต์ของโรงเรียนที่ออกแบบสวยงาม มีค่า Sig เท่ากับ .045 ตามลำดับ แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการอย่าง มีนัยสำคัญในระดับ 0.05

สรุปผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 230 คน พบว่านักเรียน นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษา ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวน 4 คน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษา ในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าด้านบริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการและด้านกระบวนการ ในภาพรวมของส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านบริการ (Service) ผลการศึกษา พบว่าด้านบริการ (Service) ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด 2 รายการ ประกอบด้วย เช่น มีการใช้สื่อการสอนทันสมัย วิชาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการตลาดแรงงานรองลงมาอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก 2 รายการ มีเอกสารตำราเรียน น่าอ่านเหมาะแก่การเรียนรู้ และหลักสูตรเนื้อหาโดดเด่นและมีเอกลักษณ์

ด้านค่าใช้จ่าย (Price) ผลการศึกษา พบว่าด้านค่าใช้จ่าย (Price) ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด 1 รายการ ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการสอน รองลงมาอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก 3 รายการ สามารถผ่อนชำระค่าเทอมเป็นงวดๆได้อย่างเหมาะสม อัตราค่าเรียนถูกกว่าโรงเรียนอื่น และไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ

ด้านสถานที่ (Place) ผลการศึกษา พบว่าด้านสถานที่ (Place) โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด 1 รายการ ประกอบด้วย มีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ

รองลงมาอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก 5 รายการ จำนวนนักเรียนในห้องไม่แออัด สถานที่เรียนบรรยากาศดีสวยงาม สะอาดเหมาะสมในการเรียนการสอน มีที่จอดรถเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวก และสถานที่ตั้งโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกต่อการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลการศึกษา พบว่า ด้านการส่งเสริมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด 4 รายการ ประกอบด้วย มีการประชาสัมพันธ์ มีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์โดยละเอียด มีการส่งเสริมการขาย และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆหลากหลาย

ด้านบุคลากร (People) ผลการศึกษา พบว่าด้านบุคลากร (People) อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด 1 รายการ 5 รายการ ประกอบด้วยมีครูที่ปรึกษาคอยดูแล รองลงมาอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก 4 รายการ ครูผู้สอนมีความรู้ ความชำนาญมีเทคนิคการสอน ครูผู้สอนมีความเข้าใจเด็กมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วเป็นมิตร และครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง

ด้านสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ (Physical Evidence) ผลการศึกษา พบว่า ด้านสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ (Physical Evidence) อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด 4 รายการ มีการสอวัดความรู้พื้นฐานก่อนเรียนที่ตรงตามความเป็นจริง มีการออกแบบหลักสูตรที่เป็นระบบ ความสะดวกในการสมัครหรือชำระค่าเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ตหรือธนาคาร และมีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัยและหลากหลาย

ด้านกระบวนการ (Process) ผลการศึกษา พบว่าด้านกระบวนการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด 1 รายการ มีเว็บไซต์ของโรงเรียนที่ออกแบบสวยงามรองลงมาอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก 3 รายการ ความโดดเด่นแตกต่างจากสถาบันอื่น มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน และโรงเรียนมีชื่อเสียง

กระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษา ของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัด สมุทรปราการ

จากการศึกษากระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษา ต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า กระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจ ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจ ในภาพรวมของกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ผลการศึกษา พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด 3 รายการ ประกอบด้วย การแนะนำทางของทางโรงเรียน ข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำเกี่ยวกับโรงเรียนและข้อมูลโรงเรียนที่ได้รับ

ด้านการค้นหาข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า ด้านการค้นหาข้อมูล ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด 3 รายการ การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ข้อมูลจากผู้ปกครองที่อยากให้เรียนทางบริหารธุรกิจ รองลงมาอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 1 รายการ ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับสาขาวิชาที่เปิดสอน

ด้านการประเมินผลทางเลือก ผลการศึกษา พบว่า ด้านการประเมินผลทางเลือกภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด 3 รายการ ประกอบด้วย การที่มีมหาวิทยาลัยรองรับ รองลงมาอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 2 รายการ ประกอบด้วย สาขาที่โรงเรียนเปิดสอนและการทำ MOU กับหน่วยงานต่างๆ

ด้านการตัดสินใจ ผลการศึกษา พบว่า ด้านการตัดสินใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด 1 รายการ ประกอบด้วย ชื่อเสียของโรงเรียนที่ได้รับ รองลงมาอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

2 รายการ ประกอบด้วย บุคคลที่ท่านรู้จักในโรงเรียน และค่าใช้จ่ายเมื่อเข้าเรียน เช่น ค่าเทอมมีการแบ่งจ่ายได้

ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจ พบว่า ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด 1 รายการ ประกอบด้วย โอกาสที่จะแนะนำโรงเรียนให้บุคคลอื่นเข้ารับการศึกษารองลงมาอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 2 รายการ ประกอบด้วย ความพึงพอใจในสาขาที่เรียนและสาขาที่เรียนสามารถทำงานตรงกับความต้องการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ รายได้เฉลี่ยผู้ปกครองและจำนวนบุคคลในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านค่าบริการ ในเรื่อง มีการใช้สื่อการเรียนการสอนทันสมัย วิชาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการตลาดแรงงาน ด้านสถานที่

มีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการมีเว็บไซต์ของโรงเรียนที่ออกแบบสวยงาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียนนักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการผู้ศึกษามีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยวรรณ เจริญสุขโสภณ (2555 : 47) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา การตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองและจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันทำให้ปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ระดับการศึกษา แตกต่างกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา เอียดขาว (2554 : 53) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานครพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่นแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบริการ สาขาวิชาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการตลาดแรงงานและ มีการใช้สื่อการสอนที่ทันสมัยอยู่ในระดับมาก มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการอยู่ ที่ระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยวรรณ เจริญสุขโสภณ (2555 : 31) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา

การตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้แก่ หลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานและมีสื่อการสอน/อุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอนมีเพียงพอและทันสมัยอยู่ที่ระดับมาก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการอยู่ที่ระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชารินี พัทธเจริญพงศ์ (2554 :52) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจของนักศึกษาชาวต่างชาติในการเลือกหลักสูตรนานาชาติ คือ ด้านสถานที่ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีอยู่ที่ระดับมาก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ มีเว็บไซต์ของโรงเรียนที่ออกแบบสวยงาม มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการอยู่ที่ระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยปรางทิพย์ มัตโน (2557: 49) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะ ของสถาบันอินดี้อาร์ต พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพการออกแบบเว็บไซต์สวยงาม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะ ของสถาบันอินดี้อาร์ตอยู่ที่ระดับมาก

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์ดังต่อไปนี้

ด้านบริการ (Service) ผู้บริหารควรสนับสนุนการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนของครูผู้สอนให้มีความทันสมัย

เหมาะสมกับผู้เรียนทันกับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและควรเพิ่มสาขาวิชาที่เปิดสอนโดยดูที่ความต้องการตลาดแรงงานเป็นหลัก

ด้านค่าใช้จ่าย (Price) ผู้บริหารควรสนับสนุนเรื่องค่าใช้จ่ายของอุปกรณ์การเรียนที่นักเรียนได้รับอุปกรณ์การเรียนครบถ้วนเพียงพอสำหรับนักเรียนทุกคนที่จะต้องใช้ในระหว่างเรียน และเพิ่มระยะเวลาของการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาสำหรับนักเรียน นักศึกษา ที่ผู้ปกครองมีปัญหาเรื่องการเงิน

ด้านสถานที่ (Place) ผู้บริหารควรส่งเสริมเรื่องของการรักษาความปลอดภัยในเรื่องการเข้า ออก ของนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลภายนอกที่เข้ามาติดต่อกิจธุระในโรงเรียน เพิ่มกล้องวงจรปิดภายในโรงเรียนและบริเวณรอบโรงเรียน จัดสรรจำนวนนักเรียนไม่มากเกินไปให้ครูผู้สอนดูแลนักเรียน นักศึกษาได้ทั่วถึง

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บริหารควรสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้มากขึ้น โดยอาจเพิ่มช่องทางสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเช่น ทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ทั่วถึง เพิ่มบุคคลที่ให้ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ อาจจะเป็นบุคลากรในโรงเรียน หรือครูในโรงเรียนต้องมารวบรวมข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเข้ามาขอข้อมูลได้

ด้านบุคลากร (People) ผู้บริหารควรจัดสรรบุคลากรครูให้ดูแลนักเรียน นักศึกษาให้ทั่วถึง ส่งบุคลากรและครูเข้าอบรมเพิ่มความรู้และเทคนิคการสอนเพื่อถ่ายทอดให้กับผู้รับบริการ จัดประชุมครูและบุคลากรให้มีทัศนคติที่ดีกับผู้รับบริการ บุคลากรต้องมีความรวดเร็วในการให้บริการ เป็นมิตรต่อนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลที่เข้ามาติดต่อกิจธุระภายในโรงเรียน

ด้านสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ (Physical Evidence) ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายการสอนของครูให้

เป็นมาตรฐานเดียวกันโดยต้องมีการทดสอบความรู้ก่อนเรียนและหลังเรียนของผู้รับบริการ มีการออกแบบหลักสูตรแต่ละหลักสูตรให้มีความโดดเด่นแตกต่างกัน เช่น หลักสูตรท่องเที่ยว จัดโครงการให้นักเรียน นักศึกษาจัดโปรแกรมท่องเที่ยวแก่บุคคลภายนอก เป็นต้น

ด้านกระบวนการ (Process) ผู้บริหารควรกำหนดระยะเวลาการเผยแพร่เว็บไซต์ของทางโรงเรียนเพื่อให้ทันกับเหตุการณ์ต่างๆ มีนอออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามเสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการจึงควรอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการเก็บข้อมูลรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนา กลุ่ม (Focus Group) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเรื่องการตลาดออนไลน์เกี่ยวกับ การตัดสินใจเลือกสถานศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา การเก็บข้อมูลรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ทำแบบสอบถามออนไลน์

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมว่าปัจจัยใดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับอาชีวศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เกริกวิทยาลัยจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากเป็นการศึกษาที่สามารถข้อมูลมาวิเคราะห์ และใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์กับคู่แข่งได้

เอกสารอ้างอิง

ธารินี พัทธเจริญพงศ์. (2554). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- ปรางทิพย์ มัตโน. (2557). กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะของสถาบันอินดี้อาร์ต. คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิยวรรณ เจริญสุขโสภณ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุกัญญา เอียดขาว. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร. คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เหมือนฝัน ธัญญศรีชัย. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทรงยศ แก้วมงคล. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัด กรุงเทพมหานคร. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุนิษา เพ็ญทรัพย์. (2559). การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ทในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2559. วิทยาลัยสันตพล อุตรธานี.
- John Wiley & Sons, Inc. (2560). *Marketing 4.0*. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.
- John Wiley & Sons, Inc. (2558). *8 เส้นทางสู่ชัยชนะ : การตลาดเพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจ (Market Your Way to Growth)*. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2011). *Principles of marketing (14th ed.)*. Pearson Prentice Hall.