



วิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562

จุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล  
นุชนาถ พันธุ์ราษฎร์  
ณัฐณา ขำศิริ

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ประจำปี พ.ศ. 2562

จุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล, นุชนาถ พันธราษฎร์, ณัฐมา ขำศิริ. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562.** สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ 2562.

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 โดยใช้เทคนิคการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสานวิธีจากผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 212 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในด้านเป้าหมายส่วนตัวผู้เข้าศึกษามีระดับความคิดเห็นระดับเห็นด้วยมากที่สุดในทุกประเด็น โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ร้อยละ 80.7 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นมากที่สุด มั่นใจว่าเมื่อเข้าศึกษาแล้วสำเร็จการศึกษาแน่นอน ร้อยละ 69.8 ปัจจัยด้านมหาวิทยาลัยที่มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดคือ มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากสังคม ร้อยละ 63.7 ด้านข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนั้นผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าด้านการสืบค้นข้อมูลการสมัคร ด้านการสมัคร ด้านการชำระเงินค่าสมัคร มีความสะดวก ข้อมูลชัดเจน แต่ในด้านของการประชาสัมพันธ์และการประกาศรายชื่อผู้เข้าศึกษาควรมีการปรับปรุงเพื่อเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

**คำสำคัญ :** ปัจจัย การตัดสินใจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Jurairat Sirimungmool, Nuchanat Phunturad, Natcha Khumsiri. **Factors Affecting Decision to Study in Khon Kaen University. Northeast of Quota in the Academic year 2019.** Bureau of Academic Administration and Development. 2019.

#### ABSTRACT

The purpose of this research was to study the Factors Affecting which affected to the decision of the student to study at Khon Kaen University from the high school and the vocational students in the northeast area in the academic year of 2019. This research used a combination of quantitative and qualitative research technique of collected data from 212 students who was eligible to study at Khon Kaen University by answering the online questionnaires. The result show that the personal factors that affect to the decision of the students to study in Khon Kaen University. The personal goals are the factors is the most agreed from the students, on every issue, especially the factor of the number one university in the northeast area is the most effected factor for the students in the most agree is 80.7 percent. The other factor that is the most comment is the confident that they believe that they would graduate if they came to study in the university is 69.8 percent. In addition, the university factors about the reputation and the recognized from people of the university is 63.7 percent. From the suggestions from this research show that the respondent comments. From the suggestions from this research show that the respondent comments that the query application, application, payment methods is convenient and clear information, but in system of the public relations and the announcement of the student who pass the admission should be improve to archive the better performance.

Key Words : factor, decision to study, Khon Kaen University

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	3
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	5
ความหมายของการตัดสินใจศึกษาต่อ	17
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย</b>	<b>28</b>
ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย	28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>31</b>
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้า ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	39
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	41
ปัญหา อุปสรรค ในช่วงสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	43
ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562	

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	45
สรุปผลการวิจัย	45
อภิปรายผลการวิจัย	47
ข้อเสนอแนะ	49
อ้างอิง	50
ภาคผนวก	54
ประวัติผู้วิจัย	60

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ตารางที่ 2	แสดงร้อยละการสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนในจังหวัด	32
ตารางที่ 3	แสดงร้อยละระดับการศึกษาที่สำเร็จการศึกษา	33
ตารางที่ 4	แสดงร้อยละคณะที่เข้าศึกษา	33
ตารางที่ 5	แสดงร้อยละระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของผู้เข้าศึกษา	34
ตารางที่ 6	แสดงร้อยละรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	35
ตารางที่ 7	แสดงร้อยละสถานภาพของบิดา/มารดา	36
ตารางที่ 8	แสดงร้อยละอาชีพบิดา	36
ตารางที่ 9	แสดงร้อยละอาชีพมารดา	37
ตารางที่ 10	แสดงร้อยละปัญหาสุขภาพหรือโรคประจำตัวของผู้เข้าศึกษา	37
ตารางที่ 11	แสดงร้อยละที่พักอาศัยในระหว่างที่จะศึกษาใน มหาวิทยาลัยขอนแก่น	38
ตารางที่ 12	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาใน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านเป้าหมายส่วนตัว	39
ตารางที่ 13	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาใน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านต่าง ๆ	40
ตารางที่ 14	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาใน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านมหาวิทยาลัย	41

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นองค์กรชั้นนำด้านการบริการระบบทะเบียน และสนับสนุนการจัดการศึกษา มีพันธกิจโดยการให้บริการและสนับสนุนการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพเพื่อยกระดับคุณภาพของงาน มีหน้าที่หลักในการบริการและสนับสนุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สำคัญ 4 ด้าน คือ 1. การสนับสนุนด้านการบริหารหลักสูตร 2. การสนับสนุนการรับบุคคลเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น 3. การให้บริการด้านระบบทะเบียนนักศึกษา 4. การสนับสนุนการจัดการศึกษา สหกิจศึกษาอาเซียน (สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ, 2561) โดยจากกระบวนการงานที่สำคัญของสำนักบริหารและพัฒนาวิชาการที่กล่าวมาทั้ง 4 ด้านนั้น จะเห็นได้ว่าทุกกระบวนการล้วนมุ่งเน้นปฏิบัติตามยุทธศาสตร์และนโยบายความเป็นเลิศด้านการผลิตบัณฑิต (กองแผนงาน, 2559)

การรับบุคคลเพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษานั้น ทุกสถาบันการศึกษาต้องปฏิบัติตามนโยบายการรับบุคคลเข้าศึกษาที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และต่อมาเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2562 ได้มีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้ควบรวมสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็น กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.) ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานระดับกระทรวงของรัฐบาลไทย มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริม สนับสนุน และกำกับการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ การวิจัย และการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาประเทศให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก (สารานุกรมเสรี, 2562) ด้านกำกับการอุดมศึกษานั้นรวมถึงการจัดการเรียนการสอนและการรับบุคคลเข้าศึกษา ซึ่งการรับบุคคลเข้าศึกษานั้น มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ดำเนินการรับบุคคลเข้าศึกษาเป็น 4 รูปแบบ คือ 1) การรับเข้าศึกษา ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) การรับเข้าศึกษา ประเภทโควตาทั่วประเทศ 3) การรับเข้าศึกษา ผ่านระบบคัดเลือกกลาง (Admissions) 4) การรับเข้าศึกษา ประเภทโครงการพิเศษและโดยวิธีพิเศษ และในปีการศึกษา 2561 สมาคมที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทยมีนโยบายให้ปรับเปลี่ยนการรับเข้าศึกษาจากรูปแบบเดิม เป็นการรับเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ระบบ TCAS (Thai University Central Admission system) โดยมี การรับจำนวน 5 รอบ คือ 1) รอบ Portfolio 2) รอบโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) รอบรับตรงทั่วประเทศ 4) รอบ Admissions 5) รอบรับตรงอิสระ ซึ่งในแต่ละรอบที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย จะกำหนดให้ผู้ผ่านการคัดเลือกทำการยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาผ่านระบบเคลียร์ริงเฮาส์

ทางเว็บไซต์ เพียง 1 สิทธิ์เท่านั้น และจะกำหนดระยะเวลาการลงทะเบียนผ่านระบบเว็บไซต์ ของที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทยเพื่อให้นักเรียนสามารถสมัครเข้าศึกษาในสถาบันอื่น ๆ ได้ตามความต้องการ

การรับเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ระดับปริญญาตรี ในรูปแบบต่าง ๆ ได้ดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับสมาคมที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย โดยเป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัยขอนแก่นกำหนดไว้ กระบวนการรับเข้าศึกษาจะต้องมีการจัดทำแผนการรับนักศึกษา การประชาสัมพันธ์การรับเข้าศึกษา การดำเนินการรับสมัคร การประกาศผลคะแนน การจัดสอบสัมภาษณ์ การประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา และการรายงานตัวของผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา โดยประสานงานความร่วมมือกับคณะวิชาต่าง ๆ ให้การดำเนินการรับบุคคลเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นไปด้วยความเรียบร้อย นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการประสานงานเพื่อดำเนินการสนับสนุนการจัดสอบ GAT/PAT, O-NET, และวิชาสามัญ 9 วิชา กับสถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน) รวมถึงการดำเนินการจัดสอบตามความร่วมมือของ สำนักงาน หน่วยงาน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนดไว้ จากการรับเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นตามระบบ TCAS ซึ่งมีการรับทั้งหมด 5 รอบโดยแต่ละรอบมีเกณฑ์ในการพิจารณาสมัครและคัดเลือกเข้าศึกษาแตกต่างกันออกไป โดยในปีการศึกษา 2561 การรับเข้าศึกษาในรอบโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ที่มีสิทธิ์สมัครเข้าศึกษาจำนวน 115,788 คน และได้ดำเนินการสมัคร จำนวน 27,156 คน คิดเป็นร้อยละ 23.45 จากจำนวนนักเรียนทั้งหมดที่มีสิทธิ์สมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

จากจำนวนผู้สมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นในรอบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้เสนอต่อผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเพื่อการตัดสินใจและกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์การรับบุคคลเข้าศึกษาเพื่อให้ได้จำนวนผู้สมัครเข้าศึกษาเพิ่มมากขึ้นต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562



### 3. ขอบเขตการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านพื้นที่** ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษา คือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. **ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ที่ผ่านการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประจำปีการศึกษา 2562
3. **ขอบเขตด้านเวลา** ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่ เดือน มกราคม – สิงหาคม 2562

### 4. นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

**มหาวิทยาลัย** หมายถึง มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**มหาวิทยาลัยขอนแก่น** หมายถึง สถานที่ศึกษาที่มีการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

**คณะวิชา** หมายถึง คณะที่เปิดรับบุคคลเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** หมายถึง ระบบที่มหาวิทยาลัยกำหนดขึ้นเพื่อเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกนักเรียน นักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย ด้วยวิธีการสมัครและสอบคัดเลือกโดยใช้คะแนนตามที่คณะวิชากำหนด

**การตัดสินใจ** หมายถึง การตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัย โดยผ่านกระบวนการพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด

**ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย** หมายถึง มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอก การยอมรับในสังคมและนักศึกษามีคุณภาพ มีความสามารถ มีบุคลิกภาพที่ดี อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถ มีคุณวุฒิและมีประสบการณ์ บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ คุณภาพการจัดการศึกษาและคณะสาขาวิชาที่มีความหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าศึกษา มีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบการเรียนการสอนที่ทันสมัย

**การประชาสัมพันธ์** หมายถึง การประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลที่เปิดสอน การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกได้ทราบข้อมูลอย่างทั่วถึง

## 5. ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

- 5.1 ได้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักเรียนที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562
- 5.2 เป็นข้อมูลสำหรับวางแผนให้ความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์การรับบุคคลเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น
- 5.3 สามารถนำไปเป็นข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการสมัครสอบคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 โดยได้ทำการศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
2. ความหมายของการตัดสินใจศึกษาต่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

##### 1.1 ความหมายของการตัดสินใจ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2556) การตัดสินใจ หมายถึง การกระทำของบุคคลในการที่เลือกทางเลือกที่มีอยู่หลาย ๆ ทางเลือก โดยการรวบรวมและประเมินข้อมูลและสิ่งประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญ โดยการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด เพียงทางเลือกเดียวที่สามารถตอบสนองเป้าหมายหรือความต้องการของผู้เลือก เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ

ทิพย์วัลย์ สีจันทร์ และคณะ (2548, หน้า 99) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาหรืออาจกล่าวได้ว่าการตัดสินใจจะเกิดขึ้นมาได้ต้องมีทางเลือกหลาย ๆ ทางเกิดขึ้นก่อน จากนั้นจึงนำทางเลือกเหล่านั้นมาพิจารณาเปรียบเทียบกันจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดแล้วจึงนำแนวทางที่เลือกนั้นมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป

ดวงนภา เขมะลักษณ์ (2547, หน้า 23) กล่าวว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย การคาดคะเนผลที่เกิดจากทางเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

ชูชัย เทพสาร (2546, หน้า 7) กล่าวว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกเอาทางเลือกของวิธีการกระทำทางหนึ่งจากหลายๆ ทางที่มีอยู่เพื่อจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายกระบวนการตัดสินใจ

สมคิด บางโม (2548: 175) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะ

กระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งเพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ในทางปฏิบัติการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่ยุงยากสลับซับซ้อนและมีวิธีการแก้ปัญหามากกว่าหนึ่งทางเสมอ

ฉัตรพร เสมอใจ (2550: 46) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่

สร้อยตระกูล (ตวยานนท์) อรรถมานะ (2550: 387) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกที่เป็นไปได้เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ณัฐพันธ์ เชนรนนท์ (2551: 138) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการใช้ความคิดและการกระทำของการรับรู้โดยการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา (Problem) หรือโอกาส (Opportunity) และประเมินทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น

จากความหมายของการตัดสินใจที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การใช้ความคิดในการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรือโอกาสในการประเมินหรือพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมและดีที่สุดจากหลายทางเลือกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การตัดสินใจมีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์มาก ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจเลือกสาขาที่เรียนเลือกคบเพื่อน หรือการเลือกคู่ครอง การตัดสินใจของบุคคลอาจทำได้หลายวิธีเช่น การถามให้ผู้อื่นช่วยตัดสินใจให้หรือตัดสินใจด้วยตนเองจากการคิดอย่างรอบคอบ แต่ไม่ว่าจะใช้วิธีการใดในการตัดสินใจ การตัดสินใจทุกครั้งจะมีผลต่อชีวิตบุคคลเสมอ เมื่อการตัดสินใจมีความสำคัญ ต่อชีวิตมนุษย์ เช่นนี้บุคคลควรมีการตัดสินใจที่ดีที่สุดสำหรับตัวเองและเพื่อให้ได้ผลดีที่สุดในชีวิต บุคคลจึงควรมีการตัดสินใจที่รอบคอบเป็นกระบวนการและมีระบบสถาบันการศึกษาควรสอนทักษะ การตัดสินใจให้ผู้เรียน ซึ่งจะเป็นส่วนที่สำคัญมาก ในการเลือกอาชีพหรือการศึกษาของเขา นอกจากนั้น การเรียนรู้กระบวนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ จะสามารถช่วยบุคคลในการตัดสินใจ เกี่ยวกับเรื่องอื่น ๆ ของเขาในชีวิตด้วย

## 1.2 ความสำคัญของการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นกระบวนการพิจารณาหาทางเลือกที่มีอยู่จากหลายทางเลือก โดยสามารถเลือกทางเลือกที่เป็นไปได้ ดังนั้นการตัดสินใจจึงเป็นหน้าที่ที่บ่งบอกถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยผู้ที่ทำการตัดสินใจนั้นจะต้องมีหลักการและเหตุผล มีเจตคติและวิจรรย์านที่ดีเนื่องจากการตัดสินใจเป็นวิธีที่สามารถนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ การตัดสินใจจึงมีความสำคัญ (วรพจน์ บุษราคัมวดี, 2551: 109) ดังนี้

1) มีทางเลือกหลายทาง การตัดสินใจเพื่อในกรณีที่ทางเลือกมีหลายทางเลือกอาจจะต้องอาศัยดุลยพินิจส่วนตัวของบุคคลเพื่อการตัดสินใจซึ่งการมีหลายทางเลือกนั้นอาจตัดสินใจผิดพลาด

ขึ้นได้ ดังนั้นจึงต้องอาศัยเครื่องมือหรือเกณฑ์ที่มีความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ เข้ามาช่วยเพื่อทำการตัดสินใจ

2) การมีข้อมูลเป็นจำนวนมากในการตัดสินใจ หากบุคคลนำดุลยพินิจส่วนตัวมาใช้ในการตัดสินใจบ่อยครั้งอาจเกิดโอกาสผิดพลาดและขาดความรอบคอบได้ เนื่องจากไม่สามารถนำข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดมาพิจารณาได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

3) เพื่อลดความขัดแย้ง เนื่องจากพื้นฐานความรู้รวมทั้งประสบการณ์ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นในการตัดสินใจถ้าหากไม่อาศัยหลักเกณฑ์หรือเครื่องมือที่เหมือนกันมาทำการตัดสินใจแล้วอาจจะทำให้การตัดสินใจแตกต่างกันออกไปจนทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้นได้

4) เพื่อลดความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนในการตัดสินใจของบุคคลที่ปราศจากกฎเกณฑ์หรือเครื่องมือ ดังนั้นการตัดสินใจโดยใช้เครื่องมือที่ถูกต้องและเหมาะสมจะช่วยโอกาสของการตัดสินใจที่ผิดพลาดลดลงได้

จากความสำคัญของการตัดสินใจดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจมีความสำคัญอย่างยิ่งโดยเฉพาะการตัดสินใจที่ดีโดยการใช้เครื่องมือหรือใช้เกณฑ์การตัดสินใจที่เหมาะสมจะก่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติที่มีคุณภาพ สามารถแก้ไขปัญหาได้และยังสามารถช่วยลดความขัดแย้งลงได้อีกด้วย

### 1.3 กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจเป็นการกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งในการตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการดังกล่าวนั้นเป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ดังนั้นขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจจึงมีอยู่หลายรูปแบบโดยมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ ดังนี้

Oppenheim (1979: 57) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 6 ขั้นตอน คือ

- 1) การตระหนักถึงปัญหาหรือสถานการณ์ที่มีตัวเลือกเกิดขึ้น
- 2) พิจารณาและไตร่ตรองทางเลือก
- 3) เลือกทางเลือกที่ดีและมีปัญหาน้อยที่สุด
- 4) ตัดสินใจบนพื้นฐานของทางเลือก
- 5) ยอมรับกับผลที่ตามมาของการตัดสินใจ
- 6) ประเมินผลการตัดสินใจ

Schiffman & Kanuk (1994: 659) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ คือ กระบวนการในการเลือกจากทางเลือกที่มีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป โดยผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ

กระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรม ทั้งทางด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทั้งสองกิจกรรมนี้ทำให้เกิดการซื้อและ เกิดพฤติกรรมซื้อตามบุคคลอื่น กระบวนการตัดสินใจซื้อของมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Input) คือปัจจัยภายนอก (External Influences) ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรม ปัจจัยที่เข้ามาในระบบตัดสินใจมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละบุคคล โดยปัจจัยนี้มาจาก 2 แหล่ง คือ

1.1) ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Input) เป็นกิจกรรมที่เกิดจากส่วนผสมทางการตลาดที่บริษัทต้องการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคและชักจูงให้ผู้บริโภคซื้อและใช้สินค้าที่ผลิตจากบริษัทนั้น ๆ

กลยุทธ์จากส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่

- (1) ตัวสินค้า รวมถึง หนีบท่อ ขนาด และการรับประกันคุณภาพ
- (2) การประชาสัมพันธ์โดยโฆษณาทางสื่อมวลชน การขายโดยพนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ
- (3) นโยบายด้านราคา
- (4) การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตส่งไปสู่ผู้บริโภค

1.2) ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural Input) เป็นอิทธิพลที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การค้า เช่น การบอกต่อจากเพื่อน บทความในหนังสือพิมพ์อิทธิพลจากครอบครัวในการใช้เครื่องอุปโภคหรือบริการ หรือ บทความ รายงานเกี่ยวกับผู้บริโภค และการได้รับอิทธิพลจากชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย ที่กล่าวมาเป็นส่วนสำคัญในการที่ผู้บริโภคที่จะประเมินค่าของสินค้าว่าเป็นอย่างไร

2) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Process) คือขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Making) ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติที่สะท้อนถึงความต้องการ และการรับรู้ว่ามีสินค้าให้เลือกหลากหลายรวมไปถึงกิจกรรมที่ผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่หรือข้อมูลที่ผู้ผลิตสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคและขั้นสุดท้ายคือทำการประเมินค่าทางเลือกนั้น ๆ

3) กระบวนการตัดสินใจ (The Act of Making Decision) ก่อนผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ มีขั้นตอนที่เกิดขึ้น 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.1) การตระหนักในความต้องการของผู้บริโภค (Need Recognition) คือขั้นแรกของกระบวนการตัดสินใจ คือ การรับรู้ถึงความแตกต่างของสิ่งที่ต้องการ และสิ่งที่มีอยู่ซึ่งสามารถกระตุ้นทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ และการรับรู้นี้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อ ผู้บริโภคมีปัญหาใน 2 ลักษณะ คือ

- (1) มีปัญหาเกี่ยวกับสินค้าที่เคยใช้อยู่ซึ่งผู้บริโภคไม่พอใจในสินค้านั้นอีกต่อไป

(2) มีความต้องการสินค้าใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นโดยสินค้าใหม่ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจตามมา

3.2) การหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ (Pre-Purchase Search) ผู้บริโภคจะเริ่มหาข้อมูลเมื่อตระหนักถึงความจำเป็น โดยผู้บริโภคจะหาข้อมูลจากที่ต่าง ๆ เช่นจากประสบการณ์และความจำเป็นเกี่ยวกับสินค้าที่เคยรับรู้ซึ่งข้อมูลเหล่านี้คือ ข้อมูลภายในซึ่งถ้ามีข้อมูลภายในมาก ข้อมูลภายนอกก็จะส่งผลน้อยลง แต่ถ้าผู้บริโภคไม่เคยรู้จักสินค้านั้นมาก่อนเลยการหาข้อมูลจะได้จากสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่มีความสัมพันธ์กับสินค้านั้น ๆ ระดับความเสี่ยงจะมีผลต่อขั้นตอนนี้คือ ถ้ามีความเสี่ยงสูง ผู้บริโภคจะหาข้อมูลและการประเมินหลายขั้นตอน แต่ถ้าความเสี่ยงต่ำการหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกจะไม่ซับซ้อนนัก

3.3) ผลจากกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Output) เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ หลังจากผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นที่ต้องการมากที่สุดจากหลายๆ ทางเลือก

Plunkett and Attner (1994: 162) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจนั้นประกอบด้วยขั้นตอน 7 ขั้นตอน ดังนี้

1) การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไป ของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย

2) การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ หรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

3) การพัฒนาทางเลือก (Development potential alternatives) ทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้

4) การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) นำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ

5) การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternatives) พิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเลือกเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด

6) การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) นำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

7) การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ช่วยให้ได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่

ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ (2551: 142) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนที่สำคัญ คือ

1) ตระหนักถึงปัญหา (Problem Awareness) การรับรู้ถึงปัญหาหรือโอกาส ซึ่งปัญหาอาจจะเกิดขึ้นโดยตรงหรืออาจต้องพิจารณาจากสภาพแวดล้อม โดยสามารถพิจารณาว่าอาจเกิดปัญหาจากเหตุการณ์ต่อไปนี้

- (1) เมื่อเกิดความเบี่ยงเบนจากอดีต
- (2) เมื่อเกิดความเบี่ยงเบนจากแผน
- (3) เมื่อมีผู้มาร้องเรียนหรือแจ้งปัญหา
- (4) เมื่อคู่แข่งมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่า

2) นิยามปัญหา (Problem Definition) กำหนดขอบเขตของปัญหาให้ชัดเจนเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทราบขอบเขต สามารถรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาได้อย่างชัดเจนและตรงประเด็น มิเช่นนั้นภาพของปัญหาก็อาจจะฟุ้งกระจายทำให้ไม่สามารถทราบสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาได้ การนิยามปัญหามีขั้นตอนสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

- (1) การวิเคราะห์ปัญหา
- (2) การตัดสินใจแก้ปัญหา

3) ตัดสินใจ (Decision Making) เป็นขั้นตอนสำคัญในการเลือกผลลัพธ์ที่เหมาะสม ซึ่งกำหนดความถูกต้องและความสำเร็จในการนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ โดยผู้ตัดสินใจจะทำตามขั้นตอนต่อไปนี้

- (1) กำหนดเกณฑ์ในการตัดสินใจ
- (2) พัฒนาทางเลือก
- (3) ประเมินผลประโยชน์และความเสี่ยงของทางเลือก
- (4) การออกแบบแผน

4) การปฏิบัติตามแผน (Action Plan Implementation) นำทางเลือกที่เลือกไว้ไปวางแผนและดำเนินการปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการจัดสรรบุคลากรและทรัพยากรอย่างเหมาะสมซึ่งมีขั้นตอนดำเนินงาน 3 ขั้นตอนต่อไปนี้

- (1) มอบหมายงานและความรับผิดชอบ
- (2) สร้างตารางการปฏิบัติงาน
- (3) ส่งเสริมและกระตุ้นการดำเนินงาน

5) การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการตัดสินใจแก้ปัญหาโดยทำการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อทำการปรับปรุงการดำเนินงานให้



สอดคล้องกับแผนการและสถานการณ์ในขณะนั้นตลอดจนทำการปรับปรุงให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการประมวลผลจะประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอนดังนี้

- (1) กำหนดเกณฑ์และมาตรฐานในการวัดความสำเร็จ
- (2) ติดตามและตรวจสอบผลการดำเนินงาน
- (3) แก้ไขผลการปฏิบัติงานให้ถูกต้อง

สมาน อัครภูมิ (2551: 224) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจไว้หลายประการ ดังนี้

- 1) การตระหนักถึงความต้องการจำเป็นในการตัดสินใจหรือกำหนดวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจ
- 2) การระบุปัญหาที่ต้องตัดสินใจ
- 3) การกำหนดเกณฑ์ที่ต้องตัดสินใจ
- 4) การพัฒนาและกำหนดทางเลือก
- 5) การประเมินทางเลือก
- 6) การเลือกทางเลือก
- 7) การใช้ทางเลือกและการประเมินผล

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่ากระบวนการตัดสินใจนั้นมีหลายขั้นตอนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของปัญหาหรือข้อมูลที่จะนำมาทำการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่พบว่าก่อนที่จะทำการตัดสินใจเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ผู้ตัดสินใจจะใช้วิธีการวิเคราะห์เพื่อประเมินทางเลือกด้วยการใช้หลักการและเหตุผลจากประสบการณ์ที่ตนเองมีเป็นเครื่องมือในการพิจารณาเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดและมีปัญหาน้อยที่สุดทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการตัดสินใจนั้น ๆ ด้วย

#### 1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีการตัดสินใจ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ทฤษฎีโครงสร้างการกระทำทางสังคม (จिरาลักษณ์ ฤทธิเดชโยธิน, 2544 หน้า 20) ขีดกรอบความคิดที่เรียกว่า analytical realism เป็นแนวทางในการสร้างทฤษฎีสังคมวิทยา เขาได้ใช้กรอบนี้ในการสร้างทฤษฎีโครงสร้างการกระทำทางสังคม (the structure of social action) นอกจากนั้นในกรอบความคิดนี้ยังประกอบด้วยฐานคติเกี่ยวกับลักษณะของความเป็นจริงทางสังคม ในเชิงอาสานิยม (vountaristicism) เป็นศูนย์รวมของสังกัปและฐานคติจากอรรถประโยชน์นิยม ปฏิกฐานนิยม และจิตนิยม (utilitarianism, positivism and idealism) จากทฤษฎีนี้ Parsons นำมาสร้างทฤษฎีองค์การสังคมหน้าที่ขึ้น (functional theory of social organization) โดยในขั้นตอนแรกอาศัยอาสานิยมมามองการตัดสินใจของผู้กระทำทางสังคม (social actor) ซึ่งจะตัดสินใจทำอะไร

อย่างเสรีโดยอยู่ในภาวะเปียบ (normative constraints) สถานการณ์ (situational constraints action) ดังนั้น การกระทำโดยเสรีหรือเชิงอาสา (voluntaristic) จึงประกอบด้วยสาเหตุดังนี้

1. ผู้กระทำ หมายถึง ปัจเจกชน
2. เป้าหมายเป็นสิ่งที่ผู้กระทำมุ่งประสงค์
3. วิธีต่าง ๆ ที่ผู้กระทำจะเลือกใช้เพื่อบรรลุเป้าหมาย
4. สถานการณ์อันเป็นฉากซึ่งผู้กระทำจะต้องนำเข้ามาพิจารณาในการที่จะเลือกวิธีหนึ่งวิธีใดในการบรรลุเป้าหมาย
5. ตัวกำหนดเชิงบรรทัดฐาน อันได้แก่ ค่านิยมบรรทัดฐานทางสังคมและความคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้กระทำจะต้องนำมาพิจารณาประกอบในการเลือกวิธีการบรรลุเป้าหมาย
6. การตัดสินใจโดยเสรีภายใต้เงื่อนไขข้อบังคับหรือบรรทัดฐานและสถานการณ์

จากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจของบุคคล ย่อมต้องมีความตั้งใจ เป็นตัวกำหนดให้เกิดขึ้นภายในจิตใจ และตั้งเป็นเป้าหมาย ซึ่งจะต้องแสวงหาวิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้บรรลุเป้าหมาย วิธีการนั้นอาจจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในและมีปัจจัยภายนอกเป็นตัวจำกัด ในการเลือกวิธีการไปสู่เป้าหมาย

2.2 ทฤษฎีการกระทำทางสังคม รีเดอร์ (Reeder, 1971, pp. 4-5) ได้ศึกษาและรวบรวมทฤษฎีต่าง ๆ ทางสังคมเพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ โดยทั่วไปรูปแบบทางด้านจิตวิทยาสังคม (social psychology) ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมของมนุษย์นั้น นักสังคมวิทยาส่วนใหญ่จะมองในด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (social economics status) ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจ แต่ รีเดอร์เชื่อว่า การตัดสินใจเลือกแสดงพฤติกรรมของบุคคลจะประกอบด้วยความเชื่อและความไม่เชื่อหลาย ๆ อย่างรวมกัน คือ บุคคลอาจจะแสดงพฤติกรรมอย่างเดียวกัน แต่เหตุผลที่ทำให้เกิดการตัดสินใจอาจแตกต่างกัน ทฤษฎีการกระทำทางสังคม (social action theory) ของ Reeder นี้ แบ่งปัจจัยออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ปัจจัยดึง (pull factors) ประกอบด้วย

- 1.1 เป้าหมายหรือจุดประสงค์ (goals) คือ สิ่งที่ผู้กระทำต้องการให้เกิดขึ้นจากการกระทำโดยผู้กระทำจะมีการกำหนดเป้าหมายไว้ล่วงหน้า และจะพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น

- 1.2 ความเชื่อ (belief orientation) คือ ความคิด ความรู้ ความเข้าใจของแต่ละบุคคลต่อสิ่งที่เกิดขึ้นโดยความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลและพฤติกรรมทางสังคม บุคคลจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ในการกระทำของสังคมใด ๆ ต้องอาศัย ความเชื่ออยู่ด้วยเสมอ แต่อย่างไรก็ตามความเชื่อนี้จะส่งผลกระทบบหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นก็ได้

1.3 มาตรฐานค่านิยม (value standard) คือ สิ่งที่คุณเคยยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของคุณ ค่านิยมของผู้กระทำทางสังคมจะแสดงออกทางเจตคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบ ค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยบุคคลพยายามที่จะกระทำการใด ๆ ให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่

1.4 นิสัยและขนบธรรมเนียม (habits and customs) คือ แบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้ว จะสืบต่อกันมาด้วยประเพณี ซึ่งถ้ามีการละเมิดก็จะถูกบังคับด้วยการที่สังคมไม่เห็นชอบด้วย

## 2. ปัจจัยผลักดัน (push factors) ประกอบด้วย

2.1 ความคาดหวัง (expectation) คือ การรับรู้ของผู้กระทำทางสังคมว่า บุคคลอื่น ๆ กลุ่มหรือสังคมทั่วไปต้องการให้เชื่อ รู้สึกหรือประพฤติปฏิบัติต่ออย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะภายใต้สถานการณ์นั้น หรือกล่าวได้ว่า การตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของบุคคลส่วนหนึ่ง จึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและท่าทีของบุคคลอื่นด้วย ในการตัดสินใจศึกษาต่อที่นั่น ความคาดหวังส่วนหนึ่งอาจเกิดจากอิทธิพลจากครอบครัวซึ่งมีความคาดหวังให้ศึกษาต่อตามความต้องการของตน

2.2 ข้อผูกพัน (commitments) คือ สิ่งที่คุณกระทำเชื่อว่า ตนเองผูกพันที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสภาพการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ตนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ผู้กระทำจะทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่น ดังนั้นข้อผูกพันจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของคุณ เนื่องจากบุคคลนั้น ๆ รู้สึกว่าตนเองมีข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ

2.3 การบังคับ (force) คือ ความเชื่อที่ฝังอยู่ในใจของผู้กระทำว่าตนเองต้องตัดสินใจหรือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ตนเองรู้สึกว่าไม่มีการเลือกอื่น ๆ การบังคับเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจปฏิบัติได้เร็วขึ้น ดังนั้นการบังคับจึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมเนื่องจากบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติเมื่อถูกบังคับให้ทำ

## 3. ปัจจัยความสามารถ (able factor) ประกอบด้วย

3.1 โอกาส (opportunity) คือ ความเชื่อของผู้กระทำที่มีสถานการณ์หรือทางเลือกที่มีอยู่โดยผู้กระทำพิจารณาแล้วเห็นว่าภายใต้สถานการณ์นั้นมีช่องทางจังหวะที่เหมาะสม และเปิดโอกาสให้เลือกกระทำได้จึงเลือกกระทำตามโอกาสที่มีในสถานการณ์นั้นมีช่องทางจังหวะที่เหมาะสม และเปิดโอกาสให้เลือกกระทำได้ จึงเลือกกระทำตามโอกาสที่มีในสถานการณ์นั้น

3.2 ความสามารถ (ability) คือ การรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับกำลังหรือพลังของตนเองในการที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจนบรรลุผลสำเร็จภายใต้สถานการณ์นั้นผู้กระทำจะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจนบรรลุผลสำเร็จภายใต้สถานการณ์นั้น ผู้กระทำจะตระหนักถึงความสามารถของตนเองก่อนที่จะมีการตัดสินใจ และกระทำเพราะรู้ว่าถ้าตัดสินใจกระทำไปแล้วจะมีความสามารถกระทำได้

แน่นอน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วบุคคลจะกระทำพฤติกรรมใด ๆ จะพิจารณาขีดความสามารถของตนเองเสียก่อน

3.3 การสนับสนุน (support) คือ การช่วยเหลือที่ผู้กระทำเชื่อว่ากำลังได้รับหรือจะได้รับจากผู้อื่นในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้กระทำจะเป็นผู้เลือก ดังนั้นบุคคลมักจะมีแนวโน้มเอียงที่จะตัดสินใจและกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเมื่อรู้ว่าได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่น

จากปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 10 ประการข้างต้น ริตเตอร์ได้อธิบายถึงแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยหรือสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคลดังนี้

1. ในสถานการณ์การกระทำทางสังคมเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลหลายคน ซึ่งแต่ละคนจะมีเหตุผลแต่ละอย่างในการตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำ

2. บุคคลหรือองค์กรจะตัดสินใจหรือแสดงการกระทำบนพื้นฐานของกลุ่มเหตุผล ซึ่งผู้ตัดสินใจคิดว่าสอดคล้องหรือตรงกับความต้องการของเขาในสถานการณ์นั้น ๆ

3. ปัจจัยหรือเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้นอาจมีเพียง 5-6 ประการ หรืออาจมีน้อยหรือมากกว่านี้จากจำนวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกระทำทั้ง 10 ประการที่กล่าวมาแล้ว

4. เหตุผลบางประการจะสนับสนุนการตัดสินใจ และเหตุผลบางประการจะต่อต้านการตัดสินใจ

5. บุคคลผู้ตัดสินใจจะตระหนักหรือให้น้ำหนักแก่ปัจจัยเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในน้ำหนักที่แตกต่างกัน

6. ในการตัดสินใจเรื่องหนึ่งเรื่องใด เหตุผลที่มีต่อการตัดสินใจนั้นไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นพร้อมกันทั้ง 10 ประการ

7. กลุ่มของปัจจัยหรือเหตุผลที่มีต่อการตัดสินใจกระทำทางสังคมย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงได้

8. ในบางสถานการณ์อาจจะมีทางเลือกสองหรือสามทางเพื่อที่จะตอบสนองต่อการเลือกปฏิบัติในสถานการณ์นั้น

9. บุคคลแต่ละคนอาจจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่แตกต่างกัน

10. เหตุผลที่ตัดสินใจสามารถมองเห็นได้จากทางเลือกที่ได้เลือกแล้ว

จากทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นความคิดอย่างมีระบบมีจุดมุ่งหมาย และต้องมีปัจจัยหลายปัจจัยเป็นองค์ประกอบรวมกัน เรียกว่ากลุ่มของเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจแต่ละครั้งและกลุ่มของเหตุผลดังกล่าวจะเปลี่ยนไปตามแต่ละสถานการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัย 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยดึง ปัจจัยผลักและปัจจัยความสามารถ ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัย ที่มีด้านต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ

### 1.5 กระบวนการตัดสินใจ

การตัดสินใจแต่ละครั้งจะประกอบไปด้วยปัญหาและข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งจะต้องนำมาประกอบเป็นกระบวนการในการตัดสินใจ จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องได้มีนักวิชาการศึกษา ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ ดังนี้

กุลชลี ไชยนันตา (2539) ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมากเพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้ตัดสินใจควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การ โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบบ่อยเสมอ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้ตัดสินใจกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (develop potential alternatives) ขั้นตอนนี้ผู้กระทำ การตัดสินใจควรพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพ และมีความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (analyze the alternatives) เมื่อผู้ทำการตัดสินใจได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื้ออะไรตามมา ตัวอย่างเช่น ถ้าโควตาปกติในการผลิตมอเตอร์ของแผนกผลิตเท่ากับ 500 เครื่องต่อเดือน แต่แผนกผลิตต้องผลิตมอเตอร์ให้ได้ 1,000 เครื่อง ภายในสิ้นเดือนนี้โดยมีข้อจำกัดด้านต้นทุนขององค์การว่าจะจ่ายค่าจ้างพนักงานได้เพิ่มขึ้นหรือไม่เกิน 10,000 บาทเท่านั้น ทางเลือกหนึ่งของการแก้ปัญหาอาจทำได้โดยการจ้างพนักงานทำงานล่วงเวลาในวันหยุดและเวลากลางคืน แต่เมื่อได้ประเมินแล้วพบว่าวิธีจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึง 17,000 บาท ผู้ตัดสินใจก็ควรตัดทางเลือกนี้ทิ้งไปเพราะไม่สามารถนำมาใช้ได้ภายใต้ข้อจำกัดด้านต้นทุน อย่างไรก็ตามทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์การก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื้อที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่งของการเพิ่มผลผลิต ได้แก่ การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (select the best alternatives) เมื่อผู้ทำการตัดสินใจได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้ตัดสินใจควรเปรียบเทียบข้อดีและ

ข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่งเพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเลือกเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเรื่องในภายหลังน้อยที่สุดและให้ผลประโยชน์มากที่สุดแต่บางครั้งผู้ตัดสินใจ อาจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอม โดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกนำมาผสมผสานกัน

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ตัดสินใจควรกำหนดโปรแกรมการตัดสินใจโดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงานงบประมาณและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ชัดเจนและจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับนอกจากนี้ผู้ตัดสินใจควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้ตัดสินใจได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้ตัดสินใจแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้ โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านกล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ (อุไร มั่นหมั่น, 2539, หน้า 8)

1. ขั้นตอนแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (data collection) เนื่องจากปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นย่อมมีสาเหตุการเสาะหาข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา คือการเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุนั้นเพื่อมาเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจ จะต้องกระทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ทั้งในแง่ของการเก็บรวบรวมข้อมูล (collective) และในแง่การวิเคราะห์ (analysis) ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการวิจัย

2. ขั้นตอนการกำหนดทางเลือก (formulating alternative) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจเป็นการพยายามจะครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้หลายๆ วิธีต้องกำหนดให้ได้ในรูปธรรมหลักข้อเท็จจริงหลัก (main Fact) เป็นอย่างไรบ้างและในทางปฏิบัติต้องสร้างฉาก (scenario) ขึ้นมาก่อนว่าเรื่องนี้มีทางเลือกอะไรบ้างในทางเลือกนั้น ๆ มีข้อเท็จจริงรูปธรรมหลัก ๆ อะไรบ้าง

3. ขั้นตอนการวิเคราะห์ทางเลือก (analysing alternative) การวิเคราะห์ทางเลือกควรใช้ความเป็นจริงที่เป็นภาวะวิสัย (objective analysing) พยายามหลีกเลี่ยงการนำค่า (value) ทั้งหลายมาเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์

4. ขั้นตอนการเปรียบเทียบค่าทางเลือก (value comparison) ขั้นตอนนี้เป็นการเปรียบเทียบโดยนำค่า (value) มาเกี่ยวข้องนำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่นที่ปลอดภัยกว่าแล้วมาพิจารณาทางเลือกอีกทีหนึ่ง

5. ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกเลือกที่ดีที่สุด (choice of alternative on the best set of alternative) ขั้นตอนนี้เป็นการตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการและขั้นตอนในการตัดสินใจย่อมขึ้นอยู่กับใช้ความคิดสติปัญญาในการวิเคราะห์ถึงปัญหาอย่างมีเหตุผล มีวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบคอบบนพื้นฐานของความพอใจก่อนตัดสินใจเลือกแนวทางในการปฏิบัติที่ดีที่สุด

## 2. ความหมายของการตัดสินใจศึกษาต่อ

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการตัดสินใจศึกษาต่อไว้ ดังนี้

นพดล ดีอ่วม (2543, หน้า 5) กล่าวว่า การตัดสินใจศึกษาต่อ หมายถึง การตัดสินใจศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นไปในสาขาต่าง ๆ โดยเข้ารับการศึกษาในสถาบันการศึกษาของรัฐหรือของเอกชนโดยมีเหตุผลในการได้รับความรู้เพิ่มขึ้น มีประสบการณ์สูงขึ้นและเป็นปัจจัยในการเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าสำหรับผู้เข้าศึกษา

ศิริวรรณ สุวินท์ (2548, หน้า 6) กล่าวว่า การตัดสินใจศึกษาต่อ หมายถึง การคิดพิจารณาไตร่ตรองอย่างมีเหตุผลนักเรียนสามารถตัดสินใจเลือกได้อย่างเหมาะสมกับตนเองโดยพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับตนเองและข้อมูลทางการศึกษาเพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ

สิงโต เพ็ชรไพโรจน์ (2548, หน้า 6) กล่าวว่า การตัดสินใจศึกษาต่อ หมายถึง การเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะจากบรรดาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่โดยการคิดไตร่ตรองและประเมินทางเลือกที่ตรงกับความรู้สึกของผู้ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจศึกษาต่อ คือ การตัดสินใจเลือกเรียนต่อในสถาบันใดสถาบันหนึ่งหรือสาขาใดสาขาหนึ่งอยู่บนพื้นฐานของการคิดพิจารณาไตร่ตรองอย่างมีเหตุผล และสามารถเลือกได้ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด

### ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา

สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษานั้นมีอยู่หลายปัจจัยด้วยกัน คือ

1. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ภาพลักษณ์เมื่อแปลตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 จะหมายถึงภาพที่เกิดจากความนึกคิด หรือที่คิดว่า ควรจะ

เป็นเช่นนั้น ดังนั้นภาพลักษณ์ของสถาบันจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสถาบันการศึกษา มีความรู้สึกประทับใจต่อหน่วยงาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์การ เพราะถ้าหากองค์การได้รับความสนใจจากสาธารณชนในด้านบวกที่มากขึ้นก็จะได้รับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ และเป็นส่วนสนับสนุนให้องค์การประสบความสำเร็จในการดำเนินงานแต่ในทางกลับกันหากองค์การใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีก็ย่อมส่งผลให้ได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเหยียดหยาม และมีเจตคติทางด้านลบต่อองค์การนั้น ๆ ดังนั้นภาพลักษณ์ จึงเป็นรากฐานหนึ่งของความมั่นคงและความสำเร็จขององค์การ

สิ่งที่มีบทบาทต่อการเกิดภาพลักษณ์ขององค์การ คือ ความน่าเชื่อถือ หมายถึง การกระทำต่อประชนโดยมุ่งเน้นในการให้บริการที่ดีที่สุด การยอมรับ หมายถึง องค์การเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมเพื่อชุมชน ความประทับใจ หมายถึง ภาพรวมขององค์การที่ได้รับรู้จากประสบการณ์ส่วนตัวและความรู้สึก ความศรัทธา หมายถึง ความสามารถในการเปลี่ยนความรู้สึกให้กลายเป็นบวก ด้วยการให้เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังอย่างน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง หมายถึง ความดีงามขององค์การหรือบุคคลที่สาธารณชนรับรู้ การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ หมายถึง ความรู้ความสามารถที่เหมาะสมของบุคลากร ความยุติธรรม หมายถึง หลักปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลดีที่สุดในสังคมและองค์การ (อมราพร ปะบุตร, ปพฤษ์ อุตสาหะวานิชกิจ และ จิระทัศน์ ชิตทรงสวัสดิ์, 2550, หน้า 104)

ภาพลักษณ์ของสถาบันทางการศึกษา คือ ผลที่เกิดจากความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธาที่บุคคลมีต่อสถาบัน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา จะมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ คือ ความเชื่อถือ อันประกอบด้วย การที่บุคลากรทุกคนมีความรู้ความสามารถ ประพฤติดีและปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถ ชื่อเสียงของสถาบันในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลาย ๆ ด้านรวมกัน ความเหมาะสมของอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมในสถาบันการศึกษา และการพัฒนาสถาบันทางการศึกษาจนได้รับรางวัลและการยกย่อง การยอมรับ ได้แก่ การที่ผู้ปกครองมีความนิยมส่งลูกหลานเข้ามาศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา บุคลากรในสถาบันเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมของชุมชนและสถาบันมีโครงการที่มีการดำเนินการร่วมกับผู้ปกครองและชุมชนและความเลื่อมใสศรัทธา ได้แก่ ความภาคภูมิใจของนักศึกษาที่จบจากสถาบันและประสบความสำเร็จในการทำงานหรือศึกษาต่อและความประทับใจของนักศึกษาและผู้ปกครองที่มีต่อสถาบัน

2. ปัจจัยด้านหลักสูตร หลักสูตรเป็นเสมือนหัวใจสำคัญในการเรียนการสอน เพราะหลักสูตรเป็นตั้งแนวทางหรือกรอบในการที่จะพัฒนาให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจและทักษะ หากหลักสูตรมีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและสอดคล้องกับความต้องการของสังคม ย่อมส่งผลให้ผู้เรียนมีความต้องการที่จะเข้ามาศึกษาในหลักสูตรนั้น ๆ

চারং ব্বস্রী (2542, หน้า 10-11) ได้กล่าวให้เห็นถึงความสำคัญของหลักสูตรอยู่ 2 ประการ คือ



1. ความสำคัญของหลักสูตรต่อการศึกษาส่วนรวม การศึกษาเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์ โดยเฉพาะเป็นกระบวนการพัฒนาบุคคลและยังเป็นเครื่องมือภาครัฐในการสร้างกำลังคน เพื่อก่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการศึกษา เพราะว่าหลักสูตรเป็นเครื่องมือถ่ายทอดเจตนารมณ์หรือเป้าประสงค์ของการศึกษาชาติไปสู่การปฏิบัติ

2. ความสำคัญของหลักสูตรต่อการเรียนการสอน เนื่องจากหลักสูตรเปรียบเสมือนเป็นแม่บทสำคัญของการจัดการศึกษาในทุกๆระดับและทุกสาขาวิชา หลักสูตรจะระบุถึงสิ่งที่ต้องการและแนวทางในการจัดการกับประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลตามจุดมุ่งหมายที่กำหนด

3. ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน คุณลักษณะที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศนั้นจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้คือ สอนดี มีคุณธรรม และ นำชุมชนไปสู่การพัฒนา นอกจากนั้นควรมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ โดยต้องมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทในการเรียนการสอนให้มีวิธีการสอนที่หลากหลาย (ทองคุณ หงส์พันธุ์, 2542 หน้า 8)

4. ปัจจัยด้านสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน การที่มีสื่อและอุปกรณ์ที่ทันสมัยนั้น จะเป็นส่วนสนับสนุนให้กระบวนการในการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เกิดการเรียนรู้ที่รวดเร็วขึ้น ซึ่งสื่อการเรียนการสอน ยุทธ ไกยวรรณ (2545, หน้า 99) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นทุกสิ่งทุกอย่าง ที่จะพาความรู้จากผู้สอนไปยังผู้เรียน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จะรวมถึงสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาและสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติด้วย

สื่อการเรียนการสอนมีความสำคัญ คือ เกิดการเรียนรู้ที่เร็วขึ้น โดยใช้เวลาน้อยลง ช่วยให้เกิดความสนใจการเรียนรู้ และเกิดการมีส่วนร่วม ช่วยให้เกิดความประทับใจ มั่นใจและจดจำได้นาน ช่วยส่งเสริมการคิดและการแก้ไขปัญหา และช่วยลดการบรรยายของผู้สอนลง

5. ปัจจัยด้านสวัสดิการและการบริการ การจัดสวัสดิการและสิ่งบริการให้แก่ผู้เรียนนั้น ก็เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการเรียน และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีความสุข และเกิดการพัฒนาในทุก ๆ ด้าน สวัสดิการและการบริการของสถาบันทางการศึกษา เช่น ห้องสมุด ศูนย์ภาษา ศูนย์คอมพิวเตอร์ ศูนย์กีฬา ศูนย์อาหาร หอพักนักศึกษา ศูนย์การศึกษา ระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย ที่ทำการไปรษณีย์ บริการยานพาหนะ เป็นต้น

6. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ หมายถึงการจัดการด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียจากการดำเนินงานขององค์กร โดยมุ่งหวังให้ทั้ง 2 ฝ่าย ต่างมีความรู้ความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเกิดความสัมพันธ์ระหว่างกันในระยะยาวและยังมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทัศนคติ ความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนเป็นการให้ความรู้หรือแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (กัญญา ศิริสกุล และคณะ, 2552, หน้า 5) การประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิธีการที่สำคัญวิธีการ

หนึ่งที่จะช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ที่จะกำลังตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ เพราะหากสถาบันมีวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ดีก็ย่อมส่งผลให้การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของผู้ที่สนใจนั้นทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

7. ปัจจัยด้านค่านิยมของนักศึกษาและผู้ปกครอง ค่านิยม คือ ความเชื่อ ความปรารถนา ที่บุคคลและสังคมคาดหวังหรือต้องการจะเป็นและประพฤติปฏิบัติ ค่านิยมจึงมีความสำคัญในการตัดสินใจของบุคคล เพราะค่านิยมจะเป็นเครื่องมือในการช่วยกำหนดทิศทางการตัดสินใจเลือกที่จะกระทำหรือเลือกที่จะไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ค่านิยมจึงเป็นบรรทัดฐานในการประพฤติปฏิบัติ ของบุคคลในการดำเนินชีวิต ค่านิยมจะได้รับมาจากการเลี้ยงดูปลูกฝัง ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในสังคมอันจะมีส่วนทำให้บุคคลมีพฤติกรรมไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เช่น ค่านิยมในการศึกษาสูง ค่านิยมในการรับราชการ เป็นต้น

สำหรับค่านิยมในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษานั้น จะถูกปลูกฝังมาจากความเชื่อ ความคิดของผู้ปกครอง ญาติ กลุ่มเพื่อน ครูอาจารย์ ตลอดจนการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

สรุปได้ว่า ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษานั้นมีหลากหลาย คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน เช่น ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การยอมรับ การดำเนินกิจกรรมเพื่อชุมชน ความประทับใจ ความศรัทธา ชื่อเสียง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ ด้านหลักสูตร คือ มีความสอดคล้องต่อผู้เรียนและสอดคล้องกับความต้องการของสังคม ด้านอาจารย์ผู้สอน คือ สอนดี มีคุณธรรม นำชุมชนไปสู่การพัฒนา ด้านสื่อการเรียนการสอน คือ มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เกิดการเรียนรู้ที่รวดเร็วขึ้น ด้านการประชาสัมพันธ์ คือ มีการจัดการด้านประชาสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้รู้ถึงความเข้าใจซึ่งกันและกัน และด้านของค่านิยมของนักศึกษาและผู้ปกครอง คือ การเลี้ยงดูปลูกฝัง ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในสังคม อันมีส่วนในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อได้เช่นเดียวกัน

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540, หน้า 80) ได้สรุปความหมายของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

ภาพลักษณ์ “Image” ในด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ในใจ (mental picture) ของคนเราอาจจะเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิต หรือสิ่งที่ไม่มชีวิตรก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (person) องค์การ (organization) สถาบัน (institution) ฯลฯ และภาพดังกล่าว อาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น กล่าวคือ บุคคล องค์การ สถาบัน ฯลฯ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเราหรืออาจเป็นภาพที่เรานึกสร้างเองก็ได้

เลสลี่ (Lesly, 1971) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงอีกผู้หนึ่งได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับคำว่าภาพลักษณ์ว่า หมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวมีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น ๆ

เคลาด์ โรบินสัน และวอลเตอร์ บาร์โลว์ (Barlow & Robinson, อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2540) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ไว้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรง (direct experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (indirect experience) ของตนเอง

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540, หน้า 81) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (image) มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์มาก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และเป็นงานที่มีส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์การ ให้มีภาพลักษณ์ที่ดี (good image) ต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนเพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อศรัทธาจากประชาชนที่มีต่อองค์การ หรือสถาบัน

คำว่าภาพลักษณ์ จึงหมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (mental picture) ของคนเราอาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (person) องค์การ (organization) ฯลฯ และภาพดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น กล่าวคือบุคคล องค์การ ฯลฯ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเราหรืออาจเป็นภาพที่เรานึกสร้างเองก็ได้

คอตเลอร์ (Kotler 2003, p. 533) ปรมาจารย์ด้านการตลาดอธิบายถึงคำว่าภาพลักษณ์ (image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

เจฟกินส์ (Jefkins, 1993, pp. 21-22) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษ ได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจ (corporate image) คือ ภาพขององค์การใดองค์การหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจและได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์การ (corporate identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

### 3.1 องค์ประกอบของภาพลักษณ์

เคนเนท (Kenneth 2001, p. 52) ได้กล่าวถึง “ภาพลักษณ์” ว่าเป็นความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้สึกนั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาเอง (subjective knowledge) ซึ่งประกอบไปด้วย “ข้อเท็จจริง” คุณค่าที่เราเป็นผู้ให้รวมอยู่ บาวล์ดิงจ์ เสนอว่าบุคคลแต่ละคนจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย (subjective knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งในโลกรอบ ๆ ตัวเราที่ได้ประสบความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคลเหล่านี้เป็นที่รวมของสิ่งต่าง ๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริงเสมอ เนื่องจากเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างถ่องแท้เสมอไป เรามักจะได้เฉพาะภาพบางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้นซึ่งจะเป็นภาพที่ไม่แน่นอน ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบเป็นภาพลักษณ์ของเราที่มีอยู่ในโลก และพฤติกรรมของเราก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่มี

อยู่ในสมองด้วย ภาพลักษณะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับจิตใจโดยตรงเพราะเราไม่ได้มีประสบการณ์โดยตรงกับสิ่งแวดล้อมที่เราได้สัมผัสมา แต่เราก็ยังได้รับประสบการณ์จากทางอื่นอีก ซึ่งเราต้องอาศัยการตีความหมายสำหรับตัวเองเสมอ ภาพลักษณะจึงเป็นการทดแทนความหมายเชิงอัตวิสัย (subjective representation) ของสิ่งต่าง ๆ ที่เรารับรู้มา เป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย (interpreted sensation) หรือความประทับใจในภาพที่ปรากฏ (appearance) ความคล้ายคลึงหรือความหมายของการรับรู้ (perception) กระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรร ตีความ และให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้น คือ กระบวนการก่อภาพลักษณะ (process of image) ซึ่งมักจะมี ความสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (perceptual component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับจากการสังเกตโดยตรง การสังเกตจะนำไปสู่การรับรู้ (cures) ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพต่าง ๆ ผ่านจากการรับรู้
2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (cognitive component) ได้แก่ ภาพลักษณะที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภทความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (sense component) ได้แก่ ภาพลักษณะของบุคคล ที่เกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (cognitive component) เป็นภาพลักษณะที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเรานั้น อันเป็นผลปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างกัน

### 3.2 ประเภทของภาพลักษณะ

ซูเกียรตี วงศ์เทพเตียน (2548, หน้า 75-81) ได้จำแนกประเภทของภาพลักษณะไว้ดังนี้

1. ภาพลักษณะซ้อน (multiple image) เป็นภาพของหน่วยงานต่าง ๆ ในสายตาของประชาชนหรือเป็นภาพลักษณะที่ตัวแทนขององค์การหรือสถาบันต่าง ๆ ได้ทำให้เกิดขึ้น เช่น พริตตี้เกิร์ล (pretty girl) ที่ทำให้ภาพลักษณะของบริษัทสินค้าหรือบริการที่ว่าจ้าง มีความแตกต่างกันออกไปในสายตาของประชาชน เป็นต้น
2. ภาพลักษณะปัจจุบัน (current image) เป็นภาพลักษณะปัจจุบันที่กลุ่มชนมีความคิด เป็นไปในทางเดียวกัน เช่น ภาพลักษณะของนักการเมืองที่เป็นบุคคลที่ไม่สุจริตในสายตาของคน
3. ภาพลักษณะกระจกเงา (mirror image) เป็นภาพลักษณะที่เปรียบเสมือนกระจกเงา ที่สะท้อนภาพของผู้ส่งออกมา แต่อาจจะเป็นลักษณะใดก็ได้ตามความคิดของบุคคลนั้น ที่ส่องกระจกอยู่ อาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ แต่ขึ้นอยู่กับความนึกคิดของตนเอง
4. ภาพลักษณะที่พึงปรารถนา (wish image) เป็นภาพลักษณะที่ฝ่ายบริหารขององค์การต้องการให้เกิดขึ้นกับองค์การของตนเอง

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (optimum image) เป็นภาพลักษณ์ที่ต้องตระหนักถึงความเป็นจริงและความเข้าใจ แต่การที่จะได้ภาพลักษณ์แบบนี้ย่อมจะมีอุปสรรคหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ของผู้รับสารอุปสรรคของการใช้สื่อต่าง ๆ จนไม่สามารถทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่ต้องการได้ตามความเป็นจริง

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (correct and incorrect image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริงหรือตามเหตุการณ์ที่เป็นอยู่จึงจำเป็นต้องแก้ไขให้ถูกต้องให้กลายเป็นภาพลักษณ์ที่เป็นจริง

7. ภาพลักษณ์สินค้าและบริการ (product and service image) เป็นภาพลักษณ์ ที่เกี่ยวข้องกับโดยตรงกับตัวสินค้า การบริการ และภาพลักษณ์นี้เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การด้วย เพราะว่าภาพลักษณ์ขององค์การไม่ดีก็จะทำให้ภาพลักษณ์ของตัวสินค้า และการบริการไม่ดีไปด้วย

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (brand image) เป็นภาพลักษณ์คล้ายกับตัวสินค้าแต่ภาพลักษณ์นี้เป็นภาพลักษณ์ของตราสินค้า หรือ logo

9. ภาพลักษณ์องค์การ (corporate image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์การใดองค์การหนึ่ง โดยเน้นที่ภาพรวมขององค์การนั้น

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (institution image) คล้ายกับภาพลักษณ์องค์การแต่มุ่งเน้นที่ตัวสถาบันหรือตัวองค์การโดยตรง โดยที่ไม่ได้มุ่งเน้นทางด้านธุรกิจหรือการค้า

คอตเลอร์ (Kotler, 2003, p. 296) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ในบริบทของการตลาดไว้ว่า ภาพลักษณ์ (image) เป็นวิถีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทและภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการภายใต้การควบคุมของธุรกิจเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องค์การธุรกิจจะสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบทางการบริหารจัดการได้แล้ว อาจจำกัดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดให้ชัดเจนโดยจำแนกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (product of service image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์การ หรือตัวธุรกิจซึ่งบริษัทหนึ่ง ๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตราที่ยี่ห้อที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2. ภาพลักษณ์ตราที่ยี่ห้อ (brand image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เพื่อปกป้องถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหลายยี่ห้อจะมาจากรบริษัทเดียวกัน

แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราอยู่ที่ถือถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับกำหนัดตำแหน่งครองใจ (positioning) ของสินค้าที่ห้อยโดยที่ห้อยหนึ่งทีบริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ

3. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์การ (institutional image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์การหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์การเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์การ ทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการ บุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคมและการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกษรา โปธิเย็น (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี พบว่าปัจจัยด้านราคา ได้รับความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

กิตติภณ กิตยานุรักษ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ โดยทำการศึกษาครอบคลุมใน 7 ด้าน คือ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ด้านสวัสดิการ และการบริการ ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านค่านิยมของนักศึกษาและผู้ปกครอง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อทั้งภาคปกติและภาคพิเศษโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านอาจารย์ผู้สอนด้านหลักสูตร และด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ส่วนด้านสวัสดิการและการบริการของสถาบันอยู่ในระดับปานกลาง ในการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาภาคปกติและภาคพิเศษเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นฤฤต ยืนยงเดชา (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นอันดับหนึ่งของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านการผลิตบัณฑิตจำนวนมากที่มีความสำคัญ ในระดับมากที่สุดต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา รองลงมาคือ จบจากสถาบันนี้แล้วจะมีโอกาสในการ

ประกอบอาชีพสูงกว่าสถาบันอื่น สำหรับปัจจัยทางด้านราคาถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับการเลือกศึกษาในระดับมากที่สุด ปัจจัยทางด้านสถานที่คือ ปัจจัยเรื่องมหาวิทยาลัยใกล้ภูมิลำเนาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในทุก ๆ ด้าน รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยมีสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยแก่การเรียน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ มีคณะให้เลือกศึกษาจำนวนมาก รองลงมาคือ มีโควตาและโครงการจำนวนมากสำหรับนักเรียนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อมาคือ มีเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย ส่วนปัจจัยด้านส่วนบุคคลมีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ประสิทธิภาพของบุคลากรในมหาวิทยาลัย รองลงมาคือ อาจารย์ในมหาวิทยาลัยมีความหน้าเชื่อถือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การมีบริการทางการศึกษาที่รวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ และปัจจัยทางการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ การที่มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงในระดับประเทศรองลงมา คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการประชาสัมพันธ์ได้ทั่วถึง นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นอันดับหนึ่งอีก คือ เพื่อน การเลือกศึกษาต่อตามเพื่อนมีอิทธิพลกับกลุ่มตัวอย่างสูงมาก รองลงมาคือ รุ่นพี่ และการมีมหาวิทยาลัยเป็นมหาวิทยาลัยในฝัน เป็นมหาวิทยาลัยที่เหมาะสมกับตัวเอง เลือกตามความต้องการของผู้ปกครอง และเลือกตามคำโฆษณา ประชาสัมพันธ์หรือประกาศ ตามลำดับ

ศศิวิมล แสนเมือง (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของ มทส. ในมุมมองของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2) ศึกษาปัจจัยในการเลือกมหาวิทยาลัยโดยทั่วไปของนักเรียน ที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านภาพลักษณ์โดยรวมต่อการเลือก มทส. ในมุมมองของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 4) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านหลักสูตรต่อการเลือก มทส. ในมุมมองของนักเรียนที่มีผลการเรียนดี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคลต่อการเลือก มทส. ในมุมมองของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยแยกปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจเลือกประกอบด้วย ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล โดยมีประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงสุดในสายการศึกษาคณิตศาสตร์-วิทยาศาสตร์ ของโรงเรียนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดชัยภูมิ โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 497 คน ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย คือ ด้านบุคลิกภายนอก ได้แก่ รักสงบ สะอาด สงบเสถียร และมีการปรับปรุงตลอดเวลา ด้านความสามารถ ได้แก่ ฉลาด มั่นคง กระตือรือร้น รวดเร็ว ด้านการเรียน ได้แก่ จริงจัง

เครื่องเคียด มีสาระ ยาก ด้านรสนิยม ได้แก่ ดิตดิน บ้านนอก ด้านมูลค่า ได้แก่ แพง ทนสมัย และผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตร และเหตุผลส่วนบุคคล พบว่า ทั้งปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตร และเหตุผลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

**เมธาวี สุขปาน (2556)** ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน กรณีศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี รวมทั้งศึกษาวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยตัวอย่างเก็บจากนักเรียนที่ศึกษาในที่สุดท้ายของระดับการศึกษาระดับวิชาชีพ (ปวช.) ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี จำนวน 400 คน วิธีการวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมเก็บข้อมูล สามารถเก็บข้อมูลที่มีคุณภาพจากนักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี แบบสอบถามที่ใช้วิเคราะห์จำนวน 400 ชุด โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลองโลจิส ผลการศึกษาพบว่า คะแนนของความสำคัญทางด้านความพึงพอใจกับต้นทุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ที่วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยทั้งสองด้านพบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ชื่อเสียงของสถานศึกษาที่เป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนานและเป็นของรัฐบาล รองลงมาได้แก่ ความชอบและความถนัดส่วนตัว รวมทั้งการชักชวนจากเพื่อนตามลำดับ

**ธนวรรณ รักอู่ (2556)** ได้ศึกษาการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ของนักศึกษาภาคปกติ ปีการศึกษา 2556 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและด้านสถานที่ตั้ง ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุดคือด้านการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยคณะครุศาสตร์ มีความคิดเห็นต่างกับคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ด้านการประชาสัมพันธ์คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมีความคิดเห็นต่างกับคณะครุศาสตร์และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้านบุคลากรคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมีความคิดเห็นต่างกับคณะครุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมีความคิดเห็น



ต่างกับคณะครุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ ครอบครัว ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ภูมิลำเนาเดิมของครอบครัวพบว่าไม่แตกต่างกัน

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ได้แก่ นักเรียนที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 ว่ามีปัจจัยใดบ้าง และในบทนี้จะได้กล่าวถึงประชากรกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะนำเสนอต่อไปนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 และมีความสมัครใจเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สำเร็จการศึกษา จากโรงเรียนในจังหวัด ระดับชั้นที่สำเร็จการศึกษา คณะที่เลือกเข้าศึกษา ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม รายได้ต่อเดือนของครอบครัว สถานภาพของบิดา/มารดา อาชีพบิดา อาชีพมารดา ปัญหาทางด้านสุขภาพ และที่พำนักอาศัยระหว่างที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประจำปีการศึกษา 2562 เป็นแบบแสดงระดับ

ความคิดเห็น (Likert Scales) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ซึ่งมี 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยน้อยที่สุด (Unfavorable) ไปจนถึง เห็นด้วยมากที่สุด (Favorable) ดังนี้

1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	น้อยที่สุด
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	น้อย
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	ปานกลาง
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	มาก
5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เป็นแบบแสดงระดับความคิดเห็น (Likert Scales) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ซึ่งมี 5 ระดับ ซึ่งมี 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยน้อยที่สุด (Unfavorable) ไปจนถึง เห็นด้วยมากที่สุด (Favorable) ดังนี้

1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	น้อยที่สุด
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	น้อย
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	ปานกลาง
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	มาก
5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	มากที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่แท้จริงของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ด้วยวิธีการ

3.1 การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ด้วยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562

3.2 การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยศึกษาวิธีการและข้อมูลจากหนังสือ เอกสารทางด้านวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม มาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ตรวจสอบความครบถ้วน สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก ลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ประมวลผลข้อมูล จากข้อมูลที่ได้ลงรหัสแล้วบันทึกไว้ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ข้อมูลจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

4.2 ข้อมูลจากคำถามปลายเปิดนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และสรุปเนื้อหาเชิงพรรณนาความ

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ  
ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 ซึ่งมีผู้สมัครใจตอบแบบสอบถาม จำนวน 212 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการนำเสนอปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	77	36.3
	หญิง	135	63.7
	<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3

ตารางที่ 2 แสดงร้อยละการสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนในจังหวัด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>จังหวัด</b>		
กาฬสินธุ์	10	4.7
ขอนแก่น	64	30.2
ชัยภูมิ	8	3.8
นครพนม	4	1.9
นครราชสีมา	26	12.3
บึงกาฬ	3	1.4
บุรีรัมย์	5	2.4
มหาสารคาม	7	3.3
มุกดาหาร	7	3.3
ยโสธร	3	1.4
ร้อยเอ็ด	13	6.1
เลย	7	3.3
ศรีสะเกษ	3	1.4
สกลนคร	8	3.8
สุรินทร์	2	0.9
หนองคาย	6	2.8
หนองบัวลำภู	3	1.4
อำนาจเจริญ	2	0.9
อุดรธานี	21	9.9
อุบลราชธานี	10	4.7
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนในจังหวัดขอนแก่นมากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 น้อยที่สุด จังหวัดสุรินทร์ และ จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 3 แสดงร้อยละระดับการศึกษาที่สำเร็จการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6)	208	98.1
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3)	4	1.9
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 98.1 น้อยที่สุด สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละคณะที่เข้าศึกษา

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>คณะ</b>		
ทันตแพทยศาสตร์	1	0.5
พยาบาลศาสตร์	19	9.0
เภสัชศาสตร์	5	2.4
สัตวแพทยศาสตร์	3	1.4
สาธารณสุขศาสตร์	3	1.4
เทคนิคการแพทย์	3	1.4
แพทยศาสตร์	7	3.3
วิทยาศาสตร์	32	15.1
เกษตรศาสตร์	13	6.1
วิศวกรรมศาสตร์	21	9.9
สถาปัตยกรรมศาสตร์	3	1.4
เทคโนโลยี	6	2.8
วิทยาศาสตร์ประยุกต์และวิศวกรรมศาสตร์	1	0.5
นิติศาสตร์	20	9.4

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละคณะที่เข้าศึกษา (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>คณะ</b>		
บริหารธุรกิจ	3	1.4
บริหารธุรกิจและการบัญชี	11	5.2
ศิลปกรรมศาสตร์	0	0.0
ศิลปศาสตร์	4	1.9
ศึกษาศาสตร์	18	8.5
เศรษฐศาสตร์	9	4.2
วิทยาลัยนานาชาติ	1	0.5
สังคมศาสตร์บูรณาการ	1	0.5
วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น	5	2.4
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	23	10.8
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าศึกษาในคณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 รองลงมาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 น้อยที่สุด คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์และวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติ คณะสังคมศาสตร์บูรณาการ คณะละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของผู้เข้าศึกษา

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม</b>		
0 – 1.5	0	0.0
1.51 - 2.00	0	0.0
2.01 – 2.50	9	4.2
2.51 – 3.00	29	13.7
3.01 – 3.50	73	34.4
3.51 – 4.00	101	47.6
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>



จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51 – 4.00 จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมามีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.01 – 3.50 จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 น้อยที่สุดมีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.01 – 2.50 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

**ตารางที่ 6** แสดงร้อยละรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>รายได้ต่อเดือนของครอบครัว</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	26	12.3
10,001 – 30,000 บาท	71	33.5
30,001 – 50,000 บาท	52	24.5
50,001 – 70,000 บาท	32	15.1
70,001 – 100,000 บาท	18	8.5
100,001 บาทขึ้นไป	10	4.7
200,000 บาทขึ้นไป	3	1.4
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมามีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 น้อยที่สุดมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 200,000 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 7 แสดงร้อยละสถานภาพของบิดา/มารดา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานภาพ</b>		
สมรส (อยู่ด้วยกัน)	157	74.1
สมรส (แยกกันอยู่)	8	3.8
หย่าร้าง	39	18.4
บิดาเสียชีวิต	7	3.3
มารดาเสียชีวิต	1	0.5
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่อยู่ในครอบครัวที่สถานภาพบิดา/มารดา อยู่ด้วยกัน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1 รองลงมาสถานภาพบิดา/มารดาหย่าร้าง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 น้อยที่สุดสถานภาพมารดาเสียชีวิต จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 8 แสดงร้อยละอาชีพบิดา

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/งานราชการ	56	26.4
รัฐวิสาหกิจ/เอกชน	17	8.0
ค้าขาย	22	10.4
เกษตรกร	38	17.9
รับจ้างทั่วไป	38	17.9
ธุรกิจส่วนตัว	30	14.2
พ่อบ้าน	4	1.9
เสียชีวิต	7	3.3
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้บิดาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/งานราชการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาอาชีพเกษตรกรและรับจ้างทั่วไป จำนวนอาชีพละ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 น้อยที่สุดมีอาชีพพ่อบ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตารางที่ 9 แสดงร้อยละอาชีพมารดา

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/งานราชการ	52	24.5
รัฐวิสาหกิจ/เอกชน	13	6.1
ค้าขาย	30	14.2
เกษตรกร	37	17.5
รับจ้างทั่วไป	33	15.6
ธุรกิจส่วนตัว	27	12.7
แม่บ้าน	19	9.0
เสียชีวิต	1	0.5
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้มารดาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/งานราชการ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมามีอาชีพเกษตรกร จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 น้อยที่สุดมีมารดาเสียชีวิต จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 10 แสดงร้อยละปัญหาสุขภาพหรือโรคประจำตัวของผู้เข้าศึกษา

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ปัญหาสุขภาพ</b>		
ไม่มี	203	95.8
มี	9	4.2
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้เข้าศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาสุขภาพ จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8 มีปัญหาสุขภาพด้านโรคเบาหวาน โรคภูมิแพ้ โรคกระเพาะ โรคหอบหืด โรคG6PD จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

ตารางที่ 11 แสดงร้อยละที่พักอาศัยในระหว่างที่จะศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ที่พักอาศัย</b>		
หอพักในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	107	50.5
หอพักเอกชนนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น	83	39.2
บ้านตนเอง	20	9.4
บ้านญาติ	2	0.9
<b>รวม</b>	<b>212</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าในระหว่างศึกษาที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นผู้เข้าศึกษาส่วนใหญ่พักอาศัยในหอพักมหาวิทยาลัย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาพักอาศัยในหอพักเอกชนนอกมหาวิทยาลัย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 น้อยที่สุดพักอาศัยที่บ้านญาติ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

## 2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย ขอนแก่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาใน  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปรากฏตามตารางที่ 12

**ตารางที่ 12** แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านเป้าหมายส่วนตัว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้า ศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
<b>ปัจจัยด้านเป้าหมายส่วนตัว</b>				
1. มหาวิทยาลัยมีคณะและสาขาที่ ต้องการเข้าศึกษาต่อ	63.7	4.58	0.582	มากที่สุด
2. มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาความรู้ ความสามารถของนักศึกษาได้	60.4	4.55	0.585	มากที่สุด
3. มหาวิทยาลัยสามารถเพิ่มพูนความรู้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาใน ระดับสูงขึ้นได้	67.0	4.63	0.547	มากที่สุด
4. การเรียนในมหาวิทยาลัยทำให้เกิด การยอมรับจากสังคมและกลุ่มเพื่อน	45.3	4.22	0.883	มากที่สุด
5. สาขาที่เลือกเรียนตรงกับ ความสามารถและความต้องการ	46.7	4.30	0.756	มากที่สุด
6. เป็นมหาวิทยาลัยในดวงใจ	65.6	4.53	0.724	มากที่สุด
7. เป็นมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	80.7	4.74	0.610	มากที่สุด

จากตารางที่ 12 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาใน  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านเป้าหมายส่วนตัวผู้เข้าศึกษามีระดับความคิดเห็นระดับเห็นด้วยมากที่สุด  
ในทุกประเด็น ดังนี้ มหาวิทยาลัยมีคณะและสาขาที่ต้องการเข้าศึกษาต่อ ร้อยละ 63.7 มหาวิทยาลัย  
สามารถพัฒนาความรู้ ความสามารถของนักศึกษาได้ ร้อยละ 60.4 มหาวิทยาลัยสามารถเพิ่มพูน

ความรู้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในระดับสูงขึ้นได้ ร้อยละ 67.0 การเรียนในมหาวิทยาลัยทำให้เกิดการยอมรับจากสังคมหรือกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 45.3 มีสาขาที่เลือกเรียนตรงกับความสามารถและความต้องการ ร้อยละ 46.7 เป็นมหาวิทยาลัยในดวงใจ ร้อยละ 65.6 เป็นมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 80.7

**ตารางที่ 13** แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านต่าง ๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>ปัจจัยด้านต่าง ๆ</b>				
1. บิดา/มารดา/ผู้ปกครองสนับสนุนให้ศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น	62.7	4.49	0.756	มากที่สุด
2. เป็นสถาบันการศึกษาเดิมของบิดา/มารดา/ผู้ปกครอง	50.9	2.18	1.431	น้อยที่สุด
3. มั่นใจในชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย	65.7	4.60	0.595	มากที่สุด
4. มั่นใจว่าเมื่อเข้าศึกษาแล้วสำเร็จการศึกษาแน่นอน	69.8	4.59	0.712	มากที่สุด
5. มั่นใจว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ	64.6	4.52	0.724	มากที่สุด
6. เพื่อนชวน	30.7	2.47	1.244	ปานกลาง
7. รุ่นพี่/ศิษย์เก่าแนะนำ	32.5	2.96	1.265	ปานกลาง
8. เห็นความสำเร็จในการประกอบอาชีพของผู้ที่เคยสำเร็จจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น	43.9	4.22	0.843	มากที่สุด
9. มีหลายสาขาวิชาให้เลือก	59.9	4.45	0.786	มากที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้เข้าศึกษามีระดับความคิดเห็นในประเด็นปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ระดับเห็นด้วยมากที่สุด ประเด็น บิดา/มารดา/ผู้ปกครองสนับสนุนให้ศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น ร้อยละ 62.7 มั่นใจในชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ร้อยละ 65.7 มั่นใจว่าเมื่อเข้าศึกษาแล้วสำเร็จการศึกษาแน่นอน

ร้อยละ 69.8 มั่นใจว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ ร้อยละ 64.6 เห็นความสำเร็จในการประกอบอาชีพของผู้ที่เคยสำเร็จจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น ร้อยละ 43.9 มีหลายสาขาวิชาให้เลือก ร้อยละ 59.9 นอกจากนี้ผู้เข้าศึกษายังมีความคิดเห็นในระดับปานกลางในปัจจุบัน เพื่อนชวน ร้อยละ 30.7 รุ่นพี่/ศิษย์เก่าแนะนำ ร้อยละ 32.5 และผู้เข้าศึกษามีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด คือ เป็นสถาบันการศึกษาเดิมของบิดา/มารดา/ผู้ปกครอง ร้อยละ 50.9

### 3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านมหาวิทยาลัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ตารางที่ 14 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านมหาวิทยาลัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>ปัจจัยด้านมหาวิทยาลัย</b>				
1. มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากสังคม	63.7	4.55	0.647	มากที่สุด
2. มีความพร้อมในการจัดการศึกษา	60.4	4.56	0.568	มากที่สุด
3. มีความเป็นเลิศทางการวิจัย	55.2	4.45	0.662	มากที่สุด
4. มีความเป็นเลิศด้านวิชาการ	61.8	4.57	0.575	มากที่สุด
5. มีความทันสมัยในด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	56.1	4.49	0.619	มากที่สุด
6. มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้	57.5	4.50	0.627	มากที่สุด
7. มีชื่อเสียงทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการระบบการศึกษาและการบริหารงาน	54.7	4.47	0.626	มากที่สุด
8. มีความครบถ้วนและทันสมัยในด้านอาคารสถานที่	55.7	4.45	0.662	มากที่สุด
9. มีความสะดวกสบายด้านการคมนาคม	59.9	4.53	0.602	มากที่สุด
10. มีความพร้อมด้านสวัสดิการและด้านการบริการสุขภาพ	50.9	4.41	0.657	มากที่สุด

ตารางที่ 14 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
<b>ปัจจัยด้านมหาวิทยาลัย (ต่อ)</b>				
11. บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาได้รับการยอมรับ จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน	58.5	4.50	0.656	มากที่สุด
12. มีค่าใช้จ่ายส่วนตัวในระหว่างเรียนเพียงพอ ต่อการดำรงชีวิต	39.2	4.13	0.811	มากที่สุด
13. ค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม	45.8	4.24	0.788	มากที่สุด
14. มีทุนการศึกษาจำนวนมากสำหรับ นักศึกษา	41.1	4.15	0.840	มากที่สุด
15. มีบริการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา	44.3	4.14	0.963	มากที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยด้านมหาวิทยาลัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดในทุกปัจจัย ดังนี้ มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากสังคม ร้อยละ 63.7 มีความพร้อมในการจัดการศึกษา ร้อยละ 60.4 มีความเป็นเลิศทางด้านการวิจัย ร้อยละ 55.2 มีความเป็นเลิศด้านวิชาการ ร้อยละ 61.8 มีความทันสมัยในด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ร้อยละ 56.1 มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ ร้อยละ 57.5 มีชื่อเสียงทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการระบบการศึกษาและการบริหารงาน ร้อยละ 54.7 มีความครบถ้วนและทันสมัยในด้านอาคารสถานที่ ร้อยละ 55.7 มีความสะดวกสบายด้านการคมนาคม ร้อยละ 59.9 มีความพร้อมด้านสวัสดิการและด้านการบริการสุขภาพ ร้อยละ 50.9 บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาได้รับการยอมรับจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ร้อยละ 58.5 มีค่าใช้จ่ายส่วนตัวในระหว่างเรียนเพียงพอต่อการดำรงชีวิต ร้อยละ 39.2 ค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม ร้อยละ 45.8 มีทุนการศึกษาจำนวนมากสำหรับนักศึกษา ร้อยละ 41.1 มีบริการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา ร้อยละ 44.3



4. ปัญหา อุปสรรค ในช่วงสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 สามารถสรุปเป็นรายด้านได้ ดังนี้

4.1 ด้านการสืบค้นข้อมูลการสมัคร ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีการแสดงความคิดเห็น ดังนี้

เว็บไซต์ รับสมัคร หาข้อมูลได้ค่อนข้างสะดวก ง่ายต่อการเข้าถึง มีข้อมูลที่ชัดเจน มีการจัดสัดส่วนของข้อมูลในเว็บไซต์อย่างดี และยังสามารถสืบค้นข้อมูลการสมัครได้ในเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยเพิ่มเติมได้ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไม่ชัดเจนมีน้อยเกินไป วันประกาศและวันสัมภาษณ์กระชั้นชิดเกินไปทำให้ดำเนินการตรวจสอบสภาพไม่ทันตามกำหนด เว็บไซต์ลំบ่อม

4.2 ด้านการสมัคร ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีการแสดงความคิดเห็น ดังนี้

เว็บไซต์ค่อนข้างสะดวก การสมัครผ่านระบบออนไลน์มีความรวดเร็วและสมัครง่าย ช่วงของการรับสมัครเว็บไซต์ลំบ่อม ควรมีตัวอย่างหรือแนวทางการสมัครให้ดู ควรมีเจ้าหน้าที่คอยตอบหรือแนะนำข้อมูลเมื่อมีปัญหาในการสมัคร

4.3 ด้านการชำระเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีการแสดงความคิดเห็น ดังนี้

การชำระเงินค่อนข้างสะดวก โดยเฉพาะการรับชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสไม่ควรกำหนดให้มีการชำระเงินวันสุดท้ายในช่วงวันหยุดเนื่องจากบางพื้นที่ธนาคารปิดทำการ รายละเอียดการชำระเงินไม่ชัดเจน ควรให้มีการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารได้

4.4 ด้านการประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีการแสดงความคิดเห็น ดังนี้

การประกาศรายชื่อผ่านทางเว็บไซต์ค่อนข้างสะดวก เข้าถึงง่าย มีความชัดเจน แต่ยังมี การประกาศรายชื่อล่าช้า

4.2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภท โควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 สามารถสรุปเป็นรายด้านได้ ดังนี้

1. ควรมีการประกาศรายละเอียดเกี่ยวกับการรายงานตัวเข้าศึกษาให้ละเอียดและรวดเร็ว
2. ควรมีรายละเอียดที่ชัดเจนในการชำระเงินค่ารายงานตัวเป็นนักศึกษา
3. อยากให้มีการแนะนำสาขาวิชาของแต่ละคณะ และแนะนำหลักสูตร วิชาต่าง ๆ ที่ต้องเรียนของแต่ละสาขา จะทำออกมาในรูปแบบของคลิปวิดีโอ หรือเป็นเพจต่าง ๆ ก็ดี

4. ควรมีแผนผังแนะนำสถานที่ตั้งคณะต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจและเดินทางมาสัมภาษณ์สะดวกมากขึ้น
5. ข้อมูลหอพักในค่อนข้างน้อยควรเพิ่มรายละเอียด เช่น การเปรียบเทียบความต่างของแต่ละหอ ควรเพิ่มรูปภาพภายในหอให้มีหลายมุม บอกรายละเอียดว่าหอไหนใกล้คณะอะไร
6. อยากให้อัพเดทข้อมูลในการศึกษาต่อมากกว่านี้ แนะนำช่องทางการติดต่อของคณะหรือผู้รู้ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย อยากให้แจกแจงหลักสูตร ควรทำให้เพจการรับสมัครคนเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นที่รู้จักมากกว่านี้
7. อยากให้ประกาศเลขประจำตัวนักศึกษาหลังการประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาโดยเร็ว

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาใน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภท โควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) และ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 212 คน ซึ่งได้มาจากผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาใน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 ที่สมัครใจตอบ แบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ด้วยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม และการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยศึกษาจากหนังสือ เอกสารทางด้านวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษา จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และจัดทำรายงานโดยการเขียน การวิจัยเชิงบรรยายความ (Descriptive Research)

#### 1. สรุปผลการวิจัย

##### 1. ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.7 สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนในจังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 30.2 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) คิดเป็นร้อยละ 98.1 เข้าศึกษาในคณะวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 15.1 มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.51 – 4.00 คิดเป็นร้อยละ 47.6 รายได้ต่อเดือนของครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 33.5 สถานภาพบิดา/มารดา อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 74.1 บิดามีอาชีพรับราชการ/งานราชการ คิดเป็นร้อยละ 26.4 มารดามีอาชีพรับราชการ/งานราชการ คิดเป็นร้อยละ 24.5 ไม่มีปัญหาสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 95.8 และในระหว่างศึกษาส่วนใหญ่พักอาศัยในหอพักมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 50.5

##### 2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นด้านเป้าหมายส่วนตัวนั้นมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาทางด้าน สามารถจำแนกโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เป็นมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งในภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยสามารถเพิ่มพูนความรู้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในระดับสูงขึ้นได้ เป็นมหาวิทยาลัยในดวงใจ มหาวิทยาลัยมีคณะและสาขาที่ต้องการเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาความรู้ความสามารถของนักศึกษาได้ มีสาขาที่เลือกเรียนตรงกับความสามารถและความต้องการ การเรียนในมหาวิทยาลัยทำให้เกิดการยอมรับจากสังคมหรือกลุ่มเพื่อน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้เข้าศึกษามีระดับความคิดเห็นในประเด็นปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ระดับเห็นด้วยมากที่สุด ประเด็น บิดา/มารดา/ผู้ปกครองสนับสนุนให้ศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น มั่นใจในชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย มั่นใจว่าเมื่อเข้าศึกษาแล้วสำเร็จการศึกษาแน่นอน มั่นใจว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ เห็นความสำเร็จในการประกอบอาชีพของผู้ที่เคยสำเร็จจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีหลายสาขาวิชาให้เลือก นอกจากนี้ผู้เข้าศึกษายังมีความคิดเห็นในระดับปานกลางในปัจจัย เพื่อนชวน รุ่นพี่/ศิษย์เก่าแนะนำ และผู้เข้าศึกษามีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด คือ เป็นสถาบันการศึกษาเดิมของบิดา/มารดา/ผู้ปกครอง

### 3. ปัจจัยด้านมหาวิทยาลัย

ปัจจัยด้านมหาวิทยาลัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดในทุก ปัจจัย ดังนี้ มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากสังคม มีความพร้อมในการจัดการศึกษา มีความเป็นเลิศทางด้านการวิจัย มีความเป็นเลิศด้านวิชาการ มีความทันสมัยในด้านหลักสูตรการเรียนการสอน มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ มีชื่อเสียงทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการระบบการศึกษาและการบริหารงาน มีความครบถ้วนและทันสมัยในด้านอาคารสถานที่ มีความสะดวกสบายด้านการคมนาคม มีความพร้อมด้านสวัสดิการและด้านการบริการสุขภาพ บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาได้รับการยอมรับจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีค่าใช้จ่ายส่วนตัวในระหว่างเรียนเพียงพอต่อการดำรงชีวิต ค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม มีทุนการศึกษาจำนวนมากสำหรับนักศึกษา มีบริการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา

### 4. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

#### 4.1 ปัญหา อุปสรรค

ด้านการสืบค้นข้อมูลการสมัคร เว็บไซต์ รับสมัคร หาข้อมูลได้ค่อนข้างสะดวก ง่ายต่อการเข้าถึง มีข้อมูลที่ชัดเจน มีการจัดสัดส่วนของข้อมูลในเว็บไซด์อย่างดี และยังสามารถสืบค้นข้อมูลการสมัครได้ในเว็บไซด์มหาวิทยาลัยเพิ่มเติมได้ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไม่

ชัดเจนมีน้อยเกินไป วันประกาศและวันสัมภาษณ์กระตุ้นชัดเจนไปทำให้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพไม่ทันตามกำหนด เว็บไซต์ล่มบ่อย

**ด้านการสมัคร** เว็บไซต์ค่อนข้างสะดวก การสมัครผ่านระบบออนไลน์มีความรวดเร็วและสมัครง่าย ช่วงของการรับสมัครเว็บไซต์ล่มบ่อย ควรมีตัวอย่างหรือแนวทางการสมัครให้ดู ควรมีเจ้าหน้าที่คอยตอบหรือแนะนำข้อมูลเมื่อมีปัญหาในการสมัคร

**ด้านการชำระเงิน** การชำระเงินค่อนข้างสะดวก โดยเฉพาะการรับชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ไม่ควรกำหนดให้มีการชำระเงินวันสุดท้ายในวันหยุดราชการ เนื่องจากบางพื้นที่ธนาคารปิดทำการ รายละเอียดการชำระเงินไม่ชัดเจน ควรให้มีการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารได้

**ด้านการประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา** การประกาศรายชื่อผ่านทางเว็บไซต์ค่อนข้างสะดวก เข้าถึงง่าย มีความชัดเจน แต่ยังมีการประกาศรายชื่อล่าช้า

#### 4.2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. ควรมีการประกาศรายละเอียดเกี่ยวกับการรายงานตัวเข้าศึกษาให้ละเอียดและรวดเร็ว
2. ควรมีรายละเอียดที่ชัดเจนในการชำระเงินค่ารายงานตัวเป็นนักศึกษา
3. ควรมีการแนะนำคณะ สาขาวิชาต่าง ๆ ในรูปแบบของวิดีโอ หรือเพจต่าง ๆ
4. ควรมีแผนผังแนะนำสถานที่ตั้งคณะต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจและเดินทางมาสัมภาษณ์สะดวกมากขึ้น
5. ควรเพิ่มเติมรายละเอียดห้องพักภายในมหาวิทยาลัย
6. ควรมีการอัปเดตข้อมูลในการศึกษาต่อมากกว่านี้ และแนะนำช่องทางการติดต่อของคณะ
7. ควรมีการประกาศเลขประจำตัวนักศึกษาหลังการประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาโดยเร็ว

## 2. อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 นี้ ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญนั้นเป็นในด้านของมหาวิทยาลัยมีคณะและสาขาที่ต้องการเข้าศึกษาต่อ สามารถพัฒนาความรู้ความสามารถของนักศึกษาได้ สามารถเพิ่มพูนความรู้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในระดับสูงขึ้นได้ การเรียนในมหาวิทยาลัยทำให้เกิดการยอมรับจากสังคมหรือกลุ่มเพื่อน มีสาขาที่เลือกเรียนตรงกับความสามารถและความต้องการ เป็น

มหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บิดา/มารดา/ผู้ปกครองสนับสนุนให้ศึกษาต่อที่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มั่นใจในชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย มั่นใจว่าเมื่อเข้าศึกษาแล้วสำเร็จการศึกษาแน่นอน มั่นใจว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ เห็นความสำเร็จในการประกอบอาชีพของผู้ที่เคยสำเร็จจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีหลายสาขาวิชาให้เลือก มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากสังคม มีความพร้อมในการจัดการศึกษา มีความเป็นเลิศทางด้านการวิจัย มีความเป็นเลิศด้านวิชาการ มีความทันสมัยในด้านหลักสูตรการเรียนการสอน มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ มีชื่อเสียงทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการระบบการศึกษาและการบริหารงาน มีความครบถ้วนและทันสมัยในด้านอาคารสถานที่ มีความสะดวกสบายด้านการคมนาคม มีความพร้อมด้านสวัสดิการและด้านการบริการสุขภาพ บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาได้รับการยอมรับจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีค่าใช้จ่ายส่วนตัวในระหว่างเรียนเพียงพอต่อการดำรงชีวิต ค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม มีทุนการศึกษาจำนวนมากสำหรับนักศึกษา มีบริการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวจะสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติภณ กิตยานุรักษ์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์พบว่าปัจจัย 7 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ คือ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ด้านสวัสดิการ และการบริการ ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านค่านิยมของนักศึกษาและผู้ปกครอง และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนภุต ยืนยงเดชา (2554) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยด้านการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพสำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ ด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพที่ดี มีคณะและสาขาวิชาให้เลือกจำนวนมาก รวมถึงความมีชื่อเสียงของสถาบันและอาจารย์ผู้สอน พัฒน์คนวัชร นามเพ็อง (2556) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการปง พบว่า นักเรียนเลือกศึกษาต่อเนื่องจากผู้ที่สำเร็จการศึกษาออกมาแล้วประสบความสำเร็จในการดำเนินชีวิต มีอาชีพ มีงานทำและเป็นที่ยอมรับของสังคม และงานวิจัยของสุชาติ แก้วเอี่ยม (2549) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า ระดับแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อ คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยแห่งนี้จะเป็นที่ยอมรับทางสังคม นอกจากนี้ ธารินี พัทธเจริญพงศ์ (2554) ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติ ของนักศึกษาต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า เมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้วนักศึกษาต้องการเป็นที่ยอมรับขององค์กรเอกชน

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาใน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562 นอกจากปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เข้าศึกษาแล้ว ยังพบว่า ปัจจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษานั้น ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้ง ด้านคณะที่มีความหลากหลาย แต่ทั้งนี้ยังขาดการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูล รายละเอียดต่าง ๆ ของการเข้าศึกษาให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้น ควรมีการปรับปรุงระบบบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ
2. ควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตรให้ทราบอย่างชัดเจนเพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่ นักเรียน อาจารย์แนะแนว บิดามารดาหรือผู้ปกครองของนักเรียนในการช่วยพิจารณาสาขาวิชาที่นักเรียนควรตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจที่ดียิ่งขึ้น

#### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยเน้นศึกษาเป็นรายคณะ
2. ควรศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. ควรมีการสำรวจถึงความต้องการหลักสูตรที่นักศึกษาต้องการศึกษาในปัจจุบัน เพื่อมุ่งผลิตบัณฑิตให้ตรงสาขาและตรงตามความต้องการของตลาดงาน

## อ้างอิง

- กองแผนงาน. (2559). แผนยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ.2559 – 2562.  
ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น ฝ่ายวางแผนและยุทธศาสตร์.
- กิตติภณ กิตยานุรักษ์. (2554). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตร  
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.** วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- กุลชลี ไชยนันตา. (2539). **กระบวนการตัดสินใจ.** กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์.
- เกษรา โพธิ์เย็น. (2550). **รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับ  
ปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.** สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิราลักษณ์ ฤทธิเดชโยธิน. (2544). **ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียนต่อชั้นมัธยมศึกษาตอน  
ปลายของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12.**  
วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตศึกษา  
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เจฟกินส์ (Jefkins, 1993, pp. 21-22)
- ฉัตรพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : เอ็กสเปอร์เน็ท
- ชูเกียรติ วงศ์เทพเทียน. (2542). **ภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การ  
บินไทย จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการบนเที่ยวบิน.**  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชูชัย เทพสาร. (2546). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกบริษัทรักษาความ  
ปลอดภัย กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพฯ.**  
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. (2551). **พฤติกรรมองค์กร.** กรุงเทพมหานคร : บริษัท วี.พี.รินทร์.
- ดวงนภา เขมะลักษณ์. (2547). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการรถยนต์ใน  
เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา บริหาร  
ธุรกิจ.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทองคุณ หงส์พันธุ์. (2542). **ผู้บริหารมือใหม่ในสถานการณ์เปลี่ยนแปลง : กรณีสถาบันราชภัฏ.**  
กรุงเทพฯ: แสงสว่างการพิมพ์.



## อ้างอิง (ต่อ)

- ทิพย์วัลย์ สัจจันทร์ และคณะ. (2548). **การคิดและการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ชนกฤต ยืนยงเดชา. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นอันดับหนึ่งของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขต อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ชนวรรณ รักอู่. (2556). **การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีของ นักศึกษาภาคปกติ ปีการศึกษา 2556**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- ธารินี พัทธเจริญพงศ์. (2554). **ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา หลักสูตรนานาชาติของนักเรียนชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ธำรง บัวศรี. (2542). **ทฤษฎีหลักสูตร : การออกแบบหลักสูตรและการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : ธนรัช นพดล ดีอ่วม. (2543). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นไปของนายทหาร สัญญาบัตรเหล่าทหารปืนใหญ่**. ภาคนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542**. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์การพิมพ์.
- พัฒนคณิตวัชร นามเฟื่อง. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่วิทยาลัย เทคโนโลยีและการจัดการปง**. รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพะเยา.
- เมธาวี สุขปาน. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน กรณีศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี**. เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2545). **พื้นฐานการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วรพจน์ บุษราคมวดี. (2551). **องค์กรและการจัดการ**. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ใน พระบรมราชูปถัมภ์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### อ้างอิง (ต่อ)

- ศศิวิมล แสนเมือง. (2554). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง**. วิทยานิพนธ์การ จัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ศิริวรรณ สุวินท์. (2548). **องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขางาน คอมพิวเตอร์ธุรกิจของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยอาชีวศึกษา สิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี**. ปริญญาโทการศึกษามหาบัณฑิตสาขาวิชาจิตวิทยา การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมคิด บางโม. (2548). **องค์การและการจัดการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สมาน อศวภูมิ. (2551). **การบริหารการศึกษาแนวใหม่: แนวคิด ทฤษฎี และการปฏิบัติ**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). อุบลราชธานี : อุบลกิจออฟเซทการพิมพ์.
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (2550). **พฤติกรรมองค์การ ทฤษฎีและการประยุกต์**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สารานุกรมเสรี. (2562). **กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม**. ค้นจาก [https://th.wikipedia.org/wiki/สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2562](https://th.wikipedia.org/wiki/สืบค้นเมื่อวันที่_9_มิถุนายน_2562)
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552. (2556). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559**. ค้นจาก [www.mua.go.th/users/tqf/hed/news/FilesNews/.../News328072552.pdf](http://www.mua.go.th/users/tqf/hed/news/FilesNews/.../News328072552.pdf) สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2562.
- สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ. (2561). **รายงานประจำปี**. ขอนแก่น : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สิงโต เพ็ชรไพโรจน์. (2548). **ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจศึกษาในโปรแกรมวิชาอุตสาหกรรม ศิลป์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏอีสานใต้**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการ บริหารการศึกษา เทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สุชาติ เก้าเอี้ยน. (2549). **แรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยรามคำแหง**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย รามคำแหง.

### อ้างอิง (ต่อ)

- อมราพร ปวะบุตร, ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ และ จิระทัศน์ ชิดทรงสวัสดิ์. (2550). **ความสัมพันธ์ระหว่างความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคม และภาพลักษณ์ขององค์กรของธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อุไร มั่นหมั่น. (2539). **ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3: ศึกษากรณีจังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Kenneth. H. T. (2001). **Curriculum planning integrating multiculturalism, constructivism, and education reform (2 nd ed.)** New York: McGraw Hill.
- Kotler, P. (2003). **Marketing management (11th ed)**. Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Lesly, P., Ed. (1971). **Lesly's public relations handbook**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Oppenheim, A. N. (1966), **Questionnaire design and attitude measurement. (2nd ed.)**. New York : Basic Book.
- Plunkett, W.R. and R. F. Attner. (1994). **Introduction to Management**. Belmont : Wadsworth.
- Reeder, W. W. (1971). **Partial theories from the 25 years research program on directive factors in believer and social action**. New York: McGraw Hill. Problems of Statistical. New York: McGraw Hill International Book.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). **Consumer behavior**. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.

ภาคผนวก

**เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562**

**คำชี้แจง**

1. แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562”
2. แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้
  - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น
  - ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย
  - ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ท่านเลือกเพียงคำตอบเดียวหรือเติมข้อความในช่องว่างที่ระบุไว้
4. ข้อมูลที่ได้รับจากท่านขอรับรองว่าไม่มีผลเสียใด ๆ ต่อท่าน และจะเก็บเป็นความลับ

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนในจังหวัด (ระบุ).....
3. สำเร็จการศึกษา  ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6)  ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
4. คณะที่ได้เลือกเข้าศึกษา
  - 4.1 คณะในกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ
    - ทันตแพทยศาสตร์  พยาบาลศาสตร์  เภสัชศาสตร์
    - สัตวแพทยศาสตร์  สาธารณสุขศาสตร์  เทคนิคการแพทย์
    - แพทยศาสตร์
  - 4.2 คณะในกลุ่มวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี
    - วิทยาศาสตร์  เกษตรศาสตร์  วิศวกรรมศาสตร์
    - สถาปัตยกรรมศาสตร์  เทคโนโลยี
    - วิทยาศาสตร์ประยุกต์และวิศวกรรมศาสตร์

## 4.3 คณะในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> นิติศาสตร์                | <input type="checkbox"/> บริหารธุรกิจ              | <input type="checkbox"/> บริหารธุรกิจและการบัญชี |
| <input type="checkbox"/> ศิลปกรรมศาสตร์            | <input type="checkbox"/> ศิลปศาสตร์                | <input type="checkbox"/> ศึกษาศาสตร์             |
| <input type="checkbox"/> เศรษฐศาสตร์               | <input type="checkbox"/> วิทยาลัยนานาชาติ          | <input type="checkbox"/> สังคมศาสตร์บูรณาการ     |
| <input type="checkbox"/> วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น | <input type="checkbox"/> มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ |  |

## 5. ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม (จากการสำเร็จการศึกษา ม.6/ปวช.)

- |                                      |                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0 – 1.50    | <input type="checkbox"/> 1.51 – 2.00 | <input type="checkbox"/> 2.01 – 2.50 |
| <input type="checkbox"/> 2.51 – 3.00 | <input type="checkbox"/> 3.01 – 3.50 | <input type="checkbox"/> 3.51 – 4.00 |

## 6. รายได้ต่อเดือนของครอบครัว

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 10,0001 – 30,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 30,0001 – 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 50,0001 – 70,000 บาท | <input type="checkbox"/> 70,0001 – 100,000 บาท | <input type="checkbox"/> 100,001 บาทขึ้นไป    |
| <input type="checkbox"/> 200,000 บาทขึ้นไป    |  |   |

## 7. สถานภาพของบิดา/มารดา

- |   |  |                                   |
|---|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> สมรส (อยู่ด้วยกัน) | <input type="checkbox"/> สมรส (แยกกันอยู่) | <input type="checkbox"/> หย่าร้าง |
| <input type="checkbox"/> บิดาเสียชีวิต      | <input type="checkbox"/> มารดาเสียชีวิต    |                                   |

## 8. อาชีพบิดา

- |                                    |  |   |
|------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> รับราชการ | <input type="checkbox"/> รัฐวิสาหกิจ   | <input type="checkbox"/> ค้าขาย             |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกร   | <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว      |
| <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน   | <input type="checkbox"/> เสียชีวิต     | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

## 9. อาชีพมารดา

- |                                    |  |   |
|------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> รับราชการ | <input type="checkbox"/> รัฐวิสาหกิจ   | <input type="checkbox"/> ค้าขาย             |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกร   | <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว      |
| <input type="checkbox"/> แม่บ้าน   | <input type="checkbox"/> เสียชีวิต     | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

## 10. ปัจจุบันท่านมีปัญหาสุขภาพหรือโรคประจำตัวหรือไม่

- ไม่มี       มี (ระบุ).....

## 11. ที่พักอาศัยในระหว่างที่จะศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> หอพักในมหาวิทยาลัยขอนแก่น | <input type="checkbox"/> หอพักเอกชนนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| <input type="checkbox"/> บ้านตนเอง                 | <input type="checkbox"/> บ้านญาติ                        |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ลำดับ	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ด้านเป้าหมายส่วนตัว					
	1.1 มหาวิทยาลัยมีคณะและสาขาที่ต้องการเข้าศึกษาต่อ					
	1.2 มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาความรู้ ความสามารถของนักศึกษาได้					
	1.3 มหาวิทยาลัยสามารถเพิ่มพูนความรู้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในระดับสูงขึ้นได้					
	1.4 การเรียนในมหาวิทยาลัยทำให้เกิดการยอมรับจากสังคมหรือกลุ่มเพื่อน					
	1.5 สาขาที่เลือกเรียนตรงกับความสามารถและความต้องการ					
	1.6 เป็นมหาวิทยาลัยในดวงใจ					
	1.7 เป็นมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ					
2	ปัจจัยด้านต่าง ๆ					
	2.1 บิดา/มารดา/ผู้ปกครองสนับสนุนให้ศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น					
	2.2 เป็นสถาบันการศึกษาเดิมของบิดา/มารดา/ผู้ปกครอง					
	2.3 มั่นใจในชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย					
	2.4 มั่นใจว่าเมื่อเข้าศึกษาแล้วสำเร็จการศึกษาแน่นอน					
	2.5 มั่นใจว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ					
	2.6 เพื่อนชวน					
	2.7 รุ่นพี่/ศิษย์เก่าแนะนำ					
	2.8 เห็นความสำเร็จในการประกอบอาชีพของผู้ที่เคยสำเร็จจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น					
	2.9 มีหลายสาขาวิชาให้เลือก					

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านมหาวิทยาลัย

ปัจจัยด้านมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากสังคม					
2. มีความพร้อมในการจัดการศึกษา					
3. มีความเป็นเลิศทางการวิจัย					
4. มีความเป็นเลิศด้านวิชาการ					
5. มีความทันสมัยในด้านหลักสูตรการเรียนการสอน					
6. มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้					
7. มีชื่อเสียงทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการระบบการศึกษาและการบริหารงาน					
8. มีความครบถ้วนและทันสมัยในด้านอาคารสถานที่					
9. มีความสะดวกสบายด้านการคมนาคม					
10. มีความพร้อมด้านสวัสดิการและด้านการบริการสุขภาพ					
11. บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาได้รับการยอมรับจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน					
12. มีค่าใช้จ่ายส่วนตัวในระหว่างเรียนเพียงพอต่อการดำรงชีวิต					
13. ค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม					
14. มีทุนการศึกษาจำนวนมากสำหรับนักศึกษา					
15. มีบริการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา					



#### ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

4.1 ปัญหา อุปสรรค ในช่วงสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562

1) ด้านการสืบค้นข้อมูลการสมัคร

.....

.....

2) ด้านการสมัคร

.....

.....

3) ด้านการชำระเงิน

.....

.....

4) ด้านการประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา

.....

.....

4.2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

## ประวัติผู้วิจัย

### ผู้วิจัยหลัก

ชื่อ - สกุล	นางจุไรรัตน์ ศิริมั่งมูล
ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษา ชำนาญการ
สังกัด	งานรับเข้าและการตลาด สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ
คุณวุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต
สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันราชภัฏเลย

### ผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวนุชนาถ พันธุราษฎร์
ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษา
สังกัด	งานรับเข้าและการตลาด สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ
คุณวุฒิการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### ผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ - สกุล	นางณัฐณา ขำศิริ
ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษา
สังกัด	งานหลักสูตรและสหกิจศึกษา สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ
คุณวุฒิการศึกษา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น
สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	มหาวิทยาลัยขอนแก่น