



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน

วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO STUDY A VOCATIONAL CERTIFICATE
LEVEL OF BANGNA COMMERCIAL COLLEGE STUDENTS. BANGKOK

มนปพร ปานเพชร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2567

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน
วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการตลาด)
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO STUDY A VOCATIONAL CERTIFICATE
LEVEL OF BANGNA COMMERCIAL COLLEGE STUDENTS. BANGKOK



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration (Marketing))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2024

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน
วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

ของ

มนปพร ปานเพชร

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการตลาด)
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกิตตา) (รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อาชารุ่งโรจน์)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	มนปพร ปานเพชร
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2567
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม และรายด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการอยู่ในระดับดี ทำนองเดียวกันปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมด้านกลุ่มอ้างอิงและด้านค่านิยมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา สถานภาพครอบครัว อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถร่วมพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 49.00 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านค่านิยม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถพยากรณ์ การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานครได้ ร้อยละ 59.00

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม, การตัดสินใจเลือกเรียน, ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

Title	FACTORS AFFECTING THE DECISION TO STUDY A VOCATIONAL CERTIFICATE LEVEL OF BANGNA COMMERCIAL COLLEGE STUDENTS. BANGKOK
Author	MANAPAPON PANPET
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2024
Thesis Advisor	Associate Professor Supada Sirikutta

This research aims to study the factors influencing the decision to choose to study at the vocational certificate level of students at Bangna Commercial College, Bangkok. The factors include personal factors, marketing mix factors, and social and cultural factors. This research is a quantitative study with a sample group of 350 students currently studying at Bangna Commercial College, Bangkok, using a questionnaire as a tool. The analysis results of the marketing mix factors, both overall and by individual components, such as product, price, place, promotion, and process, were at a good level. Similarly, the social and cultural factors, including reference groups and values, were also at a high level. The hypothesis testing results for personal factors, including gender, hometown, family status, parents' occupation, and family income, show no statistically significant differences at the 0.05 level in students' decisions to choose to study at the vocational certificate level at Bangna Commercial College, Bangkok, which does not align with the initial hypothesis. Regarding the marketing mix factors, the product, price, place, promotion, and process components significantly influenced the decision to choose to study at the vocational certificate level of students at Bangna Commercial College, Bangkok, at the 0.05 significance level. These variables can predict the decision to choose to study at the vocational certificate level at a rate of 49.00%. For social and cultural factors, the reference group and values significantly influenced the decision to choose to study at the vocational certificate level of students at Bangna Commercial College, Bangkok, at the 0.05 significance level. These variables can predict the decision to choose to study at the vocational certificate level at a rate of 59.00%.

Keyword : Marketing mix factors, Socio-cultural factors, Decision-making process, Vocational certificate program

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ รศ.สุพาดา สิริกุตตา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ฉบับนี้ ที่ได้เสียสละเวลา ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกในความเมตตา กรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ความเมตตา รวมถึงเจ้าหน้าที่คณะ บริหารธุรกิจเพื่อสังคมที่ให้ความช่วยเหลือในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ และอำนวยความสะดวกด้วยดี เสมอมาตลอดระยะเวลาการศึกษาและทำวิจัยฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาในการ ทำแบบสอบถามเพื่อการวิจัยฉบับนี้รวมถึงขอบคุณความช่วยเหลือต่างๆ จากครอบครัว รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนๆ ทุกคน ที่เป็นส่วนสำคัญทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้สนใจและ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ซึ่งหากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการต้องกราบขออภัยมา ณ ที่นี้

มนปพร ปานเพชร

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
สมมุติฐานในการวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps).....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ	25
ข้อมูลวิทยาลัยพณิชยการบางนา	27
ข้อมูลการเรียนการสอน.....	28

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	37
1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	46
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	50
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	67
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	84
สรุปผลการศึกษา.....	85
อภิปรายผลการวิจัย	88
ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	99
ภาคผนวก.....	101
ประวัติผู้เขียน.....	109

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 สรุปยอดนักเรียนนักศึกษา วิชาลัยพัฒนการบางนา	2
ตาราง 2 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มี 3 ประเภทวิชา	29
ตาราง 3 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) มี 3 ประเภทวิชา	29
ตาราง 4 ระบบทวิภาคี	30
ตาราง 5 สรุปจำนวนนักเรียน นักศึกษา วิชาลัยพัฒนการบางนา	31
ตาราง 6 สรุปจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	31
ตาราง 7 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละสาขาวิชา จำนวน 9 สาขาวิชา ดังนี้	38
ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 คน ประกอบด้วย	51
ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 คน รวมกลุ่มประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้	53
ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิชาลัยพัฒนการบางนา กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายด้าน	54
ตาราง 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (n = 350)	56
ตาราง 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ (n = 350)	57
ตาราง 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (n = 350)	58
ตาราง 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร (n = 350)	59

ตาราง 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ (n = 350).....	60
ตาราง 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ (n = 350)	61
ตาราง 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ด้านกลุ่มอ้างอิง (n = 350)	63
ตาราง 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ด้านครอบครัว (n = 350)	64
ตาราง 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ด้านค่านิยม (n = 350)	65
ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร	66
ตาราง 21 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's Test	68
ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ	68
ตาราง 23 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามภูมิลำเนา โดยใช้ Levene's Test.....	69
ตาราง 24 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามภูมิลำเนา	70
ตาราง 25 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพครอบครัว โดยใช้ Levene's Test	71

ตาราง 26 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพครอบครัว	72
ตาราง 27 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพครอบครัว โดยใช้ Levene's Test	72
ตาราง 28 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง โดยใช้ Levene's Test.....	74
ตาราง 29 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง	74
ตาราง 30 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้ครอบครัว โดยใช้ Levene's Test.....	76
ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้ครอบครัว	76
ตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการ ตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร	77
ตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธีนำตัวแปรเข้า ทั้งหมด (Enter Regression)	78
ตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร	81

ตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)	81
ตาราง 36 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	83



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด	8
------------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การศึกษาไทยในยุคปัจจุบัน เป็นการศึกษาในยุคสังคมแห่งการเรียนรู้ การศึกษาช่วยพัฒนาศักยภาพหรือเสริมสร้างพลังที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทุกคน ซึ่งสามารถทำได้ตั้งแต่จุดแรกเริ่มและตลอดช่วงวัยของชีวิต ซึ่งเป็นการอบรมบ่มนิสัยในมนุษย์สามารถประพฤติตน เพื่อที่จะอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคม ดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพในอนาคต และสามารถร่วมสร้างประโยชน์ให้กับสังคมที่ตนอาศัยอยู่ การพัฒนาคุณภาพมนุษย์ทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสติปัญญา คุณธรรม ค่านิยม ความคิด การจัดการบริหารการศึกษาที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อให้ระบบการศึกษาของไทยมีมาตรฐาน มีคุณภาพ มีทิศทางในทางที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เรียนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมต่างๆ อาชีวศึกษา มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ และมีอิทธิพลต่อความมั่นคงทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม การกำหนดนโยบายของประเทศในด้านต่าง ๆ มีผลกระทบต่ออาชีวศึกษาทั้งทางตรงและทางอ้อม ในระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา อาชีวศึกษาได้รับการส่งเสริมและให้มีการตรวจสอบอย่างละเอียด การกระทำต่าง ๆ อันเกี่ยวกับอาชีวศึกษามีอิทธิพลต่อทิศทางและการเจริญเติบโตของอาชีวศึกษา และการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาคและประเทศโดยมีข้อสังเกตดังนี้ เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอาชีวศึกษา สถาบันการศึกษาที่ดำเนินงานโดยเอกชน และสมาคมของเอกชนหันมาสนใจโปรแกรมการศึกษาทางด้านอาชีวศึกษาและการฝึกอาชีพมากขึ้น การฝึกอาชีพถูกจับตามองจากสังคมในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งที่จะแก้ปัญหาของสังคม คนในสังคมจับตามองดูว่าอาชีวศึกษาจะแก้ปัญหการว่างงานที่ประสบอยู่และการขาดแรงงานฝีมือของภาคอุตสาหกรรม การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในภาคอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีเครื่องกลในภาคเกษตรกรรม ทำให้มีผลต่อภาวะการจ้างงานและลักษณะของงานในสังคมโดยรวม งานใหม่ ๆ ต้องการคนที่มีความรู้เฉพาะได้เกิดขึ้นมาก การฝึกอาชีพเพื่อรองรับงานใหม่ ๆ เหล่านี้เป็นพลังผลักดันและส่งผลไปถึงการศึกษาระดับวิชาชีพขั้นสูงหรือระดับอนุปริญญา

ปัจจุบันการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศได้รับการส่งเสริมและมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก และเนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอนาคตมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีด้วย จึงส่งผลให้แรงงานในระบบเศรษฐกิจและ

อุตสาหกรรม ต้องมีความรู้ความสามารถทั้งด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตามที่ระบบเศรษฐกิจและ อุตสาหกรรม นั้น ๆ ต้องการ ดังนั้นการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษาทั้งด้านปริมาณและ คุณภาพจึงต้องสอดคล้องกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้ต้องมีความร่วมมือกับสถานประกอบการในการพัฒนาหลักสูตร การจัดการศึกษาและการวัดประเมินผล เพื่อให้ ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพตามมาตรฐานอาชีพและหรือมาตรฐานสากล มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ทักษะการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร ทักษะด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ และทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นทักษะที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถสนองตอบความต้องการกำลังคน ตลอดจนความต้องการของผู้เรียนเองที่จะนำไปใช้ในการ ประกอบอาชีพได้ตรงตามสาขาที่เรียน รวมทั้งเปิดโอกาสให้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นได้เพื่อ ความก้าวหน้าตามเส้นทางอาชีพ หลักสูตรสายอาชีพมีให้เลือกเรียนหลากหลายสาขาวิชา สามารถเลือกเรียนได้ตามความสนใจและความถนัดของตนเองเป็นที่ต้องการของบริษัทและแรงงาน ในปัจจุบันกำลังขาดแคลนช่างฝีมือและบุคลากรวิชาชีพทักษะเฉพาะ เพราะต่างต้องการแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีฝีมือเฉพาะทางในด้านนั้น ๆ ทำให้เมื่อเรียนสายอาชีพจบมาแล้วจะตอบใจหวั่นไหวความจ้องการของตลาดการทำงานมากกว่า

ตาราง 1 สรุปยอดนักเรียนนักศึกษาวิ ทยาลัยพณิชยการบางนา

จำนวนนักเรียน	ปี พ.ศ.2566	ปี พ.ศ.2565	ปี พ.ศ.2564
ภาคเรียนที่ 1	1,860	1,975	2,121
ภาคเรียนที่ 2	1,795	1,898	2,048

(งานทะเบียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา,ตุลาคม2566)

จากข้อมูลสถิตินักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการบางนา ข้อมูลดังกล่าววิทยาลัยพณิชยการบางนา เป็นสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ เป็นหนึ่งในสถานศึกษาอาชีวศึกษาที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานคร มีการจัดการศึกษา 3 ระดับ คือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ทั้งในระบบทวิภาคี และระดับปริญญาตรีหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิตระบบทวิภาคี เมื่อพิจารณาแล้วพบว่ามียาจำนวนลดลงทุกปีเมื่อเทียบกับนโยบายการศึกษาของรัฐบาลที่สนับสนุนการจัดการศึกษาอาชีวศึกษาเพื่อผลิตกำลังคนเข้าสู่ตลาดแรงงาน และสถานศึกษาที่มีจำนวนมากทั้งภาครัฐและเอกชนเทียบกับ

จำนวนนักเรียนที่ลดลงและมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ จากอัตราการเกิดที่ลดลงทำให้สถานศึกษาหลายแห่งมียอดนักเรียนที่ลดลงมากและบางแห่งต้องปิดหรือยุบตัวลง ซึ่งทำให้ปัจจุบันสถานศึกษาต้องมีการปรับปรุงพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพเพื่อการแข่งขันกันให้ได้กลุ่มเป้าหมายเพิ่มจำนวนผู้เรียน เข้าศึกษาต่อมากขึ้นในสภาวะปัจจุบันสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษา ส่งผลให้วิทยาลัยพณิชยการบางนา ต้องเข้าสู่สภาวะการแข่งขัน แต่ละสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษา ถูกกระตุ้นให้มีการทำการตลาดมากขึ้นกว่าเดิมด้วยยอดนักเรียนที่ลดลง เพื่อดึงดูดใจแก่กลุ่มเป้าหมายอย่างเข้มข้น ในสภาวะการแข่งขันนี้จึงทำให้วิทยาลัยต้องพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของผู้เรียน ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมประกอบด้วย ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรม ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนของผู้เรียน เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนที่ทันสมัย หลักสูตรที่มีคุณภาพรวมถึงสาขาที่มีความต้องการของตลาดแรงงาน มีการทำความร่วมมือกับสถานประกอบการเมื่อสำเร็จการศึกษา พัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียน

ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา เพื่อนำผลการศึกษาดังกล่าวนี้ไปเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในเชิงนโยบาย หรือวางแผนในการจัดการศึกษา วางแผนพัฒนา ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด ประชาสัมพันธ์และการแนะแนวการศึกษาต่อสายอาชีพ พัฒนาวิทยาลัยพณิชยการบางนาให้ตรงตามความต้องการทางการศึกษาและพัฒนาวิทยาลัยตลอดจนพัฒนาส่งเสริมผู้เรียนที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว และรายได้ครอบครัว
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนากรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนากรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผู้บริหารสถานศึกษานำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางไปกำหนดแผนงานเพื่อกำหนดทิศทางและแนวปฏิบัติในการทำให้นักเรียนสนใจศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการเพิ่มสัดส่วนการรับนักเรียน

2. หน่วยงานการศึกษาของภาครัฐและเอกชนนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาหน่วยงานและองค์การการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

นักเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,795 คน (งานทะเบียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา, ตุลาคม 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาลัย พณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากรตามวิธีการของ Taro Yamane (2019) กำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 การวิจัยครั้งนี้จึงได้จำนวนตัวอย่างโดยได้ขนาดตัวอย่าง 327 ตัวอย่าง เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์และแม่นยำผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 23 ของขนาดตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น 350 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่าง แบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักเรียนจำนวน 9 สาขาวิชา มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 กลุ่ม รวม 350 ชุด

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1.1. เพศ

1.1.1.1 เพศหญิง

1.1.1.2 เพศชาย

1.1.2. ภูมิลำเนา

- 1.1.2.1 กรุงเทพฯ และปริมณฑล
- 1.1.2.2 ต่างจังหวัด
- 1.1.3. อาชีพผู้ปกครอง
 - 1.1.3.1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 1.1.3.2. พนักงานเอกชน
 - 1.1.3.3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 1.1.3.4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 1.1.4. สถานภาพครอบครัว
 - 1.1.4.1. อยู่ร่วมกัน
 - 1.1.4.2. แยกกันอยู่/หย่าร้าง
 - 1.1.4.3. อื่นๆ.....
- 1.1.5. รายได้ครอบครัว
 - 1.1.3.1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท
 - 1.1.3.2 20,001 – 30,001 บาท
 - 1.1.3.3 30,001 – 40,000 บาท
 - 1.1.3.4 40,001 บาทขึ้นไป
- 1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps
 - 1.2.1. ด้านผลิตภัณฑ์
 - 1.2.2. ด้านราคา
 - 1.2.3. ด้านสถานที่
 - 1.2.4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - 1.2.5. ด้านบุคลากร
 - 1.2.6. ด้านกระบวนการ
 - 1.2.7. ด้านลักษณะทางกายภาพ
- 1.3 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม
 - 1.3.1. ด้านกลุ่มอ้างอิง
 - 1.3.2. ด้านครอบครัว
 - 1.3.3. ด้านค่านิยม

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) คือ วุฒิมัธยมศึกษาที่เทียบเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นระดับการฝึกวิชาชีพระดับพื้นฐานในงานสายอาชีพนั้น ๆ ตามความถนัดตามสาขาที่วิทยาลัยพณิชยการบางนาเปิดสอน ประกอบด้วยสาขาการบัญชี สาขาการตลาด สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาธุรกิจค้าปลีก สาขาภาษาต่างประเทศ สาขาโลจิสติกส์ สาขาการจัดการสำนักงาน สาขาการโรงแรม สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. นักเรียน หมายถึง ผู้เรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการบางนา

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps หมายถึง เครื่องมือทางการตลาด หรือบริการ 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของวิทยาลัยพณิชยการบางนา

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ของวิทยาลัย สาขาที่วิทยาลัยพณิชยการบางนาเปิดสอน การถ่ายทอดความรู้ ความน่าสนใจของการเรียนการสอน และการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ ในเนื้อหาการเรียน สาขาวิชาตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน

3.2 ด้านราคา หมายถึง การกำหนดมูลค่า ค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่าย ค่าบำรุงการศึกษา ค่าธรรมเนียมการศึกษา ความคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป

3.3 ด้านสถานที่ หมายถึง สถานที่ตำแหน่งที่ตั้งวิทยาลัยตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนการเดินทางมีความสะดวกใกล้แหล่งสาธารณูปโภค ใกล้รถไฟฟ้า รถประจำทางสาธารณะ และการจัดสถานที่บริเวณโดยรอบ

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการรับสมัครเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรที่เปิดสอนในวิทยาลัยพณิชยการบางนา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารสื่อต่างๆ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก วิทยาลัย แผ่นพับ จดหมายข่าว วารสาร ครูผู้สอน และเจ้าหน้าที่ การใช้ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน มีทุนการศึกษามอบให้นักเรียนชั้นทุนเรียนดี ทุนนักเรียนแลกเปลี่ยน และกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาจัดสรรให้กับนักเรียน

3.5 ด้านบุคลากร หมายถึง ผู้บริหาร ครูผู้สอน บุคลากรทางการศึกษา มีความรู้ความสามารถในการจัดการเรียนการสอน มีความรู้ตรงตามสาขาวิชา การให้บริการสะดวกรวดเร็วมีคุณภาพและบริหารงานอย่างเป็นระบบ

3.6 ด้านกระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนการจัดการเรียนการสอน กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน กิจกรรมต่างๆโดยรวมนี้อาจมีประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ

3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสภาพห้องเรียน สภาพแวดล้อมบรรยากาศภายในวิทยาลัย อุปกรณ์การเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก

4. ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต มีผลเกี่ยวเนื่องต่อความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน

4.1. วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาในสังคม มีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง แบบแผนการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนในสังคม มีอิทธิพลต่อค่านิยม การรับรู้ ความชอบและพฤติกรรมของคนในสังคม เป็นค่านิยมในการแสดงออกของบุคคลถึงความต้องการรู้สึกรับรู้กับความปรารถนาต่อโอกาสหรือความน่าจะเป็นในการตัดสินใจ

4.2 ด้านกลุ่มอ้างอิง หมายถึง กลุ่มของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่น กลุ่มอ้างอิงจะมีผลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรมการดำเนินชีวิต ทศนคติและแนวความคิด ของกลุ่มเพื่อน รุ่นพี่ ศิษย์เก่า ซึ่งต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงมักปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่าง ๆ จากกลุ่มอ้างอิง

4.3. ด้านครอบครัว หมายถึง กลุ่มคนที่มีอาศัยอยู่ร่วมกัน ในสถานที่เดียวกัน อาจจะหรือไม่มีการสืบสายโลหิตหรืออาจจะเลี้ยงดูผู้อื่นโดยการอุปการะ อีกทั้งยังอาจมีญาติพี่น้องหรือผู้อื่นมาอาศัยอยู่ด้วยในสถานที่เดียวกัน มีความผูกพันกันทางอารมณ์และจิตใจ บุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลมากที่สุดต่อความคิดเห็นและค่านิยมของแต่ละครอบครัว

4.4 ค่านิยม หมายถึง ความเชื่อส่วนบุคคลที่ขึ้นน่าจะได้รับจากประเพณีและวัฒนธรรม เป็นความเชื่อพื้นฐานที่เป็นส่วนประกอบของความเชื่อของสังคมและมักจะส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น ค่านิยมมีผลต่อความรู้สึก ความคิด เป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับจากสังคม และยึดถือปฏิบัติมา อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งการเลือกสาขาเรียนที่ได้รับความนิยม การจบมาทำงานและมีรายได้ระหว่างเรียน มีการปรับเปลี่ยนได้ตามความคิดเห็นของคนในสังคม

5. การค้นหาข้อมูล หมายถึง การรวบรวม การค้นคว้าข้อมูล จากแหล่งต่างๆ ที่มีการเผยแพร่ไว้ในสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิธีค้นหาในรูปแบบต่างๆเพื่อนำมาวิเคราะห์ เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจ

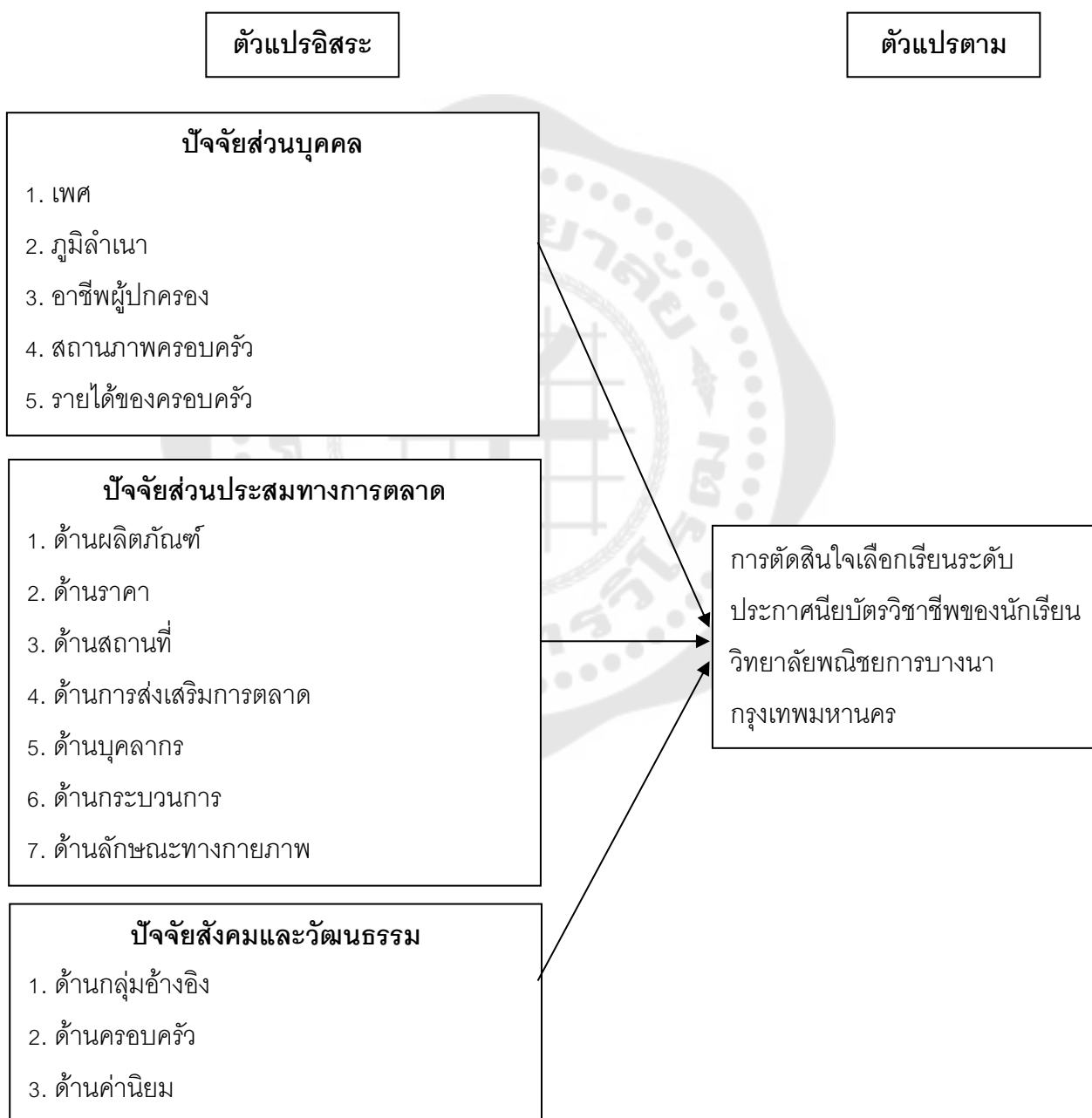
6. การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกจากหลายทางให้เหลือทางที่พอใจมากที่สุดเพียงทางเดียว การตัดสินใจของผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาต่อในสายอาชีพ วิทยาลัยพณิชยการ

บางนา มีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ สอบถามบุคคลรอบข้าง เปรียบเทียบ และประเมินผล การตัดสินใจที่จะเข้าศึกษาต่อสายอาชีพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน

วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว รายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านครอบครัว ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน
วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม
4. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ
5. ข้อมูลวิทยาลัยพณิชยการบางนา
6. หลักสูตรการเรียนการสอน
7. ข้อมูลจำนวนนักเรียน
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

Kotler (2000) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคลจะพบว่า ในการดำเนินการ
ทางด้านการตลาดนั้น จะมีปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ คือ

1. เพศ (Gender) เป็นส่วนที่มีความสำคัญซึ่งพฤติกรรมของเพศที่ต่างกัน มีการ
รับรู้และการตัดสินใจในการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่างกันโดยเกิดจากสาเหตุของการได้รับการ
เลี้ยงดูตั้งแต่วัยเด็ก ซึ่งแต่ละเพศมีการรับรู้ที่ต่างกัน เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงย่อมส่งผลให้
พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป

2. อายุ (Age) บุคคลที่อายุแตกต่างกัน ความต้องการในสินค้า และบริการจะมี
ความแตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบความแปลกใหม่ และชอบแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุสนใจในสินค้า
เกี่ยวกับสุขภาพ เด็กผู้ชายจะมีการเลี้ยงดูให้มีความกล้าแสดงออก และมีความรับผิดชอบ เพื่อ
เป็นหัวหน้าครอบครัว เด็กผู้หญิงจะมีการเลี้ยงให้มีความเรียบร้อยเป็นผู้ตาม ทำให้มีพฤติกรรมที่
ไม่กล้าแสดงความคิดเห็น จึงสรุปได้ว่าสังคมไทย เพศชายจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการ
มากกว่าเพศหญิง

3. สถานภาพการสมรส (Status) เป็นสถานภาพของบุคคลต่างๆ การเป็นโสด การ
เป็นหม้าย หรือหย่าร้าง เป็นต้น โดยทางการตลาดต้องมีการศึกษาถึงประเด็นต่างๆ เพื่อทำให้เกิด

การนำเสนอขายสินค้า และบริการที่เหมาะสมกับบุคคล และสถานภาพทางครอบครัวประเภทต่างๆ

4. ระดับการศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่สำคัญส่วนบุคคล เนื่องจากระดับการศึกษาเป็นสิ่งที่วัดระดับความคิดเห็น และ ระดับทัศนคติของผู้บริโภค ระดับการศึกษาสามารถบอกถึงความเป็นอยู่การดำเนินชีวิต และการสนใจในสิ่งต่างๆ ในชีวิต โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าส่วนใหญ่มักมีการดำเนินชีวิตที่ดีกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

5. อาชีพ (Occupation) เป็นปัจจัยที่สำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล เพราะอาชีพส่งผลให้เกิดความต้องการ และ บริการที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกร ต้องการสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพ และสินค้าที่เป็นปัจจัยด้านการผลิต พนักงานที่ทำงานในบริษัท ต้องการสินค้า เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ข้าราชการต้องการสินค้าที่จำเป็น นักธุรกิจต้องการสินค้าที่สร้างภาพพจน์ให้กับตัวเอง เป็นต้น ดังนั้นต้องศึกษาสินค้า และบริการแต่ละประเภท เพื่อจัดเตรียมสินค้าและวางแผนให้ตรงกับความต้องการของ แต่ละกลุ่มอาชีพได้อย่างเหมาะสม

6. รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญส่วนบุคคล ระดับรายได้บอกถึงระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลมีผลต่อตราสินค้า และบริการที่ใช้ตัดสินใจประกอบ กับรายได้ของการออม อำนาจการซื้อ และทัศนคติการจ่ายเงิน นักการตลาด ต้องมีข้อมูลรายได้ส่วนบุคคล รายได้ในทางการตลาดเพื่อวิเคราะห์รายได้รวมทั้งหมดที่เกิดขึ้นในประเทศ คือ รายได้ประชาชาติ การรู้ถึงรายได้ประชาชาติทำให้นักการตลาด สามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดตามกลุ่มประชากรแต่ละระดับรายได้ ถ้ากลุ่มประชากรในตลาดเป้าหมายมีรายได้น้อย การเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อขายในตลาดก็ไม่สามารถกำหนดราคาให้สูงได้จากสาเหตุนี้ทำให้นักการตลาดจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องทราบถึงรายได้ที่แท้จริง และการเปลี่ยนแปลงของรายได้ผู้บริโภคเพื่อทราบถึงพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าในตลาดที่เป็นไปตามระบบของเศรษฐกิจ

7. ขนาดของครอบครัว เป็นปัจจัยสำคัญอีกเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล เนื่องจากขนาดของครอบครัวที่แตกต่างกัน เช่น การมีบุตรหลานจำนวนที่แตกต่างกันย่อมมีความต้องการ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ชีวิต และการเลือกซื้อสินค้า และบริการต่างๆแตกต่างกันตามความเหมาะสม และตามลักษณะขนาดครอบครัวต่างๆ เป็นต้น

8. ลักษณะที่พักอาศัย เป็นปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล เนื่องจากที่พักอาศัยแต่ละสถานที่ย่อมมีความแตกต่างกัน และการใช้สินค้า และบริการต่างๆ ก็จะมีการออกแบบมาเพื่อให้เหมาะสม และมีความสอดคล้องกับที่พักอาศัยต่างๆ เช่น การพักในบ้านพัก ก็จะไม่

ข้อจำกัดในการซื้อสินค้าและบริการ เช่น การเลี้ยงสุนัข การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและ สินค้าบริการประเภทอื่นๆ และมีความแตกต่างกับลักษณะที่พหุศาสตร์แบบหอพัก เป็นต้น

Belch & Belch (2005) ได้ศึกษา ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความต้องการ พฤติกรรมการตัดสินใจ และอัตราการซื้อสินค้าของผู้บริโภค มีผลต่อการ กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ มีความสัมพันธ์ ดังนี้

1. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบความแปลกใหม่ และชอบสินค้าแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ดังนั้นจึงแบ่งช่วงกลุ่มอายุออกเป็นกลุ่มพฤติกรรมจึงมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน

2. เพศ (Sex) มีความสำคัญเรื่องพฤติกรรมการบริโภค เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่บริโภคแตกต่างกันเกิดจากสาเหตุ ของการเลี้ยงดู การปลูกฝังนิสัย ประเทศไทยมีวัฒนธรรมการเลี้ยงดูผู้ชาย และผู้หญิงที่แตกต่าง ซึ่งผู้ชายจะได้รับการเลี้ยงดูให้มีความกล้าแสดงออก และมีความรับผิดชอบ เพื่อเป็นหัวหน้าครอบครัว ผู้หญิงจะได้รับการเลี้ยงดูให้เรียบร้อย และเป็นผู้ตาม หรือเป็นภรรยาที่ดี ทำให้มีพฤติกรรมที่ไม่กล้าแสดงความคิดเห็น ดังนั้นในสังคมไทยเพศชายส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของครอบครัวมากกว่าเพศหญิง

3. สถานภาพการสมรส (Status) การสมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย เป็นเป้าหมายที่สำคัญทางการตลาด ทำให้เกิดความต้องการในการผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่ไม่เหมือนกัน ตามสถานภาพของแต่ละบุคคล

4. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า ดังนั้นการศึกษาจึงมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าตามชนชั้นของสังคม

5. อาชีพ (Occupation) อาชีพเป็นสิ่งที่กำหนดความจำเป็นและความต้องการของสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกรซื้อสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพมี และสินค้าที่เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทจะซื้อสินค้าเพื่อสร้างบุคลิกภาพ สินค้าฟุ่มเฟือย ข้าราชการจะซื้อสินค้าที่จำเป็นและมีความคุ้มค่า นักธุรกิจจะซื้อสินค้าเพื่อสร้างภาพจน์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการของ

กลุ่มอาชีพต่างๆ เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

6. รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Circumsfances) สถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลมีผลกระทบต่อสินค้าและบริการ ซึ่งรายได้ การออมเงิน อำนาจการซื้อ และการใช้จ่ายเงิน นักการตลาด ต้องให้ความสำคัญของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้มีความสำคัญต่ออำนาจของการซื้อ คนที่มีรายได้ต่ำมักซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคามาก คนที่มีรายได้สูงมักมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีราคาสูงโดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าและตราสินค้า

จากข้อมูลดังกล่าวทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกันจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อเป็นปัจจัยที่นำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลจะส่งผลในการเลือกศึกษาต่อที่แตกต่างกันซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกศึกษาถึงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ที่กำหนดปัจจัยส่วนบุคคลไว้แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ประกอบไปด้วย เพศ ภูมิภาค รายได้ครอบครัว สามารถนำมาวางแผน กำหนดกลยุทธ์สร้างความต้องการ หรือสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เข้าถึง และตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงมากที่สุดและนำข้อมูลมาวางแผนทางการรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อและพัฒนาวิทยาลัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ เพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดจะมี 4 ตัวแปร (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) มีตัวแปรเพิ่มขึ้น 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) แนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ ที่เกี่ยวกับธุรกิจบริการ จึงเป็นส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ สิ่งที่สำคัญ เป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ, 2560) ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สามารถเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทุกตัวมีความสัมพันธ์เกี่ยวพันกันซึ่ง P แต่ละตัวมีความสำคัญ

เท่ากัน ขึ้นอยู่กับการวางแผนการตลาดวางกลยุทธ์ โดยเน้นหนักที่ P ตัวใดมากกว่า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด คือ ผู้บริโภค

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือตัวสินค้าและบริการที่ไม่ใช่แค่คุณภาพหรือตรงกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น แต่หมายถึงการทำสินค้าที่บอกถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ออกมาได้ชัดเจน รูปภาพสินค้า การใช้งานสินค้า ช่วงเวลาที่เหมาะกับการใช้งาน บริการ Customer Service และอีกมากมาย นอกจากนี้สิ่งสำคัญอย่าง Core Identity และ Extended identity ก็ต้องมีด้วยเช่นกัน เพื่อให้สินค้าเป็นที่ต้องการและตอบโจทย์กับลูกค้าได้จริง ปัจจุบันนี้การตลาดจึงต้องหา Insight และ Persona ของลูกค้าให้ได้ก่อนว่าคือใคร ชอบอะไร มีพฤติกรรมแบบไหน ปัจจัยที่บ่งบอกว่ากิจการสามารถดำเนินธุรกิจได้ สินค้าที่มีตัวตน หรือไม่มีตัวตน เช่น บริการ ความคิด (Idea) ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้าร่วมกับความพอใจและสิ่งอื่นๆ ที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น นักการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ นักการตลาดต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้ามากกว่าที่ผ่านมา บทบาทของการบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญ การบรรจุภัณฑ์มีอยู่ 2 ประการ คือ การรักษาคุณภาพของสินค้า และ ส่งเสริมการขาย ดังนั้น รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันจึงมีสีสันดึงดูดตา และ วัสดุที่ใช้ทำหีบห่อมีการออกแบบแปลกใหม่กว่าเดิม ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า โดยคำนึงถึงบรรจุภัณฑ์มากกว่าตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมามีการกำหนดตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า ผู้บริโภคจะสามารถใช้ประสบการณ์ในอดีตมาช่วยในการตัดสินใจซื้อได้โดยไม่ต้องสอบถามข้อมูลอยู่ตลอดเวลาและมีความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้า

2. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) เป็นปัจจัยที่ช่วยให้กลยุทธ์การตลาดมีประสิทธิภาพ คือสถานที่ในการกระจายสินค้าที่หลากหลายช่องทาง สะดวกและดีต่อลูกค้า ยุคนี้เป็นยุคดิจิทัลการวางสินค้าตามห้างต่าง ๆ ไม่เพียงพอ แบรนด์ควรมีหน้าเว็บไซต์ที่ลูกค้าสามารถเข้าไปซื้อสินค้าได้เองง่าย ๆ หลายแบรนด์ใหญ่จะมี Shopping Site กันมากขึ้น รวมถึงเว็บไซต์ที่เป็น B2C, C2C อย่าง Shopee การกระจายสินค้าไป สู่ผู้บริโภค โดยวิธี (การขนส่ง Transportation) ที่เหมาะสม การกระจายสินค้า ได้แก่ ทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และ ทางท่อ ผู้บริหารการตลาดต้องเลือกทางที่ดีที่สุดเหมาะสมกับสินค้า ที่มีค่าใช้จ่ายต่ำและสินค้าไปถึงลูกค้าตรงเวลา

3. การกำหนดราคา (Price) การกำหนดราคา (Pricing) หมายถึง กระบวนการที่ธุรกิจหรือองค์กรเลือกและตัดสินใจเกี่ยวกับราคาของสินค้าหรือบริการที่นำเสนอให้กับลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อให้มีความเหมาะสมกับต้นทุน, ความต้องการของตลาด, ความสามารถในการแข่งขัน, และค่านิยมของลูกค้า การกำหนดราคามีผลต่อกำไรและความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว จึงต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย เช่น ต้นทุนการผลิต, ความสามารถในการแข่งขัน, สภาพตลาด, กลยุทธ์ทางการตลาด, และความคาดหวังของลูกค้า สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการคือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายในการตั้งราคา เพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์การตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 คุณค่าที่รับรู้ ในสายตาของลูกค้า การยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าราคา

3.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

3.3 การแข่งขัน

3.4 ปัจจัยอื่นๆ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมหรือกลยุทธ์ที่ธุรกิจใช้เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ารู้จักและสนใจในสินค้าหรือบริการ รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยทำได้หลายรูปแบบ เช่น การโฆษณา, การจัดโปรโมชั่น, การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย, การใช้สื่อออนไลน์ หรือการให้ส่วนลดพิเศษ เพื่อเพิ่มการรับรู้และกระตุ้นยอดขาย การส่งเสริมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีมากและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด สร้างการรับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเพื่อชักชวนให้เกิดการซื้อและเตือนความทรงจำให้ผู้บริโภครับรู้

การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อสร้างการรับรู้ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญอยู่ 4 ชนิดเป็นส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบผู้ซื้อโดยตรง เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ การส่งเสริมการตลาดโดยใช้เทคนิคต่างๆ ซึ่งแต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

4.2 การโฆษณา (Advertising) หมายถึง รูปแบบของการเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า สถาบันข้อมูลทางการขาย การบริการหรือเหตุการณ์ต่างๆ และข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต (Internet) ทำงานแทน สื่อโฆษณาสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง เป็นปัจจัยหนึ่งของส่วนผสมทางการตลาดที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับผู้บริโภคเริ่มจากการใช้ข้อมูลกับผู้บริโภคและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้าอยากได้และตัดสินใจซื้อในที่สุด การส่งเสริมการขาย เป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการสินค้า หรือบริการทำเป็นรูปแบบของการจัดแสดงสินค้า สินค้าตัวอย่าง คุปอง แสตมป์ ของแถม การสะสมแต้มแลกสินค้า การชิงโชคเพื่อรับรางวัล ฯลฯ

4.4 การเผยแพร่ และ ประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นการลงทุนสร้างชื่อเสียง และ ภาพพจน์ของกิจการ องค์การธุรกิจบางแห่งไม่เน้นการแสวงหากำไร (Maximize Profit) เน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคม (Social Objective) เพื่อความอยู่รอดขององค์การธุรกิจขึ้นอยู่กับการยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม หากกลุ่มผู้บริโภคเข้าใจว่าองค์การธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่คำนึงถึงสังคม หรือผู้บริโภค ไม่มีแนวทางแก้ไขจะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์การธุรกิจทำให้ได้รับผลกระทบที่เสียหาย

5. ด้านบุคคล (People) ด้านบุคคล หรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานให้กับองค์กรต่างๆ รวมถึงตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น โดยบุคลากรเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อให้องค์กรเป็นไปในทิศทางที่วางแผนกลยุทธ์ไว้ บุคลากรยังมีความสำคัญ คือ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาวการมีส่วนร่วมหรือความช่วยเหลือของพนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า บุคลากรหรือผู้ให้บริการเป็นตำแหน่งที่มีปฏิสัมพันธ์ กับลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมอื่นๆ ในระหว่างการซื้อขายหรือบริการก่อนและหลังการขายกับผู้บริโภคโดยตรงสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ลูกค้าจะเกิดความ

ประทับใจในแบรนด์ นำไปสู่การซื้อซ้ำและบอกต่อ หากบริการลูกค้าได้แย่นำไปสู่การเสียฐานลูกค้าได้ ดังนั้น ควรให้การดูแลทั้งการเพิ่มพูนความรู้ การพัฒนาศักยภาพ สร้างความรักในองค์กร

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้จากการใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างและควมมีคุณภาพ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ผู้บริโภคสัมผัสได้รวมถึงการมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรู้รส และ ความรู้สึกทางกาย เช่น การตกแต่งร้าน ความสะอาด บรรยากาศภายในร้าน เสียงดนตรี กลิ่นหอมของดอกไม้ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ องค์กรประกอบต่างๆภายในร้านมีความสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับรายละเอียดต่างๆ อยู่อย่างเสมอ เพื่อให้ลูกค้ากลับไปพร้อมความประทับใจ สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจทางด้านการบริการ ที่ต้องสร้างคุณภาพ คือในส่วนของลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ ลูกค้าให้ความพึงพอใจ

7. กระบวนการ (Process) เป็นการสร้างสรรค์ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยกระบวนการวางแผนกลยุทธ์สำหรับการบริการ และประสิทธิภาพในการบริการ กระบวนการบริการจึงควรมีความรวดเร็ว ต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้อง มีแบบแผนงานที่ดีก่อให้เกิดคุณภาพ ต้องมีการวางลำดับขั้นตอนตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้าร้านจนกระทั่งลูกค้าออกจากร้าน ลำดับขั้นตอนจะต้องถูกออกแบบให้มีมาตรฐาน เป็นระบบ มีการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานที่ชัดเจน มีขั้นตอนที่เหมาะสม และแบบแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การสร้างกระบวนการภายในที่ดี จะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า จะทำให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยลดต้นทุนค่าบริหารจัดการลงได้

E. Jerome McCarthy (1993) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หรือ 4Ps ซึ่งเครื่องมือทางการตลาดของสินค้า

Zeithaml and Bitner (2000) ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจการบริการมี 3Ps เพิ่มขึ้นจากเดิม ประกอบด้วย บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อความสร้างคุณภาพการดำเนินธุรกิจบริการ ตามกลยุทธ์ซึ่งมีรายละเอียดของ 4Ps ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ออกแบบหรือพัฒนาขึ้นมา สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ผลิตภัณฑ์จึงต้องมีการพัฒนาสินค้าใหม่และมีระบบการผลิตสินค้าเพื่อสร้างส่วนแบ่งทางการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงเรียนสอน

ภาษาต่างประเทศคือ หลักสูตรการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ ดังนั้นอุปกรณ์การเรียนการสอนครูผู้สอนและสภาพของโรงเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสมตามการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าสำหรับการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือบริการในรูปของเงินตราซึ่งผู้บริโภคมีการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ดังนั้นจึงต้องมีการกำหนดราคาให้เหมาะสม ดังนั้น ราคาเป็นกลไกที่สำคัญทางการตลาด มีความยืดหยุ่นสูง และ เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้เกิดความสนใจการกำหนดราคาจะต้องมีการพิจารณาคำนึงถึง ดังนี้

2.1 คุณค่าของสินค้าหรือบริการ

2.2 ต้นทุนสินค้า

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายของภาครัฐ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสาร สร้างการรับรู้ เตือนความจำให้ลูกค้า สร้างความเข้าใจผลิตภัณฑ์หรือบริการให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อมั่น การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

3.1 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยตรง เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถรับรู้และประเมินผลจากผู้รับสารได้ทันที พนักงานขายสามารถแนะนำ ชักชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงกระตุ้นลูกค้ามีความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้น

3.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการเผยแพร่วัสดุและเทคนิคต่างๆ ใช้เสริมกับการโฆษณาและช่วยเสริมการขายสามารถทำได้หลายวิธี

3.3 การให้ข่าว (Publicity) เป็นการนำเสนอความคิดในสินค้า หรือบริการ นโยบายของบริษัทโดยผ่านสื่อหลายประเภท

3.4 การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการ สร้างความสัมพันธ์ร่วมกับชุมชน หรือ เผยแพร่ข่าวสารที่ดี สร้างภาพลักษณ์ โดยการสร้างเหตุการณ์ หรือเรื่องราวดีๆ เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ เช่น การแจกสิ่งพิมพ์ เผยแพร่ การเข้าสนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ

3.5 การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมาก เพื่อสร้างความเข้าใจในบริการ การรับรู้ และเพื่อโน้มน้าวผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า และ ต้องการใ้บริการรับรู้ ดังนั้นการโฆษณาต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์และมีการกำหนดงบประมาณการโฆษณาที่ชัดเจน

3.6 การบอกต่อแบบปาก ต่อ ปาก (Word of Mouth) มีความสำคัญ เนื่องจากผู้ที่เคยใช้บริการสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ไปยังผู้ที่ใช้บริการในอนาคต จากประสบการณ์ที่ได้รับ

4. สถานที่ (Place) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดกลุ่มเป้าหมาย คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถบริการให้กับลูกค้า และตอบความต้องการของลูกค้าสร้างความสะดวกสบาย มีการกำหนดช่องทางการกระจายสินค้าอย่างครอบคลุมและเหมาะสมสำหรับให้บริการอย่างทั่วถึง ดังนั้นต้องมีความเหมาะสมด้านตำแหน่งที่ตั้ง เช่น แหล่งชุมชน มีความสะดวกในการเดินทาง มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 4 ประการ เป็นสิ่งที่ควบคุมได้ หากใช้อย่างเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจต้องมีการใช้การตลาดอุตสาหกรรม คือ การตลาดภายนอก ตลาดภายในและตลาดปฏิสัมพันธ์ Zeithaml and Bitner (2000) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อจัดเตรียมการสินค้าหรือบริการ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้า

2. ตลาดภายใน (Internal Marketing) เป็นกิจกรรมทางการตลาด ที่ ต้องมีการดำเนินการฝึกอบรม สร้างขวัญกำลังใจ และกระตุ้นให้บุคลากรให้บริการที่มีคุณภาพที่ดีแก่ลูกค้า โดยการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ

3. ตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) เป็นการสร้างคุณภาพ และความเชื่อถือขององค์กร ซึ่งมีพนักงาน (People) เป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้าผ่านองค์ประกอบทางด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ กระบวนการให้บริการ (Process)

5. ด้านบุคลากร (People) บุคลากรพนักงาน (Employee) คุณภาพการบริการต้องผ่านการ คัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้าที่แตกต่างกันอยู่ แ่งขัน พนักงานจำเป็นต้องมีความสามารถ ต้องมีทัศนคติที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถแก้ไขปัญหาที่ดี และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เกิดจาก

ประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานทุกๆ ฝ่าย ทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็ว มีคุณภาพ และเกิดความประทับใจ การกำหนดนโยบายการให้บริการ กำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของพนักงานทุกระดับ กระบวนการการให้บริการ การแก้ไขปรับปรุงการให้บริการของพนักงานที่ให้บริการและพนักงานส่วนสนับสนุน พนักงานที่ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานส่วนสนับสนุนทำหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่างๆ ทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สภาพแวดล้อมของสถานที่และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการให้บริการได้อย่างชัดเจน ได้แก่ อาคาร สถานที่ของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ลานจอดรถ สวน หอพักน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหราและสวยงามเพียงใดบริการน่าจะมีคุณภาพตามไปด้วย

7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ขั้นตอนการให้บริการ เพื่อส่งมอบคุณภาพแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และประทับใจ จะพิจารณาจาก 2 ด้าน คือ ความสลับซับซ้อน (Complexity) จะพิจารณาถึงขั้นตอนความต่อเนื่องของกระบวนการ และ ความหลากหลาย (Divergence) ต้องพิจารณาถึงความอิสระ ความยืดหยุ่น และความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ซึ่งต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือ เครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่ส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ทุกขั้นตอนจะต้องมีการประสานงานกันอย่างรวดเร็ว และ มีความเชื่อมโยง ดังนั้นพนักงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องมีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการแก้ปัญหา มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างบรรยากาศให้ลูกค้าประทับใจ เพื่อให้เกิดการบริการในครั้งต่อไป

จากข้อมูลดังกล่าวทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการบริการและมีส่วนสนับสนุนความพึงพอใจของนักเรียนและผู้ปกครองในการเลือกเรียนแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดถือได้ว่าเป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถนำมาใช้ร่วมกันอย่างเหมาะสมเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายโดยส่วนผสมทางการตลาดดังกล่าวประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ของวิทยาลัย สาขาที่วิทยาลัยพณิชยการบางนาเปิดสอน การถ่ายทอดความรู้ ความน่าสนใจของการเรียนการสอน

และการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ ในเนื้อหาการเรียน สาขาวิชาตอบสนองความต้องการของ ตลาดแรงงาน ด้านราคา หมายถึง ค่าบำรุงการศึกษา ค่าธรรมเนียมการศึกษา ความคุ้มค่ากับ จำนวนเงินที่จ่ายไป ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิทยาลัยตั้งอยู่ในแหล่ง ชุมชนการเดินทางมีความสะดวกใกล้แหล่งสาธารณูปโภค ไฟฟ้าและรถประจำทาง สาธารณะ ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง องค์ประกอบเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ เกี่ยวกับการรับสมัครเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรที่เปิดสอนในวิทยาลัยพณิชยการบางนา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆผ่านช่องทางการสื่อสารสื่อต่างๆ เว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊กวิทยาลัย แผ่นพับ วารสาร จดหมายข่าว ครูผู้สอนและเจ้าหน้าที่ของ หรือการใช้ศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบัน มีทุนการศึกษามอบให้นักเรียนเช่นทุนเรียนดี ทุนนักเรียนแลกเปลี่ยน และกองทุนกู้ยืมเพื่อ การศึกษาจัดสรรให้กับนักเรียน ด้านบุคลากร หมายถึง ผู้บริหาร ครูผู้สอน บุคลากรทางการศึกษา มีความรู้ความสามารถในการจัดการเรียนการสอนและบริหารงานอย่างเป็นระบบ ด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการจัดการเรียนการสอน กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน กิจกรรมต่างๆ มีความเชื่อมโยง กระบวนการโดยรวมอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม

Walters (1978) ได้อธิบายถึงลักษณะทางสังคมว่า เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องใน ชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาททางสังคม และ สถานภาพของผู้ซื้อ ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups หมายถึง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือ พฤติกรรมของบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 กลุ่มอ้างอิงทางตรง (Direct or Membership Groups) คือ กลุ่มบุคคลที่มี อิทธิพลต่อผู้บริโภคในทางตรง และมีการติดต่อกันแบบเผชิญหน้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) เป็นกลุ่มบุคคลมีการติดต่อกันอย่าง สม่ำเสมอ และมีรูปแบบการติดต่อแบบไม่เป็นทางการ เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น

กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) มีการติดต่อกันแบบนาน ๆ ครั้งและมี รูปแบบการติดต่อแบบเป็นทางการ เช่น กลุ่มทางศาสนา กลุ่มวิชาชีพ หรือกลุ่มทางการค้า เป็นต้น

1.2 กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม (Indirect Groups) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพล ทางอ้อมซึ่งไม่ได้มีการรู้จักกันเป็นการส่วนตัว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

กลุ่มไฝฝืน (Asp Rational Groups) คือ บุคคลที่บุคคลอื่นต้องการจะเป็นเหมือน เช่น นักแสดง นักร้อง นายแบบ นางแบบ พิธีกร นักกีฬาที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

กลุ่มไม่พึงปรารถนา (Dissociative Groups) คือ บุคคลที่ค่านิยมหรือพฤติกรรมที่บุคคลอื่นปฏิเสธไม่ยอมรับ ไม่ต้องการจะเป็นเหมือน

1.3 จากข้อมูลกลุ่มอ้างอิงดังกล่าวตามข้างต้นจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคใน 3 ทางด้วยกัน ดังต่อไปนี้

กลุ่มอ้างอิงทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ ๆ

มีอิทธิพลต่อทัศนคติและแนวความคิดส่วนของตนเอง

มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

2. ครอบครัว (Family) หมายถึง องค์การในสังคมที่สำคัญที่สุด โดยสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงชั้นปฐมภูมิที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยสมาชิกในครอบครัวจะมีการแบ่งบทบาทและอิทธิพลของการตัดสินใจซื้อออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 ผู้ชาย เป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

2.2 ผู้หญิง เป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

2.3 ผู้หญิงและผู้ชาย มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อร่วมกัน

3. บทบาททางสังคม (Social of Role) หมายถึง หน้าที่หรือพฤติกรรมที่ผู้บริโภคนั้นยึดถือปฏิบัติตามสถานภาพที่ได้รับ บทบาทและสถานภาพทางสังคมจะเป็นตัวกำหนดการกระทำระหว่างกันทางสังคมของสมาชิกให้ดำเนินไปด้วยกันอย่างราบรื่น สอดคล้อง ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและรับผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งนี้การดำเนินชีวิตในสังคมมีโอกาสที่เกิด บทบาทที่ขัดกันได้ กล่าวคือ ผู้บริโภคแต่ละคนอาจมีหลายบทบาทในเวลาเดียวกัน หรือการกระทำตนเป็นอีกบทบาทหนึ่งซึ่งไม่ใช่บทบาทที่แท้จริงของตนเอง สมาชิกในสังคมต้องตัดสินใจตามวาระและโอกาสที่จะเกิดขึ้น

4. สถานภาพ (Status) หมายถึง สิ่งที่ยบ่งบอกตำแหน่งในสังคมของผู้บริโภคเพื่อให้การยอมรับกำหนดไว้เป็นฐานะทางสังคม ของผู้บริโภคคนนั้น ๆ การกระทำระหว่างผู้บริโภคในสังคมเป็นไปตามสถานภาพที่ตนดำรงอยู่ โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

4.1 สถานภาพทางสังคมโดยกำเนิด (Ascribed Status) เป็นสถานภาพทางสังคมผู้บริโภคได้รับโดยกำเนิด ที่สำคัญได้แก่ เชื้อชาติ สัญชาติ เพศ (ชายหรือหญิง) อายุและสถานภาพอันเกิดจากการเป็นสมาชิกในครอบครัว เหล่านี้นับเป็นสถานภาพโดยกำเนิดทั้งสิ้น

4.2 สถานภาพทางสังคมที่ได้จากความสามารถของผู้บริโภคแต่ละบุคคล (Achieved Status) เป็นการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะได้รับสถานภาพโดยถือความสามารถตามเกณฑ์ที่สังคมกำหนด

ตามทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคม social composition series ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า โดยธรรมชาติมนุษย์จะมีการเปรียบเทียบสิ่งที่ตนเองครอบครองเป็นเจ้าของกับสิ่งที่บุคคลอื่นครอบครองเป็นเจ้าของเพื่อที่จะพิจารณาถึงความสัมพันธ์ภายในสังคมที่ตนเองยืนอยู่ทำให้บุคคลต่างๆในสังคมได้มีการจำแนกชนชั้นทางสังคมอยู่ตลอดเวลาทั้งที่มีการเปรียบเทียบกับชนชั้นที่สูงกว่าหรือชนชั้นที่ต่ำกว่าซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของผู้บริโภคที่นักการตลาดควรให้ความใส่ใจเป็นพิเศษเพราะบุคคลที่อยู่ในชนชั้นต่างจะมีอิทธิพลทั้งทางบวกและทางลบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค (Arnould, Price & Zinkhan, 2005)

ในปัจจุบันยังไม่มีการจัดชั้นฐานะทางเศรษฐกิจของชาวไทยที่เป็นรูปธรรม คือครอบครัวชาวไทยที่มีรายได้ หรือมีค่าตัวบ่งชี้ที่กำหนดขึ้นเป็นเท่าไร จึงจะบอกได้ว่ามีฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับดีมาก ดี ปานกลาง ไม่ค่อยดี หรือไม่ดี จึงส่งผลให้การวางแผนการตลาดของธุรกิจให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่าง ๆ กัน ก็ยังมีความคลาดเคลื่อนสูง ดังนั้นการจัดชั้นฐานะทางเศรษฐกิจของชาวไทยอาจทำได้ 2 วิธี คือ

1. วิธีจัดกลุ่มรายได้ของครอบครัว โดยการนำรายได้ต่อเดือนของครอบครัวมาใช้ในการจัดกลุ่มเพื่อแบ่งระดับฐานะ ซึ่งผู้บริโภคที่มีรายได้ของครอบครัวที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันควรมีรายได้ใกล้เคียงกัน และแตกต่างจากรายได้ของครอบครัวที่อยู่ในกลุ่มอื่น วิธีที่ควรจะนำมาใช้ในการจัดกลุ่ม คือวิธีรากที่สองของความถี่สะสม ซึ่งเป็นวิธีของ Delenus และ Hodges การแบ่งชั้นฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวชาวไทยด้วยวิธีนี้ อาจจะแบ่งเป็นกี่ชั้นทางเศรษฐกิจก็ได้ เช่นการแบ่งแบบหยาบ ๆ เป็น 3 ชั้น ได้แก่ฐานะทางเศรษฐกิจดี (A) ฐานะทางเศรษฐกิจปานกลาง (B) และฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดี (C) หรือการแบ่งให้ละเอียดขึ้นเป็น 5 ชั้น ได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจดีมาก (A) ฐานะทางเศรษฐกิจดี (B) ฐานะทางเศรษฐกิจปานกลาง (C) ฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดี (D) และฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดีมาก ๆ (E) หรือจะแบ่งให้ละเอียดขึ้นอีกเป็น 7 ชั้น ได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจชั้น A, B+, B, B-, C+, C และ C-

2. วิธีวัดระดับความยากจนของครอบครัว โดยหาค่าระดับความยากจนซึ่งเป็นค่าที่แบ่งฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ครอบครัวที่มีรายได้สูงกว่าระดับความยากจน และกลุ่มครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่าระดับความยากจน ซึ่งกลุ่มหลังนี้จะถือว่าเป็นครอบครัวที่มีฐานะยากจน ระดับความยากจนของครอบครัวชาวไทยนี้ จะใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดระดับ

ต่ำสุดของคู่ครองชีพของครอบครัวที่จะมีความเพียงพอในการใช้จ่าย เพื่อการอุปโภคบริโภคของครอบครัว นั่นคือความเพียงพอของสิ่งต่าง ๆ ที่จำเป็นในการดำรงชีพ ซึ่งสถิติเส้นความยากจนในปี 2561 อยู่ที่ 2,710 บาทต่อคนต่อเดือน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2562)

ปัจจัยวัฒนธรรม Kornblum (1988) ได้อธิบายถึง ปัจจัยวัฒนธรรมว่าเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกันบุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมของตนเองภายใต้กระบวนการทาง สังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล นอกจากนี้ในแต่ละวัฒนธรรมยังประกอบไปด้วยวัฒนธรรมกลุ่มย่อยธรรมเนียมประเพณีเป็นที่ยึดถือปฏิบัติกันในคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งและยังเกี่ยวข้องกับทางสังคมภายในสังคมนั้นด้วย ปัจจัยวัฒนธรรมนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) วัฒนธรรมพื้นฐานเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล บุคคลจะได้รับการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมจากสังคมรอบข้างตั้งแต่ยังเป็นเด็กและมีส่วนทำให้เกิดค่านิยมต่าง ๆ ตลอดจนความต้องการในสินค้าต่าง ๆ แตกต่างกันไปในแต่ละวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น คุณลุงสมที่เป็นคนไทยต้องการกระเบื้องไปใช้ในการมุงหลังคาบ้านที่สร้างใหม่ในขณะที่นายนิเซาที่เป็นชาวแอฟริกาเห็นกระเบื้องมุงหลังคาแล้วไม่รู้จักว่าจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร เป็นต้น

วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือชนบทรณเนียมประเพณี (Subculture) วัฒนธรรม มีรากฐานจากเชื้อชาติ (Nationality Groups) เช่น คนไทยเชื้อชาติไทย และคนไทยเชื้อชาติวัฒนธรรมกลุ่มย่อยที่ต่างกัน ศาสนา (Religious Group) เช่น กลุ่มคนไทยเชื้อชาติไทย ที่นับถือพุทธศาสนาและนับถือศาสนาคริสต์ ต่างก็มีวัฒนธรรมกลุ่มย่อยที่ต่างกัน สีผิว (Racial Group) เช่น คนอเมริกันผิวขาวและคนอเมริกันผิวดำ และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน (Geographical Areas) เช่น คนทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยซึ่งอยู่ที่ราบส่วนมากในการล่อยกระทงจะล่อยตามแม่น้ำต่าง ๆ ในขณะที่คนในจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่อยู่บนเขาจะล่อยกระทงโดยปล่อยขึ้นฟ้า เป็นต้น วัฒนธรรมกลุ่มย่อยจะมีผลให้พฤติกรรมของคนในกลุ่มต่างมีข้อปลีกย่อยที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมพื้นฐานมีผลกระทบถึงการที่บุคคลจะมีพฤติกรรมและการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน ดังนั้นการที่นักการตลาดผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นต้องคำนึงว่าเป็นที่ต้องการของคนในท้องถิ่นนั้นหรือไม่

Miller (1995) ได้อธิบายว่าค่านิยมทางสังคม เป็นสิ่งสำคัญในการดำรงอยู่ในสังคมของมนุษย์ ค่านิยมมีผลต่อความรู้สึก ความคิด และท่าทางการแสดงออก ที่ทำให้สังคมเป็นไปทิศทาง

เดียวกัน เป็นสิ่งที่มนุษย์คิดไตร่ตรองแล้วว่าเป็นสิ่งที่ดี ได้รับการยอมรับจากสังคม และยึดถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความคิดเห็นของคนในสังคมตามกาลเวลา ค่านิยมทางสังคม เป็นความเชื่อที่ใช้ร่วมกันในเฉพาะวัฒนธรรม หรือกลุ่มคน ลักษณะของความเชื่อนั้นไม่มีข้อจำกัดในทางศาสนา เศรษฐกิจ และปัจจัยทาง วัฒนธรรม

Ruch (1992) ให้ความหมายว่า ค่านิยมทางสังคม เป็นแรงจูงใจที่สำคัญทำให้บุคคลมีจุดหมายในชีวิต จุดหมายใดที่ได้มาแล้วรู้สึกคุ้มค่าจึงเป็นที่ยอมรับในสังคม และเป็นค่านิยมในระดับสูง ดังนั้นจุดหมายที่เป็นค่านิยมระดับต่ำ บุคคลที่อยู่ในสังคมมักหลีกเลี่ยงจึงถือว่าเป็นค่านิยมที่ไม่ดี ซึ่งค่านิยมมีบทบาทที่สำคัญ และส่งผลต่อพฤติกรรมของคนในสังคมนั้นๆ

จากข้อมูลดังกล่าวทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานทำให้เกิดค่านิยมในการแสดงออกของบุคคลถึงความต้องการรู้สึกกับความรู้สึกกับความปรารถนาต่อโอกาสหรือความน่าจะเป็นในการตัดสินใจใดๆที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอนาคตของกลุ่มสมาชิกสมาชิกในสังคมต้องตัดสินใจตามวาระและโอกาสที่จะเกิดขึ้น ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัวและค่านิยม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) คือ ความหมายของการตัดสินใจ นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้

บาร์นาร์ด (Barnard,1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า เป็นเทคนิควิธีที่ลดทางเลือกให้เหลือเพียงทางเดียว

ไซมอน (Simon,1960) กล่าวถึงการตัดสินใจไว้ว่า งานตัดสินใจเป็นงานที่กระจายอยู่ทั่วองค์การ ทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารจะรวมถึงหลักการต่าง ๆ ขององค์การจะรับประกันการตัดสินใจได้กระทำอย่างถูกต้อง นั่นคือหลักการที่จะรับประกันว่า การดำเนินการปฏิบัติได้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

กิบสันและอิวานเซวิช (Gibson and Ivancevich,1959) ให้ความหมายของการตัดสินใจ คือ เป็นกระบวนการสำคัญขององค์การที่จะต้องกระทำ อยู่บนพื้นฐานของข้อมูล ข่าวสาร (information) ซึ่งได้รับจาก โครงสร้างองค์การ พฤติกรรมบุคคล และ กลุ่มในองค์การ

โจนส์ (Jones,1995) ให้ความหมาย ของการตัดสินใจขององค์กรเป็น การแก้ไข ปัญหาขององค์กร โดยการค้นหาทางเลือก และเลือกทางเลือก หรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ได้กำหนดไว้

กระบวนการตัดสินใจ (Decision Making Process) เป็นแนวคิดที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการเลือกซื้อ การตัดสินใจ และการประเมินผลหลังตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (ชูชัย สมितिไกร, 2563)

1. การตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการ (Problem / Need Recognition) เป็นในขั้นตอนแรกผู้บริโภคจะรับรู้ถึงความต้องการของตนเองซึ่งสิ่งกระตุ้นจะเกิดจากสิ่งเร้าภายใน เช่น ความหิว ความกระหาย หรือสิ่งเร้าภายนอก เช่น เกิดการกระตุ้นจากสื่อโฆษณา ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกต้องการผลิตภัณฑ์นั้น เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีข้อมูลที่สามารถตัดสินใจได้ว่าสิ่งใดที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ และนำมาพิจารณาตัดสินใจโดยแบ่งการค้นหาได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การค้นหาข้อมูลภายใน (Internal Search) กระบวนการทางจิตใจของผู้บริโภคจากความทรงจำทั้งในทางที่ดี และไม่ดี ซึ่งเป็นความรู้สึกของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2.2. การค้นหาข้อมูลภายนอก (External Search) เป็นกระบวนการการค้นหาข้อมูลจากภายในที่ยังไม่เพียงพอ โดยการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ รวมถึง สื่อโซเชียลมีเดีย การสอบถามข้อมูลจากผู้ขาย และการค้นหาจากสังคมของผู้บริโภค ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จักที่สามารถบอกประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)เป็นขั้นตอนหลังจากที่ผู้บริโภคได้ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้ว จะเป็นขั้นตอนของการประเมินทางเลือกต่าง ๆ ที่มี โดยพิจารณาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เพื่อตัดสินใจเลือกสิ่งที่ต้องการมากที่สุด ในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์ในการเลือกต่าง ๆ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่าง เพื่อส่งผลไป

4. การตัดสินใจเลือก (Product Choice) ในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจว่าจะเลือกทางใดทางหนึ่ง โดยอาศัยข้อมูลทั้งหมดที่ได้ทำการพิจารณา ประกอบกับความตั้งใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ (Purchase Intention)

5. การประเมินผลหลังจากการเลือกบริโภค (Post-Purchase Evaluation) เป็นขั้นตอนการประเมินผลก่อนที่จะพิจารณาบริโภคใหม่ เป็นการประเมินความพึงพอใจ

(Satisfaction) ผ่านการเปรียบเทียบผลลัพธ์กับความคาดหวัง โดยเป็นขั้นตอนสุดท้ายและอาจเกิดขึ้นได้ 3 รูปแบบ คือ

5.1 การเกินความคาดหวัง (Positive Confirmation) เป็นภาวะที่ผลลัพธ์เกิดขึ้นจริงและอยู่ระดับที่สูงกว่าความคาดหวังที่ได้กำหนดไว้ ทำให้เกิดความพึงพอใจในเชิงบวก และเกิดแรงส่งเสริมในการกลับมาบริโภคซ้ำอีกครั้ง หรือบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆ ได้

5.2 การสมความคาดหวัง (Confirmation) เกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์อยู่ในระดับเดียวกันที่คาดหวังไว้หรือมีความสัมพันธ์ในความพึงพอใจของสินค้า

5.3 การผิดความคาดหวัง (Negative Disconfirmation) เป็นภาวะเมื่อประเมินแล้วพบว่าต่ำกว่าความคาดหวังที่กำหนดไว้ นำไปสู่ความไม่พึงพอใจ ก่อเกิดทัศนคติ เชิงลบ และอาจทำให้เกิดการร้องเรียน และถือเป็นภัยต่อผลิตภัณฑ์

จากข้อมูลดังกล่าวทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ คือ การใช้ความคิดในการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาหรือโอกาสในการประเมินหรือพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสม กระบวนการตัดสินใจมีหลายขั้นตอนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของปัญหาหรือข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เพื่อประเมินทางเลือกด้วยการใช้หลักการและเหตุผลที่มีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นสามารถแบ่งออกเป็นสองปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน (Internal Factor) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิด และการแสดงออกซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น ความจำเป็น ความต้องการของบุคคล แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ การรับรู้ การเรียนรู้ และ ปัจจัยภายนอก (External Factor) เป็น ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วย ครอบครัว สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ข้อมูลวิทยาลัยพณิชยการบางนา

ประวัติวิทยาลัยพณิชยการบางนา

กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศตั้งโรงเรียนแห่งนี้เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2513 ให้ชื่อว่า “โรงเรียนพณิชยการบางนา” สังกัดกองโรงเรียนพาณิชยและอุตสาหกรรม กรมอาชีวศึกษา ซึ่งขณะนั้น อาคารของโรงเรียนพณิชยการบางนายังก่อสร้างไม่แล้วเสร็จ จึงต้องใช้สถานที่สมาคม นักเรียนเก่าพณิชยการในบริเวณโรงเรียนพณิชยการพระนคร (ขณะนั้น) ทำการมอบตัวจนถึงวันที่ 10 มิถุนายน 2513 กรมอาชีวศึกษาได้แต่งตั้ง ดร.ไพศาล จามรมาน อาจารย์เอกวิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพมหานครมาดำรงตำแหน่งอาจารย์ใหญ่คนแรก อย่างไรก็ตามโรงเรียนพณิชยการบางนาก็ได้คำนึงถึงการเรียนการสอน เพราะการก่อสร้างยังไม่แล้วเสร็จจึงได้ติดต่อหาสถานที่

เรียนชั่วคราว และใช้สถานที่โรงเรียนนานาชาติลาดพร้าว ระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน ถึง 1 สิงหาคม 2513 แล้วย้ายมาทำการเรียนการสอนสถานที่เรียนใหม่เป็นอาคารชั่วคราวหลังคาจากผ้า เสื่อลำแพน ซึ่งตั้งอยู่ติดกับการก่อสร้างอาคารถาวร จนถึงสิ้นปีการศึกษา 2513 และเนื่องจาก สถานที่ไม่อำนวยความสะดวกได้ประจำปี 2513 จึงต้องไปสอบที่โรงเรียนวัดธาตุทอง ส่วนการสอบ คัดเลือกเข้าเรียนในปีการศึกษา 2514 ต้องไปดำเนินการที่โรงเรียนดุสิตพลวิทยการอีกครั้งหนึ่ง อาคารเรียนได้สร้างเสร็จตามสัญญาในเดือนพฤษภาคม 2515 โรงเรียนได้เข้าใช้อาคารเรียน หลัง ใหม่ และได้พิธีเปิดอาคารเรียนเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2515 โดย ฯพณฯ สุกิจ นิมมานเหมินท์ เป็น ประธานในพิธี เนื่องจากผลการเรียนการสอน และชื่อเสียงของโรงเรียนพณิชยการบางนา ในด้าน ระเบียบวินัย ความประพฤติของนักเรียน ประกอบกับความต้องการของประชาชนที่จะศึกษา ต่อ ในระดับ สูงขึ้นมีจำนวนมาก กรมอาชีวศึกษาจึงได้ประกาศ ยกฐานะโรงเรียนพณิชยการบาง นาขึ้นเป็น “วิทยาลัยพณิชยการบางนา” เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2517 เปิดสอนนักเรียนและ นักศึกษา 2 ระดับ คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.ศ.6) สายอาชีพ และระดับประโยค วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) นับเวลาตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการสอนจนเปลี่ยนระดับยกฐานะเป็นวิทยาลัย ในเวลาเพียง 4 ปีเท่านั้น

ปีการศึกษา 2561 วิทยาลัยพณิชยการบางนาเข้ารับการประเมิน สถานศึกษารางวัล พระราชทาน วันที่ 9 พฤศจิกายน 2562 นายประเสริฐ จันโนทัย อดีตผู้อำนวยการวิทยาลัยพณิ ชยการบางนา(ขณะนั้น) พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร ครู เจ้าหน้าที่ เข้ารับรางวัลสถานศึกษารางวัล พระราชทาน จากสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสา วิธิลิริพัชร มหาวชิราวุธธิดา เสด็จแทนพระองค์ในการพระราชทานรางวัลแก่นักเรียน นักศึกษา และสถานศึกษาที่ได้รับรางวัลพระราชทาน ประจำปีการศึกษา 2561 ณ ศาลาดุสิตดาลัย สวน จิตรลดา พระราชวังดุสิต

วันที่ 2 ธันวาคม 2562 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาได้แต่งตั้ง นาย วรรณยุทธ จิตสมุทร ให้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการวิทยาลัยพณิชยการบางนา

วันที่ 1 ตุลาคม 2565 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาได้แต่งตั้ง นางสาวรุ่งนภา ปุณยานุเดช ให้มาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการวิทยาลัยพณิชยการบางนา ถึงปัจจุบัน

ข้อมูลการเรียนการสอน

สายอาชีพ หมายถึง สายการศึกษาเฉพาะทาง โดยเน้นให้ผู้เรียนที่จบการศึกษาสามารถ นำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพ หรือสมัครงานตามสาขานั้น ๆ ได้ ซึ่งถือว่าผู้ที่เรียนจบสาขาวิชา นั้น ๆ เป็นผู้มีความรู้พื้นฐาน ตามหลักสูตรหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และ หลักสูตร

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สำหรับประกอบอาชีพนั้น ๆ ได้ การจัดการศึกษาของวิทยาลัยพณิชยการบางนา ปัจจุบันวิทยาลัยพณิชยการบางนา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ เปิดสอน 3 ระดับ คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ, ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ทั้งในระบบและระบบทวิภาคี และระดับปริญญาตรีหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิตระบบทวิภาคี ได้แก่ ระบบปกติ (ในระบบ)

ตาราง 2 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มี 3 ประเภทวิชา

ประเภทวิชาพณิชยกรรม	สาขาวิชาการบัญชี
	สาขาวิชาการบัญชี (MEP : Mini English Program)
	สาขาวิชาการตลาด
	สาขาวิชาการจัดการสำนักงาน
	สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
	สาขาวิชาภาษาต่างประเทศ (อังกฤษ) (จีน)
	สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
ประเภทวิชาอุตสาหกรรม	สาขาวิชาการโรงแรม (MEP)
ท่องเที่ยว	สาขาวิชาการท่องเที่ยว
ประเภทวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ	สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 3 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) มี 3 ประเภทวิชา

ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ	สาขาวิชาการบัญชี
	สาขาวิชาการตลาด
	สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน (สาขางานการจัดการคลังสินค้า)
	สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล (สาขางานธุรกิจอีคอมเมิร์ซ)
ประเภทวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ (สาขางานนักบริหารจัดการระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และความปลอดภัย)

ระบบทวิภาคี

เป็นการจัดการศึกษาโดยความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการกับสถานศึกษา 3 ระดับ ระดับ ปวช. ปวส. และปริญญาตรี เรียนทฤษฎีในวิทยาลัยฯ เรียนปฏิบัติ ฝึกวิชาชีพและปฏิบัติจริงในสถานประกอบการตลอดหลักสูตร โดยนักเรียนนักศึกษาจะเป็นพนักงานฝึกหัดของสถานประกอบการนั้น

ตาราง 4 ระบบทวิภาคี

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)	สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก (สาขางานธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ และสาขางานธุรกิจอาหารและบริการ)
	สาขาวิชาการโรงแรมและบริการ
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ	สาขาวิชาการบัญชี
	สาขาวิชาการตลาด
	สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล (สาขางานธุรกิจดิจิทัล)
	สาขาวิชาการจัดการ
	สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน (สาขางานการจัดการคลังสินค้า และสาขางานตัวแทนออกของ)
	สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก (สาขางานธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ และสาขางานธุรกิจอาหารและบริการ)
ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	สาขาวิชาการโรงแรม
	สาขาวิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ
ระดับปริญญาตรีหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต (ระบบทวิภาคี)	สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล
	สาขาวิชาการโรงแรม
	สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
	สาขาวิชาการบัญชี

ข้อมูลจำนวนนักเรียน

ตาราง 5 สรุปจำนวนนักเรียน นักศึกษา วิทยาลัยพณิชยการบางนา

จำนวนนักเรียน นักศึกษา	ปีการศึกษา				
	2566	2565	2564	2563	2562
ภาคเรียนที่ 1	2,640	2,754	2,872	2,898	2,725
ภาคเรียนที่ 2	2,545	2,650	2,768	2,723	2,608

(งานทะเบียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา,ตุลาคม2566)

ตาราง 6 สรุปจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

จำนวนนักเรียน	ปีการศึกษา				
	2566	2565	2564	2563	2562
สาขาการบัญชี	329	386	464	540	522
สาขาการตลาด	275	308	361	340	285
สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	465	459	522	506	423
สาขาธุรกิจค้าปลีก – ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่	70	94	102	110	141
สาขาภาษาต่างประเทศ	154	184	199	226	191
สาขาการจัดการโลจิสติกส์	254	259	201	80	0
สาขาการจัดการสำนักงาน	44	28	20	28	48
สาขาการโรงแรม/ การจัดประชุมและ นิทรรศการ	101	106	138	169	155
สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ	103	74	41	0	0
รวม	1,795	1,898	2,048	1,999	1,765

(งานทะเบียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา,ตุลาคม2566)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรัณย์รัตน์ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2566) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น 3.01 - 3.50 มีความคาดหวังด้านอาชีพอิสระ ปัจจัยสนับสนุนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ในด้านระดับการศึกษาของผู้ปกครองคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้ของผู้ปกครองต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท อาชีพของผู้ปกครองรับจ้างทั่วไปอิสระ บุคคลที่แนะนำในการศึกษาต่อ คือญาติ/ผู้ปกครอง ได้รับข้อมูลการศึกษาต่อจากสื่อของวิทยาลัย ส่วนใหญ่ จากสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในระดับมาก ทุกด้าน ได้แก่ ด้านอื่นๆ ด้านสังคม ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอาชีพ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักเรียนที่ความคาดหวังในด้านอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอื่น ๆ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ทั้ง 2 ด้าน มีอิทธิพลในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 48.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อดิธร สังข์จันทร์ (2565) ได้ศึกษาเรื่องการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสายอาชีพ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตาก ประชากรที่ใช้ในการประเมินครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ที่ศึกษาต่อ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตาก ปีการศึกษา 2565 จำนวน 68 คน เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 1 ฉบับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตาก ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 สรุปได้ดังนี้ 1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพ ที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 โดยภาพรวมทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย และปัจจัยอีก 6 ด้านมีผล

ต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตาก ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 พิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้ 1. ปัจจัยด้านการจัดเรียนการสอน ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก 2. ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมากที่สุด 3. ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ให้บริการ ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก 4. ปัจจัยด้านสวัสดิการ ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก 5. ปัจจัยด้านครูและบุคลากร ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก 6. ปัจจัยด้านระบบดูแลผู้เรียน ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก 7. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก

สุพรรณ ร่มลำดวน (2563) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยีจังหวัดสมุทรสาคร คือ ด้านหลักสูตรอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก และลำดับ สุดท้าย คือ ด้านเหตุผลส่วนตัวอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ความสัมพันธ์การตัดสินใจเข้าศึกษามีความสัมพันธ์โดยรวมกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 เมื่อจำแนกการตัดสินใจเข้าศึกษาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตร ด้านเหตุผลส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อลงกรณ์ อัมมวงษ์จิตต (2563) การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ของ นักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บข้อมูลจาก ผู้เชี่ยวชาญทางการศึกษาต่อจากเว็บไซต์ที่ทรงอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนต่อการเลือกศึกษามหาวิทยาลัยไทย ทั้งหมด 5 เว็บไซต์ดำเนินการวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์แบบ เจาะลึก และ การวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลจาก กลุ่มนักเรียนที่สนใจเข้าศึกษาต่อที่ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ โดยดำเนินการศึกษาภายใต้ 9 ปัจจัย คือ ด้าน ภาพลักษณ์ของวิทยาลัย, ด้านสื่อประชาสัมพันธ์, ด้าน

หลักสูตร, ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ, ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา, ด้านระบบการคัดเลือก, ด้านอาจารย์ผู้สอน, ด้านชื่อเสียง และค่านิยม และ ด้านการแนะแนว / การบอกต่อ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ไม่แตกต่างกัน แต่ในเพศ, ประเภทโรงเรียน, แผนการเรียน, รายได้เฉลี่ยของครอบครัว และ วิชาเอกที่สนใจเข้าศึกษาที่แตกต่างกัน มีความเห็น เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ที่แตกต่างกัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษา ต่อๆ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านหลักสูตร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านชื่อเสียง และค่านิยม ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของวิทยาลัย ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ปัจจัยด้านระบบการคัดเลือก ปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์ปัจจัยด้านการแนะแนว / การบอกต่อ และ ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ตามลำดับ

ดวงฤทัย แก้วคำ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.25 ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 51.75 ผู้ปกครองสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 32.25 ผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 36.50 รายได้ของครอบครัว 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 47.50 ปัจจัยการสื่อสารการตลาด ปัจจัยทางสังคม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก นักศึกษามีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่ออยู่ในระดับปานกลาง เพศ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง รายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน ปัจจัยการสื่อสารการตลาดส่งผลให้การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเพิ่มขึ้น ปัจจัยทางสังคมด้านกลุ่มอ้างอิงและครอบครัวส่งผลให้การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเพิ่มขึ้น

อรรณฤฤต อินทะโย (2560) ได้ศึกษาการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียนในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งศึกษาวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ เป้าหมาย ความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีและความเคยชิน ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความคาดหวัง พันธะสัญญาและแรงเสริม และปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ โอกาส ความสามารถและการสนับสนุน ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถกับข้อมูลที่มีคุณภาพจากนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ การศึกษาปัจจัยในการไม่ศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาของเยาวชนในพื้นที่เฉพาะกิจจังหวัดชายแดนใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยในการไม่ศึกษาต่อในสถาบัน

อาชีวศึกษาของเยาวชนในพื้นที่เฉพาะกิจจังหวัดชายแดนใต้ 2) เปรียบเทียบปัจจัยในการไม่ศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาของเยาวชนในพื้นที่เฉพาะกิจจังหวัดชายแดนใต้ การทดสอบสถิติที่ และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการวิจัยพบว่า 1) ศึกษาปัจจัยในการไม่ศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาของเยาวชนในพื้นที่เฉพาะกิจจังหวัดชายแดนใต้ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านนโยบายเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของภาครัฐมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านทัศนคติต่อการเรียนอาชีวศึกษา ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันอาชีวศึกษา ด้านค่านิยมทางการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ด้านสถาบันการศึกษา และด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ตามลำดับ 2) การเปรียบเทียบปัจจัยในการไม่ศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาของเยาวชนในพื้นที่เฉพาะกิจจังหวัดชายแดนใต้ พบว่า เยาวชนที่มีเพศ ระดับการศึกษาของมารดาต่างกันมีปัจจัยในการไม่ศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาแตกต่างกัน เยาวชนที่มารดามีอาชีพต่างกันมีปัจจัยในการไม่ศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาแตกต่างกัน ส่วนเยาวชนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม ประเภทโรงเรียน รายได้ของครอบครัว อาชีพของบิดา ระดับการศึกษาของมารดามีปัจจัยในการไม่ศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาไม่แตกต่างกัน

เสาวลักษณ์ สาบุตร (2560) ได้ศึกษาการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยจำแนกประเภทของนักเรียนที่ศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญในจังหวัดมหาสารคาม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรที่สามารถจำแนกประเภทของนักเรียนที่เข้าศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญ ในจังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อสร้างสมการจำแนกประเภทการเข้าศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญของนักเรียน ในจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือนักเรียนที่กำลังศึกษาในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ปีการศึกษา 2557 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 26 (มหาสารคาม) และนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 ปีการศึกษา 2557 สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 384 คน จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ตัวแปรอิสระ คือ แรงจูงใจ ความคาดหวังของผู้เรียน ทัศนคติความสนใจในอาชีพ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ภาพลักษณ์ของสถาบัน บุคคลที่เกี่ยวข้อง ค่านิยมทางสังคม การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษาต่อ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกสายการเรียนของผู้เรียน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ นักเรียนที่เรียนสายอาชีพและสายสามัญ โดยสมการถ้อยสามารถพยากรณ์จำแนกกลุ่มนักเรียนที่ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญ ในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า สมการสามารถพยากรณ์จำแนกกลุ่มนักเรียนที่ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญ ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมได้เท่ากับร้อยละ 56.3

จากข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวสรุปได้ว่า การเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนมีความสำคัญต่อการเลือกเรียนต่อทั้งสิ้น ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ในการวางแผนการจัดการศึกษา กระบวนการเรียนการสอน พัฒนาวิทยาลัยพณิชยการบางนาให้มีประสิทธิภาพและสามารถผลิตผู้สำเร็จการศึกษาให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อพัฒนาประเทศชาติต่อไป



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,795 คน (งานทะเบียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา, ตุลาคม 2566)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จึงใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยทราบค่าจำนวนประชากรแน่นอน โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (2019) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง 5%

แทนค่า จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{1,795}{1 + 1,795(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1,795}{5.49}$$

$$= 326.96$$

$$\text{ปรับเป็น} = 327$$

ทั้งนี้การวิจัยครั้งนี้จึงได้จำนวนตัวอย่างโดยได้ขนาดตัวอย่าง 327 ตัวอย่าง เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์และแม่นยำผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 7 % หรือ 23 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น 350 ตัวอย่าง ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 350 คน

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1.3.1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งประชากรออกเป็นสาขาวิชาแล้วสุ่มตัวอย่างจากทุกระดับชั้นของสาขาวิชาสามารถคำนวณอัตราส่วนแบบ Proportionate Stratified Sampling ของประชากรแต่ละสาขาวิชา

ตาราง 7 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละสาขาวิชา จำนวน 9 สาขาวิชา ดังนี้

ที่	สาขาวิชา	ประชากร (N)	กลุ่มตัวอย่าง(n)
1	สาขาการบัญชี	329	40
2	สาขาการตลาด	275	40
3	สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	465	40
4	สาขาธุรกิจค้าปลีก – ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่	70	38
5	สาขาภาษาต่างประเทศ	154	38
6	สาขาการจัดการโลจิสติกส์	254	40
7	สาขาการจัดการสำนักงาน	44	38
8	สาขาการโรงแรมและการจัดประชุมและนิทรรศการ	101	38
9	สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ	103	38
รวม		1,795	350

ที่มา : งานทะเบียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา วันที่ 16 ตุลาคม 2566

1.3.2 วิธีสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักเรียนจำนวน 9 สาขาวิชา มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 กลุ่ม ตามขั้นตอนที่ 1 และเต็มใจตอบแบบสอบถามจนครบ 350 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ในการสร้างแบบสอบถาม และอาศัยแนวคิด ทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมถึงได้ศึกษา ข้อคำถามจากรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสรุปเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามโดยแบ่ง ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่ง ประกอบด้วยเพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว รายได้ครอบครัว สาขาที่กำลังศึกษาอยู่ โดยใช้แบบสอบถามแบบเป็นแบบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question)

1. เพศ มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกสองคำตอบ (Dichotomy question) มีระดับ การวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1.1 เพศหญิง

1.2 เพศชาย

2. ภูมิลำเนา มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกคำตอบ (Dichotomy question) มีระดับ การวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

2.1 กรุงเทพฯ และปริมณฑล

2.2 ต่างจังหวัด

3. อาชีพผู้ปกครอง มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3.2 พนักงานเอกชน

3.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

3.4 อื่น ๆ โปรดระบุ

4. สถานภาพครอบครัวมีลักษณะคำถามแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบเรียงอันดับ (Nominal Scale)

4.1 อยู่ร่วมกัน

4.2 แยกกันอยู่/หย่าร้าง

4.3 อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

5.2 20,001 – 30,000 บาท

5.3 30,001 – 40,000 บาท

5.4 40,001 บาทขึ้นไป

6. สาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบเรียงอันดับ (Nominal Scale)

6.1 สาขาการบัญชี

6.2 สาขาการตลาด

6.3 สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

6.4 สาขาธุรกิจค้าปลีก – ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

6.5 สาขาภาษาต่างประเทศ

6.6 สาขาโลจิสติกส์

6.7 สาขาการจัดการสำนักงาน

6.8 สาขาการโรงแรมและการจัดประชุมและนิทรรศการ

6.9 สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 36 ข้อ เป็นแบบสอบถามลักษณะแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ และมีการให้คะแนนแบบอันตรภาค (Interval Scale) มีเกณฑ์คะแนนได้แก่ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	ให้คะแนน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	ให้คะแนน	เห็นด้วย
3	ให้คะแนน	ไม่แน่ใจ
2	ให้คะแนน	ไม่เห็นด้วย
1	ให้คะแนน	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การกำหนดคะแนนเฉลี่ยและใช้สูตร ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{พิสัย} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\ &= 5 - 1 \\ &= 4\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย/จำนวนชั้น} \\ &= 4/5 \\ &= 0.8\end{aligned}$$

แสดงคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับดีมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับดี

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับพอใช้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปรับปรุง

จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยแต่ละข้อที่ได้ มารวมกันแล้วหารเฉลี่ยด้วยจำนวนข้อ จะได้คะแนนเฉลี่ยรวมของคะแนนด้านนั้นทั้งหมด แล้วนำคะแนนที่ได้มาแปลความหมายสรุป

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านครอบครัว ด้านค่านิยม จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบสอบถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ และมีการให้คะแนนแบบอันตรภาค (Interval Scale) ลักษณะของข้อคำถามที่ประเมินผลแบบสอบถาม Rating Scale และวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) มีเกณฑ์คะแนนได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	ให้คะแนน	มากที่สุด
4	ให้คะแนน	มาก
3	ให้คะแนน	ปานกลาง
2	ให้คะแนน	น้อย
1	ให้คะแนน	น้อยที่สุด

การกำหนดคะแนนเฉลี่ยและใช้สูตร ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{พิสัย} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\ &= 5 - 1 \\ &= 4\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย/จำนวนชั้น} \\ &= 4/5 \\ &= 0.8\end{aligned}$$

แสดงคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง กลุ่มอ้างอิง/ครอบครัว/ค่านิยมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง กลุ่มอ้างอิง/ครอบครัว/ค่านิยมอยู่ในระดับเห็นด้วย มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง กลุ่มอ้างอิง/ครอบครัว/ค่านิยมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง กลุ่มอ้างอิง/ครอบครัว/ค่านิยมอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง กลุ่มอ้างอิง/ครอบครัว/ค่านิยมอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยแต่ละข้อที่ได้ มารวมกันแล้วหารเฉลี่ยด้วยจำนวนข้อ จะได้คะแนนเฉลี่ยรวมของคะแนนด้านนั้นทั้งหมด แล้วนำคะแนนที่ได้มาแปลความหมายสรุป

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพโดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจำนวน 3 ข้อ เป็นแบบสอบถามลักษณะ Rating Scale และวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) มีเกณฑ์คะแนนได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	ให้คะแนน	มากที่สุด
4	ให้คะแนน	มาก
3	ให้คะแนน	ปานกลาง
2	ให้คะแนน	น้อย
1	ให้คะแนน	น้อยที่สุด

การกำหนดคะแนนเฉลี่ยและใช้สูตร ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{พิสัย} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\ &= 5 - 1 \\ &= 4\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย/จำนวนชั้น} \\
 &= 4/5 \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

แสดงคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเรียนอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเรียนอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเรียนอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเรียนอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเรียนอยู่ในระดับน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยแต่ละข้อที่ได้ มารวมกันแล้วหารเฉลี่ยด้วยจำนวนข้อ จะได้คะแนนเฉลี่ยรวมของคะแนนด้านนั้นทั้งหมด แล้วนำคะแนนที่ได้มาแปลความหมายสรุป

2.2 ขั้นตอนที่ใช้ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ โดยมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

2.2.1. ศึกษาทฤษฎีและหลักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเรื่องของงานวิจัย จากตำรา เอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพของนักเรียน นักศึกษา วิทยาลัยพณิชยการ บางนา กรุงเทพมหานคร

2.2.2. ปรับปรุงและดัดแปลงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมและสอดคล้อง กับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยโดยสร้างเป็นแบบสอบถามทั้งหมด

2.2.3. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา

2.2.4. ปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

2.2.5. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 ชุด แล้วนำมาหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) โดยวิธีคำนวณของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538) ค่าอัลฟา ที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ค่าที่รับได้คือ 0.7 ดังนี้

การคำนวณหาความเชื่อมั่นทดสอบคุณภาพแบบสอบถาม โดยผลการทดสอบความเชื่อมั่น ดังนี้

แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.87
ด้านราคา	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.78
ด้านสถานที่	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.87
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.89
ด้านบุคลากร	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.90
ด้านกระบวนการ	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.92

แบบสอบถามปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม

ด้านกลุ่มอ้างอิง	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.86
ด้านครอบครัว	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.78
ด้านค่านิยม	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.86

แบบสอบถามการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

ด้านการตัดสินใจ	ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.84
-----------------	-------------------------------

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในงานวิจัยนี้ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาและค้นคว้า จากหนังสือ บทความ สิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ วารสารเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต

3.2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 350 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดเพื่อนำมา วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำหรับงานวิจัยและแปรผลตามขั้นตอนต่อไป

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

4.1 การจัดทำข้อมูล

4.1.1 ทำการตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

4.1.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบทดสอบที่ถูกต้องเรียบร้อยมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

4.1.3 การประมวลผลข้อมูล (Processing) โดยข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาทำการบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างด้วยการแสดงผลโดยแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.)

แบบสอบถามตอนที่ 1 บัณฑิตส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยเพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว รายได้ครอบครัว สาขาที่กำลังศึกษาอยู่

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านครอบครัว ด้านค่านิยม

แบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

4.2.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

4.2.2.1 สถิติ t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-Samples t-test) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1

4.2.2.2 สถิติ F-test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1

4.2.2.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 และ ทดสอบสมมติฐานที่ 3

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการตอบตามวัตถุประสงค์ ของการวิจัยคือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.1. ร้อยละ (Percentage) เป็นค่าสถิติที่นิยมใช้กันมาก โดยเป็นการเปรียบเทียบความถี่ หรือจำนวนที่ต้องการกับความถี่หรือจำนวนทั้งหมดที่เทียบเป็น 100 จะหาค่าร้อยละจากสูตรต่อไปนี้

ค่าร้อยละจะแสดงความหมายของค่าและสามารถนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบได้

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

5.2. การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Measures of Central Tendency) เป็นสถิติที่ใช้เป็นตัวแทนของข้อมูล โดยที่นิยมใช้มี 3 ประเภท ได้แก่ ค่าเฉลี่ย มัธยฐานฐานนิยม

ค่าเฉลี่ย (Mean) หรือเรียกว่าค่ากลางเลขคณิต ค่าเฉลี่ย ค่ามัชฌิมาเลขคณิต เป็นต้น

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	= ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	= ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม
	n	แทน	= จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

5.3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการวัดการกระจายที่นิยมใช้กันมากเขียนแทนด้วย S.D. หรือ S

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{(n - 1)}}$$

$$\text{หรือ } S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n - 1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	แทน	ค่าคะแนน
	n	แทน	จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่ม
	$\sum$	แทน	ผลรวม

5.4. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) โดยวิธีคำนวณของครอนบาค (Cronbach)

$$\alpha = \frac{k \text{covariance} / \text{variance}}{1 + (k - 1) \text{covariance} / \text{variance}}$$

α แทนค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

K แทนจำนวนคำถาม

Covariance แทนค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ

Variance แทนค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

5.5. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมานสถิติทดสอบ t-test โดยมีหลักสูตรในการหาค่า t ใช้สูตรดังนี้

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มเท่ากัน $s_1^2 = s_2^2$

$$t = \frac{x_1 - \bar{x}_2}{sp \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

$$s_1^2 \neq s_2^2$$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มไม่เท่ากัน

$$t = \frac{x_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s^2_1}{n_1} + \frac{s^2_2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ

5.6. ค่าสถิติ One-way ANOVA : F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้ในกรณีที่ค่าความแปรปรวนเท่ากันหรือไม่แตกต่าง

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

$$df_b = k - 1, df_w = N - k$$

เมื่อ	F	แทน	สถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เมื่อทราบนัยสำคัญ
-------	---	-----	--

$$MS_b \quad \text{แทน} \quad \text{ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม} = \frac{SS_b}{k - 1}$$

$$SS_b \quad \text{แทน} \quad \text{ผลรวมของกำลังสองค่าเบี่ยงเบนระหว่างกลุ่ม}$$

$$MS_w \quad \text{แทน} \quad \text{ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม} = \frac{SS_w}{N - k}$$

$$SS_w \quad \text{แทน} \quad \text{ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบนภายในกลุ่ม}$$

$$df_b \quad \text{แทน} \quad \text{ชั้นความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม}$$

$$df_w \quad \text{แทน} \quad \text{ชั้นความเป็นอิสระภายในกลุ่ม}$$

$$N \quad \text{แทน} \quad \text{จำนวนข้อมูลทั้งหมด}$$

$$K \quad \text{แทน} \quad \text{จำนวนกลุ่ม}$$

5.7 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร Y และตัวแปรอิสระ X ของประชากร สมการถดถอยเชิงพหุในรูปแบบความสัมพันธ์เส้นตรง

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

เมื่อ X แทน ตัวแปรอิสระ

Y แทน ตัวแปรตาม

β_0 แทน ค่าคงที่ (Contant) ของสมการถดถอย

ϵ แทน ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง Y และค่าที่ได้จากสมการ Y

β_i แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระตัวที่ (X)

ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

1. ตัวทำนายแต่ละตัวและตัวแปรเกมมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง
2. ตัวแปรเกณฑ์ต้องมีลักษณะต่อเนื่องและอย่างน้อยคนอยู่ในมาตราอันตรภาคชั้น
3. ความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนในทุกๆค่าของตัวแปร x จะมีค่าเท่ากัน
4. ตัวทำนายจะต้องไม่สัมพันธ์กันเองสูง
5. การแปลค่าของตัวแปรตามแต่ละค่าต้องเป็นอิสระจากกัน
6. การแจกแจงของความคลาดเคลื่อนต้องเป็นปกติ (Normality)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยมีความมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพ ผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว รายได้ครอบครัว ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน การเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งเป็นการกำหนดโดยใช้วิธีการเลือกตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการศึกษาครั้งนี้จะนำเสนอผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว และรายได้ครอบครัว

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation
R^2	แทน	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน
B	แทน	สัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวพยากรณ์
Beta	แทน	สัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน

Max	แทน	ค่าสูงสุด (Maximum)
Min	แทน	ค่าต่ำสุด (Minimum)
t-test	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - Distribution
F-test	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - Distribution
Df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
Sig	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
p-value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว และรายได้ครอบครัว

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา สถานภาพครอบครัว อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัว แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) ดังนี้

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 คน ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	107	30.57
	หญิง	243	69.43
รวม		350	100.00

ตาราง 8 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภูมิฐานะ	กรุงเทพและปริมณฑล	276	78.86
	ต่างจังหวัด	74	21.14
รวม		350	100.00
สถานภาพครอบครัว	อยู่ร่วมกัน	229	65.43
	แยกกันอยู่/หย่าร้าง	116	33.14
	อื่นๆ ได้แก่ บิดาเสียชีวิต อยู่กับอา	5	1.43
	รวม	350	100.00
อาชีพผู้ปกครอง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33	9.43
	พนักงานเอกชน	132	37.71
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	31	8.86
	อื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร รับจ้างทั่วไปก่อสร้าง	154	44.00
	รวม	350	100.00
รายได้ครอบครัว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	203	58.00
	20,001 – 30,000 บาท	102	29.14
	30,001 – 40,000 บาท	28	8.00
	40,001 บาทขึ้นไป	17	4.86
	รวม	350	100.00

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 350 คน พบว่า

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 69.43 เป็นเพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 30.57

ภูมิฐานะ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 78.86 และมีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.14

สถานภาพครอบครัว อยู่ร่วมกัน จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 65.43 แยกกันอยู่/หย่าร้าง จำนวน 116 คิดเป็นร้อยละ 33.14 และ อื่น ๆ ได้แก่ บิดาเสียชีวิต อยู่กับอา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.43

อาชีพผู้ปกครอง ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.43 พนักงานเอกชน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 37.71 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.86 และอื่น ๆ ได้แก่ เกษตรกร รับจ้างทั่วไป ก่อสร้าง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00

รายได้ครอบครัว รายได้ครอบครัว ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รายได้ครอบครัว 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 29.14 รายได้ครอบครัว 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และรายได้ครอบครัว 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.86

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 คน รวมกลุ่มประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพครอบครัว	อยู่ร่วมกัน	229	65.43
	แยกกันอยู่/หย่าร้าง	121	34.57
รวม		350	100.00
รายได้ครอบครัว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	203	58.00
	20,001 – 30,000 บาท	102	29.14
	30,001 บาทขึ้นไป	45	12.86
	รวม	350	100.00

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 คน รวมกลุ่ม ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

สถานภาพครอบครัว อยู่ร่วมกัน จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 65.43 แยกกันอยู่/หย่าร้าง จำนวน 121 คิดเป็นร้อยละ 34.57

รายได้ครอบครัว รายได้ครอบครัว ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รายได้ครอบครัว 20,001– 30,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 29.14 รายได้ครอบครัว 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.86

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษามีดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. วิทยาลัยพณิชยการบางนามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	97 (27.71)	186 (53.14)	59 (16.86)	5 (1.43)	3 (0.68)	4.05	0.76	ดี	3
2. วิทยาลัยมีสาขาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน	104 (29.71)	178 (50.86)	61 (17.43)	5 (1.43)	2 (0.57)	4.08	0.76	ดี	2

ตาราง 10 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
3. วิทยาลัยพณิชยการ บางนา มีสาขาวิชาที่ หลากหลายให้เลือกเรียน ตรงตามความต้องการ ของนักเรียน	125 (35.71)	187 (53.43)	27 (7.71)	10 (1.75)	1 (0.16)	4.21	0.73	ดีมาก	1
4. วิทยาลัยพณิชยการ บางนา เป็นวิทยาลัยที่มี ความโดดเด่นด้านการ เรียนการสอน	75 (21.43)	173 (49.43)	86 (24.57)	14 (4.00)	2 (0.57)	3.87	0.81	ดี	5
5. กระบวนการเรียนการ สอนที่มีประสิทธิภาพ	76 (21.71)	180 (51.43)	74 (21.14)	18 (5.14)	2 (0.57)	3.89	0.82	ดี	4
ภาพรวม						4.02	0.63	ดี	

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.63) ผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า วิทยาลัยพณิชยการบางนา มีสาขาวิชาที่หลากหลายให้เลือกเรียนตรงตามความต้องการของนักเรียน ($\bar{X} = 4.21$, S.D.=0.73) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก ส่วนวิทยาลัยมีสาขาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ($\bar{X} = 4.08$, S.D.= 0.76) วิทยาลัยพณิชยการบางนา มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.76) กระบวนการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.82) และวิทยาลัยพณิชยการบางนา เป็นวิทยาลัยที่มีความโดดเด่นด้านการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.81) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (n = 350)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ราคาค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน	84 (24.00)	191 (54.57)	63 (18.00)	8 (2.29)	4 (1.14)	3.81	0.94	ดี	4
2. ค่าบำรุงการศึกษาถูกกว่าสถาบันอื่นที่อยู่ใกล้เคียงกัน	103 (16.17)	168 (26.37)	66 (10.36)	8 (1.26)	5 (0.78)	3.77	0.93	ดี	3
3. สามารถเลือกชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคารหรือชำระเป็นเงินสดได้	113 (17.74)	177 (27.79)	52 (8.16)	4 (0.63)	4 (0.63)	3.85	0.90	ดี	2
4. วิทยาลัยมีระบบผ่อนผันการชำระเงินได้	118 (33.71)	162 (25.43)	62 (9.73)	5 (0.78)	3 (0.47)	4.01	0.87	ดี	1
ภาพรวม						3.88	0.58	ดี	

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.58) ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า วิทยาลัยมีระบบผ่อนผันการชำระเงินได้ ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.87) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมาคือ สามารถเลือกชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคารหรือชำระเป็นเงินสดได้ ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.90) ค่าบำรุงการศึกษาถูกกว่าสถาบันอื่นที่อยู่ใกล้เคียงกัน ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.93) และราคาค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ (n = 350)

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. วิทยาลัยตั้งอยู่ในย่านชุมชน	87 (24.44)	195 (54.78)	61 (17.13)	8 (2.23)	5 (1.40)	3.99	0.80	ดี	4
2. มีความสะดวกต่อการเดินทางมาศึกษา	90 (25.28)	194 (54.49)	63 (17.70)	8 (2.25)	1 (0.28)	4.02	0.74	ดี	3
3. วิทยาลัยตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าและรถประจำทางสาธารณะ	127 (35.67)	194 (54.49)	29 (8.15)	4 (1.12)	2 (0.56)	4.23	0.70	ดีมาก	1
4. การจัดการจราจรในวิทยาลัยไม่แออัดมีที่จอดรถเพียงพอ	65 (18.26)	166 (46.63)	104 (29.21)	17 (4.78)	4 (1.12)	3.76	0.85	ดี	5
5. สภาพอาคารเรียนได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่สวยงาม พร้อมใช้งาน	59 (16.57)	150 (42.13)	109 (30.62)	35 (9.83)	3 (0.84)	3.64	0.90	ดี	7
6. ทัศนียภาพโดยรอบมีความสะอาด ร่มรื่น	61 (17.13)	154 (43.26)	107 (30.06)	26 (7.30)	8 (2.25)	3.65	0.93	ดี	6
7. ความกว้างขวางของสถานที่	96 (26.97)	188 (52.81)	66 (18.54)	4 (1.12)	2 (0.56)	4.05	0.75	ดี	2
ภาพรวม						3.91	0.61	ดี	

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่ ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.61) ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า วิทยาลัยตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าและรถประจำทางสาธารณะ ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.70) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความกว้างขวางของสถานที่ ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.75) มีความสะดวกต่อการเดินทางมาศึกษา ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.74) วิทยาลัยตั้งอยู่ในย่านชุมชน ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.80) การจัดการจราจรในวิทยาลัยไม่

แออัดมีที่จอดรถเพียงพอ ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.85) สภาพอาคารเรียนได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่สวยงามพร้อมใช้งาน ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.90) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (n = 350)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม ทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของวิทยาลัยและโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม	91 (26.00)	202 (57.71)	49 (14.00)	6 (1.71)	2 (0.57)	4.07	0.72	ดี	2
2. วิทยาลัยมีการแนะนำการศึกษาต่อ	92 (26.29)	186 (53.14)	65 (18.57)	6 (1.71)	1 (0.29)	4.03	0.74	ดี	4
3. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดนิทรรศการวิชาการ	92 (26.29)	196 (56.00)	52 (14.86)	7 (2.00)	3 (0.86)	4.05	0.75	ดี	3
4. มีทุนการศึกษามอบให้ เช่น ทุนเรียนดี ทุนฐานะยากจน และทุนให้เปล่าต่าง ๆ สำหรับนักเรียน	117 (33.43)	197 (56.29)	30 (8.57)	3 (0.86)	3 (0.86)	4.21	0.70	ดีมาก	1
ภาพรวม						4.09	0.63	ดี	

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.63) ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ทุนการศึกษามอบให้ เช่น ทุนเรียนดี ทุนฐานะยากจน และทุนให้เปล่าต่าง ๆ สำหรับนักเรียนมี ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.70) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของวิทยาลัยและโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.7) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดนิทรรศการวิชาการ ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.75) และวิทยาลัยมีการแนะนำการศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.74) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร (n = 350)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ครูผู้สอนมีความรู้ความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชา	102 (29.14)	193 (55.14)	48 (13.71)	3 (0.86)	4 (1.14)	4.10	0.75	ดี	2
2. ครูมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ที่ทันสมัยและมีความเป็นมืออาชีพ	89 (25.43)	198 (56.57)	52 (14.86)	9 (2.57)	2 (0.57)	4.04	0.75	ดี	3
3. ครูที่ปรึกษา มีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนเป็นอย่างดี	134 (38.29)	157 (44.86)	49 (14.00)	5 (1.43)	5 (1.43)	4.17	0.83	ดี	1
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	82 (23.43)	162 (46.29)	82 (13.43)	13 (3.71)	11 (3.14)	3.83	0.93	ดี	4
5. เจ้าหน้าที่มีความสุภาพให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใสมีมนุษยสัมพันธ์ให้คำแนะนำอย่างดี	83 (23.71)	159 (45.43)	80 (22.86)	16 (4.57)	12 (3.43)	3.81	0.71	ดี	5
ภาพรวม						3.99	0.71	ดี	

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.71) ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ครูที่ปรึกษามีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.83) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีรองลงมาคือ ครูผู้สอนมีความรู้ความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชา ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.75) ครูมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ที่ทันสมัยและมีความเป็นมืออาชีพ ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.75) เจ้าหน้าที่

ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.93) และเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใสมีมนุษยสัมพันธ์ให้คำแนะนำอย่างดี ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.71) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ (n = 350)

ปัจจัย ด้านกระบวนการ	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. กระบวนการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีการถ่ายทอดให้เห็นถึงสถานการณ์จริง	91 (26.00)	195 (55.71)	60 (17.14)	2 (0.57)	2 (0.57)	4.06	0.71	ดี	4
2. ครูผู้สอนมีการจัดเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์ มีการบูรณาการแต่ละรายวิชา	90 (25.71)	203 (58.00)	54 (15.43)	1 (0.29)	2 (0.57)	4.08	0.69	ดี	2
3. การจัดกิจกรรมเน้นการฝึกประสบการณ์จริง เน้นการมีส่วนร่วมของนักเรียน	98 (28.00)	192 (54.86)	51 (14.57)	5 (1.43)	4 (1.14)	4.07	0.76	ดี	3
4. นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน	100 (28.57)	197 (56.29)	47 (13.43)	3 (0.86)	3 (0.86)	4.11	0.72	ดี	1
ภาพรวม						4.08	0.66	ดี	

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ พบว่า ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.66) ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.72) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

รองลงมาคือ ครูผู้สอนมีการจัดเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์มีการบูรณาการแต่ละรายวิชา ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.69) การจัดกิจกรรมเน้นการฝึกประสบการณ์จริงเน้นการมีส่วนร่วมของนักเรียน ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.76) และกระบวนการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีการถ่ายทอดให้เห็นถึงสถานการณ์จริง ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ (n = 350)

ปัจจัย ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. วิทยาลัยมีห้องเรียนและ ห้องปฏิบัติการ ที่มีความทันสมัย	65 (18.57)	186 (48.00)	80 (22.86)	22 (6.29)	15 (4.29)	3.70	0.98	ดี	5
2. มีศูนย์คอมพิวเตอร์ เพื่อใช้เป็นแหล่งค้นคว้า เพียงพอต่อความต้องการ ของนักเรียน	70 (20.00)	176 (50.29)	70 (20.00)	18 (5.14)	16 (4.57)	3.76	0.98	ดี	3
3. วิทยาลัยมีห้องสมุด ให้บริการสื่อ หนังสือ ตำราที่เกี่ยวข้องทันสมัย และมีระบบสืบค้น ออนไลน์	77 (22.00)	181 (51.71)	65 (18.57)	14 (4.00)	13 (3.71)	3.84	0.94	ดี	2
4. วิทยาลัยมีห้องน้ำที่ สะอาดมีจำนวนเพียงพอ และมีผู้ดูแล รับผิดชอบ เช่น ภารโรง	35 (10.00)	218 (62.29)	52 (14.86)	24 (6.86)	21 (6.00)	3.63	0.97	ดี	7

ตาราง 16 (ต่อ)

ปัจจัย ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
5. วิทยาลัยมีความ พร้อมของอุปกรณ์การ เรียนการสอน สื่อการ เรียนที่ครบครัน ทันสมัย ห้องเรียน มี โต๊ะ เก้าอี้ พัดลม เพียงพอและสภาพ พร้อมต่อการใช้งาน	56	193	63	22	16	3.72	0.96	ดี	4
	(16.00)	(55.14)	(18.00)	(6.29)	(4.57)				
6. วิทยาลัยมีระบบ อินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว เพียงพอต่อการศึกษา ค้นคว้า	41	210	57	20	22	3.65	0.98	ดี	6
	(11.71)	(60.00)	(16.29)	(5.71)	(6.29)				
7. วิทยาลัยมีสิ่ง อำนวยความสะดวก โดยรอบของวิทยาลัย ร้านค้า โต๊ะเก้าอี้นั่ง พักผ่อน เล่น ตู้กดน้ำ ให้บริการ	83	177	62	14	14	3.86	0.96	ดี	1
	(23.71)	(50.57)	(17.71)	(4.00)	(4.00)				
ภาพรวม						3.74	0.79	ดี	

ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.79) ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า วิทยาลัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบของวิทยาลัย ร้านค้า โต๊ะเก้าอี้นั่ง พักผ่อน เล่น ตู้กดน้ำ ให้บริการ ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.96) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมาคือวิทยาลัยมีห้องสมุดให้บริการสื่อ หนังสือ ตำราที่เกี่ยวข้องทันสมัย และมีระบบสืบค้นออนไลน์ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.94) มีศูนย์คอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นแหล่งค้นคว้าเพียงพอต่อความต้องการของนักเรียน ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.98) วิทยาลัยมีความพร้อมของ

อุปกรณ์การเรียนการสอนสื่อการเรียนรู้ที่ครบครันทันสมัย ห้องเรียนมีโต๊ะ เก้าอี้ พัดลม เพียงพอและสภาพพร้อมต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.96) วิทยาลัยมีห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่มีความทันสมัย ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.98) วิทยาลัยมีระบบอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว เพียงพอต่อการศึกษาค้นคว้า ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.98) และวิทยาลัยมีห้องน้ำที่สะอาดมีจำนวนเพียงพอและมีผู้ดูแลรับผิดชอบ เช่นภารโรง ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.97) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านครอบครัว ด้านค่านิยม ของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษามี ดังนี้

ตาราง 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ด้านกลุ่มอ้างอิง (n = 350)

ด้านกลุ่มอ้างอิง	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. เพื่อน ๆ ส่วนมากเลือกเรียนที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา	43 (12.29)	80 (22.86)	172 (49.14)	39 (11.14)	16 (4.57)	3.27	0.97	มาก	3
2. รุ่นพี่ให้คำแนะนำในการเลือกเรียนต่อ	46 (13.14)	202 (57.71)	55 (15.71)	29 (8.29)	18 (5.14)	3.65	0.98	มาก	2
3. มีศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ	63 (18.00)	178 (50.86)	72 (20.57)	24 (6.86)	13 (3.71)	3.73	0.96	มาก	1
ภาพรวม						3.55	0.81	มาก	

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมของวิทยาลัย ด้านกลุ่มอ้างอิง ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.81) ส่วนผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มีศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.96) รองลงมาคือ รุ่นพี่ให้คำแนะนำในการเลือกเรียนต่อ ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.98) และเพื่อน ๆ ส่วนมากเลือกเรียน ที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.97) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ด้านครอบครัว (n = 350)

ด้านครอบครัว	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. เป็นความต้องการของผู้ปกครองในการเลือกเรียน	70 (20.00)	188 (53.71)	59 (16.86)	21 (6.00)	12 (3.43)	3.81	0.94	มาก	3
2. มีคนในครอบครัวจบการศึกษาจากวิทยาลัย พาณิชย์การบางนา	36 (10.29)	256 (73.14)	20 (5.71)	16 (4.57)	22 (6.29)	3.77	0.93	มาก	4
3. ครอบครัวสนับสนุนด้านการเงินไม่ต้องการรายได้ระหว่างเรียน	68 (19.43)	203 (58.00)	49 (14.00)	20 (5.71)	10 (2.86)	3.85	0.90	มาก	2
4. ครอบครัวส่งเสริมการเรียนรู้ด้านวิชาชีพ	114 (32.57)	139 (39.71)	86 (24.57)	7 (2.00)	4 (1.14)	4.01	0.87	มาก	1
ภาพรวม						3.86	0.58	มาก	

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็น ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมของวิทยาลัย ด้านครอบครัว ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.58) ส่วนผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ครอบครัวส่งเสริม การเรียนด้านวิชาชีพ ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.87) รองลงมาคือ ครอบครัวสนับสนุนด้านการเงินไม่ต้องการรายได้ระหว่างเรียน ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.90) เป็นความต้องการของผู้ปกครองในการเลือกเรียน ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.94) มีคนในครอบครัวจบการศึกษาจากวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.93) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ด้านค่านิยม (n = 350)

ด้านค่านิยม	ระดับความคิดเห็น (คน)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. สาขาที่เลือกเรียน ได้รับความนิยมน	107 (30.57)	133 (38.00)	84 (24.00)	19 (5.43)	7 (2.00)	3.90	0.97	มาก	3
2. การเรียนสายอาชีพเมื่อจบ การศึกษาแล้วหา งานทำได้ง่าย	106 (30.29)	159 (45.43)	70 (20.00)	13 (3.71)	2 (0.57)	4.01	0.84	มาก	2
3. การเรียนสายอาชีพมีโอกาสหา รายได้ขณะที่เรียน ทำให้มีรายได้ ระหว่างเรียน	124 (35.43)	151 (43.14)	64 (18.29)	8 (2.29)	3 (0.86)	4.10	0.84	มาก	1
ภาพรวม						4.00	0.75	มาก	

ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ด้านค่านิยม ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.75) ส่วนผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า การเรียนสายอาชีพมีโอกาสหารายได้ขณะที่เรียนทำให้มีรายได้ระหว่างเรียน ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.84) รองลงมาคือ การเรียนสายอาชีพ เมื่อจบการศึกษาแล้วหา
งานทำได้ง่าย ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.84) และสาขาที่เลือกเรียนได้รับความนิยมน ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.97) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของ นักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลผ่านสื่อโฆษณาทั้งออนไลน์ โซเซียล มีเดียและออฟไลน์ ก่อนตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	3.84	0.98	มาก
2. ท่านสอบถามบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัว ก่อน ตัดสินใจศึกษาต่อที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร	3.90	1.09	มาก
3. ท่านมีการเปรียบเทียบระหว่างวิทยาลัยอื่นกับวิทยาลัยพณิชย การบางนา กรุงเทพมหานคร	3.87	0.98	มาก
ภาพรวม	3.87	0.84	มาก

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ท่านสอบถามบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัวก่อนตัดสินใจศึกษาต่อที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 1.09) รองลงมาคือ ท่านมีการเปรียบเทียบระหว่างวิทยาลัยอื่นกับวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.98) และท่านค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลผ่านสื่อโฆษณาทั้งออนไลน์โซเซียลมีเดียและออฟไลน์ ก่อนตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.98) ในระดับมากทุกข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา สถานภาพครอบครัว อาชีพของผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศของนักเรียนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : นักเรียนมีเพศที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนมีเพศที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธ (H_0) ต่อเมื่อค่า p-value มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ในการทดสอบจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวน ของแต่ละกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวน ของแต่ละกลุ่ม แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับ (H_1) และปฏิเสธ (H_0) ต่อเมื่อ ค่า p-value มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตาราง 2

ตาราง 21 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's
Test

การตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการ บางนา ในภาพรวม	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	p-value
	4.76 *	0.03

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกเพศ
โดยใช้ Levene's test พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติ
ฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงใช้การ
ทดสอบค่ากรณีความแปรปรวนแตกต่างกัน (Equal variances not assumed)

ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน
วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ

การตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของ นักเรียน วิทยาลัยพณิชยการ บางนา ในภาพรวม	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p-value
	ชาย	3.91	0.92	0.55	181.11	0.59
	หญิง	3.85	0.81			

จากตาราง 22 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม
เพศ โดยรวมพบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.59 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก
(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจ
เลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการบางนา

กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ภูมิฐานะของนักเรียน ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : นักเรียนมีภูมิฐานะที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนมีภูมิฐานะที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธ (H_0) ต่อเมื่อค่า p-value มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ในการทดสอบจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวน ของแต่ละกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวน ของแต่ละกลุ่ม แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับ (H_1) และปฏิเสธ (H_0) ต่อเมื่อ ค่า p-value มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตาราง 23

ตาราง 23 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามภูมิฐานะ โดยใช้ Levene's Test

การตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการ บางนา ในภาพรวม	Levene's test for Equality of Variances	
	F	p-value
	0.78	0.38

จากตาราง 23 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามภูมิลำเนา โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.38 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่ากรณีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน (Equal variances assumed)

ตาราง 24 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามภูมิลำเนา

การตัดสินใจเลือกเรียน ระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการ บางนา ในภาพรวม	t-test for Equality of Means					
	ภูมิลำเนา	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p-value
กรุงเทพและ ปริมณฑล	กรุงเทพและ ปริมณฑล	3.85	0.85	-0.81	348	0.42
	ต่างจังหวัด	3.94	0.82			

จากตาราง 24 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำแนกตามภูมิลำเนาโดยรวมพบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.42 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 นักเรียนที่มีสถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : นักเรียนมีสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนมีสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธ (H_0) ต่อเมื่อค่า p-value มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ในการทดสอบจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของ แต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวน ของแต่ละกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวน ของแต่ละกลุ่ม แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับ (H_1) และปฏิเสธ (H_0) ต่อเมื่อ ค่า p-value มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตาราง 25

ตาราง 25 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพครอบครัว โดยใช้ Levene's Test

การตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการ บางนาในภาพรวม	Levene's test for Equality of Variances	
	F	p-value
	1.01	0.32

จากตาราง 25 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพครอบครัว โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.32 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่าการถึความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน (Equal variances assumed)

ตาราง 26 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน
วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพครอบครัว

การตัดสินใจเลือกเรียน ระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพของนักเรียน	t-test for Equality of Means					
	สถานภาพ ครอบครัว	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p-value
วิทยาลัยพณิชยการบางนา ในภาพรวม	อยู่ร่วมกัน	3.92	0.79	1.41	348	0.16
	แยกกันอยู่/หย่าร้าง	3.79	0.82			

จากตาราง 26 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพครอบครัว โดยรวมพบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.16 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักเรียนที่มีสถานภาพครอบครัวแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 27 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพครอบครัว โดยใช้ Levene's Test

การตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของ นักเรียน วิทยาลัยพณิชยการ บางนาในภาพรวม	Levene's test for Equality of Variances			
	Levene Statistic	df ₁	df ₂	p-value
	1.01	1	348	0.32

จากตาราง 27 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพครอบครัว โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.32 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละ

ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

สมมติฐานที่ 1.4 นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพผู้ปกครอง แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 การทดสอบความแปรปรวนโดยใช้สถิติ Levene's Test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากความแปรปรวนของข้อมูลแตกต่างกัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันจะต้องไปทดสอบด้วยวิธีเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Different (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับ (H_1) และปฏิเสธ (H_0) ต่อเมื่อ ค่า p-value มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตาราง 28 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง โดยใช้
Levene's Test

การตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของ นักเรียน วิทยาลัยพณิชยการ บางนา ในภาพรวม	Levene's test for Equality of Variances			
	Levene Statistic	df ₁	df ₂	p-value
	0.45	3	346	0.72

จากตาราง 28 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม
อาชีพผู้ปกครอง โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.72 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ
ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละ
กลุ่มไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น
ร้อยละ 95

ตาราง 29 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน
วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง

การตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของ นักเรียน วิทยาลัยพณิชยการ บางนา ในภาพรวม	F-test				
	SS	df	MS	F	p-value
ระหว่างกลุ่ม	1.20	3	0.40	0.62	0.60
ภายในกลุ่ม	222.75	346	0.64		
รวม	223.94	349			

จากตาราง 29 พบว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตร
วิชาชีพของนักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง
พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.60 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ นักเรียนที่มีอาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือก

เรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัว แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความ เชื่อมั่นร้อยละ 95 การทดสอบความแปรปรวนโดยใช้สถิติ Levene's Test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากความแปรปรวนของข้อมูล แตกต่างกัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันจะต้องไปทดสอบด้วยวิธี เชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Different (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับ (H_1) และ ปฏิเสธ (H_0) ต่อเมื่อ ค่า p-value มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตาราง 30 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้ครอบครัว โดยใช้
Levene's Test

การตัดสินใจเลือกเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของ นักเรียน วิทยาลัยพณิชยการ บางนา ในภาพรวม	Levene's test for Equality of Variances			
	Levene Statistic	df ₁	df ₂	p-value
	1.36	2	347	0.26

จากตาราง 30 ผลการทดสอบความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม
รายได้ครอบครัว โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.26 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ
ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละ
กลุ่มไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น
ร้อยละ 95

ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน
วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้ครอบครัว

การตัดสินใจเลือกเรียน ระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา ในภาพรวม	F-test					
		SS	df	MS	F	p-value
	ระหว่างกลุ่ม	0.41	2	0.21	0.32	0.73
	ภายในกลุ่ม	223.54	347	0.4		
	รวม	223.95	349			

จากตาราง 31 พบว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตร
วิชาชีพของนักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ครอบครัว
พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.73 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ นักเรียนที่รายได้ของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือก

เรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีผล ต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05

ตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
Regression	111.66	7	15.95	48.58*	0.01
Residual	122.29	342	0.33		
Total	223.94	349			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีค่า p-value เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

ปัจจัยด้านส่วนประสม ทางการตลาด	การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของ นักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร				
	B	SE	Beta	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	-0.55	0.25		-2.24*	0.03
ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	0.22	0.09	0.17	2.50*	0.01
ด้านราคา (X_2)	0.32	0.06	0.23	5.03*	0.01
ด้านสถานที่ (X_3)	0.21	0.08	0.16	2.58*	0.01
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)	0.20	0.09	0.16	2.29*	0.02
ด้านบุคลากร (X_5)	-0.01	0.09	-0.01	-0.16	0.87
ด้านกระบวนการ (X_6)	0.21	0.09	0.17	2.34*	0.02
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X_7)	-0.04	0.06	-0.04	-0.63	0.53
R = 0.71 R ² = 0.50 Adjusted R ² = 0.49 df = 7 F = 48.58 SE _{est} = 0.57 p-value < 0.01					

จากตาราง 33 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (X_2) ด้านสถานที่ (X_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) และด้านกระบวนการ (X_6) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตร

วิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถร่วมพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 49.00 แสดงว่ามีปัจจัยอื่น ๆ ที่สามารถตัดสินใจเลือกเรียนอีกร้อยละ 51.00 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการปัจจัยที่มีอิทธิพลในการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวม (Y_1) ได้ดังนี้

$$Y_1 = -0.55 + 0.32(X_2) + 0.22(X_1) + 0.21(X_3) + 0.21(X_6) + 0.20(X_4)$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการพยากรณ์ การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านราคา (X_2) ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านสถานที่ (X_3) ด้านกระบวนการ (X_6) และด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.32, 0.22, 0.21, 0.21 และ 0.20 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ด้านราคา (X_2) ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านสถานที่ (X_3) ด้านกระบวนการ (X_6) และด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_1) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถ อภิปรายผลได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_1) จะพบว่า แนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_1) ลดลงเท่ากับ 0.55 หน่วย

หากพิจารณาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.32 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ด้านอื่นมีค่าคงที่

หากพิจารณาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.22 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ด้านอื่นมีค่าคงที่

หากพิจารณาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัย พณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.21 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ด้านอื่นมีค่าคงที่

หากพิจารณาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัย พณิชยการ บางนา กรุงเทพมหานคร (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.21 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ด้านอื่นมีค่าคงที่

หากพิจารณาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัย พณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.20 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ด้านอื่นมีค่าคงที่

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัย พณิชยการ บางนา กรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัย พณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัย พณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัย พณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัย พณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05

ตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
Regression	132.71	3	44.24	167.77	0.01
Residual	91.23	346	0.26		
Total	223.94	349			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีค่า p-value เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

ปัจจัย	B	SE	Beta	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	0.20	0.19		1.06	0.29
ด้านครอบครัว (X_1)	0.06	0.06	0.04	0.89	0.37
ด้านกลุ่มอ้างอิง (X_2)	0.23	0.04	0.23	5.46*	0.01
ด้านค่านิยม (X_3)	0.66	0.04	0.61	14.61*	0.01
R = 0.77 R ² = 0.59 Adjusted R ² = 0.59 df = 3 F = 167.77 SE _{est} = 0.51 p-value < 0.01					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านกลุ่มอ้างอิง (X_2) และด้านค่านิยม (X_3) สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าว สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ได้ ร้อยละ 59.00 แสดงว่ามีปัจจัยอื่น ๆ ที่สามารถตัดสินใจเลือกเรียน อีกร้อยละ 41.00 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการปัจจัยที่มีอิทธิพลในการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวม (Y_2) ได้ดังนี้

$$Y_2 = 0.66(X_3) + 0.23(X_2)$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการพยากรณ์ การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านค่านิยม (X_3) และด้านกลุ่มอ้างอิง (X_2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.66 และ 0.23 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_2) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากพิจารณาปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ด้านค่านิยม (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.66 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ด้านอื่นเป็นศูนย์

หากพิจารณาปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ด้านกลุ่มอ้างอิง (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.23 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ด้านอื่นเป็นศูนย์

ตาราง 36 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา รายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
เพศ	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ภูมิลำเนา	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สถานภาพครอบครัว	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
อาชีพผู้ปกครอง	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
รายได้ครอบครัว	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร		
ด้านผลิตภัณฑ์	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านราคา	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสถานที่	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านบุคลากร	Multiple Regression	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านกระบวนการ	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	Multiple Regression	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร		
ด้านกลุ่มอ้างอิง	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านครอบครัว	Multiple Regression	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านค่านิยม	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีความมุ่งหมายของการวิจัย เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยมีประเด็นสำคัญที่นำมาสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว และรายได้ครอบครัว
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนากรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผู้บริหารสถานศึกษานำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางไปกำหนดแผนงานเพื่อกำหนดทิศทางและแนวปฏิบัติในการทำให้นักเรียนสนใจศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการเพิ่มสัดส่วนการรับนักเรียน
2. หน่วยงานการศึกษาของภาครัฐและเอกชนนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาหน่วยงานและองค์การการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพ

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว และรายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนากรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

สรุปผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 69.43 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 78.86 ส่วนใหญ่ผู้ปกครองมีอาชีพ เกษตรกร รับจ้างทั่วไป และก่อสร้าง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และรองคือ พนักงานเอกชนจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 37.71 ส่วนใหญ่มีสถานภาพครอบครัว อยู่ร่วมกัน จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 65.43 รายได้ครอบครัวส่วนใหญ่ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีที่สุด คือ วิทยาลัยพณิชยการบางนา มีสาขาวิชาที่หลากหลายให้เลือกเรียนตรงตามความต้องการของนักเรียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.21 รองลงมาคือ วิทยาลัยมีสาขาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน วิทยาลัยพณิชยการบางนามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีกระบวนการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ และวิทยาลัยพณิชยการบางนา เป็นวิทยาลัยที่มีความโดดเด่นด้านการเรียนการสอน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08, 4.05, 3.89 และ 3.87 ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีทุกข้อ ได้แก่ วิทยาลัยมีระบบผ่อนผันการชำระเงินได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

เท่ากับ 4.01 รองลงมาคือ สามารถเลือกชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคารหรือชำระเป็นเงินสดได้ ค่าบำรุงการศึกษาถูกกว่าสถาบันอื่นที่อยู่ใกล้เคียงกัน และราคาค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85, 3.77 และ 3.81 ตามลำดับ

ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก คือ วิทยาลัยตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าและรถประจำทางสาธารณะ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ ความกว้างขวางของสถานที่ มีความสะดวกต่อการเดินทางมาศึกษา วิทยาลัยตั้งอยู่ในย่านชุมชน การจัดการจราจรในวิทยาลัยไม่แออัดมีที่จอดรถเพียงพอ และสภาพอาคารเรียนได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่สวยงามพร้อมใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05, 4.02, 3.99, 3.76 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก คือ มีทุนการศึกษามอบให้ เช่น ทุนเรียนดี ทุนฐานะยากจน และทุนให้เปล่าต่าง ๆ สำหรับนักเรียนมี ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของวิทยาลัยและโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดนิทรรศการวิชาการ และวิทยาลัยมีการแนะแนวการศึกษาต่อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 4.05 และ 4.03 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา โดยรวมอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีทุกข้อ ได้แก่ นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมาคือ ครูผู้สอนมีการจัดเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์มีการบูรณาการแต่ละรายวิชา การจัดกิจกรรมเน้นการฝึกประสบการณ์จริงเน้นการมีส่วนร่วมของนักเรียน และกระบวนการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีการถ่ายทอดให้เห็นถึงสถานการณ์จริง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08, 4.07 และ 4.06 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม มีรายละเอียดดังนี้

ด้านกลุ่มอ้างอิง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มีศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาคือ รุ่นพี่ให้คำแนะนำในการเลือกเรียนต่อ และเพื่อน ๆ ส่วนมากเลือกเรียนที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65, 3.27 และ 4.06 ตามลำดับ

ด้านค่านิยม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การเรียนสายอาชีพมีโอกาสหารายได้ขณะที่เรียนทำให้ มีรายได้ระหว่างเรียน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ การเรียนสายอาชีพ เมื่อจบการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย และสาขาที่เลือกเรียนได้รับความนิยม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และ 3.90 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ท่านสอบถามบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัว ก่อนตัดสินใจศึกษาต่อที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.90 รองลงมาคือ ท่านมีการเปรียบเทียบระหว่างวิทยาลัยอื่นกับวิทยาลัยพณิชยการบางนา และท่านค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลผ่านสื่อโฆษณาทั้งออนไลน์โซเชียลมีเดียและออฟไลน์ก่อนตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และ 3.84 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา สถานภาพ ครอบครัว อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าว สามารถรวมพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 49.00

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านค่านิยม มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าว สามารถพยากรณ์ การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานครได้ ร้อยละ 59.00

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ภูมิฐานะ สถานภาพครอบครัว อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

นักเรียนที่เพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากในปัจจุบันเพศไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสนใจด้านการเรียน นักเรียนทุกเพศต่างมีความสนใจตามปัจเจกของแต่ละบุคคล จึงส่งผลให้เพศไม่มีผล

ต่อการตัดสินใจเรียนต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของดวงฤทัย แก้วคำ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต พบว่า เพศแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ อรรถกฤต อินทะโย (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียนในจังหวัดเชียงราย พบว่า นักเรียนที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาไม่แตกต่างกัน

นักเรียนที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากในปัจจุบันการเดินทางความที่ทันสมัยมากขึ้นเมื่อเทียบกับสมัยก่อน ซึ่งในปัจจุบันการเดินทางส่วนใหญ่นิยมใช้รถส่วนตัวมากกว่ารถโดยสารสาธารณะทำให้การเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงปัจจุบันสถาบันการศึกษาต่างมีหอพักใกล้กับสถาบันการศึกษาทำให้การเดินทางจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกเรียน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงฤทัย แก้วคำ (2561) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต พบว่า นักเรียนที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

สถานภาพครอบครัวแตกต่างกัน มีผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากสังคมในยุคปัจจุบันการเลี้ยงดูของครอบครัวส่วนใหญ่จะให้อิสระในการตัดสินใจกับบุตรหลาน และสังคมยุคปัจจุบันนี้มีลักษณะของสถานะภาพครอบครัวที่แตกต่างและหลากหลายโดยส่วนใหญ่แล้วจะให้บุตรหลานได้มีอิสระและตัดสินใจในการเลือกเรียนและเลือกสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยที่สถานะภาพของครอบครัวในปัจจุบันไม่ได้ส่งผลต่อสถานะความเป็นอยู่ของครอบครัวเหมือนในอดีต ซึ่งปัจจุบันทั้งผู้หญิงและผู้ชายต่างล้วนแล้วแต่สามารถที่จะประกอบอาชีพและหาเลี้ยงครอบครัวได้เช่นเดียวกัน ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่ไม่สูงจนเกินไป อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐยังมีการสนับสนุนในเรื่องทุนเพื่อการศึกษาต่าง ๆ ทำให้นักเรียนสามารถเข้าถึงและเลือกศึกษาตามความถนัดและความสนใจได้ ดังนั้น สถานภาพครอบครัวจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกเรียนของนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อรรถกฤต อินทะโย (2560) พบว่า ลักษณะทางครอบครัวระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัวแตกต่างกันมีผลการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

อาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ปกครองในปัจจุบันให้อิสระกับบุตรหลานในการตัดสินใจในการเลือกเรียนตามความถนัดและความสนใจ อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการเล่าเรียนไม่สูงมากนัก ทำให้ผู้ปกครองสามารถส่งเสียบุตรหลานของตนได้ตามความสนใจของผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับการงานวิจัยของอรรถกฤต อินทะโย (2560) ที่ได้ศึกษาการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียน ในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งได้ศึกษาวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพ ซึ่งพบว่า อาชีพของบิดามารดาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษา ไม่แตกต่างกัน

รายได้ครอบครัวแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากค่าเล่าเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่มีค่าใช้จ่ายที่สูงมากนัก สามารถเข้าถึงได้จากรายได้ของผู้ปกครองในหลายระดับและได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลตามนโยบายเรียนฟรี จึงไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับการงานวิจัยของ อรรถกฤต อินทะโย (2560) ที่ได้ศึกษาการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียน ในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งได้ศึกษาวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพ ซึ่งพบว่า รายได้ของครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษา ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของดวงฤทัย แก้วคำ (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต พบว่า รายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

ของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก วิทยาลัยพณิชยการบางนา มีสาขาวิชาที่หลากหลายให้เลือกเรียนและตรงตามความต้องการของนักเรียน นอกจากนี้วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ยังเปิดสาขาที่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน และวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีความโดดเด่นในการจัดการเรียนการสอนด้วยสื่อและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1997) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) ที่เป็นปัจจัยแรกที่มีความสำคัญ ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ หรือ สายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาจำหน่ายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณษา ร่มลำดวน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร ด้านหลักสูตร อยู่ในระดับมากความสัมพันธ์การตัดสินใจเข้าศึกษา มีความสัมพันธ์โดยรวมกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 สอดคล้องกับการวิจัยของ อลงกรณ์ อัมมวงศจิตต (2563) ที่ศึกษาศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ด้านราคา ผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีระบบผ่อนผันการชำระเงินได้ มีความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถเลือกชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคารหรือชำระเป็นเงินสดได้ ค่าบำรุงการศึกษาถูกกว่าสถาบันอื่นที่อยู่ใกล้เคียงกัน และราคาค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับ

ประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านราคา เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือ บริการในรูปของเงินตราซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ฉะนั้นต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม เพราะราคาเป็นกลไกที่สำคัญทางการตลาด มีความยืดหยุ่นสูงมาก และเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจของผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อลงกรณ์ อัมมวงศจิตต์ (2563) ที่ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ด้านสถานที่ ผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าและรถประจำทางสาธารณะ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีสถานที่กว้างขวาง สะดวกต่อการเดินทางอยู่ในย่านชุมชน การจราจรในวิทยาลัยไม่แออัดมีที่จอดรถเพียงพอ สภาพอาคารเรียนได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่สวยงามพร้อมใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถมีไว้ให้บริการแก่ลูกค้า ณ ที่ใดที่หนึ่งที่มีความเหมาะสม และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว รวมถึงมีการกำหนดช่องทางในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมและเหมาะสมเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง ดังนั้นจะต้องคำนึงในด้านตำแหน่งที่ตั้ง โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก เช่น แหล่งชุมชน มีความสะดวกในการเดินทาง มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อติธร สังข์จันทร์ (2565) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียน ซึ่งวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีทุนการศึกษามอบให้ เช่น ทุนเรียนดี ทุนฐานะยากจน และทุนให้เปล่าต่าง ๆ สำหรับนักเรียน มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เพจเฟสบุ๊ค เว็บไซต์ของวิทยาลัยและโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดนิทรรศการวิชาการ และวิทยาลัยมีการแนะนำการศึกษาต่อ สอดคล้องกับการวิจัยของ อติธร สังข์จันทร์ (2565) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับกับการศึกษาของ สุพรรณารมภ์ลาตวน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ซึ่งพบว่า ด้านเหตุผลส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านกระบวนการ ผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ครูผู้สอนมีการจัดเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์มีการบูรณาการแต่ละรายวิชา มีการจัดกิจกรรมเน้นการฝึกประสบการณ์จริงเน้นการมีส่วนร่วมของนักเรียน และกระบวนการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีการถ่ายทอดให้เห็นถึงสถานการณ์จริง สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) ด้านกระบวนการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ซึ่งต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ทุกขั้นตอนจะต้องมีการประสานงานกันอย่างรวดเร็ว และมีความเชื่อมโยง ดังนั้นพนักงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องมีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการแก้ปัญหา มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างบรรยากาศให้ลูกค้าประทับใจเพื่อให้เกิดการบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ อติธร สังข์จันทร์ (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับ

ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 พบว่า ปัจจัยด้านระบบดูแลผู้เรียน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้เรียนในปัจจุบัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนด้วยตนเอง โดยมีการตัดสินใจเลือกเรียนตามความสนใจจากความถนัดของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุพรรณ ร่มลำดวน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ที่พบว่าปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากในปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูล สื่อ และการบริการค่อนข้างมีความสะดวกสบาย อีกทั้งสถาบันการศึกษา ต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐ และภาคเอกชนต่างมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและ การบริการต่าง ๆ ให้มีความทันสมัยทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน ทำให้ลักษณะทางกายภาพของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นปัจจัยหลักการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยการตัดสินใจเลือกเรียนส่วนใหญ่จะเลือกตามความสนใจ และความถนัดของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณ ร่มลำดวน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัย ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร ที่พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักสูตร อยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนากรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ด้านกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จเป็นจำนวนมาก ซึ่งรุ่นพี่จะให้คำแนะนำในการเลือกเรียนต่อกับรุ่นน้อง และเพื่อน ๆ ส่วนมากเลือกเรียนที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคมตามแนวคิดของ Walters (1978) ที่เสนอแนวคิดไว้ว่า ธรรมชาติมนุษย์จะมีการเปรียบเทียบสิ่งที่ตนเองครอบครองเป็นเจ้าของกับสิ่งที่บุคคลอื่นครอบครองเป็นเจ้าของ เพื่อที่จะพิจารณาถึงความสัมพันธ์ภายในสังคมที่ตนเองยืนอยู่ทำให้บุคคลต่าง ๆ ในสังคมได้มีการจำแนกชนชั้นทางสังคม อยู่ตลอดเวลาทั้งที่มีการเปรียบเทียบกับชนชั้นที่สูงกว่าหรือชนชั้นที่ต่ำกว่า ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของผู้บริโภคที่นักการตลาดควรให้ความสนใจเป็นพิเศษเพราะบุคคลที่อยู่ในชนชั้นต่างจะมีอิทธิพลทั้งทางบวกและทางลบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค และสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงฤทัย แก้วคำ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต พบว่า ปัจจัยทางสังคมด้านกลุ่มอ้างอิงส่งผลให้การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ เสาวลักษณ์ สาบุตร (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยจำแนกประเภทของนักเรียนที่ศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า บุคคลที่เกี่ยวข้องมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสายการเรียน ของผู้เรียน ซึ่งสามารถพยากรณ์จำแนกกลุ่มนักเรียนที่ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญ ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมได้เท่ากับร้อยละ 56.3

ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ส่งเสริมให้การเรียนสายอาชีพมีโอกาสหารายได้ขณะที่เรียน ทำให้มีรายได้ระหว่างเรียน เมื่อจบการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย และมีสาขาที่เลือกเรียนได้รับความนิยม สอดคล้องกับแนวคิดของ Ruch (1992) และ Miller (1995) ที่กล่าวว่า ค่านิยมเป็นปัจจัยสำคัญ ที่มีผลต่อมีผลต่อความรู้สึก ความคิด และท่าทางการแสดงออก ของบุคคลถึงความต้องการรู้สึกกับรู้กับความสามารถต่อโอกาสหรือความน่าจะเป็นในการตัดสินใจใด ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอนาคตของกลุ่มสมาชิกในสังคมต้องตัดสินใจตามวาระและโอกาสที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อลงกรณ์ อัมมวงศจิตต (2563) ที่ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียง และค่านิยม ส่งผลต่อการ

เลือกเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ด้านครอบครัว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากในปัจจุบันนักเรียนตัดสินใจเรียนโดยยึดตามสิ่งที่ตนเองสนใจ โดยในปัจจุบันผู้ปกครองส่วนใหญ่ผู้ปกครองจะเห็นความต้องการของบุตรหลานเป็นหลัก อีกทั้งค่าเล่าเรียนที่ไม่แพงมาก รวมถึงมีทุนการศึกษามอบให้ เช่น ทุนเรียนดี ทุนฐานะยากจน และทุนให้เปล่าต่าง ๆ สำหรับนักเรียน ทำให้ผู้ปกครองสามารถส่งเสียบุตรหลานให้เลือกเรียนตามความสนใจ และความถนัดได้ตามความต้องการ ครอบครัวจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรัณย์รัตน์ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2566) ที่ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี พบว่า นักเรียนที่ความคาดหวังในด้านอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอื่น ๆ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ทั้ง 2 ด้าน มีอิทธิพลในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 48.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุพรรณษา ร่มลำดวน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พบว่า ด้านเหตุผลส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านราคา ผู้บริหารควรของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรปรับปรุงเรื่องระบบผ่อนผันการชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาให้สามารถเลือกชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคาร หรือชำระเป็นเงินสดได้ และแสดงราคาค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ผ่านทางเว็บไซต์ หรือในรูปแบบประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของวิทยาลัย ให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับ

ประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารของวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรพัฒนาหลักสูตรของวิทยาลัยให้มีสาขาวิชาที่หลากหลายให้ตรงตามความต้องการของนักเรียน และตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน และประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่าง เช่น กระบวนการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ แสดงความโดดเด่นด้านการเรียนการสอนของวิทยาลัยพาณิชยการบางนาควรจัดกิจกรรมเปิดบ้านวิชาการ หรือการนำเสนอผลงานต่าง ๆ ของวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง การแนะแนวศึกษาต่อเพื่อให้วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ด้านสถานที่ ควรปรับปรุงการจัดการจราจรในวิทยาลัยไม่ให้แออัด มีที่จอดรถเพียงพอ และบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพอาคารเรียนให้มีความสวยงามพร้อมใช้งาน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ด้านกระบวนการ ควรจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนให้นักเรียนส่วนร่วมพัฒนาผู้เรียน และมีการจัดเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์มีการบูรณาการแต่ละรายวิชา ที่เน้นการฝึกประสบการณ์จริง เน้นการมีส่วนร่วมของนักเรียน และกระบวนการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการถ่ายทอดให้เห็นถึงสถานการณ์จริง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้บริหารของวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียน เช่น ทุนเรียนดี ทุนฐานะยากจน และทุนให้เปล่าต่าง ๆ สำหรับนักเรียนโดยให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เพจ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ของวิทยาลัยและโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม ควรมีการการจัดนิทรรศการวิชาการ และวิทยาลัยควรมีการแนะแนวการศึกษาต่อ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. ด้านค่านิยม ผู้บริหารของวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและควรพัฒนาหลักสูตรที่มีความยืดหยุ่นส่งเสริมให้นักเรียนมีโอกาสหารายได้

ขณะที่เรียน ทำให้มีรายได้ระหว่างเรียน เมื่อจบการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7. ด้านกลุ่มอ้างอิง ผู้บริหารของวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ การที่มีรุ่นพี่ให้คำแนะนำในการเลือกเรียนต่อ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์และการแนะแนวการศึกษาต่อของวิทยาลัย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาไปที่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพเกี่ยวกับสาขาวิชาที่วิทยาลัยเปิดสอน เพื่อให้ทราบถึงความความต้องการของนักเรียน สามารถนำไปใช้วางแผนในการเปิดสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของนักเรียนให้มากขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งถัดไป ควรมีการวิจัยมีการวิจัยในรูปแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และคุณภาพ (Mixed Method Research) โดยเป็นการใช้แบบสอบถามร่วมกับการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

3. เนื่องจากปัจจุบันด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลาซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้วิจัยควรศึกษาถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อบริการรับความต้องการของนักเรียนที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคตได้

บรรณานุกรม

- ชูชัย สมितिไกร. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงฤทัย แก้วคำ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของ
นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลพระนคร.
- วิทยาลัยพัฒนการบางนา. (2567). ประวัติวิทยาลัยพัฒนการบางนา สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2567 ,
จาก <https://www.bncc.ac.th/web/ประวัติวิทยาลัย>
- ศรัณย์รัตน์ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2566). แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อใน
ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพัฒนการธนบุรี. สารนิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ
เพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่ กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร.
- สุพรรณ ร่มลำดวน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตร
วิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร. สารนิพนธ์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- เสาวลักษณ์ สาบุตร. (2560). ปัจจัยจำแนกประเภทของนักเรียนที่ศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญ
ในจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม
- อดิธ สังกัจันทร์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและ
เทคโนโลยีตาก ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา
2565 วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตาก.
- อรรถกฤต อินทะโย. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษา
ของนักเรียนในจังหวัดเชียงราย สาขาวิชาการบริหารการศึกษาคณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- อลงกรณ์ อัมมวงศจิตต. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่วิทยาลัย
นวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญานิพนธ์สาขาวิชาสื่อและ
นวัตกรรมสื่อสาร วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Arnould, E., Price, L., & Zinkhan. (2005). Consumers (2nd ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

- Barnard, C. I. (1938). *The Functions of Executive*. Cambridge, Massachusetts : University Press.
- Belch, G.E, & Michael, A.B. (2005). *Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective*. Boston: McGraw-Hill.
- Gibson and Ivancevich. (1959). *Organizations : behavior, structure, processes* / James L. Gibson, John M. Ivancevich, James H. Donnelly, Jr.
- Jerome, E. M., & Perreault, W., D. (1993). *Basic marketing : A global-managerial approach* (11th ed.).
- Jones. (1995). *Organizational theory : text and cases*. Reading, Mass : Addison-Wesley.
- Kornblum. (1988). *Sociology in a changing world*. New York : Holt, Rinehart and Winston.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler & Keller. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation, and control*. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Kotler & Keller. (2006). *Marketing Management*. 12th ed. N.P.: Pearson Education.
- Miller, W. R. (1995). *The ethics of motivational interviewing revisited*. Behavioural and Cognitive Psychotherapy.
- Rush, M. (1992). *An introduction to political sociology*. New York: Prentice Hall.
- Simon, H. A. (1960). *Administrative Behavior*. (3rd ed.). New York: The free Press.
- Steers, R.M. (1977). *Organizational effectiveness: A behavioral view*. Satana, Monica, California: Goodyear.
- Walters, C. Glenn. (1978). *Consumer Behavior: Theory and Practice*. Homewood, IL: Richard D. Irwin Inc.
- Wehrich & Koontz. (1993). *Management: A Global Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer focus Across the Firm* (2th ed.). Boston, Massachusetts: McGraw Hill.



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน

วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อสรุปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการรับและการจัดการศึกษาของวิทยาลัยพณิชยการบางนาต่อไป โดยข้อมูลที่ได้นำไปใช้เพื่อ ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น และจะถูเก็บเป็นความลับ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านตอบ แบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริงและครบทุกข้อ ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านในครั้งนี้ด้วย เพื่อส่งผลต่อการพัฒนาการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ สำหรับ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ตอน ดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
- ตอนที่ 3 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม
- ตอนที่ 4 การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

มนปพร ปานเพ็ชร

นิสิตปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชา

การตลาด

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ
โรฒ

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน

วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง จงทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. ภูมิลำเนา

☐ 1. กรุงเทพฯ และปริมณฑล

☐ 2. ต่างจังหวัด

3. อาชีพผู้ปกครอง

☐ 1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 2. พนักงานเอกชน

☐ 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐ 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. สถานภาพครอบครัว

☐ 1. อยู่ร่วมกัน

☐ 2. แยกกันอยู่/หย่าร้าง

☐ 3. อื่นๆ.....

5. รายได้ครอบครัว

☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

☐ 2. 20,001 – 30,000 บาท

☐ 3. 30,001 – 40,000 บาท

☐ 4. 40,001 บาทขึ้นไป

6. สาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่

☐ 1. การบัญชี

☐ 2. การตลาด

☐ 3. คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

☐ 4. ธุรกิจค้าปลีก

☐ 5. ภาษาต่างประเทศ

☐ 6. โลจิสติกส์

☐ 7. การจัดการสำนักงาน

☐ 8. การโรงแรม

☐ 9. เทคโนโลยีสารสนเทศ

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. วิทยาลัยพณิชยการบางนา มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก					
2. วิทยาลัยมีสาขาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน					
3. วิทยาลัยพณิชยการบางนา มีสาขาวิชาที่หลากหลายให้เลือกเรียนตรงตามความต้องการของนักเรียน					
4. วิทยาลัยพณิชยการบางนา เป็นวิทยาลัยที่มีความโดดเด่นด้านการเรียนการสอน					
5. กระบวนการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ					
ด้านราคา					
1. ราคาค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่างๆที่ชัดเจน					
2. ค่าบำรุงการศึกษาถูกกว่าสถาบันอื่นที่อยู่ใกล้เคียงกัน					
3. สามารถเลือกชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคารหรือชำระเป็นเงินสดได้					
4. วิทยาลัยมีระบบผ่อนผันการชำระเงินได้					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง 1
ด้านสถานที่					
1. วิทยาลัยตั้งอยู่ในย่านชุมชน					
2. มีความสะดวกต่อการเดินทางมาศึกษา					
3. วิทยาลัยตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟและรถประจำทางสาธารณะ					
4. การจัดการจราจรในวิทยาลัยไม่แออัดมีที่จอดรถเพียงพอ					
5. สภาพอาคารเรียนได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่สวยงาม พร้อมใช้งาน					
6. ทิศนียภาพโดยรอบมีความสะอาด ร่มรื่น					
7. ความกว้างขวางของสถานที่					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น เพจเฟสบุ๊ก เว็บไซต์ของวิทยาลัยและโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม					
2. วิทยาลัยมีการแนะนำการศึกษาต่อ					
3. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดนิทรรศการวิชาการ					
4. มีทุนการศึกษามอบให้ เช่น ทุนเรียนดี ทุนฐานะยากจน และทุนให้เปล่าต่างๆ สำหรับนักเรียน					
ด้านบุคลากร					
1. ครูผู้สอนมีความรู้ความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชา					
2. ครูมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ที่ทันสมัยและมีความเป็นมืออาชีพ					
3. ครูที่ปรึกษามีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนเป็นอย่างดี					
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว					
5. เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ให้คำแนะนำอย่างดี					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ปัจจัยด้านกระบวนการ					
1. กระบวนการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีการถ่ายทอดให้เห็นถึงสถานการณ์จริง					
2. ครูผู้สอนมีการจัดเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์มีการบูรณาการแต่ละรายวิชา					
3. การจัดกิจกรรมเน้นการฝึกประสบการณ์จริงเน้นการมีส่วนร่วมของนักเรียน					
4. นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน					
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. วิทยาลัยมีห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่มีความทันสมัย					
2. มีศูนย์คอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นแหล่งค้นคว้าเพียงพอต่อความต้องการของนักเรียน					
3. วิทยาลัยมีห้องสมุดให้บริการสื่อ หนังสือ ตำราที่เกี่ยวข้องทันสมัย และมีระบบสืบค้นออนไลน์					
4. วิทยาลัยมีห้องน้ำที่สะอาดมีจำนวนเพียงพอและมีผู้ดูแลรับผิดชอบเช่นการโรง					
5. วิทยาลัยมีความพร้อมของอุปกรณ์การเรียนการสอน สื่อการเรียนที่ครบครันทันสมัย ห้องเรียน มี โต๊ะ เก้าอี้ พัดลมเพียงพอและสภาพพร้อมต่อการใช้งาน					
6. วิทยาลัยมีระบบอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว เพียงพอต่อการศึกษาค้นคว้า					
7. วิทยาลัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบของวิทยาลัย ร้านค้า โต๊ะเก้าอี้นั่ง ชุมนั่งเล่น ตู้กดน้ำ ให้บริการ					

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ข้อเดียวเท่านั้น

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
กลุ่มอ้างอิง					
1. เพื่อนๆส่วนมากเลือกเรียนที่วิทยาลัย พณิชยการบางนา					
2. รุ่นพี่ให้คำแนะนำในการเลือกเรียนต่อ					
3. มีศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ					
ครอบครัว					
1. เป็นความต้องการของผู้ปกครองในการ เลือกเรียน					
2. มีคนในครอบครัวจบการศึกษาจาก วิทยาลัยพณิชยการบางนา					
3. ครอบครัวสนับสนุนด้านการเงินไม่ต้อง หารายได้ระหว่างเรียน					
4. ครอบครัวส่งเสริมการเรียนด้านวิชาชีพ					
ค่านิยม					
1. สาขาที่เลือกเรียนได้รับความนิยม					
2. การเรียนสายอาชีพเมื่อจบการศึกษา แล้วหางานทำได้ง่าย					
3. การเรียนสายอาชีพมีโอกาสหารายได้ ขณะที่เรียนทำให้มีรายได้ระหว่างเรียน					

ตอนที่ 4 การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ข้อเดียวเท่านั้น

การตัดสินใจเลือกเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ท่านค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลผ่านสื่อโฆษณาทั้ง ออนไลน์ โซเชียล มีเดียและออฟไลน์ ก่อนตัดสินใจเข้า ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ					
2. ท่านสอบถามบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัว ก่อน ตัดสินใจศึกษาต่อที่วิทยาลัย พณิชยการบางนา					
3. ท่านมีการเปรียบเทียบระหว่างวิทยาลัยอื่นกับวิทยาลัย พณิชยการบางนา					

ประวัติผู้เขียน

