

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน

วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร

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

มนปพร ปานเพ็ชร¹

สุพาดา สิริกุดตา²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ภูมิฐานะ สถานภาพครอบครัว อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาลัยพาณิชย์การ บางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการอยู่ในระดับดี ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมด้านกลุ่มอ้างอิงและด้านค่านิยมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าว สามารถร่วมพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 49.00 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านค่านิยม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถพยากรณ์ การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานครได้ ร้อยละ 59.00

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด , ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม,การตัดสินใจเลือกเรียน, ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

¹ สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Abstract

This research aims to study the factors that influence the decision to choose to study for a vocational certificate level at Bangna Commercial College in Bangkok. The factors studied include personal factors, the results of hypothesis testing on personal factors, which include gender, place of origin, family status, parental occupation, and family income. The results show that there are no statistically significant differences in the decision to choose to study at the vocational certificate level at Bangna Commercial College based on these personal factors at the 0.05 level, which does not align with the hypothesis. Marketing mix factors and social and cultural factors were also examined. This research is a quantitative study with a sample group of 350 students currently studying at Bangna Commercial College in Bangkok. A questionnaire was used as the research tool. The analysis of the marketing mix factors revealed that product, price, place, promotion, and process were all at a good level. The analysis of the social and cultural factors showed that reference groups and values were at a high level.

The marketing mix factors, including product, price, place, promotion, and process, were found to significantly influence the decision to choose to study for a vocational certificate at Bangna Commercial College at the 0.05 statistical significance level. These variables were able to predict 49% of the decision-making process. Regarding social and cultural factors, reference groups and values also significantly influenced the decision to choose to study for a vocational certificate at the 0.05 significance level, and these variables could predict 59% of the decision.

KEYWORDS : Marketing mix factors, socio-cultural factors, Decision to choose to study , vocational certificate program.

บทนำ

ปัจจุบันการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศได้รับการส่งเสริมและมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก และเนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอนาคตมีส่วน เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีด้วย จึงส่งผลให้แรงงานในระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ต้องมีความรู้ความสามารถทั้งด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตามที่ระบบเศรษฐกิจและ อุตสาหกรรม นั้น ๆ ต้องการ ดังนั้นการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษาทั้งด้านปริมาณและ คุณภาพจึงต้องสอดคล้องกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้ต้องมีความร่วมมือกับสถานประกอบการในการพัฒนาหลักสูตร การจัดการศึกษาและการวัดประเมินผล เพื่อให้ ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพตามมาตรฐานอาชีพและหรือมาตรฐานสากล มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ทักษะการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นทักษะที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถสนองตอบความต้องการกำลังคน ตลอดจนความต้องการของผู้เรียนเองที่จะนำไปใช้ในการ ประกอบอาชีพได้ตรงตามสาขาที่เรียน รวมทั้งเปิดโอกาสให้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นได้เพื่อ ความก้าวหน้าตามเส้นทางอาชีพ หลักสูตรสายอาชีพมีให้เลือกเรียนหลากหลายสาขาวิชา สามารถ

เลือกเรียนได้ตามความสนใจและความถนัดของตัวเองเป็นที่ต้องการของบริษัทและแรงงาน ในปัจจุบันกำลังขาดแคลนช่างฝีมือและบุคลากรวิชาชีพทักษะเฉพาะ เพราะต่างต้องการแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีฝีมือเฉพาะทางในด้านนั้น ๆ ทำให้เมื่อเรียนสายอาชีพจบมาแล้วจะตอบโจทย์ความต้องการของตลาดการทำงานมากกว่า ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้บริหารสถานศึกษานำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางไปกำหนดแผนงานเพื่อกำหนดทิศทางและแนวปฏิบัติในการทำให้นักเรียนสนใจศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการเพิ่มสัดส่วนการรับนักเรียน และ หน่วยงานการศึกษาของภาครัฐและเอกชนนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาหน่วยงานและองค์กรการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา เพื่อนำผลการศึกษาดังกล่าวนี้ไปเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในเชิงนโยบาย หรือวางแผนในการจัดการศึกษา โดยศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว และ รายได้ครอบครัว ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม สำหรับวางแผนพัฒนา ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด ประชาสัมพันธ์และการแนะแนวการศึกษาต่อสายอาชีพ พัฒนาวิทยาลัยพาณิชย์การบางนาให้ตรงกับความต้องการทางการศึกษา และพัฒนาวิทยาลัยตลอดจนพัฒนาส่งเสริมผู้เรียนที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว และ รายได้ครอบครัว
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนากรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนากรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว รายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านครอบครัว ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนากรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล Kotler (2000) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคลจะพบว่า ในการดำเนินการทางการตลาดนั้น จะมีปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ คือ อายุ เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ขนาดของครอบครัว ลักษณะที่พักอาศัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ นำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดจะมี 4 ตัวแปร (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) ในปัจจุบันมีตัวแปรเพิ่มขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ ที่เกี่ยวกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้นจึงเป็นส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม Walters (1978) ได้อธิบายถึงลักษณะทางสังคมว่า เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาททางสังคม และสถานภาพของผู้ซื้อ (Arnould, Price & Zinkhan, 2005) ตามทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคม social composition series ได้เสนอแนวคิดไว้ว่าโดยธรรมชาติมนุษย์จะมีการเปรียบเทียบสิ่งของตนเองครอบครองเป็นเจ้าของกับสิ่งที่บุคคลอื่นครอบครองเป็นเจ้าของเพื่อที่จะพิจารณาถึงความสัมพันธ์ภายในสังคมที่ตนเองยืนอยู่ทำให้บุคคลต่างๆในสังคมได้มีการจำแนกชนชั้นทางสังคมอยู่ตลอดเวลาทั้งที่มีการเปรียบเทียบกับชนชั้นที่สูงกว่าหรือชนชั้นที่ต่ำกว่าซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ บาร์นาร์ด (Barnard, 1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่าเป็นเทคนิควิธีที่ลดทางเลือกลงมา ให้เหลือเพียงทางเดียว กระบวนการตัดสินใจ หรือ Decision Making Process เป็นแนวคิดที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค ตั้งแต่กระบวนการเลือกซื้อ การตัดสินใจ และการประเมินผลหลังตัดสินใจเรียบร้อยแล้ว ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (ชูชัย สมบัติไกร, 2563) 1. การตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการ 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินทางเลือก 4. การตัดสินใจเลือก 5. การประเมินผลหลังจากการเลือกบริโภค

วิธีการดำเนินการวิจัย

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

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาลัย พณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากร ตามวิธีการของ Taro Yamane (2019) กำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 การวิจัยครั้งนี้จึงได้จำนวนตัวอย่างโดยได้ขนาดตัวอย่าง 327 ตัวอย่าง เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์และแม่นยำผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 23 ของขนาดตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น 350 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งประชากรออกเป็นสาขาวิชาแล้วสุ่มตัวอย่างจากทุกระดับชั้นของสาขาวิชา สามารถคำนวณอัตราส่วนแบบ Proportionate Stratified Sampling ของประชากรแต่ละสาขาวิชา และวิธีสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักเรียนจำนวน 9 สาขาวิชา มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 กลุ่ม ตามขั้นตอนที่ 1 และเต็มใจตอบแบบสอบถามจนครบ 350 คน

สถิติที่ใช้ในการวิจัยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างด้วยการแสดงผลโดยแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยเพศ ภูมิลำเนา อาชีพ ผู้ปกครอง สถานภาพครอบครัว รายได้ครอบครัว สาขาที่กำลังศึกษาอยู่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านครอบครัว ด้านค่านิยม

สถิติที่ใช้ในการวิจัยการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

1. สถิติ t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-Samples t-test) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1
2. สถิติ F-test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1
3. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 และ ทดสอบสมมติฐานที่ 3

ผลการวิจัย

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 และรองลงมาคือ 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 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า 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 วิทยาลัยตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟและรถประจำทางสาธารณะ 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 มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด 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 การจัดกิจกรรมเน้นการฝึกประสบการณ์จริง เน้นการมีส่วนร่วมของนักเรียน 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 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การเรียนสายอาชีพมีโอกาสหารายได้ขณะที่เรียนทำให้ มีรายได้ระหว่างเรียน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ การเรียนสายอาชีพ เมื่อจบการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย และสาขาที่เลือกเรียนได้รับความนิยมน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และ 3.90 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา 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 สถานภาพครอบครัว อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนากรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านค่านิยม มีผลต่อการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าว สามารถพยากรณ์ การตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานครได้ ร้อยละ 59.00

สรุปผลและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

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

นักเรียนที่เพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากในปัจจุบันเพศไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสนใจด้านการเรียน นักเรียนทุกเพศต่างมีความสนใจตามปัจเจกของแต่ละบุคคล จึงส่งผลให้เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน 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 ซึ่งใน ปัจจุบันการเดินทางส่วนใหญ่นิยมใช้รถส่วนตัวมากกว่ารถโดยสารสาธารณะทำให้การเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงปัจจุบันสถาบันการศึกษาต่างมีหอพักใกล้กับสถาบันการศึกษา ทำให้การเดินทางจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกเรียน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงฤทัย แก้วคำ (2561) ที่ได้ศึกษา

เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต พบว่า นักเรียนที่มีภูมิฐานะแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

สถานภาพครอบครัวแตกต่างกัน มีผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากสังคมในยุคปัจจุบันการเลี้ยงดูของครอบครัวส่วนใหญ่จะให้อิสระในการตัดสินใจกับบุตรหลาน และสังคมยุคปัจจุบันนี้มีลักษณะของสถานะภาพครอบครัวที่แตกต่างและหลากหลายโดยส่วนใหญ่แล้วจะให้บุตรหลานได้มีอิสระและตัดสินใจในการเลือกเรียนและเลือกสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยที่สถานะภาพของครอบครัวในปัจจุบันไม่ได้ส่งผลต่อสถานะความเป็นอยู่ของครอบครัวเหมือนในอดีต ซึ่งปัจจุบันทั้งผู้หญิงและผู้ชายต่างล้วนแล้วแต่สามารถที่จะประกอบอาชีพและหาเลี้ยงครอบครัวได้เช่นเดียวกัน ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่ไม่สูงจนเกินไป อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐยังมีการสนับสนุนในเรื่องทุนเพื่อการศึกษาต่าง ๆ ทำให้นักเรียนสามารถเข้าถึงและเลือกศึกษาตามความถนัดและความสนใจได้ ดังนั้นสถานภาพครอบครัวจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกเรียนของนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อรรถกฤต อินทยา (2560) พบว่า ลักษณะทางครอบครัวระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัวแตกต่างกันมีผลการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

อาชีพผู้ปกครองแตกต่างกัน มีผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ปกครองในปัจจุบันให้อิสระกับบุตรหลานในการตัดสินใจในการเลือกเรียนตามความถนัดและความสนใจ อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการเล่าเรียนไม่สูงมากนัก ทำให้ผู้ปกครองสามารถส่งเสียบุตรหลานของตนได้ตามความสนใจของผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถกฤต อินทยา (2560) ที่ได้ศึกษาการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียน ในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งได้ศึกษาวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพ ซึ่งพบว่า อาชีพของบิดามารดาที่แตกต่างกันมีผลการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษา ไม่แตกต่างกัน

รายได้ครอบครัวแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากค่าเล่าเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ไม่มีค่าใช้จ่ายที่สูงมากนัก สามารถเข้าถึงได้จากรายได้ของผู้ปกครองในหลายระดับและได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลตามนโยบายเรียนฟรี จึงไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถกฤต อินทยา (2560) ที่ได้ศึกษาการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียน ในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งได้ศึกษาวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพ ซึ่งพบว่า รายได้ของครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษา ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของดวงฤทัย แก้วคำ (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต พบว่า รายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการ มีผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา

กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และ ด้านด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ 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 สุพรรณ ร่มลำตวน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร ด้านหลักสูตร อยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์การตัดสินใจเข้าศึกษา มีความสัมพันธ์โดยรวมกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 สอดคล้องกับการวิจัยของ อลงกรณ์ อัมมวงศ์จิตต (2563) ที่ศึกษาศึกษาและเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ด้านราคา ผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร มีระบบผ่อนผันการชำระเงินได้ มีความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถเลือกชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคารหรือชำระเป็นเงินสดได้ ค่าบำรุงการศึกษาถูกกว่าสถาบันอื่นที่อยู่ใกล้เคียงกัน และราคาค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านราคา เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือ บริการในรูปของเงินตราซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ฉะนั้นต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม เพราะราคาเป็นกลไกที่สำคัญทางการตลาด มีความยืดหยุ่นสูงมาก และเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจของผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อลงกรณ์ อัมมวงศ์จิตต (2563) ที่ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ด้านสถานที่ ผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าและรถประจำทางสาธารณะ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีสถานที่กว้างขวาง สะดวกต่อการเดินทางอยู่ในย่านชุมชน การจราจรในวิทยาลัยไม่แออัดมีที่จอดรถเพียงพอ สภาพอาคารเรียนได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่สวยงามพร้อมใช้งาน สอดคล้องกับ

แนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) ที่กล่าวว่า ผลลัพธ์จะต้องสามารถมีไว้ให้บริการแก่ลูกค้า ณ ที่ใดที่หนึ่งที่มีความเหมาะสม และสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็วรวมถึงมีการกำหนดช่องทางในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมและเหมาะสมเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง ดังนั้นจะต้องคำนึงในด้านตำแหน่งที่ตั้ง โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก เช่น แหล่งชุมชน มีความสะดวกในการเดินทาง มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อติธร สังขจันทร์ (2565) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียน ซึ่งวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร มีทุนการศึกษามอบให้ เช่น ทุนเรียนดี ทุนฐานะยากจน และทุนให้เปล่าต่าง ๆ สำหรับนักเรียน มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของวิทยาลัยและโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดนิทรรศการวิชาการ และวิทยาลัยมีการแนะนำการศึกษาต่อ สอดคล้องกับการวิจัยของ อติธร สังขจันทร์ (2565) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับกับการศึกษาของ สุพรรณษา ร่มลำดวน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ซึ่งพบว่า ด้านเหตุผลส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านกระบวนการ ผลการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ครูผู้สอนมีการจัดเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์มีการบูรณาการแต่ละรายวิชา มีการจัดกิจกรรมเน้นการฝึกประสบการณ์จริง เน้นการมีส่วนร่วมของนักเรียน และกระบวนการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีการถ่ายทอดให้เห็นถึงสถานการณ์จริง สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) ด้านกระบวนการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ซึ่งต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ทุกขั้นตอนจะต้องมีการประสานงานกันอย่างรวดเร็ว และมีความเชื่อมโยง ดังนั้นพนักงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องมีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการแก้ปัญหา มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างบรรยากาศให้ลูกค้าประทับใจเพื่อให้เกิดการบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ อติธร สังขจันทร์ (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตากของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 พบว่า ปัจจัยด้านระบบดูแลผู้เรียน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพอยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพาณิชย์การบางนา กรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้เรียนในปัจจุบัน มีการตัดสินใจเลือกเรียนด้วยตนเอง โดยมีการตัดสินใจเลือกเรียนตามความสนใจจากความถนัดของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้อง

กับการศึกษาของ สุพรรณษา ร่มลำดวน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ที่พบว่าปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพัฒนการบางนา กรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากในปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูล สื่อ และการบริการ ค่อนข้างมีความสะดวกสบาย อีกทั้งสถาบันการศึกษา ต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐ และภาคเอกชนต่างมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและ การบริการต่าง ๆ ให้มีความทันสมัยทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน ทำให้ลักษณะทางกายภาพของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นปัจจัยหลักการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพัฒนการบางนา กรุงเทพมหานคร โดยการตัดสินใจเลือกเรียนส่วนใหญ่จะเลือกตามความสนใจ และความถนัดของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณษา ร่มลำดวน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร ที่พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักสูตร อยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพัฒนการบางนากรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพัฒนการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ด้านกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพัฒนการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากวิทยาลัยพัฒนการบางนา กรุงเทพมหานคร ศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จเป็นจำนวนมาก ซึ่งรุ่นพี่จะให้คำแนะนำในการเลือกเรียนต่อกับรุ่นน้อง และเพื่อน ๆ ส่วนมากเลือกเรียนที่วิทยาลัยพัฒนการบางนา ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคมตามแนวคิดของ Walters (1978) ที่เสนอแนวคิดไว้ว่า ธรรมชาติมนุษย์จะมีการเปรียบเทียบสิ่งที่ตนเองครอบครองเป็นเจ้าของกับสิ่งที่บุคคลอื่นครอบครองเป็นเจ้าของเพื่อที่จะพิจารณาถึงความสัมพันธ์ภายในสังคมที่ตนเองยืนอยู่ทำให้บุคคลต่าง ๆ ในสังคมได้มีการจำแนกชนชั้นทางสังคม อยู่ตลอดเวลาทั้งที่มีการเปรียบเทียบกับชนชั้นที่สูงกว่าหรือชนชั้นที่ต่ำกว่าซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการของผู้บริโภคที่นักการตลาดควรให้ความสนใจเป็นพิเศษเพราะบุคคลที่อยู่ในชนชั้นต่างจะมีอิทธิพลทั้งทางบวกและทางลบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค และสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงฤทัย แก้วคำ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต พบว่า ปัจจัยทางสังคม ด้านกลุ่มอ้างอิงส่งผลให้การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับ การศึกษาของ เสาวลักษณ์ สาบุตร (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยจำแนกประเภทของนักเรียนที่ศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า บุคคลที่เกี่ยวข้องมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสายการเรียน ของผู้เรียน ซึ่งสามารถพยากรณ์จำแนกกลุ่มนักเรียนที่ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญ ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมได้เท่ากับร้อยละ 56.3

ด้านค่านิยม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพัฒนการบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก วิทยาลัยพัฒนการบางนา กรุงเทพมหานคร ส่งเสริมให้การเรียนสายอาชีพมีโอกาสหารายได้ขณะที่เรียน ทำให้มีรายได้ระหว่างเรียน เมื่อจบการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย และมีสาขาที่เลือกเรียนได้รับความนิยม สอดคล้องกับแนวคิดของ Ruch (1992) และ Miller (1995) ที่กล่าวว่า ค่านิยมเป็นปัจจัยสำคัญ ที่มีผลต่อมีผลต่อความรู้สึก ความคิด และท่าทางการแสดงออก ของบุคคลถึงความต้องการรู้สึกรับรู้กับความปรารถนาต่อโอกาสหรือความ

น่าจะเป็นในการตัดสินใจใด ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอนาคตของกลุ่มสมาชิกในสังคมต้องตัดสินใจตามวาระและโอกาสที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อลงกรณ์ อัมมวงค์จิตต (2563) ที่ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียง และค่านิยม ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม 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

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ดังนี้

1. ด้านราคา ผู้บริหารของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรปรับปรุงเรื่องระบบผ่อนผันการชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาให้สามารถเลือกชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคาร หรือชำระเป็นเงินสดได้ และแสดงราคาค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ผ่านทางเว็บไซต์ หรือในรูปแบบประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของวิทยาลัย ให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

2. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรพัฒนาหลักสูตรของวิทยาลัยให้มีสาขาวิชาที่หลากหลายให้ตรงตามความต้องการของนักเรียน และตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน และประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่าง เช่น กระบวนการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ แสดงความโดดเด่นด้านการเรียนการสอนของ วิทยาลัยพณิชยการบางนาควรจัดกิจกรรมเปิดบ้านวิชาการ หรือการนำเสนอผลงานต่าง ๆ ของวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง การแนะนำนักศึกษาต่อเพื่อให้วิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

3. ด้านสถานที่ ควรปรับปรุงการจัดการจราจรในวิทยาลัยไม่ให้แออัด มีที่จอดรถเพียงพอ และบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพอาคารเรียนให้มีความสวยงามพร้อมใช้งาน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

4. ด้านกระบวนการ ควรจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนให้นักเรียนส่วนร่วมพัฒนาผู้เรียน และมีการจัดเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์ มีการบูรณาการแต่ละรายวิชา ที่เน้นการฝึกประสบการณ์จริง เน้นการมีส่วนร่วมของนักเรียน และกระบวนการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการถ่ายทอดให้เห็นถึงสถานการณ์จริง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

5. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้บริหารของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียน เช่น ทุนเรียนดี ทุนฐานะยากจน และทุนให้เปล่าต่าง ๆ สำหรับนักเรียนโดยให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของวิทยาลัยและโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม ควรมีการการจัดนิทรรศการวิชาการ และวิทยาลัยควรมีการแนะแนวการศึกษาต่อ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

6. ด้านค่านิยม ผู้บริหารของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและควรพัฒนาหลักสูตรที่มีความยืดหยุ่นส่งเสริมให้นักเรียนมีโอกาสหารายได้ขณะที่เรียน ทำให้มีรายได้ระหว่างเรียน เมื่อจบการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

7. ด้านกลุ่มอ้างอิง ผู้บริหารของวิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ การที่มีรุ่นพี่ให้คำแนะนำในการเลือกเรียนต่อ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์และการแนะแนวการศึกษาต่อของวิทยาลัย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการบางนา กรุงเทพมหานคร

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ รศ.สุพาดา สิริกุดตา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ฉบับนี้ ที่ได้เสียสละเวลา ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกในความเมตตากรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ความเมตตา รวมถึงเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมที่ให้ความช่วยเหลือในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ และอำนวยความสะดวกด้วยดีเสมอมาตลอดระยะเวลาการศึกษาและทำวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาในการทำแบบสอบถามเพื่อการวิจัยฉบับนี้รวมถึงขอบคุณความช่วยเหลือต่างๆ จากครอบครัว รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนๆ ทุกคน ที่เป็นส่วนสำคัญทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ซึ่งหากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใดขอกราบขออภัยมา ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- ชูชัย สมितिไกร. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงฤทัย แก้วคำ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วิทยาลัยพัฒนวิชาการบางนา. (2567). ประวัติวิทยาลัยพัฒนวิชาการบางนา สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2567 ,จาก <https://www.bncc.ac.th/web/ประวัติวิทยาลัย>
- ศรัณย์รัตน์ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2566). แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรี. สารนิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่ กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร.
- สุพรรณารม ลำดวน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร. สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เสาวลักษณ์ สาบุตร. (2560). ปัจจัยจำแนกประเภทของนักเรียนที่ศึกษาต่อสายอาชีพกับสายสามัญในจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- อดิสร สังทจันทร์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตาก ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีตาก.
- อรรถกฤต อินทะโย. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนสายอาชีพในสถานศึกษาอาชีวศึกษาของนักเรียนในจังหวัดเชียงราย สาขาวิชาการบริหารการศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- อลงกรณ์ อัมมวงศ์จิตต. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. วิทยานิพนธ์สาขาวิชาสื่อสารและนวัตกรรมการสื่อสาร วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม 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.
- 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. 12" ed. N.P.: Pearson Education.
- 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.
- Zeithaml, V.A. & Bitner,M.J. (2000). Services Marketing: Integrating Customer focus Across the Firm (2th ed.). Boston, Massachusetts: McGraw Hill.