



ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี Factors in Decision Making of Undergraduate Students in Further Study at Suan Dusit University

วรรณพรรณ รีมผดี^๑

วิภาดา มุกดา^๒

จิตติมา ประภากรเกียรติ^๓

ภัทรานิษฐ์ ศุภกิจโกศล^๔

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ๒) ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ๓) เสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมของปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนระดับการตัดสินใจปานกลาง ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านทำเลที่ตั้ง ส่วนผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในภาพรวม จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ สำหรับรายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อทุกรายด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อทั้ง ๗ ด้าน ประกอบด้วย ๑. ภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิตสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นบนพื้นฐานความเป็นเลิศ ๒. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา กำหนดค่าธรรมเนียมสอดคล้องกับโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการที่จัดตั้งขึ้นใหม่ ๓. ทำเลที่ตั้ง มีความเหมาะสมและมีรากฐานเดิมที่มั่นคง ๔. การส่งเสริมการตลาด มีการวางแผนกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ภายนอกเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๕. บุคลากร มุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน ให้มีความรู้และส่งเสริมให้มีความเชี่ยวชาญ ๖. กระบวนการให้บริการ มีการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ๗. ลักษณะทางกายภาพ ใช้ศูนย์แห่งความเป็นเลิศเชื่อมโยงองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ๆ

คำสำคัญ: การตัดสินใจ การศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

^๑โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

^๒คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

^๓คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

^๔คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.



Abstract

This research aim 1) to study factors in the decision making in further study at Suan Dusit University, 2) to compare the decision making factors in further study at Suan Dusit University based on personal data of students, and 3) to recommend the development of strategic approach of the new students admission at Suan Dusit University. The results found that: In overview, the decision making factors of students were at a high level. Considering in each aspect, the level of decision making factors from 1) the image aspect, 2) the staff aspect, 3) the physical aspect, 4) the services process aspect, and 5) the marketing promotion, 6) the study costing aspect, and 7) the location aspect was moderate. The results of decision making based on genders were not different with significant statistic level at 0.05. The development strategic approach of the new student's admission in 7 aspects: 1. The image aspect, Suan Dusit University should create an identity column distinguished on the basis of excellence. 2. The study fees were in accordance with the structure of the newly formed division. 3. The location aspect was suitable and comfortable. 4. The marketing promotion is strategic planning and external relations for targeted groups efficiently. 5. The staff aspect, focuses on developing academic and support staff were to promote knowledge and expertise. 6. The services process is available through electronic media. 7. The physical aspect, the center of excellence is linked to knowledge and innovation.

Keywords: Decision, Undergraduate Education, Suan Dusit University



บทนำ

ในปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์และความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจสังคมของประเทศอย่างรวดเร็ว รวมทั้งในการที่ประเทศไทยเข้าสู่การแข่งขันที่รุนแรงของยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งต้องอาศัยบุคลากรที่เป็นแรงงานคุณภาพหรือระดับมัธยมศึกษาของประเทศเป็นผู้ที่มีความสามารถทั้งทางด้านการวิชาการและทางปฏิบัติตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกภายนอกสามารถนำองค์ความรู้ใหม่ๆ มาปรับใช้ตามความต้องการของสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำเป็นต้องเป็นผู้มีความชำนาญประกอบการทำงานได้สัมฤทธิ์ผลเต็มศักยภาพของบุคคลซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพและเป็นหัวใจในการพัฒนาประเทศ (Suwankiri, 2007)

อนาคตของประเทศชาติขึ้นอยู่กับคุณภาพของการศึกษาเป็นสำคัญ การพยายามที่จะทำให้คนไทยเป็น “คนเก่งคนดีและมีความสุข” นั้นจำเป็นต้องเข้าใจถึงความสำคัญของการศึกษา ซึ่งหมายถึงการศึกษาหาความรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตและต้องเป็นการผสมผสานกันระหว่างการศึกษาในระบบและนอกระบบการศึกษาตามอัธยาศัย โดยมีระบบการบริหารจัดการการศึกษาที่ดีและมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงได้ดำเนินการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๖๑) โดยให้ความสำคัญแก่หลักการดังกล่าวและเร่งรัดให้ทำให้หลักการดังกล่าวสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพและวัดผลได้โดยเน้นเรื่องของโอกาสคุณภาพมาตรฐานและการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการขับเคลื่อน ๔ ใหม่ ได้แก่การพัฒนาคุณภาพคนไทยยุคใหม่ การพัฒนาครูยุคใหม่ การพัฒนาสถานศึกษาและแหล่งเรียนรู้ยุคใหม่การพัฒนาการบริหารจัดการ

ใหม่ การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นระบบที่มีการเรียนการสอนศาสตร์และวิทยาการขั้นสูงพร้อมทั้งมีการวิจัยเพื่อให้ศาสตร์เหล่านั้นมีความทันสมัยและลึกซึ้ง สามารถส่งเสริมและขับเคลื่อนให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้ผู้เรียนและผู้สอนสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้อำนวยประโยชน์ให้แก่สังคมโดยตรง อีกด้วย (Office of the Higher Education Commission, 2010)

การแข่งขันของมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่นับวันยิ่งต้องพัฒนามหาวิทยาลัยของตนเอง เพื่อดึงดูดนักศึกษาให้เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้น ทั้งในเรื่องคุณภาพการศึกษา สวัสดิการของนักศึกษา บุคลากรในมหาวิทยาลัย บรรยากาศในมหาวิทยาลัย สิ่งแวดล้อมต่างๆ รวมไปถึงคณะที่ทำการเปิดสอน ต้องรองรับความต้องการของนักศึกษาให้ครบถ้วน อีกทั้งยังต้องพัฒนาไปถึงภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยของตนเอง สถานการณ์ในปัจจุบันจะเห็นว่ามิมมหาวิทยาลัยเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากถึง ๑๕๐ แห่ง ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยของเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษาและวิทยาลัยอีกกว่า ๓๐ แห่งที่กำลังพัฒนาตนเองเพื่อก้าวเป็นมหาวิทยาลัยในอนาคต ทำให้การแข่งขันด้านการเปิดรับนักศึกษาของแต่ละสถาบันมีกลวิธีหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญให้มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ปรับตัวด้านการบริหารจัดการให้มีคุณภาพและยกมาตรฐานการเรียนการสอนให้เป็นที่ยอมรับและเข้าสู่มาตรฐานสากลและตอบสนองความต้องการความสนใจและความถนัดของนักศึกษา (Liman, Panoh and Jeway, 2012)

การศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นการศึกษาในระดับสูงของระบบการศึกษาเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้



ความสามารถในสาขาวิชาต่างๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ทฤษฎีเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติการริเริ่มการพัฒนาทั้งทางวิชาการและวิชาชีพ การสร้างสรรค์และการเผยแพร่ความรู้ ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ จึงได้มีการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการพัฒนาประเทศ โดยให้มีการจัดการเปิดสอนสาขาวิชาเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกศึกษาได้เพิ่มมากขึ้นจนทำให้บางครั้งผู้เรียนและผู้ปกครองได้รับข้อมูลไม่เพียงพอ ทำให้เกิดความสับสนตัดสินใจไม่ถูกว่าจะเลือกเรียนในสาขาใดที่เหมาะสมกับตนเอง โดยจะส่งผลต่อการตัดสินใจในอนาคตของผู้เรียน สอดคล้องกับ (Sovajassatakul, 2011) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจมีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินชีวิตของบุคคล เพราะการทำกิจกรรมทุกอย่างมีการตัดสินใจเข้าไปเกี่ยวข้องแทบทั้งสิ้น การตัดสินใจที่สำคัญประการหนึ่งในชีวิตของผู้เรียน คือ การตัดสินใจในการศึกษาต่อเพราะเป็นเส้นทางที่ผู้เรียนต้องกำหนดและวางแผนอนาคตให้กับตนเอง เนื่องจากการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการจำเป็นของมนุษย์ ซึ่งเป็นรากฐานในการสร้างความมั่นคงความปลอดภัยให้กับชีวิตและเป็นการสร้างให้บุคคลมีงานทำมีรายได้ รวมทั้งมีฐานะเป็นที่ยอมรับของสังคม (Maslow, 1970) เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสในการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่าง ๆ ในระดับสูงและมีฐานะทางสังคมแตกต่างจากผู้ได้รับการศึกษาที่ต่ำกว่า (Horton & Hunt, 1984) การตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยของผู้เรียนเป็นหนึ่งในสิ่งที่มีความสำคัญของผู้เรียนและครอบครัวที่จะต้องพิจารณาไตร่ตรองอย่างสมเหตุสมผล มีการตัดสินใจที่รอบคอบคำนึงถึงผลดีผลเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นช่วงที่ผู้เรียนจะต้องมีการตั้งเป้าหมายเพื่อศึกษาในสาขาต่างๆ ถ้าผู้เรียนคนใดสามารถ

เลือกศึกษาต่อได้เหมาะสมกับความถนัดของตนเองก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จในชีวิต รวมทั้งยังส่งผลต่อสถานประกอบการแต่ถ้าผู้เรียนเลือกไม่ตรงกับความรู้ความสามารถของตนเองก็อาจจะประสบความล้มเหลวในการดำเนินชีวิต ดังนั้นวิธีการตัดสินใจโดยการลองผิดลองถูกจึงไม่ได้ผลการตัดสินใจที่ดีและมีเหตุผล แต่เป็นปัจจัยที่ชี้ว่าคุณคนจะประสบความสำเร็จในชีวิตหรือไม่

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เป็นสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มุ่งมั่นจัดการศึกษาเพื่อพัฒนากำลังคนของชาติ ให้มีคุณภาพตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ เป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ทางวิชาการ เป็นแหล่งการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ทักษะ คุณธรรมและจริยธรรม คิดเป็นทำเป็น และแก้ไขปัญหาเป็นสามารถปรับตัวเข้ากับสังคมได้อย่างมีคุณค่า เมื่อเรียนจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัย กลไกสำคัญที่เป็นเครื่องมือในการผลิตบัณฑิตและบุคคลากรที่มีคุณภาพ คือ การจัดการศึกษาในช่วงปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๐ ทิศทางการพัฒนาของมหาวิทยาลัยกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัยจะอาศัยพื้นฐานความเข้มแข็งจากการพัฒนาเดิมให้เป็นประโยชน์ โดยคำนึงถึงพื้นฐานความเป็นจริงที่สามารถปฏิบัติได้ (แผนกลยุทธ์ ๔ ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ - ๒๕๖๐, ๒๕๕๗) ซึ่งเป็นไปตามกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว ๑๕ ปี ฉบับที่ ๒ (๒๕๕๑ - ๒๕๕๖) ที่ต้องการให้ประเทศไทยมีระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมให้กับบัณฑิต เพื่อให้บัณฑิตมีศักยภาพในการปรับตัวและมีขีดความสามารถทางการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์บนพื้นฐานความยั่งยืนของท้องถิ่นไทย (Office of the Higher Education Commission, 2010)



สถานการณ์ปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้นจำนวนมากทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยของเอกชน รวมไปถึงวิทยาลัยต่างๆ ที่กำลังพัฒนาตนเอง เพื่อก้าวเป็นมหาวิทยาลัยในอนาคต ทำให้การแข่งขันด้านการเปิดรับนักศึกษาของแต่ละสถาบันมีกลวิธีหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มหาวิทยาลัยต่างๆ ปรับตัวด้านการบริหารจัดการให้มีคุณภาพและยกมาตรฐานการเรียนการสอนให้เป็นที่ยอมรับและเข้าสู่มาตรฐานสากล รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่จะตัดสินใจเลือกศึกษาสถาบันใด จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีเฉพาะนักศึกษาชั้นปีที่ ๑ ที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา ๒๕๕๗ ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุกการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งสามารถจัดการเรียนการสอนให้ได้เหมาะสมตามความต้องการของนักศึกษาและผู้ปกครองต่อไป

วัตถุประสงค์

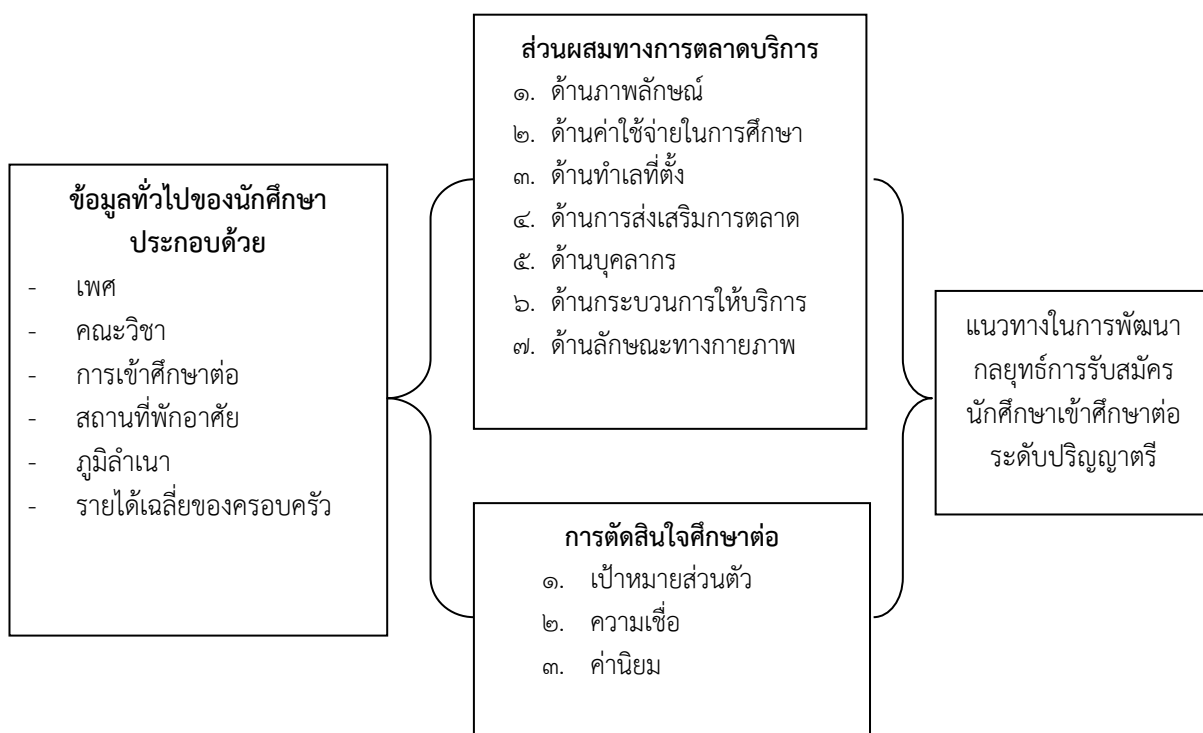
๑. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

๒. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

๓. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา โดยใช้กรอบแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดบริการของ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาด 4Ps ของ McCarthy (2004) โดยนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดสำหรับประเภทบริการเพิ่มขึ้นอีก ๓ ประการ จึงเรียกรวมกับส่วนประสมทางการตลาดว่า 7Ps ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าธรรมเนียมการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ และแนวคิดการตัดสินใจของ Reeder (1996) ประกอบด้วย เป้าหมายส่วนตัว ค่าเชื่อและค่านิยม โดยนำมากำหนดกรอบแนวความคิด ดังแสดงในภาพ



ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

๑. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิตที่ศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ ๑ ที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา ๒๕๕๗ จำนวน ๔,๒๒๕ คน (Data from the Office of Academic Support and Registration, 2014) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการคัดเลือกผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาจำนวน ๕ ท่าน

๒. กลุ่มตัวอย่างมี ๒ กลุ่ม คือ

๒.๑ กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณได้แก่นักศึกษาที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๕๗ ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1975) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ ๙๗ ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ ๓ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๘๔๕ คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตาม

โอกาสทางสถิติ (Probability Sampling) แบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

๒.๒ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษา ได้แก่ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา รองอธิการบดีฝ่ายศูนย์การศึกษาและผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียน รวมจำนวน ๕ ท่าน

๓. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

๓.๑ การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น ๔ ส่วนคือ

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ คณะวิชา การเข้า



ศึกษาต่อ สถานที่พักอาศัยภูมิลำเนาไรย์ได้เฉลี่ยของครอบครัว อาชีพของผู้ปกครอง

ส่วนที่ ๒ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ๗Ps ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าใช้จ่ายในการศึกษาทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพตามวิธีของไลเคิร์ต (Likert's Scale) ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ๕ ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- ระดับคะแนน ระดับการปฏิบัติ
- ๕ หมายถึง มีการตัดสินใจมากที่สุด
- ๔ หมายถึง มีการตัดสินใจมาก
- ๓ หมายถึง มีการตัดสินใจปานกลาง
- ๒ หมายถึง มีการตัดสินใจน้อย
- ๑ หมายถึง มีการตัดสินใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ ๓ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับตัดสินใจศึกษาต่อ ประกอบด้วย เป้าหมายส่วนตัว ความเชื่อและค่านิยม

ส่วนที่ ๔ เป็นคำถามปลายเปิด (Open - End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

๓.๒ การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ (In-depth Interview) กับรองอธิการบดีฝ่ายบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา รองอธิการบดีฝ่ายศูนย์การศึกษาและผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มีจำนวนทั้งสิ้น ๕ ท่าน

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ ๒ แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

๔. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

๔.๑ การวิจัยเชิงปริมาณ

๑. ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือกับอาจารย์ผู้สอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล

๒. ดำเนินการแจกแบบสอบถามกับนักศึกษาชั้นปีที่ ๑ ในคณะต่างๆ ของมหาวิทยาลัยฯ ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้งและศูนย์การเรียนรู้

๓. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จำนวน ๘๔๕ ชุด แล้วดำเนินการประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูล

๔.๒ การวิจัยเชิงคุณภาพ

๑. การศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ เพื่อหาแนวทางในการกำหนดข้อคำถามในการสร้างแบบสัมภาษณ์

๒. ทำหนังสือถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญทั้ง ๕ ท่าน ได้แก่ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา รองอธิการบดีฝ่ายศูนย์การศึกษาและผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

๓. แล้วดำเนินการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญทั้ง ๕ ท่านพร้อมการบันทึกข้อมูลด้วยการบันทึกเสียง

๔. ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่บันทึกและทำการถอดเทปผลจากการสัมภาษณ์ แล้วนำมาสรุปผล โดยการสังเคราะห์เนื้อหาและตีความ เพื่อให้ความหมายของข้อมูลบรรลุตามวัตถุประสงค์การวิจัย

๕. การวิเคราะห์ข้อมูล นำมาวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

**๕.๑ ข้อมูลเชิงปริมาณ**

๑. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การแจกความถี่ (Frequency) การหาร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายสถานภาพทั่วไปของนักศึกษาและการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนกำหนดไว้ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย ๔.๒๑ - ๕.๐๐ หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ช่วงคะแนนเฉลี่ย ๓.๔๑ - ๔.๒๐ หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย ๒.๖๑ - ๓.๔๐ หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย ๑.๘๑ - ๒.๖๐ หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อย

ช่วงคะแนนเฉลี่ย ๑.๐๐ - ๑.๘๐ หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

๒. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติ t - test วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ๒ กลุ่ม และใช้สถิติ F - test (One Way Analysis of Variance : ANOVA) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า ๒ กลุ่มและทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD

๕.๒ ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth Interview) นำมาวิเคราะห์ (Analysis) สังเคราะห์ (Synthesis) และตีความ (Interpretation) เพื่อให้ความหมายของข้อมูลบรรลุตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

๑. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบของนักศึกษา

นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๖๑๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๓.๑๔ และเพศชาย จำนวน ๒๒๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๘๖

คณะที่ศึกษาคณะวิทยาการจัดการ จำนวน ๒๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๘๕ รองลงมาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน ๑๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๙๙ โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ จำนวน ๑๒๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๕๕ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน ๑๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๔๔ โรงเรียนการเรือน จำนวน ๑๐๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๓๑ คณะครุศาสตร์ จำนวน ๙๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๓๖ และคณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน ๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๕๐

เข้าศึกษาต่อโดยวิธีระบบแบบรับตรง จำนวน ๕๑๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๓๐ แอดมิชชั่น จำนวน ๑๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๓๔ ระบบทดแทนผู้สละสิทธิ์ จำนวน ๑๐๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๙๖ และระบบโควต้า จำนวน ๗๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๔๐

พักอาศัยอยู่หอพัก/บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม จำนวน ๔๒๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๙.๗๐ อาศัยอยู่กับบิดา/มารดา จำนวน ๓๓๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๗๖ อาศัยอยู่กับญาติ/พี่น้อง จำนวน ๗๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๗๖ และอื่น ๆ ได้แก่ จำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๗๘

ภูมิลำเนาเดิมกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล จำนวน ๒๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๐๒ ภาคกลางจำนวน ๑๖๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๑๗ ภาคใต้จำนวน ๑๒๙ คน คิดเป็นร้อยละ



ละ ๑๕.๒๗ ภาคอีสาน จำนวน ๑๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๖๗ ภาคเหนือ จำนวน ๘๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๘๒ และภาคตะวันออก จำนวน ๖๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๐๕

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ ๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๓๑๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๑๖ ระหว่าง ๒๐,๐๐๑-๔๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๓๐๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๒๑ ระหว่าง ๔๐,๐๐๑-๖๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๑๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๘๕ และมากกว่า ๖๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๗๘

๒. ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = ๓.๖๐$ S.D. = ๐.๗๐๖ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ ๑ ด้านภาพลักษณ์ $\bar{X} = ๓.๘๖$ S.D. = ๐.๘๐๘ อันดับที่ ๒ ด้านบุคลากร $\bar{X} = ๓.๖๙$ S.D. = ๐.๘๙๖ อันดับที่ ๓ ด้านลักษณะกายภาพ $\bar{X} = ๓.๖๗$ S.D. = ๐.๘๙๔ อันดับที่ ๔ ด้านกระบวนการให้บริการ $\bar{X} = ๓.๖๓$ S.D. = ๐.๙๐๓ และอันดับที่ ๕ ด้านการส่งเสริมการตลาด $\bar{X} = ๓.๕๖$ S.D. = ๐.๘๘๙ ส่วนระดับการตัดสินใจปานกลาง ได้แก่ อันดับที่ ๖ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา $\bar{X} = ๓.๔๐$ S.D. = ๐.๙๖๗ และอันดับที่ ๗ ด้านทำเลที่ตั้ง $\bar{X} = ๓.๓๔$ S.D. = ๐.๙๘๘

๓. การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาด้านเป้าหมายส่วนตัว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = ๓.๙๑$ S.D. = ๐.๗๘๕ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายด้าน ได้แก่ อันดับที่ ๑ ด้านเป้าหมายส่วนตัว $\bar{X} = ๓.๙๗$ S.D. = ๐.๘๕๐ อันดับที่ ๒ ด้านความเชื่อ

$\bar{X} = ๓.๙๑$ S.D. = ๐.๙๗๕ และอันดับที่ ๓ ด้านค่านิยม $\bar{X} = ๓.๘๕$ S.D. = ๐.๘๙๒ ตามลำดับ

๔. ผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ได้แก่ เพศ คณะวิชาที่ศึกษา วิธีการเข้าศึกษาต่อ พักอาศัย ภูมิลำเนาเดิมและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ผลการทดสอบปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา จำแนกตามเพศ ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ สำหรับรายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกรายด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

๕. ข้อเสนอแนะในการรับสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ

๕.๑ นักศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดเด่นของหลักสูตรที่นักศึกษากำลังศึกษา โดยเรียงความถี่จากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ การจัดการเรียนการสอนมุ่งให้ผู้เรียนมีการคิดวิเคราะห์และมีทักษะทางวิชาการวิชาชีพมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนมีหลักสูตรหลากหลายที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานเป็นหลักสูตรที่มีมานานและได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดวิชาเป็นหลักสูตรที่ตรงกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

๕.๒ นักศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดอ่อนของหลักสูตรที่นักศึกษากำลังศึกษา โดยเรียงความถี่จากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ ค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมสูงมีการเน้นไปทางทฤษฎีมากกว่าการ



ปฏิบัติอาจารย์ที่ปรึกษาในแต่ละตอนเรียนไม่ค่อยสนใจให้คำปรึกษาควรมีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น ชมรม เป็นต้นเป็นหลักสูตรที่เปิดใหม่การบริหารจัดการยังไม่เป็นระบบ

๕.๓ นักศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่นักศึกษาประสบจากการเรียนในหลักสูตรนี้โดยเรียงความถี่จากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือหนังสือเรียนได้ช้ากว่ากำหนดพื้นที่ในมหาวิทยาลัยคับแคบไม่มีพื้นที่ให้นักศึกษาทำกิจกรรมระบบเครือข่าย Wireless ของมหาวิทยาลัยช้าทำให้ไม่สามารถสืบค้นข้อมูลได้ในขณะเรียนเครื่องปรับอากาศในห้องเรียนเย็นเกินไปทำให้เรียนไม่รู้เรื่องพื้นที่จอดรถน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

๖. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลยุทธ์การรับนักศึกษา ได้แก่ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา รองอธิการบดีฝ่ายศูนย์การศึกษาและผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนโดยคณะผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อทั้ง ๗ ด้าน ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

๖.๑ ด้านภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิตจัดอยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยที่เน้นการผลิตบัณฑิตและพัฒนาสังคม จัดการเรียนการสอนและภารกิจอื่นทั้งในมหาวิทยาลัยวิทยาเขตสุพรรณบุรีและศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งประกอบด้วย ศูนย์การศึกษาจังหวัดลำปาง ศูนย์

การศึกษาจังหวัดนครนายก ศูนย์การศึกษาหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และศูนย์การศึกษาจังหวัดตรัง ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งมหาวิทยาลัยสวนดุสิตได้กำหนดอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นความเชี่ยวชาญดั้งเดิมและโดดเด่นเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งสาขาวิชาที่มีความพร้อมสามารถตอบสนองความต้องการของสังคมและท้องถิ่น มีทั้งหมด ๔ ด้าน คือ ๑) ด้านการศึกษาระดับปริญญาตรี ๒) ด้านอุตสาหกรรมอาหาร ๓) ด้านอุตสาหกรรมบริการ ๔) พยาบาลและสุขภาพ

๖.๒ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิตกำหนดอัตราค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน และค่าธรรมเนียมการศึกษาในการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีให้สอดคล้องกับโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการที่จัดตั้งขึ้นใหม่ที่เรียกเก็บจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ซึ่งมหาวิทยาลัยมีบริการการกู้ยืมเงินของกองทุนเพื่อการศึกษา (ยศ.) และมีทุนการศึกษาให้นักศึกษาที่เรียนดี/ขาดแคลนทุนทรัพย์ โดยมหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาและมีการขออนุมัติการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนหรือค่าบริการต่างๆ อย่างเป็นระบบ ซึ่งค่าธรรมเนียมการศึกษานั้นได้รวมค่าวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้รับ เช่น หนังสือ สื่อในการเรียนการสอน เป็นต้น

๖.๓ ทำเลที่ตั้ง มหาวิทยาลัยอยู่ในทำเลที่ตั้งใกล้กับแหล่งธุรกิจเดินทางไปมาสะดวก ตั้งอยู่ในสถานที่ชุมชนให้ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สำนักงานเขต เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มหาวิทยาลัยฯ มีความเหมาะสมและมั่นคงอยู่แล้วซึ่งมีรากฐานเดิมที่ดีมาก เพียงแต่ต้องกำหนดการให้บริการและรักษาภาพแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป



๖.๔ การส่งเสริมการตลาด จะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์กันใหม่ในด้านการประชาสัมพันธ์ภายในจะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสาร ด้านนโยบายและข้อเสนอแนะของผู้บริหารแก่บุคลากรทุกระดับเข้าใจทิศทางและเป้าหมายการพัฒนามหาวิทยาลัย เพื่อให้บุคลากรทุกระดับมีความตื่นตัว โดยการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเป็นเรื่องของคนเพื่อพัฒนาองค์กรร่วมกัน รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ภายนอกเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้สื่อต่างๆ หลากหลายวิธีที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เน้นการประชาสัมพันธ์บทบาทของมหาวิทยาลัยด้านการมีความสัมพันธ์กับองค์กรระดับชาตินานาชาติ

๖.๕ บุคลากร มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรทั้งสายวิชาการ เพื่อให้ผลิตบัณฑิตสาขาอัตลักษณ์ให้มีความรู้และส่งเสริมให้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตน สร้างและประยุกต์ใช้ความรู้พัฒนาตนเอง สามารถปฏิบัติงานและสร้างงานเพื่อพัฒนาสังคมให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ตลอดจนมีจิตสำนึก ดำรงชีวิตและปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบโดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตอาสาและความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนสายสนับสนุนวิชาการมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีจิตบริการและจิตสาธารณะ สร้างความเชี่ยวชาญในงานสนับสนุนวิชาการจนนำไปสู่การทำงานอย่างมืออาชีพ สามารถดำรงตนอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี

๖.๖ กระบวนการให้บริการ มหาวิทยาลัยมีการให้บริการตั้งแต่เริ่มแรกในการรับสมัครที่หลากหลาย เช่น ทางไปรษณีย์ เว็บไซต์ และด้วยตนเอง ตลอดจนเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการโดยผ่านสื่อ

อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การชำระค่าเล่าเรียน ระบบบริหารการศึกษา ซึ่งกระบวนการต่างๆ ในการให้บริการของมหาวิทยาลัยนั้นมีความชัดเจนและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

๖.๗ ลักษณะทางกายภาพ มหาวิทยาลัยจะใช้ศูนย์แห่งความเป็นเลิศที่มีอยู่แล้ว รวมทั้งสร้างศูนย์แห่งความเป็นเลิศให้มากขึ้นด้วยการเชื่อมโยงงานทางสายวิชาการ โดยเชื่อมโยงองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้าด้วยกันระหว่างหน่วยงาน เช่น โรงเรียนสาธิตละอออุทิศ โรงแรมสวนดุสิตเพลส โฮมเบเกอร์รี่สวนดุสิต ศูนย์ปฏิบัติการอาหารนานาชาติหรือหลักสูตรใหม่ เช่น ธุรกิจการบิน พยาบาล เป็นต้น

อภิปรายผล

๑. ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาพรวม อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านภาพลักษณ์ด้านบุคลากรด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนระดับการตัดสินใจปานกลาง ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาและด้านทำเลที่ตั้งสอดคล้องกับ Teerakul and Faculty (2010) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณโดยภาพรวมด้านหลักสูตร ด้านช่องทางการให้บริการด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนด้านอาจารย์และบุคลากร และด้านกายภาพอยู่ในระดับมากยกเว้นด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาและด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับ



ปานกลาง เช่นเดียวกับ Sawangsang and Luang-angkoon (2011) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า นิสิตที่ตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีระบบรับตรงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา ๒๕๕๔ มีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านเหตุผลส่วนตัวด้านหลักสูตรด้านค่าใช้จ่ายด้านชื่อเสียงสถาบันและด้านอิทธิพลบุคคลและสื่อ

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ มหาวิทยาลัยฯ มีชื่อเสียงในหลายด้าน ๆ เช่น สวนดุสิตโพล เบเกอร์ โรงแรมสวนดุสิตเพลส เป็นต้นเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีมาตรฐานการศึกษาได้รับการรับรองคุณภาพการศึกษา (สมศ.) มีหลักสูตรให้เลือกเรียนตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและหลักสูตรอื่น ๆ ที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของสังคมและนำไปใช้ในชีวิตรประจำวัน สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึงภาพลักษณ์ที่ตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพอใจ หมายถึง คุณภาพการศึกษาในการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัย ที่ครอบคลุมปัจจัยหลักที่จะส่งผลต่อคุณภาพ โดยการรับรู้ของนักศึกษา เช่น หลักสูตรที่มีความหลากหลายทันสมัย เช่นเดียวกับ ความต้องการ ความมีศักยภาพทางการศึกษา ความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มีอุปกรณ์ในการเรียนที่ทันสมัยและผู้บริหารเกิดความพึงพอใจ เช่นเดียวกับ Liman, Panoh and Jeway (2012) ได้ศึกษาปัจจัยการเลือกเข้าศึกษาต่อคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยด้านการเรียนการสอน ได้แก่ การให้ความสำคัญต่อ

ชื่อเสียงของสถาบันและโครงสร้างหลักสูตรที่ต่อยอดความรู้เชิงลึก ตรงกับ Suan Dusit University (2014) ได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ มาตรฐานการอุดมศึกษาและกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาทุกรายข้อ ได้แก่ มีบริการการกู้ยืมเงินของกองทุนเพื่อการศึกษา (กยศ.) มีทุนการศึกษาให้นักศึกษาที่เรียนดี/ขาดแคลนทุนทรัพย์ มหาวิทยาลัยฯ มีความโปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึง การสร้างภาพพจน์ของการบริการที่ดีให้เกิดความเข้าใจและช่วยจูงใจให้ผู้เรียนสนใจเลือกเรียนมากขึ้น เช่น มีเงินกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ตรงกับ Suan Dusit University (2014) ที่ได้กำหนดเป้าประสงค์ในภาพรวมด้านการบริหารจัดการองค์การ ในการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากได้แก่ตั้งอยู่ในสถานที่ให้ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สำนักงานเขต เป็นต้น มีการจัดสิ่งแวดล้อมต่างๆ ภายในคณะได้ดีและมีความปลอดภัย มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดห้องเรียนได้เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา สอดคล้องกับ Teerakul and Faculty (2010) กล่าวถึง ตัวแปรที่ช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถบริหารหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ พื้นที่ที่ใช้ในการเรียนการสอน (Instruction Space) ซึ่งมีทั้งภายในและภายนอกภายในสถาบัน โดยทั่วไปจะจัด



อาคารสถานที่ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ในบริเวณเดียวกัน เช่น อาคารเรียนห้องสมุด ห้องทดลองห้องบันทึกเสียง ซึ่งโครงสร้างและแบบอาคารนั้นเป็นแบบถาวร การจัดตำแหน่งของอาคารให้สอดคล้องกับสภาพการเรียนนั้น สถาบันการศึกษาบางแห่งได้จัดขยายการเรียนออกไปภายนอกในรูปของวิทยาเขต เพื่อจัดนักศึกษาที่เรียนเฉพาะสาขาวิชาไปเรียนและฝึกปฏิบัติงาน หรือใช้สถานที่ภายนอกเพื่อจัดกิจกรรมเสริมการเรียนการสอนเช่นในการพักผ่อนสันทนาการทางวิชาการเช่นเดียวกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึง สภาพแวดล้อมที่มองเห็นได้ของมหาวิทยาลัยที่สร้างความประทับใจให้กับผู้เรียน ได้แก่ บรรยากาศร่มรื่น สวยงาม สะอาด ปลอดภัย ทันสมัย ความเหมาะสมแก่การเรียนรู้ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้และศูนย์อาหาร

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ เว็บไซต์เพื่อแจ้งข่าวสารการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ที่รวดเร็ว การประชาสัมพันธ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เป็นต้นสอดคล้องกับ Lovelock and Wright (1999) กล่าวว่า ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จในการวางแผนตลาดได้นั้น ธุรกิจต้องมีการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ที่ต้องโน้มน้าวจิตใจผู้บริโภคให้สนใจบริการที่น่าเสนอ การสื่อสารที่ต้องมีความน่าเชื่อถือ และเป็นหากผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจก็จะบอกต่อกันในทางบวก เช่นเดียวกับ Jaturonkakul (2007) ได้กล่าวถึง การใช้อิเล็กทรอนิกส์ บริการส่งข้อความและอินเทอร์เน็ต (Internet) ช่วยให้ข้อมูลผ่านไซเบอร์สเปซ (Cyberspace - การไม่มีสถานที่ที่พบเห็นได้) จึงมีการใช้สื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์

แทนไปยังลูกค้าในเวลาที่ต้องการโดยผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ ที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการ ได้แก่ ความรวดเร็วและความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับ

ด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ อาจารย์ส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางวิชาการ มีคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนเป็นที่ยอมรับ บุคลากรมีจรรยาบรรณวิชาชีพสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึงบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้น ในที่นี้หมายถึง การที่มหาวิทยาลัยมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์มีเจ้าหน้าที่ที่เต็มใจในการให้บริการ มีความรู้ความชำนาญในสายงานมีความกระตือรือร้น มีความเสมอภาคในการให้บริการ และมีความเป็นกัลยาณมิตร เช่นเดียวกับ Suan Dusit University (2014) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยในการรักษาบุคลากรที่เป็นเลิศและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีระบบการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาอย่างเหมาะสมวิธีการจัดการเรียนการสอนมุ่งให้ผู้เรียนมีการคิดวิเคราะห์และมีทักษะทางวิชาการ วิชาชีพ มีการวัดผลประเมินผลโดยใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัยสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner



(2003) กล่าวถึง กระบวนการให้บริการ หมายถึง ลำดับของกิจกรรมและขั้นตอนที่เกิดขึ้นจริงในการส่งมอบบริการให้ผู้รับบริการ ซึ่งแต่ละธุรกิจจะมีมาตรฐานหรือความซับซ้อนของบริการที่ต่างกันไป จึงควรพิจารณาถึงความอิสระและความยืดหยุ่นที่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ ทำให้มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว ในที่นี้หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่นเดียวกับ Suan Dusit University (2014) กำหนดแนวทางการดำเนินการยกระดับการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผู้เรียนในเรื่องการปรับกระบวนการเรียนการสอน การวัดผลและประเมินผลการศึกษาทุกระดับ/ประเภทการศึกษาให้ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาการ และพัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้ และจัดกิจกรรมเสริมทักษะพัฒนาผู้เรียนในรูปแบบที่หลากหลาย โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีกระบวนการคิด วิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เครื่องแบบและการแต่งกายของนักศึกษาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะมีอาคารเรียนและห้องประชุมที่ทันสมัย ศูนย์อาหารของมหาวิทยาลัยฯ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) กล่าวถึง ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง องค์ประกอบที่ช่วยทำให้ผู้รับบริการ รู้สึกว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ ประสิทธิภาพและเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน ได้แก่ อาคารสำนักงานสถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ การแต่งกายและสิ่งพิมพ์ ในที่นี้หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มองเห็นได้ของมหาวิทยาลัยที่สร้างความประทับใจให้กับ

ผู้เรียน ได้แก่ บรรยากาศร่มรื่น สวยงาม สะอาด ปลอดภัย ทันสมัย ความเหมาะสมแก่การเรียนรู้ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้และศูนย์อาหาร รวมทั้งรูปแบบของนักศึกษา

ด้านเป้าหมายส่วนตัว พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีโอกาสจบการศึกษาตามกำหนดเวลา เพื่อเป็นความภาคภูมิใจให้กับครอบครัว ความภาคภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ สอดคล้องกับ Reeder (1996) การตัดสินใจจะแตกต่างกัน เช่น เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย คือ กิจกรรมวัตถุประสงค์ลักษณะความเชื่อความรู้กิจวัตรหรือสภาพความเป็นอยู่ที่บุคคลต้องการความมุ่งหมายที่จะให้บรรลุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ผู้กระทำจะมีการกำหนดเป้าหมายหรือจุดประสงค์ไว้ล่วงหน้าและผู้กระทำพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทาง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือเป้าหมาย

ด้านความเชื่อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การศึกษาระดับปริญญาตรีสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของตนเอง เชื่อว่าจะได้รับความรู้และประสบการณ์ได้มาก เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับจากสังคม สอดคล้องกับ Baldrige (2013) เสนอทฤษฎีที่สามารถอธิบายอิทธิพลของการเข้าเรียนต่อคือ ทฤษฎีการมีโอกาส (Opportunity Theory) หมายถึง การที่นักศึกษาจะบรรลุความสำเร็จทางการศึกษาได้นั้น นอกจากจะต้องมีความสามารถของตนเองแล้วจะต้องมีโอกาสดีอีกด้วย เช่นเดียวกับ Teamnoot (2009) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในเรื่องของความคาดหวังที่เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษา โดยเน้นที่ความรู้สึกนึกคิดหรือ



ความต้องการของนักศึกษา เช่น ความอยากที่จะเป็นบุคคลมีชื่อเสียงและความต้องการในเรื่องของรายได้ในอนาคตหลังจากจบการศึกษา ตรงกับ Satetam (2009) กล่าวถึงการตัดสินใจจะเกิดขึ้นมีขั้นตอนดังนี้

๑. การเข้าใจกระบวนการตัดสินใจในการเลือกที่จะทำอะไรก็ตามที่ต้องใช้การตัดสินใจซึ่งจะต้องเสี่ยงแต่การเสี่ยงดังกล่าวนี้จะต้องมีหลักการคือมีการศึกษาตนเองตั้งแต่การรับรู้เรื่องของตนเองมีการหาทางเลือกและมีการสำรวจอาชีพตนเอง

๒. การรู้จักตนเอง การรู้จักตนเองเป็นการรู้จักและเข้าใจความคิดความรู้สึกและการกระทำของตนรู้เหตุรู้ผลมองตนในแง่ดีมองผู้อื่นในแง่ดีรักตนเองรักผู้อื่นมองเห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่น

๓. การมีความรู้เรื่องการพัฒนาตนเพื่ออาชีพ คือ มีความรู้ในเรื่องการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จในชีวิต ซึ่งหมายถึง ความสำเร็จในอาชีพ

ด้านค่านิยม ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ การได้รับพระราชทานปริญญาบัตรเมื่อจบการศึกษา มั่นใจว่ามีงานทำแน่นอน มีนักศึกษารุ่นพี่ที่จบจากมหาวิทยาลัยฯ มีงานทำและได้รับการยอมรับอย่างดียิ่ง สอดคล้องกับ Liman, Panoh and Jeway (2012) ได้ศึกษาปัจจัยการเลือกเข้าศึกษาต่อคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี พบว่า ความภาคภูมิใจได้แก่ ทำให้มีความมั่นคงในสายงาน การได้งานทำหลังจบการศึกษา มีหน้าที่การงานที่ดี ทำให้ได้รับการยอมรับจากสังคมและทำให้มีวิชาชีพที่น่ายกย่อง ตรงกับ Sovajassatakul (2011) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกอาชีพของนักศึกษา ด้านความเชื่อค่านิยม เป็นค่านิยมที่นักศึกษามี

ความคิดมีความรู้มีความเข้าใจและเล็ง เห็นคุณประโยชน์ของการศึกษาที่มีต่อการประกอบอาชีพและมองว่าเมื่อศึกษาไปแล้วนั้นจะเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพในอนาคต

๒. แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อทั้ง ๗ ด้านประกอบด้วย

ด้านภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัย สวนดุสิตจัดอยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยที่เน้นการผลิตบัณฑิตและพัฒนาสังคม จัดการเรียนการสอนและการกิจอื่นทั้งในมหาวิทยาลัยและศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ดังนั้นมหาวิทยาลัยสวนดุสิตควรสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นบนพื้นฐานความเป็นเลิศ โดยการพัฒนาหลักสูตร อัตลักษณ์ให้ เป็นไป ตาม กรอบ มา ต ร ฐ า น คุณ วุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ แล้วพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ของผู้เรียนแบบพหุภาษา โดยเน้นภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้าน ค่า ใช้ จ่าย ใน การ ศิ ก ษ า มหาวิทยาลัยสวนดุสิตกำหนดอัตราค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียนและค่าธรรมเนียมการศึกษาในการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีให้สอดคล้องกับโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการที่จัดตั้งขึ้นใหม่ที่เรียกเก็บจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ โดยมหาวิทยาลัยฯ มีความ



โปร่งใสในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาและมีกระบวนการชำระค่าธรรมเนียมการเรียนหรือค่าบริการต่างๆ อย่างเป็นระบบ ค่าธรรมเนียมการศึกษานั้นได้รวมค่าวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้รับ สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านทำเลที่ตั้ง มหาวิทยาลัยฯ มีความเหมาะสมและมั่นคงอยู่แล้วซึ่งมีรากฐานเดิมที่ดีมาก เพียงแต่ต้องกำหนดการให้บริการและรักษาสภาพแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไปสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้

ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มหาวิทยาลัยจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ที่ทันใหม่ ในด้านการประชาสัมพันธ์ภายใน จะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสาร ด้านนโยบายและข้อเสนอแนะของผู้บริหารแก่บุคลากรทุกระดับ เข้าใจทิศทางและเป้าหมายการพัฒนามหาวิทยาลัย เพื่อให้บุคลากรทุกระดับมีความตื่นตัว รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้สื่อต่างๆ หลากหลายวิธีที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านบุคลากร มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรทั้งสายวิชาการ เพื่อให้ผลิตบัณฑิตสาขาอัตลักษณ์ให้มีความรู้และส่งเสริมให้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตน ส่วนสายสนับสนุนมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีจิตบริการและจิตสาธารณะ สร้างความเชี่ยวชาญในงานสนับสนุนวิชาการจนนำไปสู่การทำงานอย่างมืออาชีพ สามารถดำรงตนอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรีสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก



3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลลัพธ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านกระบวนการให้บริการ มหาวิทยาลัยมีการให้บริการโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การชำระค่าเล่าเรียน ระบบบริหารการศึกษา ซึ่งกระบวนการต่าง ๆ ในการให้บริการของมหาวิทยาลัยนั้นมีความชัดเจนและสามารถเข้าถึงได้ง่ายสอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลลัพธ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ มหาวิทยาลัยจะใช้ศูนย์แห่งความเป็นเลิศที่มีอยู่แล้ว รวมทั้งสร้างศูนย์แห่งความเป็นเลิศให้มากขึ้นด้วยการเชื่อมโยงองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้าด้วยกันระหว่างหน่วยงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น โรงเรียนสาธิตละอออุทิศ โรงแรมสวนดุสิตเพลส โฮมเบเกอรี่ ครัวสวนดุสิต ศูนย์ปฏิบัติการอาหารนานาชาติ หรือแม้แต่หลักสูตรใหม่ที่พัฒนาบนพื้นฐานของตนเองสอดคล้องกับ Zeithaml and

Bitner (2003) ที่ได้มีการปรับส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้นจากเดิม 4P's เพิ่มอีก 3P's ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เมื่อรวมกับส่วนประสมการตลาด 4P's ทำให้ได้ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลลัพธ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะ

๑. มหาวิทยาลัยฯ ควรตระหนักและมุ่งให้ความสำคัญโดยนำประเด็นปัจจัยดังกล่าวไปวางแผนพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้สอดคล้องกับการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อ เพื่อตอบสนองการเป็นสถานศึกษาที่รองรับและผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพสู่สังคมต่อไป

๒. มหาวิทยาลัยฯ สามารถนำแนวทางการพัฒนารับนักศึกษาไปปรับใช้กับแต่ละคณะ เพื่อทำให้เพิ่มจำนวนนักศึกษาใหม่ เพื่อความอยู่รอดและเติบโตของมหาวิทยาลัยฯ ทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับมหาวิทยาลัยฯ ต่อไป

๓. ควรทำการสำรวจกับนักศึกษาด้วยการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด จะทำให้เราได้ข้อมูลโดยตรง

๔. ควรทำการศึกษาการจัดอันดับของหลักสูตรในแต่ละคณะ เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมและยกระดับคุณภาพของมหาวิทยาลัยให้ดียิ่งขึ้นและเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน



บรรณานุกรม

- Horton, P.B. & Hunt. **Sociology**. New York : McGraw - Hill, 1984.
- Jaturonkakul, A. **Consumer Behavior. Edition 8**. Bangkok : Thammasat University. 2007.
- Liman, L., Panoh, P., & Jeway, A. 2012. Factor's Influencing Decision – making to Study at the Faculty of Education, Prince of Songkla University Pattani Campus. Journal to Study at the Faculty of Education, Prince of Songkla University Pattani, Vol.24 No. 2 May – August 2013. (in Thai)
- Office of the Higher Education Commission. 2010. Higher Standards and Related Criteria office. Office of the Higher Education Commission and Evaluation Office of the Education Commission : Ministry of Education Staff. (in Thai)
- Reeder, W. Beliefs, Disbelief's and Social Action : Department of Rural Sociology Bulletin. New York : University of Missouri. 1996.
- Satetam, P. Factors influencing the decision to tertiary education of students in Kanchanaburi. Research Report : Kanchanaburi Rajabhat University. (in Thai). 2009.
- Sawangsang, P. & Luang-angkoon, N.. 2011. Motivation on Decision Making in Admissions in to Quoth System of Bachelor Programs of Maha Sarakham University. Journal of Education Rajabhat Maha Sarakham University, Vol. 9 No. 1 (16) January – June 2012. (in Thai)
- Sovajassatakul, T. 2011. Students Decision Making for Continue Studying, on Bachelor's Degree in Faculty of Industrial Education at King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang. Research Report : King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang. (in Thai)
- Suan Dusit Rabhat University. Four Year Strategic Plan 2014 - 2017. Bangkok : Suan Dusit Rajabhat University. (in Thai)
- Suwankiri, D. The factors influencing the decision of 12 th grade students to study at the University level. Journal of Social Development (JSD), Vol 9, No 1 2007. (in Thai)
- Teamnoot, K. Factors that influence the buying decisions of customers, raw materials, chemicals MC in pressure. Tech Chemical Co., Ltd. Independent Study Courses. Kasetsart University. (in Thai) 2009.
- Teerakul, S. & Faculty. Factors Influenced the Decision to Study the Graduate Level at Thaksin University. Research Report : Thaksin University. (in Thai) 2010.
- Yamane, T. **Statistics : An Introductory Analysis**. New York : Harper & Row, 1976.
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary. J. Service Marketing : Integrating Customer Focus Across The firms. (3rded.). New York : McGraw-Hill, 2003.