

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ของโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1.1 แนวคิด

จากแผนงานด้านการศึกษาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาการศึกษาให้เป็นการสร้างรากฐานในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคน เป็นการเตรียมและนำคนไทยให้ก้าวสู่สังคมยุคใหม่อย่างมั่นคงและรู้ทันโลกแห่งเทคโนโลยี (วิมล ปั่นสวย, 2541: 12) จึงมุ่งขยายและยกระดับความรู้พื้นฐานของประชาชนทั้งหมดให้กว้างขวางและสูงขึ้น มุ่งพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล ชุมชน และประเทศ เน้นให้ผู้เรียนได้พัฒนาอย่างเต็มศักยภาพและมุ่งให้การศึกษาพัฒนาขีดความสามารถของประเทศและสร้างศักยภาพของประเทศในการพึ่งพาตนเอง สร้างความก้าวหน้ามั่นคงทางเศรษฐกิจในประชาคม โลกบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทยโดยทั่วหน้ากัน

จากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้โลกไร้พรมแดนและกระแสการผลักดันต่าง ๆ (วิมล ปั่นสวย, 2541: 12) ทำให้ประเทศไทยต้องแข่งขันกับนานาประเทศอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนาคนและคุณภาพของคน (ประชากร) โดยถือเหตุดังกล่าวว่าเป็นปัจจัยและผลลัพธ์ที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาประเทศ สืบเนื่องมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่เน้นให้คนเป็นศูนย์กลางหรือจุดมุ่งหมายหลักของการพัฒนาทุก ๆ ด้านอย่างเต็มที่ ดังนั้นการศึกษาจึงถือเป็นรากฐานสำคัญที่สุดประการหนึ่ง ในการสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคมได้ เนื่องจากการศึกษาเป็นกระบวนการที่ช่วยให้คนได้พัฒนาตนเองด้านต่าง ๆ ตลอดช่วงชีวิต ตั้งแต่การวางรากฐานพัฒนาการของชีวิตแรกเกิด การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถด้านต่าง ๆ ที่จะดำรงชีพและประกอบอาชีพได้อย่างมีความสุข

รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งเป็นพลังสามารถสร้างสรรค์การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนได้ การพัฒนาประเทศในโลกมีการแข่งขันสูง พลังอำนาจของชาติจะเกิดขึ้นได้ด้วยพลังอำนาจของคนที่มีการศึกษา หรือของคนที่มีความรู้ความสามารถเท่านั้น ดังนั้นจึงถือได้ว่าการศึกษาคือกระบวนการที่มีความสำคัญสูงสุดในการสร้างชาติอย่างแท้จริง

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (2542: 10) มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของการศึกษาไว้ดังนี้ “ การศึกษา หมายความว่ากระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ” และในมาตรา 6 ได้กล่าวไว้ว่า “ การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ”

มยรี ศรีมงคล (2541: 1) ได้เขียนไว้ว่า “ การศึกษามีส่วนสัมพันธ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เนื่องจากเป็นกระบวนการหนึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ก่อนที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงานในสาขาต่าง ๆ ในปัจจุบันจะเห็นได้โดยทั่วไปว่า ประเทศใดก็ตามที่มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและสนองตอบทิศทางการพัฒนาประเทศมากที่สุด ประเทศนั้นก็จะเป็นประเทศที่พัฒนา กำลังคนเพื่อไปพัฒนาประเทศ และในการที่จะพัฒนาประเทศให้ได้ผลตามเป้าหมายที่วางไว้ย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพของประชากรเป็นสำคัญ บทบาทของสถานศึกษาในสังคมปัจจุบันเป็นผู้กำหนดการเลือกวิถีชีวิตในอนาคต เป็นผู้ผลิตและเตรียมแรงงาน และเป็นฐานกำลังสำหรับการพัฒนาประเทศ เมื่อสถาบันการศึกษามีความหมายต่อบุคคลและรัฐมากเช่นนี้ บุคคลและสังคมย่อมเรียกร้องให้มีการเปิดโอกาสอันเท่าเทียมกันสำหรับอนาคตของตนเองและส่วนรวมเพื่อชีวิตที่ดีกว่า มีปัจจัยรวมทั้งทฤษฎีหลายอย่างที่เกี่ยวกับการศึกษาต่อซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดโอกาสของผู้เรียน ”

ปรีชา คัมภีร์ปกรณ และกล้า ทองขาว (2531: 298-304) ได้เขียนไว้ว่า “ การศึกษาเป็นปัจจัยพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในแง่ของการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถในการปฏิบัติงาน พิจารณาจากการศึกษาเป็นการลงทุนและการศึกษาคือปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต ”

ดังนั้น การศึกษาจึงเป็นสิ่งที่หนึ่งที่ได้รับการยอมรับในบรรดากลุ่มชนทั้งหลายตลอดจนกลุ่มคนที่ประสบความล้มเหลวและความสำเร็จจากระบบการศึกษาว่าเป็นของดีหรือสิ่งที่พึงประสงค์ การศึกษาสามารถเลื่อนชั้นทางสังคมและเศรษฐกิจได้ ด้วยเหตุนี้การศึกษาจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่บุคคลจำเป็นต้องแสวงหาความรู้ใส่ตนเมื่อมีโอกาส การศึกษาสามารถบันดาลให้

บุคคลประสบความสำเร็จในอาชีพตามที่ตนปรารถนา ผลการเรียนรู้ของนักเรียนก็มีอิทธิพลต่อการเรียนต่อและการไม่เรียนต่อ เพราะถ้าผลการเรียนดีทำให้นักเรียนตั้งใจเรียนและไม่รู้สึกเบื่อหน่าย

ประเสริฐ เข้มกลั่นฟุ้ง (2526: 14, อ้างถึงใน มยุรี ศรีมงคล, 2541: 10) ได้เขียนไว้ว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันซึ่งเศรษฐกิจมีการขยายตัวมาก การศึกษาจึงจำเป็นต้องขยายออกไป ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ เพื่อสนองความต้องการทางเศรษฐกิจของประเทศที่มีการพัฒนาในระดับสูง ด้วยเหตุนี้ความคิดสมัยใหม่ถือว่าการศึกษาเป็นการลงทุนทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง

การศึกษาเป็นการลงทุนเพราะค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษาเล่าเรียนนั้นค่อนข้างสูง สำหรับบุคคลที่มีรายได้ต่ำ ค่าใช้จ่ายดังกล่าวประกอบด้วย ค่าหนังสือ ค่าเครื่องเขียน ค่าเดินทาง ตลอดจนค่าใช้จ่ายส่วนตัวในขณะศึกษา ดังนั้น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมจึงมีบทบาทต่อการศึกษาต่อหรือไม่ศึกษาต่อ ซึ่งจากการทบทวนทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจที่จะนำมาศึกษามีดังนี้

1. รายได้ ตามที่เกตุมณี มากมี (2536: 23, อ้างถึงใน มยุรี ศรีมงคล, 2541: 10) ได้ศึกษาพบว่า มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ปกครองกับการศึกษาไว้ว่า ถ้าผู้ปกครองมีรายได้สูง บุตรก็จะได้รับการศึกษาสูงด้วย

2. อาชีพบิดา มารดา อาชีพของบิดามารดาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการกำหนดอนาคตของบุตรในการไม่ศึกษาต่อ โดยบิดามารดาส่วนใหญ่ต้องการให้บุตรประกอบอาชีพคล้าย ๆ กันหรือใกล้เคียงกับตัวเอง โดยเฉพาะในชนบทส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำไร่ ทำนา และรับจ้าง ทำงานเบ็ดเตล็ด ซึ่งลักษณะการประกอบอาชีพส่งผลกระทบต่อการศึกษาของบุตรส่วนใหญ่มีความต้องการให้บุตรได้รับการศึกษาเพียงแค่ชั้นประถมศึกษา

3. ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ใน มยุรี ศรีมงคล (2541 : 11) ได้ศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเรียนต่อจะเห็นได้จากการที่ผู้ปกครองที่ได้รับการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 เป็นต้นไป ส่วนใหญ่จะมีความมุ่งหวังให้บุตรได้รับการศึกษาในชั้นมัธยมศึกษาขึ้นไป ผู้ปกครองที่ได้รับการศึกษาดำกว่าประถมศึกษาปีที่ 4 และไม่เคยได้รับการศึกษาส่วนใหญ่จะให้บุตรได้รับการศึกษาเพียงชั้นประถมศึกษา

4. การสนับสนุนด้านการศึกษาจากคนในครอบครัว การไม่ศึกษาต่อก่อนนอกจากขึ้นอยู่กับตัวผู้เรียนเองแล้ว ยังขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนจากคนในครอบครัวด้วย ถ้าได้รับความเห็นชอบด้วย การสนับสนุนและกำลังใจจากคนในครอบครัว ย่อมเป็นมูลเหตุจูงที่จะไม่ศึกษาต่อ

2.1.2 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

มยุรี ศรีมงคล (2541: 5) ได้กล่าวถึงทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ว่า “ เป็นลักษณะทางจิตวิทยาที่สำคัญมากในฐานะที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า โดยแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมให้กิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านการทำงานหรือการศึกษาเพราะทำให้เกิดการแข่งขันมุ่งมั่นทำงานด้วยความหวังความสำเร็จ “ นักทฤษฎีที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ที่สำคัญ ๆ ได้แก่ McClelland (1961, อ้างถึงใน กัทธรริรา วารินทร์, 2539: 27) ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาชั้นแนวหน้าได้นำแบบทดสอบของ Murray มาใช้ในการศึกษาเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ โดยในระยะแรกได้ยึดแนวทางตามทฤษฎีของ McClelland ที่อธิบายพฤติกรรมบนรากฐานของความต้องการ โดยความต้องการทั้งหมดในตัวบุคคลจะมีปฏิกริยาร่วมกันผลักดันให้บุคคลมีการกระทำเพื่อบรรลุเป้าหมาย 3 ประการได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการไมตรีสัมพันธ์ และความต้องการอำนาจ เพราะจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งจากแนวความคิดในเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นี้ (มยุรี ศรีมงคล, 2541: 6) จะเห็นว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะสามารถกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.3 ทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม

Reeder (1973 อ้างถึงใน กัทธรริรา วารินทร์, 2539: 20-22) นักสังคมจิตวิทยาได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานหรือพฤติกรรมของบุคคล และตั้งเป็นทฤษฎีขึ้นเรียกว่า “ ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม ” Reeder อธิบายว่า เหตุผลในการตัดสินใจในกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลนั้น ประกอบด้วยปัจจัยหลาย ๆ ประการ ซึ่งรวมเรียกว่า “ กลุ่มเหตุผลของความเชื่อและไม่เชื่อ ” หรือเหตุผลในการตัดสินใจ การตัดสินใจของบุคคลมิได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยเพียงอย่างเดียว แต่จะมีกลุ่มของเหตุผลซึ่งอาจจะมาจากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบกันช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ และการตัดสินใจแต่ละครั้งอาจจะเปลี่ยนไปตามแต่ละบุคคลในแต่ละสถานการณ์ กลุ่มของเหตุผลในการตัดสินใจอาจมาจากปัจจัยต่อไปนี้คือ

1. ปัจจัยดึงดูด ประกอบด้วย เป้าประสงค์หรืออุดมมุ่งหมาย ความเชื่อ มาตรฐาน ค่านิยม นิสัย และขนบธรรมเนียมประเพณี
2. ปัจจัยผลักดัน ประกอบด้วย ความคาดหวัง ข้อผูกมัด และแรงเสริม
3. ปัจจัยสนับสนุน ประกอบด้วย โอกาส ความสามารถ และการสนับสนุน

จากแนวความคิดทฤษฎีของ Reeder ดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาอธิบายเกี่ยวกับการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาได้ กล่าวคือในการตัดสินใจที่จะศึกษาต่อ นั้น นักศึกษาต้องพิจารณาด้วยเหตุผลต่าง ๆ ซึ่งมีความสอดคล้องเป็นอย่างดีกับแนวคิดทฤษฎีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยดึงดูด เฉพาะที่สัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อครั้งนี้ ประกอบด้วยจุดประสงค์หรือจุดมุ่งหมายในการศึกษาต่อ นั่น จุดประสงค์ของนักศึกษาคือเพื่อที่จะนำคุณวุฒิมารวมใช้สมัครงาน, ทำงานหาทุนทรัพย์มาทดแทนรายได้ของบิดา-มารดา หรือผู้ปกครองที่ประสบกับภาวะเศรษฐกิจ

2. ปัจจัยผลักดัน เฉพาะที่สัมพันธ์กับการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

2.1 ความคาดหวัง เขามีความคาดหวังที่จะได้ศึกษาต่อ ซึ่งปัจจุบันนี้รัฐบาลได้จัดตั้งกองทุนเงินกู้เพื่อการศึกษาให้กู้ โดยมีอัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 1 ทำให้นักเรียน นักศึกษามีโอกาสทางการศึกษาเพิ่มมากขึ้น

2.2 แรงเสริม ในการเลือกศึกษาต่อนี้ แรงเสริม หมายถึงการสนับสนุนจากคนใกล้ชิด ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ เช่น บิดา-มารดา ญาติ พี่น้อง และเพื่อน

3. ปัจจัยสนับสนุน เฉพาะที่สัมพันธ์กับการศึกษาครั้งนี้ คือโอกาสในการศึกษา นักศึกษามีโอกาสศึกษาต่อเพราะรัฐบาลมีแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ระยะคืนทุนนาน ทำให้นักศึกษาสามารถเลือกที่จะศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นไปได้มาก ประกอบกับ บิดา-มารดาส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งมีรายได้ไม่แน่นอน การเลือกศึกษาในสาขาวิชาที่สามารถออกมาหางานทำได้ง่าย เช่นสายอาชีพต่าง ๆ ทำให้สามารถมีรายได้จุนเจือและแบ่งเบาภาระผู้ปกครองได้

2.1.4 ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด

การนำทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (สาคดวง เรื่องธุรกิจ, 2540: 15) มาใช้เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด สามารถแบ่งองค์ประกอบพื้นฐานของส่วนผสมทางการตลาดเป็น 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในลักษณะของตลาดบริการ ดังนั้นจึงมีส่วนประกอบที่เพิ่มขึ้นมาอีก 3 ส่วน คือบุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการ ซึ่งครอบคลุมทุกอย่างที่จัดเตรียมไว้บริการลูกค้า เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียงตัวสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจด้วย ซึ่งผลิตภัณฑ์ในที่นี้หมายถึง หลักสูตรคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

2. ราคา (Price) หมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาถือเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้ามี

คุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง (1) การยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น (2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง (3) ภาวะการแข่งขัน (4) ปัจจัยอื่น ๆ เช่นภาวะเศรษฐกิจ ในการศึกษาครั้งนี้ราคาหมายถึงค่าหน่วยกิต และค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่าง ๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place) ในที่นี้หมายถึงการดำเนินการบริหารการจัดการของสถานศึกษา ซึ่งช่องทางการจำหน่าย หมายถึงสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของกลุ่มแข่งขันด้วย โดยความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภท ซึ่งอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกเครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดในที่นี้หมายถึงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารของสถานศึกษา

5. บุคลากร (People) จากลักษณะเฉพาะของบริการที่เรียกว่า "Inseparability" บุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตและการให้บริการ ซึ่งในปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจทวีความรุนแรงขึ้น บุคลากรจึงเป็นปัจจัยที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ โดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง ดังนั้น พนักงานจึงต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีทัศนคติที่ดี มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความรู้สึกระประทับใจต่อการให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียมสามารถตอบสนองและแก้ปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้

6. กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า ซึ่งจะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ

ด้านความซับซ้อน และความหลากหลาย ในด้านของความซับซ้อนนั้นต้องพิจารณาถึงขั้นตอน และความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ ส่วนในด้านของความหลากหลายต้องพิจารณาถึงความอิสระและความยืดหยุ่น

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) หมายถึงภาพลักษณ์หรือสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายทางกายภาพ และเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร ความมีระเบียบภายในสำนักงาน การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ความสะอาดของอาคารสถานที่ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้ เป็นต้น

2.1.5 ทฤษฎีสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง S-R Theory (Stimulus Respond Theory)

จากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคโดย Kotler (1994: 692) ได้อธิบายว่าการตัดสินใจเลือกบริโภคของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นนี้จะผ่านเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ การตอบสนองหรือการตัดสินใจที่จะบริโภคของผู้ซื้อเกิดจากการประมวลผลที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ โดยได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้บริโภคและขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วจึงเกิดการตอบสนอง (Respond) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า (S-R Theory) ความต้องการของมนุษย์ที่มีต่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในยุคปัจจุบัน การศึกษาถึงเหตุผลใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อตามสถาบันการศึกษา มีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (นักศึกษา) (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิต (สถานศึกษา) จะได้รับอิทธิพลเหล่านี้และมีการตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจเลือกเรียนของนักศึกษา (Buyer's Purchase Decision) (Kotler, 1994: 174) โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

เมื่อนักศึกษาได้รับการกระตุ้นจากการใช้สิ่งกระตุ้นทางการตลาดจากสถานศึกษาผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ ประกอบกับการได้รับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจ และค่านิยมในการดำรงชีวิตในปัจจุบัน สิ่งกระตุ้นเหล่านี้เข้าไปมีอิทธิพลให้นักศึกษาเกิดความรู้สึกซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะบุคคลในกระบวนการตัดสินใจ โดยที่มีกลุ่มอ้างอิงซึ่งประกอบด้วยบิดามารดา ญาติพี่น้อง เพื่อน และครูจากโรงเรียนเดิม เป็นผู้แนะนำ ก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษา

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กมล สุตประเสริฐ (2541: 12) ได้ศึกษาพบว่า ความสะดวกในการเดินทางไปเรียน นับว่ามีความสำคัญต่อการศึกษาต่อและไม่ศึกษาต่อ โดยพิจารณาถึงระยะทางและระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากบ้านไปยังสถานที่เรียน การคมนาคมที่ไม่สะดวกมีผลทำให้โอกาสที่จะเรียนต่อมีน้อย จึงกล่าวได้ว่า ถิ่นที่อยู่หรือภูมิสำเนาเป็นความเสียเปรียบทางสภาพภูมิศาสตร์ ในการศึกษาในแต่ละท้องถิ่น จึงเป็นสาเหตุให้นักเรียนในท้องถิ่นหนึ่งฉลาดน้อยกว่านักเรียนในท้องถิ่นหนึ่ง

สุภี สุกิตนิตยาภรณ์ (2538) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการและเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อคณะวิชาบริหารธุรกิจ ระดับ ปวช. ของนักเรียนชั้น ม.3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากครอบครัวที่มีบิดาเป็นเกษตรกร รองลงมาทำงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มารดาเป็นแม่บ้าน รองลงมาคือทำธุรกิจส่วนตัว โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่สนใจจะเลือกศึกษาต่อคณะวิชาบริหารธุรกิจเป็นเพศหญิง ผลการศึกษาด้านความต้องการและเหตุผลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังเรียนวิชาชีพหมวดธุรกิจ/พาณิชย์กรรม เลือกเรียนแผนการเรียนวิชาชีพเพราะมีความคิดเห็นว่าเป็นช่องทางประกอบอาชีพต่อไป และมีความคิดที่จะนำวิชาชีพไปประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความสนใจข่าวสารธุรกิจจากสื่อทางทีวี ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในเขตอำเภอเมืองตาก มีความต้องการเรียนภาคเช้า หากสอบเข้าเรียนได้ส่วนใหญ่จะเลือกเรียนสาขาการบัญชี ขอบทำงานอิสระ และมีความคิดเห็นว่าการศึกษาระดับอาชีวศึกษาที่เปิดสอนคณะวิชาบริหารธุรกิจในจังหวัดตากยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาชั้น ม.3

ชะลอ เลียงประเสริฐ และคณะ (2540) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการในการเข้าศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ผลการศึกษาพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ร้อยละ 50 ต้องการเรียนต่อในระดับอาชีวศึกษา โดยมีสาเหตุสำคัญคือ มีโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพหางานทำง่าย และไม่ต้องการเรียนต่อในสายสามัญ โดยสาขาวิชาที่นักเรียนต้องการศึกษาต่อมากที่สุดคือ สาขาพาณิชย์กรรม และจากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครูแนะแนวพบว่า การเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเนื่องจากนักเรียนส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของการศึกษาเพื่อประกอบอาชีพ ประกอบกับสภาวะของประเทศไทยกำลังต้องการแรงงานระดับปานกลางเพื่อการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม ด้านการท่องเที่ยว และด้านการลงทุนกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

เจษฎา ดวงสงค์ (2540) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการการศึกษาระดับอาชีวศึกษาด้านบริหารธุรกิจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูล

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง บิดามารดาประกอบอาชีพทางการเกษตร โดยกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่กับบิดามารดา มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอเมือง รายได้รวมของครอบครัวประมาณ 8,213 บาทต่อเดือน ความต้องการการศึกษาระดับอาชีวศึกษาด้านบริหารธุรกิจพบว่ามีความต้องการในระดับปานกลาง สาขาวิชาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเรียนคือ สาขาวิชาการเงินและการธนาคารของวิทยาลัยอาชีวศึกษา โดยต้องการเรียนในสถานศึกษาของรัฐบาลมากกว่าเอกชน ด้านการใช้จ่ายในการเรียนด้านบริหารธุรกิจนั้นกลุ่มตัวอย่างระบุว่ามีระดับสูงกว่าด้านช่างเทคนิค ส่วนความต้องการด้านการจัดสถานที่ของสถานศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้สามารถเดินทางไปเรียนได้สะดวก มีที่จอดรถภายในสถานศึกษาและต้องการให้สถานศึกษามีความสะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ สำหรับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาและแนะแนวการเลือกเรียนในสาขาวิชาบริหารธุรกิจโดยมีครูอาจารย์ของนักเรียนเอง

กัชร ธรรมพิทักษ์ (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาในจังหวัดพะเยา ผลการศึกษาด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจพบว่า การที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการเรียนอาชีวศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการศึกษาซึ่งเป็นรายจ่ายที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถที่จะได้รับจากการเรียน จะทำให้นักเรียนตัดสินใจเรียนต่อระดับอาชีวศึกษา และการที่ครอบครัวมีฐานะทางเศรษฐกิจเช่นมีรายได้น้อยทำให้ตัดสินใจเรียนต่ออาชีวศึกษา สำหรับปัจจัยครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาได้แก่จำนวนภาระฟุ้งเฟ้อและอาชีพของบิดา กล่าวคือ การที่ครอบครัวมีภาระที่ต้องเลี้ยงดูผู้ไม่มีรายได้จำนวนหลายคน จะส่งผลทำให้ตัดสินใจเรียนต่อระดับอาชีวศึกษา การที่บิดามีอาชีพอยู่ในกลุ่มเกษตรและผู้ใช้แรงงานจะมีผลต่อการตัดสินใจเรียนต่อระดับอาชีวศึกษา เนื่องจากผู้ที่มีอาชีพทั้งสองกลุ่มมักจะมี ความคาดหวังในระดับต่ำต่อการประกอบอาชีพของบุตร ดังนั้นจึงนิยมให้บุตรเรียนในสายอาชีวศึกษามากกว่าสายสามัญ ส่วนปัจจัยความสามารถเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนต่อในระดับอาชีวศึกษาได้แก่เกรดเฉลี่ยวิชาภาษาอังกฤษ กล่าวคือ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่มีเกรดเฉลี่ยภาษาอังกฤษที่ต่ำจะตัดสินใจเรียนต่อในระดับอาชีวศึกษา ในขณะที่เกรดเฉลี่ยมัธยมศึกษาตอนต้นและเกรดเฉลี่ยวิชาคณิตศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อการเรียนต่อในระดับอาชีวศึกษา สำหรับปัจจัยทางด้านชุมชนจากการศึกษาพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนต่ออาชีวศึกษา

วิรัตน์ โมรา (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปวส. ตามการรับรู้ของนักศึกษา ปวช. ชั้นปีที่ 3 ของโรงเรียนเทคโนโลยีเอเชีย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาในระดับปวส. ทุกปัจจัยมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านครูผู้สอน ด้านการเรียนการสอน ด้านการบริหาร การจัดการและบริการของโรงเรียน ด้านวิชาการและชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านกิจการนักศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

ด้านผู้ปกครองหรือที่บ้าน ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อม และบรรยากาศในสถานศึกษา ในด้าน ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะนั้นพบว่า มีนักศึกษาบางส่วนที่แสดงความคิดเห็น โดยเรียงลำดับจาก มากไปน้อยดังนี้ ต้องการให้ทางโรงเรียนเปลี่ยนแปลงการบริการด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ต้องการให้ทางโรงเรียนลดค่าเล่าเรียนลง ต้องการให้อาจารย์ปกครองให้ความยุติธรรมและเข้าใจ นักศึกษามากขึ้น และต้องการให้ครูผู้สอนให้ความเอาใจใส่ในการสอนมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

สันทนา โรจน์พานิชกุล (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา ต่อระดับ ปวส. สาขาบริหารธุรกิจ ของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ระดับปวช. 3 สายบริหารธุรกิจ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ บิดามารดาประกอบอาชีพรับจ้าง รายได้ของครอบครัวส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาทต่อเดือน นักเรียนพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา บุคคลที่นักเรียนยึดเป็นแบบอย่างในการเรียน ได้แก่ ญาติ ผลการศึกษา ด้านปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นในการศึกษาต่อระดับปวส. สาขาบริหารธุรกิจ พบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดที่จะนำความรู้ด้านบริหารธุรกิจไปประกอบอาชีพในระดับมาก มีความคิดที่จะประกอบ อาชีพด้านบริหารธุรกิจเมื่อจบการศึกษาในระดับมาก โดยมีความคิดว่าอาชีพด้านบริหารธุรกิจก่อให้เกิด รายได้สูงกว่าอาชีพอื่นในระดับมาก ความชอบของตัวนักเรียนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิด ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมากที่สุด สาขาวิชาคอมพิวเตอร์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความคิดในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมาก ความชอบของตัวนักเรียนและการประกอบ อาชีพเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสาขาที่ต้องการเรียนในการศึกษาต่อในระดับมาก ที่สุด นักเรียนมีความคิดที่จะศึกษาในสถานศึกษาของรัฐบาลในระดับมากที่สุด วิธีการเตรียมตัว ในการศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชนระดับปวช. 3 สายบริหารธุรกิจพบว่าส่วนใหญ่ ปรึกษาบิดามารดา โดยมีความคิดว่าการเรียนกวดวิชา การปรึกษาบิดามารดา การปรึกษาฝ่าย เน้นแนว การรวมกลุ่มทบทวนกับเพื่อนและการปรึกษารุ่นพี่ สามารถช่วยในการเตรียมตัวศึกษาต่อ ได้ในระดับมาก ด้านสถานศึกษาที่จะทำการศึกษาต่อในระดับปวส. สาขาบริหารธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดที่จะทำการศึกษาต่อในสถานศึกษาเดิมเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานศึกษาเดิม ส่วนนักเรียนที่มีความคิดจะไม่ทำการศึกษาต่อในสถานศึกษาเดิมเพราะต้องการหาประสบการณ์ จากที่อื่น ประเภทของสถานศึกษาที่จะทำการศึกษาต่อระดับปวส. สาขาบริหารธุรกิจพบว่า ส่วนใหญ่ มีความคิดที่จะทำการศึกษาในสถานศึกษาของรัฐบาลเพราะค่าใช้จ่ายต่ำ ส่วนนักเรียนที่มีความ คิดที่จะศึกษาในสถานศึกษาของเอกชนเพราะมีการดูแลเอาใจใส่ในด้านกรเรียนการสอน

ภักดี ศรีอรุณ (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผล ต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขา การบัญชี ในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการ

เลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาทุกปัจจัยมีผลในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย
ได้ดังนี้คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้าน
ผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตาม
ลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved