

ทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส.
ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพ

สารนิพนธ์
ของ
วนาพร ใจมูลวงศ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2551

ทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส.
ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ

บทคัดย่อ
ของ
วนาพร ใจมูลวงศ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2551

วนาพร ใจมูลวงศ์. (2551). *ทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมย์กรุงเทพ*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ :
อาจารย์ ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมย์กรุงเทพโดยศึกษาทัศนคติ 7 ด้านมาศึกษา ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร หรือ พนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมย์กรุงเทพ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันของโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมย์กรุงเทพ รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) การวิเคราะห์เป็นรายคู่ใช้วิธี Least Significance Difference (LSD) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้เรียนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการศึกษาระดับ ปวช. 2 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
2. ด้านทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมย์กรุงเทพโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรหรือพนักงาน และด้านกระบวนการ ในระดับดี ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับไม่ดี
3. ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมย์กรุงเทพพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ
4. การทดสอบสมมติฐาน พบว่า
 - 4.1 ผู้เรียนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมย์กรุงเทพ แตกต่างกันโดยเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมย์กรุงเทพมากกว่าเพศหญิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
 - 4.2 ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมย์กรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.3 ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

4.4 ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ ไม่แตกต่างกัน

4.5 ทักษะของผู้เรียนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทักษะของผู้เรียน ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ทักษะของผู้เรียน ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ATTITUDES AND OVERALL SATISFACTION OF VOCATIONAL CERTIFICATE
STUDENTS TOWARDS POLYTECHNIC KRUNGTHEP COMMERCIAL SCHOOL

AN ABSTRACT

BY

VANAPORN JAIMUNWONG

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University

May 2008

Vanaporn Jaimunwong. (2008). *Attitudes and Overall Satisfaction of Students towards Polytechnic Krungthep Commercial School*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc. Prof. Dr. Paiboon Archarungroj.

The purpose of this research was to study attitudes and overall satisfaction of students towards Polytechnic Krungthep Commercial School in 7 aspects of product, price, place, and promotion, people, physical evidence and process.

The sample group of this research was 400 students who were studying at vocational certificate levels in Polytechnic Krungthep Commercial School. The tool used for collection of this data was questionnaire. The statistics used for analyzing data were percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, Least Significant Difference and Pearson product moment correlation coefficient.

The research revealed that:

1. Most respondents were male, aged lower 20 years, studying in the second year of vocational certificate level and their monthly household income was lower than or equivalent to 10,000 baht.

2. The overall attitudes of students of vocational certificate levels towards Polytechnic Krungthep Commercial School in all aspects were at good level. In particulars, the attitudes in aspects of price, place, people and process were at good level, but the attitudes in aspects of promotion and physical evidence presentation were at poor level.

3. The students' overall satisfaction with their study at Polytechnic Krungthep Commercial School was rated at satisfactory level.

4. The results of hypothesis test were as follows.

- 4.1 The respondents with different genders had different overall satisfaction with their study at Polytechnic Krungthep Commercial School; male were more satisfied with

their study at Polytechnic Krungthep Commercial School female students at statistically significant level of 0.05.

4.2 The respondents with different ages did not have different overall satisfaction with their study at Polytechnic Krungthep Commercial School at statistically significant level of 0.05.

4.3 The respondents with different level of education had different overall satisfaction with their study at Polytechnic Krungthep Commercial School at statistically significant level of 0.01.

4.4 The respondents with different average monthly household income did not have different satisfaction with their study at Polytechnic Krungthep Commercial School at statistically significant level of 0.01.

4.5 The overall attitudes of students were related with overall satisfaction with their study at Polytechnic Krungthep Commercial School. In particulars, their attitudes in aspects of product and people have moderate and positively related to satisfaction with their study at Polytechnic Krungthep Commercial School with statistically significant level of 0.01 but their attitudes in aspects of price, place, promotion, physical evidence and process were lowly and positively related to their satisfaction with their study at Polytechnic Krungthep Commercial School at statistically significant level of 0.01.

ทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส.
ที่มีต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิยน์กรุงเทพ

สารนิพนธ์
ของ
วนาพร ใจมูลวงศ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2551
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ
ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัสนิคม กรุงเทพมหานคร ของ วนาพร ใจมูลวงศ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับ
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รศ. สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

.....
(อาจารย์ ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์)

ประธาน

.....
(รศ.ดร. สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ลำสัน เลิศกุลประหยัด)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2551

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากท่านอาจารย์ไพบูรณ์ อาชารุ่งโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่า นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำ ชี้แนะ ช่วยเหลือและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์ในการจัดทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ และอาจารย์ลำสัน เลิศกุลประหยัด ที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์และกรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ อีกทั้งยังให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณดวงฤทธิ์ เบ็ญจาธิกุล ผู้อำนวยการโรงเรียนโปลีเทคนิคพิษณุพนธ์ กรุงเทพมหานคร ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนข้อมูล เพื่ออ้างอิงในงานวิจัยฉบับนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการทำวิจัยฉบับนี้ได้อย่างสำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือ และสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีส่วนทำให้การวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และขอขอบคุณอาจารย์ พี่ ๆ เพื่อน ๆ รวมถึงเพื่อนร่วมงาน ที่ให้การสนับสนุนเป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลือเป็นอย่างดี ตลอดจนเพื่อน ๆ X-MBA (การตลาด) ที่ให้ความช่วยเหลือและแนะนำทั้งในเรื่องการทำงาน การเรียน และการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดามารดา ครูและอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมสั่งสอน และวางรากฐานแห่งการศึกษาแก่ผู้วิจัย

วนาพร ไญมูลวงศ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	2
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ทฤษฎีและแนวความคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค.....	8
ทฤษฎีและแนวความคิดด้านความพึงพอใจ.....	19
แนวความคิดเกี่ยวกับ 7P กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ.....	23
ประวัติของโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ.....	34
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39
3 วิธีดำเนินการวิจัย	40
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	40
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	45
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	53
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	59
 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67
สรุปผลการวิจัย.....	70
อภิปรายผลการวิจัย.....	72
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	75
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	76
 บรรณานุกรม.....	77
 ภาคผนวก.....	80
แบบสอบถามในการวิจัย.....	82
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ.....	87
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	88
 ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	90

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนผู้เรียนและบุคลากรของโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิยกรุงเทพ ประจำปีการศึกษา 2550.....	36
2 แสดงจำนวนครู จำแนกตามเพศ และวุฒิการศึกษา.....	37
3 แสดงจำนวนตัวอย่างแต่ละระดับการเรียนรู้.....	41
4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	53
5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียน ระดับ ปวช. และ ปวส. โดยรวม.....	55
6 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียน ระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านผลิตภัณฑ์.....	55
7 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียน ระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านราคา.....	56
8 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียน ระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านการจัดจำหน่าย.....	56
9 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียน ระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	57
10 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียน ระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านบุคลากรหรือพนักงาน.....	57
11 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียน ระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	58
12 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียน ระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านกระบวนการ.....	59
13 แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจโดยรวมในการเลือก เข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิยกรุงเทพ.....	59
14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือก เข้าศึกษาต่อจำแนกตามเพศ.....	60
15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือก เข้าศึกษาต่อจำแนกตามอายุ.....	61

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือก เข้าศึกษาต่อจำแนกตามระดับการศึกษา..... 62
17	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้เรียนจำแนกตามระดับการศึกษา.... 63
18	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือก เข้าศึกษาต่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน..... 64
19	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้เรียน กับความพึงพอใจ โดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิยน์กรุงเทพฯ..... 65

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2	แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ.....	10
3	แสดงการจัดประเภทธุรกิจการให้บริการตามเกณฑ์การใช้เครื่องมือ และการใช้แรงงาน.....	30
4	แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service).....	33
5	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้า และบริการ 4'P และส่วนผสมทางการตลาดสำหรับบริการ 7'P.....	34

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันสถานการณ์โลกและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วส่งผลให้คนไทยต้องปรับตัวให้เหมาะสมกับกระแสสังคมยุคใหม่ที่ต้องใช้ความรู้เป็นเครื่องมือของการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กำหนดขึ้นเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพ ซึ่งนับว่าเป็นทรัพยากรสำคัญสำหรับการอยู่รอดและการพัฒนาของประเทศไทย โดยจะต้องมีการปรับวิธีคิดในการ จัดการศึกษา ปรับระบบและโครงสร้างการจัดการศึกษาปรับปรุง คุณภาพครู อาจารย์ ผู้บริหาร และบุคลากรทางการศึกษา จัดให้มีอุปกรณ์และเทคโนโลยีการศึกษาที่เหมาะสมเพียงพอ (บัญญัติปฏิรูปการศึกษาแนวทางสู่การปฏิรูป. 2545) นำไปสู่เป้าหมายในการพัฒนาให้เด็กและเยาวชนเป็นคนดี มีคุณธรรม เป็นคนเก่ง คิดดี ทำงานได้ดี มีความเป็นไทย สามารถปรับตัวได้ เหมาะสมกับสังคมที่เปลี่ยนแปลง

จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545 ส่งผลให้สถาบันการศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างพยายามที่จะพัฒนาสถาบันของตนเอง โดยเฉพาะการจัดการเรียน การสอนในระดับอุดมศึกษาที่มีการตื่นตัวค่อนข้างมาก จะเห็นได้จากการปรับปรุงและพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน อาทิเช่น การยกระดับจากโรงเรียนเป็นวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัย การจัดการเรียนการสอนในคณะที่ หลากหลายมากขึ้น การเปิดศูนย์การศึกษานอกสถาบัน การเปิดรับนักศึกษาทั้งภาคปกติ ภาค สมทบ ภาคเสาร์ – อาทิตย์ และโครงการต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้เรียน ตลอดจนการนำระบบการ บริหารคุณภาพมาปรับใช้ในสถาบันการศึกษา เป็นต้น โดยเปิดโอกาสให้ เยาวชนที่อยู่ในวัยศึกษา และประชาชนทั่วไปมีตัวเลือกในการที่จะศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้น

สืบเนื่องมาจากปัจจุบันโรงเรียนทั้งในภาครัฐและเอกชนที่เปิดสอนทางด้านการบริหารธุรกิจ ซึ่งมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งยังมีข้อจำกัดอีกหลายด้าน เช่น โรงเรียนไม่สามารถทำการตลาดได้ อย่างธุรกิจทั่วไป หากทำการตลาดมากเกินไปอาจจะส่งผลให้ภาพพจน์ของโรงเรียนเสียได้ ฉะนั้น โรงเรียน ต้องมีกลยุทธ์การตลาดที่รอบคอบมากกว่าธุรกิจประเภทอื่น ไม่ให้สังคมมองว่าเป็นธุรกิจที่ คำกำไรเกินควร โดยผู้บริหารของโรงเรียนจะเน้นการนำเอาการบริหารงานในลักษณะธุรกิจบริการ มาใช้ในโรงเรียน โดยทุกโรงเรียนต่างมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ ต้องการเพิ่มจำนวนนักเรียนให้มากขึ้น และการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก ยอมรับของชุมชน ผู้ปกครองและนักเรียนให้มากที่สุด ดังนั้น การศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มี ต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ จึงเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากต่อการนำมาเป็นแนวทางใน การปรับปรุงและพัฒนาการทำการตลาด ทั้งยังเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักศึกษา นำไปบอกต่อผู้อื่นให้มาเรียนที่โรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ ต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ของโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ
3. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ กรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้เสนอต่อผู้บริหาร ใช้ในการวางแผนบริหาร โรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ กรุงเทพมหานคร ให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียน
2. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ กรุงเทพมหานคร ในปัจจุบัน และอนาคต
3. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ของโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ กรุงเทพมหานคร ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันจำนวน 1,675 คน (ข้อมูลจากแผนกทะเบียนของโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ กรุงเทพมหานคร ในเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2550)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันของโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษ กรุงเทพมหานคร โดยคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามความน่าจะเป็น โดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane. 1970 : 580-587) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน โดยใช้ค่าความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% (หรือ .05) และสำรวจไว้ 77 คน รวมได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คนโดยใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่

1.1. ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล

1.1. เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2. อายุ

1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

1.2.2 20-24 ปี

1.2.3 25 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

1.3.1 ระดับ ปวช. 1

1.3.2 ระดับ ปวช. 2

1.3.3 ระดับ ปวช. 3

1.3.4 ระดับ ปวส. 1

1.3.5 ระดับ ปวส. 2

1.4 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

1.4.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.4.2 10,001-15,000 บาท

1.4.3 15,001-20,000 บาท

1.4.4 20,001 บาทขึ้นไป

1.2. ทักษะของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีผลต่อโรงเรียนโพลีเทคนิค พณิชยกรุงเทพ

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.2 ด้านราคา

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.5 ด้านบุคลากร หรือ พนักงาน

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

2.7 ด้านกระบวนการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้า

ศึกษาของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพณิชยกรุงเทพ

นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1. ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกของผู้เรียนระดับชั้น ปวช. และ ปวส. ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ (Process) ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพฯ

1.1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอให้กับผู้เรียน เช่น ชื่อเสียงโดยรวมของโรงเรียน อาจารย์ ผู้สอน เทคนิคการสอน การบริการช่วยเหลือสังคมและชุมชน ความมีชื่อเสียงของผู้สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนฯ

1.2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มาซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปของเงินตรา ในงานวิจัยนี้ได้วัดความประหยัดของค่าเล่าเรียน กับ การมอบทุนการศึกษาเพื่อช่วยเหลือนักเรียนที่ขาดแคลน

1.3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดจำหน่ายใบสมัคร ณ สถานที่ต่าง ๆ ทั้งในและนอกสถานที่เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้สมัคร

1.4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่สร้างภาพพจน์ที่ดีของโรงเรียนต่อนักเรียนหรือผู้ปกครอง เพื่อสร้างทัศนคติและความพึงพอใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่โรงเรียน ได้แก่

1.4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดย การผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา โปสเตอร์โฆษณาโรงเรียนฯ

1.4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมเพื่อกระตุ้น การซื้อของผู้บริโภค และเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ขาย เช่น การลดราคาค่าเล่าเรียน การแจกอุปกรณ์ การเรียน

1.5. บุคลากรผู้ให้บริการ (People) หรือ พนักงาน (Employees) หมายถึง พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ประจำโรงเรียนฯ ที่ทำหน้าที่ปฏิบัติการในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียน เพื่อ เป็นประโยชน์แก่นักเรียน ตั้งแต่ก่อนเรียนและระหว่างการเรียนรู้ได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง เพื่อให้ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักเรียนและผู้ที่มาติดต่อให้แตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น อีกทั้งพนักงาน ต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับโรงเรียนได้

1.6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence presentation) หมายถึง การสร้าง และนำเสนอ โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (TQM) เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) เช่น ความเพียงพอของสาธารณูปโภค เช่น จำนวนห้องน้ำ บริการน้ำดื่ม ฯลฯ

1.7 กระบวนการ (Process) หมายถึง เป็นกระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction) โดยการแสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service) เช่น โรงเรียนมีขั้นตอนการสมัครเรียนที่สะดวก ไม่ยุ่งยาก

2. ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ผู้เรียนระดับชั้น ปวช. และ ปวส. ได้รับการตอบสนองความต้องการที่ทำให้เกิดกำลังใจและเต็มใจในการเรียนที่โรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิยกรุงเทพ

3. ปวช. หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้น ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ที่จบการศึกษาระดับ ม.3 หรือเทียบเท่าโดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ปวช. 1 , ปวช. 2 และ ปวช. 3 ของโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิยกรุงเทพ

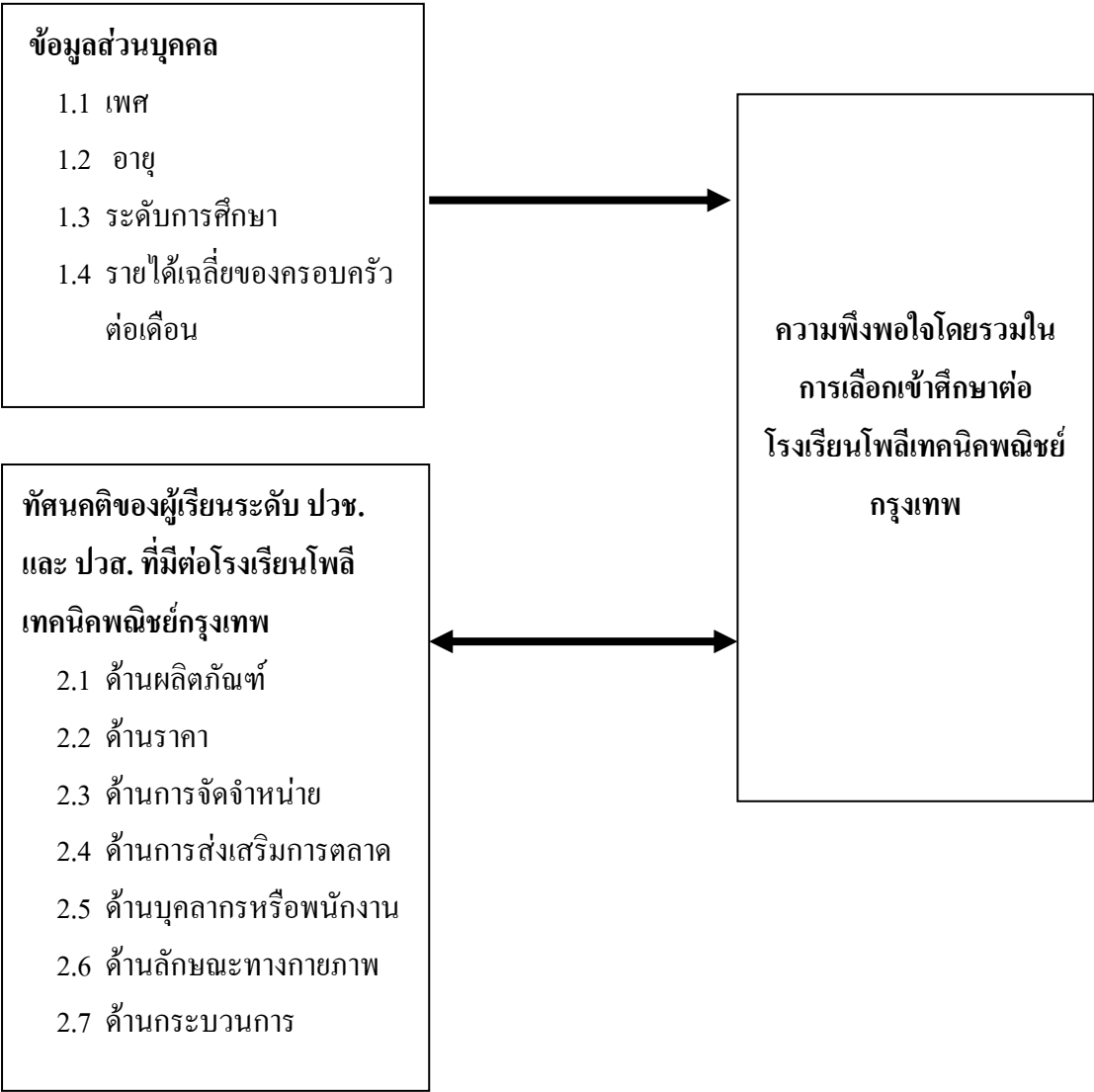
4. ปวส. หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้น ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ที่จบการศึกษาระดับ ปวช. ปีที่ 3 , ม.6 หรือเทียบเท่าโดยแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ปวส. 1 และ ปวส. 2 ของโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิยกรุงเทพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง ทักษะและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ
ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

1. ผู้เรียนที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน
2. ผู้เรียนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน
3. ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน
4. ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน
5. ทศนคติของผู้เรียนโดยรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษางานวิจัยได้รวบรวมและค้นคว้าข้อมูล ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ” เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค
2. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านความพึงพอใจ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับ 7P กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ
4. ประวัติของโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค

ทัศนคติ (Attitude) คือ การแสดงออกของความรู้สึก ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่มีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งประเมินผลออกมาในลักษณะของความชอบ หรือไม่ชอบ ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในสิ่งต่าง ๆ

นักจิตวิทยาหรือนักวิชาการหลายท่านจึงได้กำหนดความหมายที่เกี่ยวกับทัศนคติไว้มากมายที่แตกต่างกันตามความเชื่อและทฤษฎีของแต่ละท่านดังต่อไปนี้

เสรี วงษ์มณฑา. (2542 : 106) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiff man and Kanuk. 1994 : 657) หรืออาจ หมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พื่อใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร (เสรี วงษ์มณฑา. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. 2542 : 106)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2542 : 44) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรมนัการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

ชิฟแมน และ คานุก. (Schiff man and Kanuk. 1994 : 657) กล่าวว่าทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พื่อใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของ

กระบวนการทางจิตวิทยา ทศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทศนคติ เจตคติ ทำที่ความรู้สึก แต่ใน ความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีทำที่ความรู้สึกหรือ ทศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีทำที่ความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ ปฏิบัติออกมาในทางลบ ทศนคติจึงมีลักษณะ

1. ทศนคติเชิงบวก (Positive attitude) $\xrightarrow{\text{ทำให้เกิด}}$ การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act positively)
2. ทศนคติเชิงลบ (Negative attitude) $\xrightarrow{\text{ทำให้เกิด}}$ การปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act negatively)

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

ก. K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้ เช่น ทราบว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใด ภาพยนตร์เรื่องนี้ฉายที่ใด เมื่อเราทราบแล้ว ขั้นตอนต่อไปของพฤติกรรมคือ

ข. A = Attitude เป็นการเกิดทศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ทราบแล้วชอบหรือไม่ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่ การกระทำ (Practice)

ค. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้และทศนคติแล้ว ก็จะเกิดการกระทำ

ผู้บริโภคจะประเมินทศนคติโดยการถามคำถามหรือการลงความเห็นจากพฤติกรรม กระบวนการของผู้บริโภคมีทศนคติด้านบวกต่อผลิตภัณฑ์นั้น สิ่งนี้แสดงข้อเสนอว่าความเป็นสากลทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภคจะสอดคล้องกับการซื้อ การเสนอแนะกับบุคคลอื่น การจัดลำดับการประเมินผลความเชื่อถือและความตั้งใจที่สัมพันธ์กับทศนคติ ลักษณะทศนคติมีดังนี้

1. ทศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภค จะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือ แนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

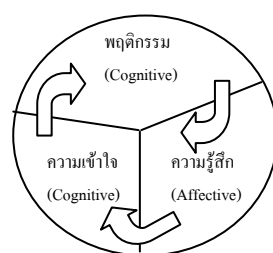
2. ทศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การเรียนรู้เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่าในขณะที่มีทศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม สิ่งนี้มีความหมายไม่ตรงกับคำว่าพฤติกรรม แต่จะสะท้อนถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของทศนคติ ซึ่งอาจจะเป็นการชักจูงผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างหรือขับไล่ผู้บริโภคจากพฤติกรรมเฉพาะอย่าง

3. ทักษะคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitudes have consistency) ลักษณะของทัศนคติคือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงถึงความหมายของคำว่า ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะตอบสนองต่อทัศนคติ ตัวอย่าง ผู้บริโภคมองรถยนต์เยอรมันว่าเป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มองรถยนต์ญี่ปุ่นว่ามีคุณภาพดี ดังนั้นถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่หรูหรา ภาพลักษณ์สูง ก็จะเลือกรถยนต์เยอรมัน ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดี ราคาต่ำก็จะซื้อรถยนต์ญี่ปุ่น

4. ทักษะคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทักษะคติเกิดขึ้นภายใน เหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทัศนคติของผู้บริโภค แตกต่างในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

โมเดลโครงสร้างทัศนคติ

โมเดลโครงสร้างทัศนคติ (Structural model of attitudes) การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติและพฤติกรรม นักจิตวิทยาได้สร้างโมเดลเพื่อศึกษาโครงสร้างของทัศนคติ การกำหนดส่วนประกอบของทัศนคติเพื่อจะอธิบายพฤติกรรมที่คาดคะเน ต่อมาจะสำรวจโมเดลทัศนคติที่สำคัญหลายประการ แต่ละโมเดลมีทัศนคติที่แตกต่างกันเกี่ยวกับส่วนประกอบของทัศนคติและวิธีการซึ่งส่วนต่าง ๆ เหล่านี้มีการจัดหรือมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 2 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ

ที่มา : เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. หน้า 107.

โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model) หมายถึง โมเดลทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมีความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ชิฟแมน และ คานุก (Schiff man and Kanuk. 1994 : 658) ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ได้รับการประสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูลความรู้ และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ชิฟแมน และ คานุก (Schiff man and Kanuk. 1994 : 657) ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้น ซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย การวิจัยได้ระบุว่าสภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือลบ ซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจและวิธีซึ่งบุคคลปฏิบัติการใช้การวัดการประเมินผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยเกณฑ์ ดี-เลว ยินดี-ไม่ยินดี

3. ส่วนของพฤติกรรม (Cognitive component หรือ Behavior หรือ Doing) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรม พฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy) ชิฟแมน และ คานุก (Schiff man and Kanuk. 1994 : 658) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

คุณลักษณะของทัศนคติ

จากทฤษฎีต่าง ๆ สามารถสรุปคุณลักษณะของทัศนคติได้ดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มิอยู่ภายใน คือเป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน

2. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติการสะสมประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านกระบวนการปะทะสังสรรค์กับสิ่งต่าง ๆ ในสังคมเป็นต้นว่า บุคคล สิ่งของ สถานการณ์แวดล้อมและความผันแปรในสังคม ฯลฯ ล้วนมีผลโดยตรงต่อทัศนคติทั้งสิ้น

3. ทศนคติมีคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative Nature) ทศนคติเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวข้องกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือเหตุการณ์ ฯลฯ (Attitude Object) ซึ่งจะเป็นสื่อกลางทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ทศนคติมีธรรมชาติของการประเมินเป็นความคิดหรือความเชื่อที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย การที่บุคคลหนึ่งจะมีทศนคติอย่างใดต่อสิ่งใดขึ้นอยู่กับผลของการประเมินความรู้ ความคิด หรือความเชื่อที่มีเกี่ยวกับสิ่งนั้น ผลการประเมินอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล การประเมินนี้ ฟิชบายน์ และไอเซน (Fishbein and Ajzen, 1975) เน้นว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ทศนคติแตกต่างกันอย่างแท้จริงจากแรงผลักดันภายในอื่น ๆ

4. ทศนคติที่มีคุณภาพและความเข้ม (Quality and Intensity) กล่าวคือ คุณภาพและความเข้มข้นของทศนคติจะเป็นสิ่งที่บอกถึงความแตกต่างของทศนคติที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่าง ๆ ภาพของทศนคติเป็นสิ่งที่ได้จากการประเมินเมื่อบุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็อาจมีทศนคติทางบวก (ความรู้สึกชอบ) หรือ ทศนคติทางลบ (ความรู้สึกไม่ชอบ) ต่อสิ่งนั้น

5. ทศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลง (Permanence) ทศนคติคงทนและเปลี่ยนได้ไม่ถาวร นัก เซอร์รี่ฟ (1956) นิวคอมบ์ และคณะ (1965) กล่าวถึงทศนคติที่ฝังแน่นลึกซึ้ง เนื่องจากสิ่งทีประเมินมีความชัดเจนถูกต้องแน่นอนหรือในกรณีที่มีการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้มานานพอ ในกรณีเช่นนี้การเพิ่มความรู้อื่นหรือประสบการณ์ใหม่ หรือแม้การบังคับให้แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ อยู่เสมอ

6. ทศนคติที่ต้องมีสิ่งที่มีหมายถึงแน่นอน (Attitude Object) นั่นคือ ทศนคติต่ออะไรต่อบุคคล ต่อสิ่งของ หรือต่อสถานการณ์ จะไม่มีทศนคติลอย ๆ ที่ไม่ได้หมายถึงสิ่งใด และบุคคลต้องมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น ทศนคติจะแตกต่างกันตามระดับความแน่นอนชัดเจน และขอบเขตโครงสร้างซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนชนิด และคุณลักษณะของส่วนประกอบของสิ่งนั้น

7. ทศนคติมีลักษณะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอื่นหรือสถานการณ์และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกจูงใจ (Motivation effect) ฟิชบายน์ และ ไอเซน (1975) กล่าวว่า ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยง ฉะนั้น เมื่อมีการประเมินความเชื่อสัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าวจะเกิดขึ้นในโครงสร้างของทศนคติ และแต่ละทศนคติมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เนื่องจากทศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะประกอบด้วยหลายทศนคติที่มีระดับความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันเองสูงก็จะรวมตัวเป็นมิติ ความสัมพันธ์ยิ่งสูงมากเท่าใด การรวมตัวของแต่ละทศนคติก็ยิ่งจะแน่นแฟ้นจะเป็นตัวบ่งชี้ความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงของทศนคติและความแม่นยำในการทำนายพฤติกรรม

8. ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่ที่มีติดตัวมาแต่กำเนิด ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทศนคติ

9. ทศนคติคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative nature) ทศนคติเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวกับสิ่งของ

10. ทักษะการคิดมีคุณภาพและความเข้ม (Quality and intensity) คุณภาพและความเข้มของทักษะการคิดจะเป็นสิ่งบอกถึง ความแตกต่างของทักษะการคิดจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึง ความแตกต่างของทักษะการคิดที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่าง ๆ

11. ทศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนง่าย (Permanence) ทศนคติคงทนและเปลี่ยนได้ไม่
ง่ายนัก (Stable and enduring) เนื่องจากสิ่งที่ประเมินมีความชัดเจนถูกต้องและแน่นอนหรือใน
กรณีที่มีการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้มานานพอ

12. ทักษะที่มีลักษณะความสัมพันธ์ ทักษะที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งของ บุคคลอื่นหรือสถานการณ์ และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกจูงใจ (Motivation affect)

หน้าที่และกลไกของทัศนคติ (The function of Consumer Attitudes)

ทัศนคติมีหน้าที่และกลไกหลายอย่างต่อการแสดงออกของทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรม
 ชื่อของผู้บริโภค หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ ได้แก่

1. หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment function) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับหลายวิธีการที่ผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร ซึ่งหน้าที่การปรับตัวนี้บุคคลพยายามให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด หรือรางวัลตอบแทนมากที่สุดจากสิ่งแวดล้อม
2. หน้าที่และการป้องกันตน (Ego-defensive function) คือการที่คนเราจะใช้เครื่องมือในการลดความกังวล หรือในการป้องกันตนเองจากสิ่งที่ไม่ยอมรับหรือจากแรงกดดันรอบ ๆ ตัวเขา
3. หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value-expressive function) การแสดงซึ่งค่านิยมที่มีของบุคคลคือ การแสดงออกซึ่งทัศนคติซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประเภทบุคคลที่เรามอง
4. หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งความรู้ (Knowledge function) ประกอบด้วยวิถีทางที่บุคคลจะให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ ที่กระจายอยู่รอบตัวเรา

คุณสมบัติของทัศนคติ (Properties of Consumer Attitudes)

คุณสมบัติของทัศนคติเป็นพื้นฐานที่แสดงออกถึงกลไกการทำงานของทัศนคติหรือหน้าที่ของทัศนคติ ได้แก่

1. ความพร้อมที่จะกระทำ (Readiness to act) ทศนคติจะเป็นตัวเริ่มของการแสดงออกของผู้บริโภค และยังเป็นเครื่องมือในการแสดงออกอย่างง่ายของพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทศนคติของผู้บริโภคอย่างมีทิศทาง (Consumer attitude have polarity) ทศนคติสามารถเกิดในแง่บวกหรือลบก็ได้ ทศนคติในแง่บวก คือความโน้มเอียงของบุคคลต่อการกระทำหรือตอบสนองในทางที่ดีต่อสินค้าหรือร้านค้า ทศนคติในแง่ลบ คือความโน้มเอียงของบุคคลในการหลีกเลี่ยงสถานการณ์ต่อการกระทำ หรือสนองต่อสินค้าหรือร้านค้า
3. ทศนคติของผู้บริโภคมีความเข้มข้นที่แตกต่างกัน (Consumer attitude vary in intensity) ทศนคติของผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับระดับชั้นความรู้สึก ไม่ว่าทศนคติจะมีทิศทางไป

ทางไหนก็ตาม บางครั้งแนวโน้มของความรู้สึกของการเกิดทัศนคติอาจมีสภาพเป็นกลางคือ เฉย ๆ นั่นคือความรู้สึกที่ไม่รุนแรงหรือเข้มข้น

4. ทัศนคติมีรูปแบบในการแสดงออก (Attitude display structure) ทัศนคติของ (ผู้บริโภคนั้น) จะแสดงออกในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเสมอ รูปแบบของทัศนคติจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค

5. ความสมบูรณ์ของทัศนคติมีไม่เหมือนกัน (Completeness of attitudes varies) ทัศนคติของผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะแสดงออกถึงคุณสมบัติที่จะแสดงออกถึงคุณสมบัติที่อาจเรียกว่า ความสมบูรณ์ได้ ทัศนคติบางครั้งอาจเกิดขึ้นจากการมีข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ก็ได้ ซึ่งจากข้อเท็จจริงดังกล่าวผู้บริโภคถือว่าทัศนคติที่เกิดขึ้นนั้นถูกต้องแล้วและนำไปสู่การกระทำ (ศุภร. 2537)

ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะสำคัญของทัศนคติ สามารถแบ่งออกได้เป็น 9 ประการดังนี้ (ยุพิน ลอยหา. 2538 :9)

1. ทัศนคติ เป็นภาวะก่อนที่พฤติกรรมโต้ตอบจะเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือจะเรียกว่า เป็นสภาวะที่พร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง

2. ทัศนคติ จะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา คือมีความมั่นคงถาวรพอสมควร เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง

3. ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมความรู้สึกนึกคิด ไม่ว่าจะเป็น การแสดงออกโดยวาจาหรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4. ทัศนคติ มีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินและเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่า ไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่จริงด้วย

5. เป็นภาวะทางจิตและประสาท ซึ่งอาจแสดงออกให้เห็นทางพฤติกรรม เช่น โกรธ เกลียด รัก เป็นต้น

6. เป็นความพร้อมที่จะตอบสนอง คือ เมื่อทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดก็พร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามลักษณะของทัศนคติที่เกิดขึ้น เช่น ชอบวิชาภาษาอังกฤษ ก็มีความต้องการที่จะเรียน หรือสนใจวิชาภาษาอังกฤษอยู่เสมอ

7. เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นระเบียบ เกิดขึ้นเป็นกลุ่มและจัดระเบียบไว้แล้วในตัวเอง คือ เมื่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดแล้วก็จะเกิดขึ้นต่อเนื่องกัน และจะติดตามด้วยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์ เช่น โกรธ ก็อาจจะหน้าบึ้ง เป็นต้น

8. เป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์ หมายความว่า ประสบการณ์มีส่วนช่วยในการสร้างทัศนคติที่ดีหรือไม่

9. เป็นพลังสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออก

องค์ประกอบของทัศนคติ

จากความหมายและลักษณะของทัศนคติดังกล่าว นักจิตวิทยาได้เสนอองค์ประกอบของทัศนคติต่าง ๆ ไว้ 3 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1 ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ (Kretch, Prutchfield and Pallachey. 1992 อ้างจาก รวีวรรณ อังตนุรักษ์พันธ์ 2533 : 13) มีรายละเอียด ดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านสติปัญญา (Cognitive Component) หมายถึง องค์ประกอบ ความเชื่อ ความรู้ ความคิดและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อเป้าหมายของทัศนคติ
2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ-ไม่ชอบ หรือท่าทางที่ดี-ไม่ดี ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติทำให้เกิดทัศนคติในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง
3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง ความพร้อมหรือแนวโน้มที่บุคคลจะปฏิบัติต่อเป้าหมายของทัศนคติ

แนวทางที่ 2 ทัศนคติมี 2 องค์ประกอบ (รวีวรรณ อังตนุรักษ์พันธ์. 2533 : 13 ; อ้างอิงจาก Rosenberg and Katz. 1960) มีรายละเอียด ดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านสติปัญญา (Cognitive component) หมายถึง กลุ่มของความเชื่อที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติจะเป็นตัวส่งเสริมหรือขัดขวางการบรรลุถึงค่านิยมต่าง ๆ ของบุคคล
2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีเมื่อถูกกระตุ้นโดยเป้าหมายของทัศนคติ

แนวทางที่ 3 ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว คือ อารมณ์ ความรู้สึกในช่องทางชอบหรือไม่ชอบ ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติ (รวีวรรณ อังตนุรักษ์พันธ์ 2533 : 13 ; อ้างอิงจาก Thurstone. 1995 ; Insko. 1970 ; Fishbein and Ajzen. 1975)

จากองค์ประกอบของทัศนคติในการวิจัยนี้ศึกษาทัศนคติตามแนวคิดที่ 1 ได้แก่ ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ คือ ด้านความรู้ ความคิดและความคิดเห็นความรู้สึกชอบ-ไม่ชอบ หรือท่าทางที่ดีและไม่ดีและความพร้อมหรือแนวโน้มของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัสนิคม กรุงเทพมหานคร

แหล่งกำเนิดของทัศนคติ

ทัศนคติมีแหล่งกำเนิดที่สำคัญอยู่ 4 ประการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (ประภา เพ็ญสุวรรณ. 2520 : 64)

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific experiences) เป็นการเรียนรู้ทัศนคติจากประสบการณ์เฉพาะอย่างที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้นในทางที่ดีและไม่ดี เช่น เมื่อมีลูกค้าของธนาคารใช้บริการกับธนาคารแล้วได้รับการต้อนรับที่อบอุ่นจากพนักงาน สถานที่จอดรถสะดวก ท่าเลที่ตั้ง

ของสาขาใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ฯลฯ ลูกคำก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อธนาคารและความรู้สึกอยากใช้บริการของธนาคารต่อไป เป็นต้น

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from others) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นจากการได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการที่เด็กได้รับโดยครอบครัว โรงเรียน เพื่อน ฯลฯ

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) ทัศนคติบางอย่างถูกสร้างขึ้นมาจากการเลียนแบบ คนอื่น ขบวนการเกิดทัศนคติโดยวิธีนี้เกิดขึ้นแรกจากเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะมองเห็นว่าบุคคลอื่นมีการปฏิบัติอย่างไร ขั้นตอนต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของความเชื่อ ทัศนคติ ซึ่งมาจากการปฏิบัติของเขา ถ้าบุคคลนั้นให้ความเคารพนับถือยกย่องบุคคลที่แสดงปฏิกริยานั้นอยู่แล้วก็จะยอมรับ ความรู้ ความเชื่อจากบุคคลนั้น

4. องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional factor) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากสถาบัน เช่น โรงเรียน สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา หน่วยงานต่าง ๆ สื่อมวลชน ฯลฯ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคลและแตกต่างกันตามปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างของบุคคลนั้นโดยที่บุคคลจะแสดงทัศนคติออกเป็น 3 ประเภท ด้วยกัน(ชนินฐา เบญจาทิกุล. 2536 : 23)

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจ ได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น ๆ หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่น

2. ทัศนคติเชิงลบ คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกในทางที่ไม่ดีหรือในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจอาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัยรวมทั้งความเกลียดชังต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่น ๆ

3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็น ในเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติทั้ง 3 ประการนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียว หรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับ ความเชื่อ ความรู้สึก หรือค่านิยม อื่น ๆ ที่มีต่อบุคคลหรือเรื่องราวนั้น

อิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติ

ปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติของบุคคล ได้แก่ (เพ็ญแข ศรีสุทธิกุล, อ้างถึงในยุพิน ลอยหา. 2538 : 13)

1. บิดามารดาและการอบรมเลี้ยงดู การประพฤติปฏิบัติตน และลักษณะของความเชื่อ ความคิดต่าง ๆ ของพ่อแม่เป็นสิ่งที่มอิทธิพลสำคัญเป็นอันดับแรกต่อการสร้างทัศนคติให้แก่ลูก

2. ครูและการอบรมสั่งสอน ครูไม่เพียงแต่จะมีอิทธิพลในการถ่ายทอดความรู้ให้กับเด็กเท่านั้นยังมีอิทธิพลในการเสริมสร้างทัศนคติหรือความคิดต่าง ๆ ให้กับเด็กอีกด้วย
3. การศึกษา ระดับการศึกษามีผลต่อทัศนคติ เนื่องจากปัจจุบันวิทยาการก้าวหน้าไปมากและการศึกษาหาความรู้ของประชาชนก็กว้างขวางมากขึ้น
4. วัฒนธรรมในสังคม สังคมที่ต่างกันย่อมมีศาสนา ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่ต่างกัน ความแตกต่างเหล่านี้ย่อมมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติที่แตกต่างกันด้วย
5. ความก้าวหน้าทางวิชาการและเครื่องมือสื่อสารใหม่ ๆ ความรู้ทางวิชาการที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมทุกแขนงวิชาและความก้าวหน้าของเครื่องมือสื่อสาร เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ทำให้ทัศนคติของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป

การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitudes)

เครซ ครัทซ์ฟิลด์ และบัลลาคี ได้ให้ความเห็นว่า อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) สิ่งใดที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกายของตนได้ บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากข่าวสารข้อมูล que บุคคลได้รับทำให้บุคคลนั้นเก็บข้อมูลข่าวสารนั้นไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น โดยการฟังคำติฉินนินทาใด ๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้
3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Group Affiliation) เพราะบุคคลที่อยู่ในสังคมย่อมจะปรับทัศนคติและปฏิบัติตนคล้อยตามบรรทัดฐาน (Norm) ของกลุ่มบุคลิกภาพ (Personality) ทัศนคติมีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย

การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนได้หลายวิธี อาจจะโดยที่ให้บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งมาจากบุคคลอื่น ๆ หรือส่วนมวลชนต่าง ๆ ข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติด้านการเรียนรู้ เป็นที่เชื่อกันว่าองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบด้านอื่นจะมีแนวโน้มจะทำให้องค์ประกอบด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยขั้นต่าง ๆ 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

1. การใส่ใจ (Attention)
2. การเข้าใจ (Comprehension)
3. การยอมรับ (Yielding)
4. การเก็บเอาไว้ (Retention)
5. การกระทำ (Action)

กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

สุชา จันทร์หอม (2541 : 245-246) กล่าวว่าทัศนคติบางอย่างพอที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าเห็นเป็นไปในทางที่จะทำให้บุคลิกภาพเสื่อมเสีย นักจิตวิทยาได้แนะนำวิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ 3 ประการดังนี้คือ

1. การชักชวน (Persuasion)
2. การเปลี่ยนแปลง (Group Change)
3. การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จะได้ผลอย่างไรขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 ประการคือ

ก. การเลือกรับรู้ (Selective perception) คนเราจะรับรู้ในสิ่งที่เห็นว่า เหมาะสมกับตนเองเท่านั้น หากสิ่งใดที่ไม่เหมาะสมกับคน คนจะตัดออกไป

ข. การหลีกเลี่ยง (Avoidance) นั่นคือ คนเราจะรับเอาแต่สิ่งที่ให้ความสุขหรือให้ในสิ่งที่คนต้องการเท่านั้น ส่วนหนึ่งที่จะบังเกิดความทุกข์แค้น บুদ্ধจะไม่ยอมรับ คนชนิดนี้ก็เปลี่ยนทัศนคติได้ยากเช่นเดียวกัน

ค. การสนับสนุนของกลุ่ม (Group support) บุคคลที่ประสบความสำเร็จขณะอยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ก็ไม่ยากที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มใหม่ เพราะมีความสุข และประสบความสำเร็จแล้วพวกนั้นก็เปลี่ยนทัศนคติได้ยากเช่นเดียวกัน

บทบาทของทัศนคติ

สำหรับบทบาทของทัศนคติ แคทซ์ ได้กล่าวถึงบทบาทของทัศนคติไว้ 4 ประการ คือ

1. การปรับเพื่อใช้งาน (Adjustment – Utility) อย่างกรณีที่เราชอบสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการของเรา
2. การปกป้องความรู้สึกต่าง ๆ (Ego – Defense) ตัวอย่างเช่น เมื่อเราสร้างทัศนคติขึ้นเพื่อปกป้องความไม่มั่นคงทางความรู้สึกของเรา เมื่อสิ่งข่มขวัญเกิดขึ้น
3. การแสดงออกถึงค่านิยม (Value Expression) อย่างเช่น การสร้างทัศนคติขึ้น เพื่อแสดงออกถึงความเชื่อถือ หรือค่านิยมต่าง ๆ
4. หน้าที่เกี่ยวกับความรู้ (Knowledge) อย่างเช่นเมื่อใช้ทัศนคติเป็นเครื่องมือช่วยในความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น เรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ประเภทของทัศนคติ

ชวนะ ภวภานนท์ (อ้างอิงจากชวนะ ภวภานนท์.ม.ป.ป) ได้กล่าวว่าบุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภท คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกมีความรู้สึกอารมณ์จากสภาพจิตใจในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการ

ดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น ๆ ทักษะคติเชิงบวก (Positive Attitude) → ทำให้ → การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act Positively)

2. ทักษะคติเชิงลบ เป็นทักษะคติที่สร้างความรู้สึกลงไปในทางเสื่อมเสียไม่ได้รับความเชื่อหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบันและการดำเนินการขององค์กรและอื่น ๆ ทักษะคติเชิงลบ (Negative Attitude) → ทำให้ → การปฏิบัติออกมาในเชิงลบ (Act Negative)

3. ทักษะคติที่บุคคลไม่แสวงความคิดเห็นเป็นเรื่องเป็นราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

จากแนวคิดเกี่ยวกับทักษะคติในด้านต่าง ๆ มาใช้ในการอธิบายเปรียบเทียบกรอบทักษะคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกลงในเชิงบวก เชิงลบ หรือเฉย ๆ ที่มีต่อโรงเรียนโสตเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

2. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีผู้ให้ความหมายดังนี้

ไวท์ (White. 1965 : 6) ความพึงพอใจ หมายถึง ความสุขสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขสบายที่เกิดจากการเข้าร่วม ได้รู้ ได้เห็นในกิจกรรมนั้น

แชปลิน (Chaplin. 1968 : 437) ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการจากประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้จากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ

มาร์ส (Marse. 1965 : 57) ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ลดความเครียด โดยเมื่อความเครียดได้รับการตอบสนองและลดลงก็จะเกิดความพึงพอใจตามมา

ซูซีฟ อ่อนโคสูง (2522 : 108) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่คนมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ต้องมีประสบการณ์ บุคคล วัสดุสิ่งของหรือสถานที่ โดยที่บุคคลมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งต้องมีประสบการณ์ในทางตรงหรือทางอ้อมต่อสิ่งนั้นมาก่อน

วิลาวรรณ คุณเจริญ (2544 : 13) ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจ

สาริต สันตกิจ (2528 : 10) ความพึงพอใจ เป็นผลรวมของความรู้สึกชอบบุคลากร อันเกิดมาจากทัศนคติที่มีต่อคุณภาพและสภาพของหน่วยงาน

สมรภูมิ ขวัญคุ้ม (2530 : 9) ความพึงพอใจ หมายถึงระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากทัศนคติและความสนใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และทัศนคติและความสนใจดังกล่าวนี้มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงาน โดยความพึงพอใจจากการตอบสนองความต้องการของบุคคลแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ความต้องการภายนอก หรือความต้องการทางกายภาพ
2. ความต้องการภายใน หรือความต้องการทางจิตใจ

แต่ทั้งนี้ความต้องการของคนจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น อายุ เพศ การศึกษา รายได้ ตลอดจนสภาพแวดล้อมต่าง ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546 : 90) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003 : 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

วิมลสิทธิ์ หริยางกูล (2526) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

พิน ทองพูน (2529) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านวัตถุและด้านจิตใจ

อมร รักษาสัตย์ (2533) ให้ความเห็นว่า ความพอใจของผู้รับบริการเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการบริหารงานได้ เพราะการจัดบริการของรัฐไม่ใช่สักแต่จะทำให้เสร็จ ๆ ไปแต่หมายถึงการให้บริการอย่างดีเป็นที่พอใจแก่ประชาชน

ชรีณี เดชจินดา (2530) ความพึงพอใจ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง และความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

อัจฉรา โทบุญญ (2534) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนะของบุคคลอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า และสิ่งจูงซึ่งปรากฏออกมาทางพฤติกรรมและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคล

กิตติศักดิ์ มีฤทธิ์ (2545 : 19) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเกิดเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ที่ประทับใจ ที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ โดยเมื่อพอใจสิ่งใดแล้วก็จะ

แสดงออกมาทางพฤติกรรม โดยเข้าร่วมกิจกรรม อุทิศร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาที่กระทำในกิจกรรมนั้น

สุรพล เย็นเจริญ (2543 : 6) ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดความสบายใจเมื่อได้ผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

จารุศรี ศิริอังกาฐ (2545 : 8) ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไป หรือ กล่าวได้ว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (Reactionary Feeling) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่แสดงออกมา (Yield) ในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้าย (Final outcome) ของกระบวนการประเมิน (Evaluative Process) โดยบ่งบอกถึงทิศทางของการประเมิน (Direction of Evaluation Result) ว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก (Positive Direction) หรือทิศทางลบ (Negative Direction) หรือไม่มีปฏิกิริยา (Non Reaction) ต่อสิ่งเร้าหรือกระตุ้นนั้นก็ได้

อุบลลักษณ์ ไชยชนะ (2543 : 36) ความพึงพอใจในการเรียน หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติที่เป็นไปตามความคาดหวัง ที่จะทำให้เกิดความสามารถในการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

จากความหมายของคำว่า ความพึงพอใจในแง่มุมต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการเรียน หมายถึง องค์ประกอบด้านความรู้สึกหรือทัศนคติที่เป็นไปในทางบวก อัดเกิดจากความคาดหวังของผู้เรียน และมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการเรียน

ทฤษฎีความพึงพอใจ

สกินเนอร์ (อุบลลักษณ์ ไชยชนะ. 2543 : 36; อ้างอิงจาก Skinner. 1971 : 1-63, 96-120) การสร้างความพึงพอใจในการเรียน จงทำให้เกิดความเชื่อว่า เขาอยู่ในความควบคุมของตัวเอง แม้ว่าผู้ควบคุมที่แท้จริงคือครู ไม่มีวิธีการใดดีไปกว่าการให้เขาได้แสดงความรู้สึกว่าเขามีอิสระสภาพ ด้วยวิธีนี้คนจะมีกำลังด้วยตนเอง ครูควรปล่อยให้เด็กได้ทำในเฉพาะสิ่งที่เขาอยากทำ แต่เขาควรจะทำเฉพาะสิ่งที่ครูต้องการให้เขาทำเท่านั้น

วิโรจน์ สารรัตนะ (2524 : 96) กล่าวว่า กระบวนการจูงใจเป็นสิ่งที่ทำได้ยากและสลับซับซ้อนเนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

1. บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกที่หลากหลายวิธี แม้จะเป็นความต้องการอันเดียวกัน
3. การกระทำของบุคคลไม่คงเส้นคงวา เปลี่ยนแปลงง่าย
4. บุคคลมีปฏิกิริยาต่อความล้มเหลวในการตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกัน

มาสโลว์ (วิโรจน์ สารรัตนะ. 2544 : 99-101; อ้างอิงจาก Maslow. 1954 : 97-103) ทฤษฎีความต้องการ ซึ่งเชื่อว่า ความต้องการของมนุษย์สามารถจัดลำดับขั้นได้ 5 ขั้น และเมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วก็จะไม่จูงใจอีก ซึ่งความต้องการ 5 ขั้นของมาสโลว์ ประกอบด้วย

1. ความต้องการทางด้านกายภาพ

2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง
3. ความเป็นเจ้าของ ความรัก และกิจกรรมทางสังคม
4. การยอมรับนับถือ
5. การบรรลุศักยภาพแห่งตน

มาสโลว์กล่าวว่า ความต้องการในแต่ละลำดับขั้น จะมีความคาบเกี่ยวกันอยู่ หรืออาจเกิดความต้องการหลายลำดับขั้นในเวลาเดียวกัน

เฮิร์ซเบิร์ก (วิโรจน์ สารัตนะ. 2544 : 99-101; อ้างอิงจาก Herzberg. 1959 : 139-141) ได้วิจัยและค้นพบสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยธำรงรักษา คือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเมื่อขาดหายไป ถึงแม้ว่าในขณะที่มีก็ไม่ทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น
2. ปัจจัยจูงใจ คือ สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่หากขาดหายไปจะทำให้ไม่มีความพึงพอใจ แต่ก็ไม่ถึงกับทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

ทฤษฎีของ Herzberg สามารถตีความได้ 5 แง่มุม คือ

1. ปัจจัยจูงใจทุกตัวต่างร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจ
2. ปัจจัยจูงใจทุกตัวร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจและปัจจัยจูงใจทุกตัวต่างร่วมกันส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าปัจจัยจูงใจทุกตัวร่วมกัน
3. ปัจจัยจูงใจแต่ละตัวส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจและในทางกลับกัน ปัจจัยจูงใจแต่ละตัวส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าความพึงพอใจ
4. ปัจจัยจูงใจแต่ละตัวส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าปัจจัยจูงใจตัวใด ๆ และในทางกลับกันปัจจัยจูงใจแต่ละตัวส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าปัจจัยจูงใจตัวใด ๆ
5. ปัจจัยจูงใจเท่านั้นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และมีเฉพาะปัจจัยจูงใจเท่านั้นที่ส่งผลต่อความไม่พึงพอใจ

ปราณี คูเจริญไพศาล (2542 : 12-14) กล่าวว่า ธุรกิจไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้เพราะลูกค้าแต่ละคนคาดหวังว่าธุรกิจมีหน้าที่ที่จะต้องให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ หากความพอใจเกิดจากการที่สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่านั้น ลูกค้าจะไม่ชักชวนหรือบอกต่อให้คนอื่นมาซื้อสินค้าที่ร้านนั้น ในทางตรงกันข้ามลูกค้าจะบอกต่อก็คือเมื่อเขามีความกระตือรือร้นและตื่นตัวที่จะบอกต่อและความกระตือรือร้นที่จะบอกต่อนั้นมาจากการที่เขาได้รับบริการจากร้านนั้นเกินความคาดหวัง และสิ่งที่เกินความคาดหวังของลูกค้านี้เรียกว่า ส่วนเพิ่มเติม (Augmentation) โดยที่ปกติลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจะทำการบอกต่อประสบการณ์ที่ดีของตนให้เพื่อนทราบโดยเฉลี่ย 4 คน และอย่างน้อย 4 คนนั้น จะไปที่ร้านค้านั้น

ทฤษฎีความพึงพอใจ ตามทัศนะของ ปราณี คูเจริญไพศาล แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ความคิด (Cognitive dissonance theory) เขียนโดย Mr. Festinger เมื่อปี ค.ศ. 1957 มีสมมุติฐานว่า มนุษย์ต้องการความเป็นระเบียบและความสอดคล้อง (Order and consistency) มนุษย์จะเกิดความเครียดเมื่อมีความขัดแย้งในความเชื่อหรือ

พฤติกรรมต่าง ๆ และจะพยายามขจัดความเครียดที่เกิดขึ้นด้วยการพยายามลดความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้น ภาวะความขัดแย้งจะเกิดขึ้นเมื่อมีความไม่สอดคล้องกันในความเชื่อและพฤติกรรมที่เกิดขึ้น เช่น ก็จำเป็นต้องยอมรับสิ่งที่ไม่ดีของสินค้าที่ตนเลือกเนื่องจากไม่มีสินค้าใดสมบูรณ์แบบทุกประการ หรือถูกใจผู้บริโภคไปทุกประการ ภาวะที่ต้องสูญเสียสิ่งดี ๆ บางประการไป จะเกิดความไม่พอใจ และเกิดความขัดแย้งทางความคิดในตนเองและพยายามลดความรู้สึกที่ไม่ดีเหล่านั้นลง

2. ทฤษฎีความไม่ตรงกัน (The disconfirmation praradigm) กล่าวว่าการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าควรเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคแต่ละบุคคลทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอยู่จริง (Actual Product performance) กับสิ่งที่คาดหวัง (Expectations) เป็นการใช้ความคาดหวังที่มีอยู่ก่อนการซื้อเป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับ (Actual performance) ถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นจริงตรงกับสิ่งที่คาดหวังไว้จะเกิดภาวะการไม่ยืนยัน (Disconfirmation) ถ้าดีกว่าที่คาดไว้ผู้บริโภคจะพอใจ และถ้าด้อยกว่าที่คาดไว้ผู้บริโภคจะไม่พอใจ จากการศึกษา (Swan and Coombs 1976, อ้างใน Sautter : 1990) พบว่าแนวคิด 3 ประการที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ความคาดหวัง คุณลักษณะด้านการใช้งาน และความพึงพอใจของลูกค้า โดยสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจะอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคมีประสบการณ์ต่างกันก็จะมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้บริโภคไม่ได้ใช้ปัจจัยเพียงแค่ว่าปัจจัยเดียว แต่ใช้หลายปัจจัย หลาย ๆ เกณฑ์ในการพิจารณาพร้อม ๆ กัน จึงทำให้ยากต่อการควบคุมมาตรฐานหรือตัวแปรเหล่านั้นได้ครบถ้วนทุกประการ

3. แนวความคิดเกี่ยวกับ 7P กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ

จากการศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้จึงได้สรุปเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยรวมเอาหลักการที่สำคัญ ๆ มาเป็นแนวทางในการทำการวิจัยและยึดหลักการแนวความคิดและทฤษฎีที่นักวิชาการหลาย ๆ ท่านได้บัญญัติเอาไว้ได้ดังนี้

- 1.1 ความหมายและคำจำกัดความที่เกี่ยวข้องกับ ตลาดบริการ
- 1.2 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ
- 1.3 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ

1.1 ความหมายและคำจำกัดความที่เกี่ยวกับตลาดบริการ

จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่าความหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ได้มีนักวิชาการหลาย ๆ ท่านได้ให้ความหมายและคำจำกัดความเอาไว้จำนวนมาก โดยคำว่า ตลาดบริการก็ต้องสอดคล้องกับคำหลาย ๆ คำที่มีความหมายในวัตถุประสงค์เดียวกันแต่ใช้คำไม่เหมือนกัน ผู้วิจัยได้หยิบยกความหมายคำที่เกี่ยวข้องกับตลาดบริการมาโดยแบ่งออกได้ดังนี้

ความหมายของ “การบริการ” ได้มีนักวิชาการหลาย ๆ ท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “การบริการ” ไว้ดังนี้

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การบริการ ไว้ว่า หมายถึงการปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น การให้บริการ ใช้บริการ เป็นต้น

คำว่า “การบริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษ “Service” ในความหมายที่ว่า เป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น (ปลายฝัน สุขารมย์. 2534 : 21) ศัพท์ภาษาอังกฤษที่นิยมใช้ในความหมายใกล้เคียงกัน คือคำว่า “hospitality” ซึ่งพบใช้บ่อยในโรงแรมและมีความหมายที่ลึกซึ้งในทางปฏิบัติโดยเป็นการกระทำให้แก่ผู้อื่นในลักษณะของการปฏิบัติด้วยความเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด อบอุ่น และมีไมตรีจิต (นิคม จารุมณี. 2536 : 138)

สมุนา อยู่โพธิ์ (2534 : 331) ได้กล่าวถึง “การบริการ” หมายถึงกิจกรรมที่กระทำขึ้น หรือ จัดหาเพื่อสนองความต้องการของประชาชน และผู้ซื้อบริการไม้อาจนำมาทำการขายต่อได้ เป็นการขายความสามารถ ความรู้ และแรงงาน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 210) ได้ให้ความหมายของ “การบริการ” ว่าเป็น กิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า ตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

คอตเลอร์ (Kotler. 1998 : 77) กล่าวว่า “การบริการ” หมายถึงกิจกรรมหรือการปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่ง สามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลถึงความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้

เลททิเนน (Lwhtinen. 1983 : 21) กล่าวว่า “การบริการ” คือกิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

กรอนรูส์ (Gronroos. 1990 : 27) กล่าวว่า “การบริการ” หมายถึงกิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากนักน้อยจับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่ต้องทุกกรณีเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า และ/หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายนปัญหาลูกค้า

สมาคมการตลาดสหรัฐอเมริกา (AMA. 1986 : 22) (The American Marketing Association, AMA) ได้ให้ความหมาย “การบริการ” หมายถึงกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจ ซึ่งนำเสนอเพื่อขายโดยตรงหรือจัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า (Activities, benefits or satisfactions which are offered for sale, or are provided in connection with the sale of goods)

สแตนตัน (Stanton. 1981 : 441) ได้ให้ความหมายของ “การบริการ” ว่าเป็นกิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจ ด้วยลักษณะเฉพาะในตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องอยู่รวมกับการขายสินค้าหรือบริการใด การ

ให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตน แต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 42-43) ได้ระบุถึงคำจำกัดความของ “การบริการ” ไว้ว่าการบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวก หรือความสบายซึ่งความหมายได้มาจากการรวบรวมความคิดเห็นของบุคคลที่ปฏิบัติงานบริการต่าง ๆ

ศุภนิตย์ โชครัตนชัย (2536 : 13) ได้กล่าวว่า “การบริการ” เป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวกรวดเร็ว ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ซึ่งการให้บริการมีทั้งผู้ให้และผู้รับ ถ้าเป็นการบริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการไปแล้ว ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจเกิดความชื่นใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าวได้

ธีระเดช รุ่งมงคล (2542 : 2-3) ได้กล่าวว่า “การบริการ” หมายถึงการปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ

วัชรภรณ์ ชิวไศภิชฐ (2544:203) ได้ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึงกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่สามารถมองเห็นได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2540 : 330) ได้ให้ความหมายของการ “บริการ (Service)” ว่าเป็นได้ทั้งวัตถุประสงค์หลักในการซื้อขาย และเป็นส่วนเพิ่มที่สนับสนุนการซื้อสินค้าหรือบริการอื่น ผู้ให้บริการมีทั้งที่ดำเนินการเป็นธุรกิจ และเป็นหน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร (Non Profit Organization)

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้นโดยการบริการจะครอบคลุมถึงธุรกิจที่แสวงหาผลกำไรและธุรกิจที่ไม่แสวงหาผลกำไร ด้วยความหมายของการบริการที่เกี่ยวกับ “การบริการการเชิงพาณิชย์” ที่ได้รับการนิยามในปัจจุบันมีดังนี้

ธีระเดช รุ่งมงคล (2542 : 2) กล่าวว่า “อุตสาหกรรมบริการ” มีความหมายการประกอบกิจกรรมเพื่อให้เกิดประโยชน์ ความพึงพอใจ และอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการโดยใช้แรงงานเป็นหลัก ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของบริการเพียงอย่างเดียว หรือมีสิ่งอื่นประกอบด้วยก็ได้

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2540 : 63) ได้กล่าว “ธุรกิจบริการ (Service industries)” ว่าเป็นธุรกิจที่ต้งขึ้นมาโดยวัตถุประสงค์ในการให้บริการแก่ผู้บริโภค ได้แก่ กิจการโรงแรม กิจการท่องเที่ยว กิจการสื่อสาร กิจการขนส่ง กิจการเหล่านี้ จำเป็นต้องมีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก เพื่อนำมาใช้เป็นองค์ประกอบสำหรับการให้บริการแก่ลูกค้าในธุรกิจของตน

สรุปได้ว่า คำว่า “การบริการเชิงพาณิชย์” เป็นคำที่แปลความหมายของ การบริการในธุรกิจต่าง ๆ หรือประเภทของธุรกิจเฉพาะด้าน เช่น ตลาดบริการ อุตสาหกรรมการบริการ ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นต้น ความหมายของ “การตลาดบริการ” มีนักวิชาการหลาย ๆ ท่านได้ให้ความหมายของ “การตลาดบริการ” ไว้ดังนี้

วัชรารักษ์ ชิวโกภิชฐ (2544 : 572) ได้ให้ความหมายของ “การตลาดบริการ” (Service Marketing) เป็นการศึกษาการตลาดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นบริการเพื่อจะทำให้เราได้ทราบเมื่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันแล้ว การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แตกต่างกันแล้ว มีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การกระจายสินค้ารวมทั้งการส่งเสริมการตลาด

คณะกรรมการสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ว่าการตลาดหมายถึงการปฏิบัติงานทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ในการทำให้สินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้สินค้าและบริการ จากทัศนะดังกล่าวข้างต้นเป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือจัดให้มีการบริการจากผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการและยังมีความหมายรวมถึงตลาดบริการหรือธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นตลาดที่ไม่มีสินค้าผู้ผลิตหรือผู้ขายคือผู้ให้บริการ

สรุปได้ว่า การตลาดบริการ เป็นการตลาดที่ไม่เน้นผลิตภัณฑ์อย่างเดียวแต่จะเน้นการบริการควบคู่กับผลิตภัณฑ์เพื่อจะจะให้เหมาะสมกับธุรกิจที่ทำอยู่และเพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้รับบริการนั่นเอง

1.2 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

โดยวิชาหลักการตลาด หลักการจัดการในเรื่องการตลาดสินค้าสามารถนำมาปรับใช้กับการจัดการในเรื่องตลาดบริการได้ แต่เนื่องจากตลาดบริการมีลักษณะที่แตกต่างตลาดสินค้าอยู่บ้างบางประการซึ่งทำให้การพิจารณาส่วนผสมทางการตลาดของตลาดบริการสำหรับการจัดทำโปรแกรมทางการตลาดในธุรกิจบริการย่อมยากกว่าและจำเป็นต้องใช้ทักษะในการบริการที่แตกต่างจากตลาดสินค้าตลอดจนต้องมีความละเอียดรอบคอบในเรื่องการจัดกระบวนการทางการตลาด และ มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงกลยุทธ์ การตลาดสำหรับธุรกิจบริการไว้ดังนี้

ระมิต ฝ่ายริย์ (2530 : 230-239) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดบริการประกอบด้วย การจัดโปรแกรมสำหรับตลาดบริการ การวิเคราะห์ตลาดบริการ การวางแผนพัฒนาบริการ การกำหนดราคาบริการ การกำหนดช่องทางจำหน่ายบริการ การส่งเสริมการขายบริการ

พิไลวรรณ ประกอบผล (2534 : 323-324) ได้นำส่วนผสมทางการตลาด (4'P) มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจบริการได้ดังนี้ (1) การวางแผนผลิตภัณฑ์บริการ (2) ด้านราคา (3) ด้านการจัดจำหน่ายของธุรกิจบริการ (4) การส่งเสริมการขาย

สมมนา อยู่โพธิ์ (2536 : 8-9) ได้กล่าวแนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่กับตลาดบริการโดยโปรแกรมทางการตลาดจะเริ่มจากขั้นที่ 1 การวิเคราะห์และการวางแผน ขั้นที่ 2 การพัฒนาบริการที่จะเสนอขายว่าจะเสนอบริการอะไร ขั้นที่ 3 การกำหนดช่องทางการจำหน่าย ขั้นที่ 4 การกำหนดราคา ขั้นที่ 5 การส่งเสริมการจำหน่าย และได้สรุปตลาดบริการได้ 4 ขั้น ดังนี้ (1) การพัฒนาและนโยบายผลิตภัณฑ์บริการ (2) การกำหนดราคาสำหรับบริการ (3) การจำแนกแจกจ่ายบริการ (4) การส่งเสริมบริการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 341-343) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดว่ามียุทธศาสตร์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาดของการบริการประกอบด้วย การสร้างบริการ การตั้งราคาค่าบริการ การจัดจำหน่ายบริการ การส่งเสริมการจำหน่ายบริการ (4Ps) ในทางการตลาดใช้ได้กับการตลาดสินค้าและบริการเท่า ๆ กันและเพื่อให้การพิจารณาธุรกิจบริการมีความสะดวกขึ้นนักวิชาการสมัยใหม่แนะนำการตลาดบริการประกอบด้วยตลาด 3 ประเภท คือ

1. External marketing เป็นตลาดภายนอกที่ทางบริษัทต้องทำเช่น เตรียมบริการ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้กับการบริการเพื่อส่งให้กับลูกค้า

2. Internal marketing เป็นตลาดภายในเช่นการฝึกอบรมพนักงานและจูงใจพนักงานในการให้บริการ

3. Interactive marketing เป็นเรื่องความชำนาญของพนักงานในการบริการด้านคุณภาพทางเทคนิค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 212) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ตลาดสำหรับธุรกิจบริการว่ามีรูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการในธุรกิจบริการ (Three types of marketing strategy in the service business) การตลาดธุรกิจบริการจึงต้องใช้เครื่องมือ ดังนี้

1. การตลาดภายใน (Internal marketing) ประกอบด้วย การสร้างการจูงใจให้พนักงานขายบริการ การสนับสนุนการให้บริการของพนักงาน การร่วมกันทำงานเป็นทีมเพื่อความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. การตลาดภายนอก (External marketing) ประกอบด้วย การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) ประกอบด้วย การสร้างคุณภาพการบริการให้เป็นที่เชื่อถือเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า

สรุปได้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจบริการสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดสินค้ามาใช้ได้คือ 4P แต่มีนักวิชาการได้มีความคิดเห็นว่ากลยุทธ์การตลาดในธุรกิจบริการที่แตกต่างกันไป ผู้วิจัยจึงได้กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจบริการที่สำคัญได้ดังนี้

1. กระบวนการจัดการด้านการตลาด จะเริ่มจากการวิจัยและวางแผนการตลาดต่อจากนั้นจึงมีการพิจารณาส่วนผสมทางการตลาดของการบริการ ซึ่งแตกต่างไปจากเรื่องสินค้าบ้างเล็กน้อย ดังนี้

1.1 การวิจัยและการวางแผนการตลาด (Market analysis and market planning) การวิจัยตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับการบริหารและจัดการตลาดบริการทำให้ผู้บริหารการตลาดสามารถตัดสินใจเลือกและกำหนดส่วนผสมทางการตลาดได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการตลาดในปัจจุบัน โดยจะให้ความสนใจเรื่องทัศนคติ เหตุจูงใจของประชากร และรายได้ของลูกค้า ซึ่งจะเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และกำหนดความต้องการในการตลาดบริการ

1.2 การวางแผนและพัฒนาธุรกิจบริการ (Planning and Developing the service) กลยุทธ์การให้บริการนั้นจะต้องคิดค้นหาวิธีการหรือการปรับปรุงให้การบริการแปลก ๆ ใหม่ ๆ บริการที่ไม่เหมือนใคร บริการที่ดีกว่าคู่แข่ง บริการที่ประทับใจเกินความคาดหวังของลูกค้าบริการที่ถูกว่าคู่แข่ง ตลอดจนบริการที่ให้ความสะดวกสบายและรวดเร็วแก่ลูกค้ามากกว่าคู่แข่งในธุรกิจบริการชนิดเดียวกัน ย่อมทำให้ธุรกิจบริการมีโอกาสประสบความสำเร็จได้

1.3 การพัฒนากลยุทธ์บริหารงานบริการ จะเป็นการพัฒนากลยุทธ์บริการให้สามารถให้บริการตามลูกค้าต้องการได้ ระบบการให้บริการกับลูกค้าขึ้นอยู่กับเวลาในการมาขอรับบริการผู้บริหารจึงต้องใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างในการให้บริการ

2. กลยุทธ์การกำหนดราคาค่าบริการ (Pricing in Service Product) เป็นส่วนประกอบสำคัญของส่วนผสมทางการตลาด ราคา เป็นจำนวนเงินที่ผู้ซื้อจ่ายสำหรับการซื้อสินค้าหรือบริการ ราคาอาจจะมีชื่อเรียกได้หลายอย่างแตกต่างกันตามชนิดของการบริการเช่น ค่าเล่าเรียน ค่าแรง ค่าเช่าบ้าน ค่ารักษาพยาบาล เป็นต้น ผู้ทำหน้าที่กำหนดราคาต้องตัดสินใจว่าราคที่เหมาะสม ควรเป็นราคาค่าบริการและยินดีที่จะให้บริการดี ในการกำหนดราคาผู้บริหารการตลาดบริการจะต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ 4 ประการดังนี้

2.1 เมื่อมีการแนะนำบริการหรือเปิดให้บริการเป็นครั้งแรกจึงต้องมีการกำหนดราคาค่าบริการ

2.2 การเปลี่ยนแปลงราคาเพิ่มขึ้นหรือลดลงเนื่องมาจากสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องหรือปัจจัยในการกำหนดราคามีการเปลี่ยนแปลง

2.3 มีคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันและคู่แข่งเปลี่ยนแปลงราคา จึงทำให้ต้องมีการปรับราคาเพื่อความเหมาะสมกับสภาพทางการตลาด

2.4 มีกิจกรรมให้บริการหลายชนิดในธุรกิจเพื่อความเหมาะสมในทางการตลาด จึงต้องมีการปรับราคาค่าบริการและสินค้าทั้งหมด รวมทั้งต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับหลายกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลงจึงต้องมีการพิจารณาและทบทวนจนปรับปรุงค่าบริการของแต่ละกิจกรรมให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

3. กลยุทธ์การจัดจำหน่ายบริการหรือการจัดช่องทางจำหน่ายบริการ (Service Distribution) เป็นการจัดสถานที่สำหรับให้ลูกค้ามารับบริการ ส่วนมากการขายบริการหรือจัดระบบช่องทางการจำหน่ายบริการมักจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายขายโดยตรงจากผู้ให้บริการไปยังผู้ใช้ ธุรกิจบริการจะไม่นิยมการใช้คนกลางเหมือนกับธุรกิจขายสินค้าโดยจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าในการมารับบริการ

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Service Marketing Promotion) การส่งเสริมการขายบริการโดยการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การส่งเสริมการขายตลาดบริการเป็นการพยายามที่จะแจ้งเรื่องเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคได้ทราบโดยพยายามชักจูงให้ผู้บริโภคเลือกซื้อบริการที่ผู้ให้บริการเสนอขายขอบข่ายของการส่งเสริมการตลาดบริการจึงเน้นหนักไปด้านการสื่อสารกับผู้บริโภคหรือลูกค้าโดยใช้เครื่องมือติดต่อสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication tools) และพยายามที่จะกระตุ้นหรือเร้าใจให้ผู้บริโภคสนใจและหันมาซื้อบริการที่เสนอขายเช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การแพร่ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น นอกจากนี้วิชาการหลายสมัยใหม่แนะนำการตลาดบริการประกอบไปด้วยการตลาด 3 ประเภท (The types of marketing strategy in the service business) ประกอบด้วย

4.1 การตลาดภายใน (Internal marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายบริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

4.2 การตลาดภายนอก (External marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า

4.3 การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) หมายถึงการสร้างคุณภาพ บริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการโดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. คุณภาพด้านเทคนิค (Technical quality)
2. คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional quality)
3. คุณภาพการบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ (Search quality)
4. คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience quality)
5. คุณภาพความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง (Credence quality)

1.3 การบริหารธุรกิจบริการ

การบริหารธุรกิจบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541)

บริการ (Service) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งกล่าวถึงประเภทบริการ ลักษณะของบริการ และการใช้เครื่องมือการตลาด กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจ และการบริหารธุรกิจบริการ

<u>บริการโดยใช้เครื่องมือ</u>		
อัตโนมัติ	ดำเนินการโดยใช้บุคคล	ดำเนินการโดยใช้
- เครื่องล้างรถอัตโนมัติ - เครื่องจักรอัตโนมัติ	- โรงภาพยนตร์ - แท็กซี่	- สายการบิน
<u>บริการโดยใช้แรงงานคน</u>		
แรงงานที่ไม่ชำนาญ	แรงงานที่มีความชำนาญ	มืออาชีพ
- บริการล้างห้องน้ำ - ตัดหญ้า - แยกหาม	- ช่างก่อสร้าง - ช่างประปา	- สายการบิน - นักกฎหมาย

ภาพประกอบ 3 แสดงการจัดประเภทธุรกิจการให้บริการตามเกณฑ์การใช้เครื่องมือและการใช้แรงงาน

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า 34.

ลักษณะของการบริการ และการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาด

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพ และประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารสัญลักษณ์ และราคาสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมืออุปกรณ์ (Equipment) อุปกรณ์จะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Communication) สื่อโฆษณา และเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิต และการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งรายเรื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิต และบริโภคในเวลาเดียวกันทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ (Marketing Mix) หมายถึงการมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องที่เรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย 4P โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง การมีราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินดีจ่าย เพราะมองว่าคุ้มค่า

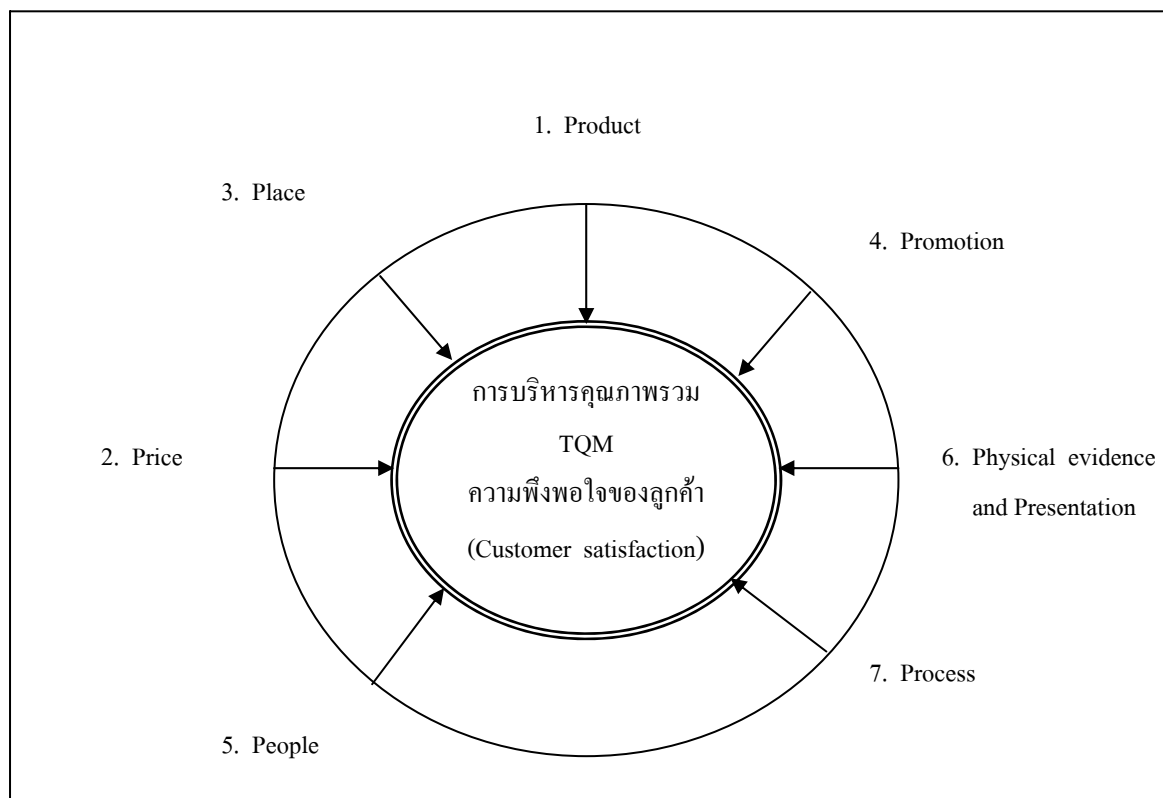
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดจำหน่าย การกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และให้ความสะดวกแก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการใช้ความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบสินค้าและบริการและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง การส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การขายด้วยตัวบุคคล

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันอยู่แข่งขัน พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (TQM) เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือประโยชน์อื่น ๆ

7. กระบวนการต่าง ๆ (Processes) เพื่อส่งคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction) โดยแสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service)



ภาพประกอบ 4 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า 337.

สรุปได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ คือ 4P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence presentation) และกระบวนการ (Process) แสดงได้ดังนี้

4'P ใช้กับสินค้าและบริการ
(Goods and Service)



- 1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2. ราคา (Price)
- 3. การจัดจำหน่าย (Place)
- 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

7'P ให้กับบริการ
(Service)



- 1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2. ราคา (Price)
- 3. การจัดจำหน่าย (Place)
- 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 5. บุคคล (People) , พนักงาน (Employee)
- 6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence presentation)
- 7. กระบวนการ (Process)



ภาพประกอบ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ 4'P และส่วนผสมทางการตลาดสำหรับบริการ 7'P

4. ประวัติโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

4.1 ประวัติโรงเรียน

โรงเรียนเปิดให้ทำการเรียนการสอนจัดตั้งขึ้นเป็นโรงเรียนอาชีวศึกษา ใช้ชื่อว่า โรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ โดยมีนายชวลิต เบ็ญจาทิกุลเป็นผู้รับใบอนุญาตมีนางบังอร เบ็ญจาทิกุล เป็นผู้จัดการ แต่เมื่อผู้รับใบอนุญาตถึงแก่กรรมลง ได้จัดตั้งผู้ขอใบอนุญาตเป็นนางบังอร เบ็ญจาทิกุล เป็นผู้รับใบอนุญาตแทน และให้นายดวงฤทธิ์ เบ็ญจาทิกุล เป็นผู้อำนวยการ พร้อมทั้งมีนายปรการ เกิดมีสุข เป็นอาจารย์ใหญ่

โรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งเมื่อปี พุทธศักราช 2540 โดยท่านผู้อำนวยการ ชวลิต เบ็ญจาทิกุล ได้เล็งเห็นความสำคัญของเยาวชน ที่สนใจในวิชาชีพเป็นจำนวนมาก จึงได้เปิดโรงเรียนเพื่อรองรับความขาดแคลน จากความต้องการดังกล่าว ได้เปิดรับ

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ประเภทวิชาพาณิชยกรรม สาขาวิชาพาณิชยกรรม กลุ่มวิชาการบัญชี การขาย คอมพิวเตอร์ และประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม สาขาวิชาช่างยนต์ ช่างไฟฟ้ากำลัง ช่างเทคนิคสถาปัตยกรรม ใช้หลักสูตรของกรมอาชีวศึกษา

- พ.ศ. 2540 ได้เริ่มนำอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้นักเรียนได้ฝึกฝนทักษะ โดยสร้างห้องคอมพิวเตอร์ 1 ห้อง ห้องปฏิบัติการทางภาษา 1 ห้อง และพิมพ์ดีดไทย 1 ห้อง

- พ.ศ. 2541 (ปลายปี) ได้ปรับปรุงอัฟเกรดคอมพิวเตอร์ให้เป็นรุ่นใหม่ตามสมัยเหตุการณ์ปัจจุบัน

- พ.ศ. 2542 ได้ปรับปรุงสนามกีฬาโรงเรียนโพธิ์เทคนิคพนิชย์กรุงเทพ ให้เป็นสนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน และได้สร้างอาคารเรียนของแผนกช่างยนต์ เป็นอาคารโครงสร้างเหล็กสูง 2 ชั้น ไว้สำหรับเรียนวิชาภาคปฏิบัติของแผนกช่างยนต์ และได้ติดตั้งระบบ อินเทอร์เน็ต ให้นักศึกษาได้ศึกษาหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก เพื่อเป็นวิสัยทัศน์อันกว้างไกล

- พ.ศ. 2543 ได้เพิ่มเทคโนโลยีที่ทันสมัยคือเพิ่มห้องคอมพิวเตอร์อีกจำนวน 1 ห้องและเพิ่มห้องพิมพ์ดีดไฟฟ้า 1 ห้อง เพื่อให้เพียงพอแก่ผู้เรียน และได้ปรับปรุงอัฟเกรดคอมพิวเตอร์รุ่นเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้เป็นรุ่นใหม่ตามสมัยเหตุการณ์ปัจจุบัน

- พ.ศ. 2544 โรงเรียนได้จัดการบำรุงซ่อมแซมอาคารมาโดยตลอด พร้อมทั้งจัดสร้างห้องประชุมชั้นสองขึ้นเพื่อรองรับกับการประชุมผู้ปกครอง และสามารถปรับเป็นห้องเรียนในตัวได้ พร้อมทั้งซื้อเครื่องมือในการเรียนการสอนให้กับนักเรียนได้เรียนในทุกแผนกทุกปี และสร้างเครื่องมือที่สามารถนำมาเป็นสื่อการสอนได้ซึ่งเกิดจากผลงานของนักเรียนในทุกแผนกด้วย

- พ.ศ. 2545 โรงเรียนได้สร้างรั้วโรงเรียนเพื่อให้ความคงทนและถาวรบริเวณรอบโรงเรียน พร้อมกับได้จัดตั้ง ป้อมด้านหน้าโรงเรียนขึ้น พร้อมทั้งจัดบริเวณ เขตด้านรอบๆโรงเรียนให้มีความสดชื่นด้วยการปลูกต้นไม้ยืนต้น หลายชนิด จัดสร้างซุ้มเรือนไม้บริเวณจุดต่างๆหน้าสนามให้เกิดความอบอุ่นเหมือนบ้านนักเรียน และสร้างสัญลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะในเรื่องห้องน้ำสะอาดเสมอซึ่งจะทำหลังพักทุกครั้ง

- พ.ศ. 2546 ทางโรงเรียนได้จัดทำพื้นอาคารชั้นล่างด้วยกระเบื้อง เพื่อให้เกิดความสวยงามและดำเนินการทาสีอาคารทั้งหลัง พร้อมมีการดำเนินการซ่อมระบบบานประตูห้องเรียน และห้องน้ำ และดำเนินการปูกระเบื้องให้แผนกไฟฟ้าเพิ่มเติมอีกจำนวน 1 ห้อง ดำเนินการจัดสร้างเสาธงชาติของโรงเรียนใหม่ ให้อยู่ด้านหน้าอาคารโรงเรียน ปรับพื้นเสาไฟฟ้า 4 เสาใหม่ เพื่อเพิ่มแสงสว่างเพียงพอให้กับบริเวณทางเดิน

- พ.ศ. 2547 โรงเรียนทำการปูกระเบื้องห้องเรียนในชั้น 2 ให้สวยงามทุกห้อง และจัดการซื้อเครื่องมือของแผนกช่างยนต์เพิ่มเติม รวมถึงแผนกไฟฟ้า และแผนกสถาปัตยกรรม ในด้านของแผนกบริหารธุรกิจมีการดำเนินจัดซ่อมแซมเครื่องพิมพ์ดีดเป็นประจำทุกปี

- พ.ศ. 2548 โรงเรียนได้จัดสร้างและทำการปรับปรุงพื้นที่บริเวณองค์พระวิษณุกรรม พร้อมทั้งปรับปรุงห้องผู้อำนวยการบริเวณชั้น 2 ของอาคารเรียน และดำเนินการจัดรูปแบบของห้องพักครู ห้องทะเบียนวัดผล ห้องธุรการ อยู่ในรูปแบบใหม่เพื่อให้ความสะดวกในการติดต่อกับทาง

โรงเรียน และดำเนินการจัดซื้อรถตู้ 1 คัน เพื่อใช้ในงานกิจกรรมต่าง ๆ ของทางโรงเรียนการปรับปรุงห้องคอมพิวเตอร์ใหม่ โดยซื้อเครื่องมาเพิ่มอีกเป็นจำนวน 10 เครื่อง

4.2 ขนาดและที่ตั้ง

โรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 136/13 ถนนตลิ่งชัน-สุพรรณบุรี ซ. สวนผัก แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10170 โทรศัพท์มีดังนี้

0-2885-1793-4 ต่อ 11 ผู้อำนวยการสถานศึกษา
0-2885-1793-4 ต่อ 17 อาจารย์ใหญ่
0-2885-1793-4 ต่อ 14 ประชาสัมพันธ์สถานศึกษา
02-885-1793-4 ต่อ 13 ฝ่ายธุรการ การเงิน
0-2448-0917 ฝ่ายทะเบียนและวัดผล

โทรสาร 0-2885-179 Website : www.Poly.ac.th

4.3. สภาพปัจจุบันของโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ

ตาราง 1 แสดงจำนวนผู้เรียนและบุคลากรของโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ ประจำปีการศึกษา 2550

ระดับชั้น	จำนวนผู้เรียน			
	ชาย	หญิง	รวม	คิดเป็นร้อยละ
ปวช. 1	265	88	353	21.07
ปวช. 2	370	122	492	29.37
ปวช. 3	355	88	443	26.45
รวม	990	298	1,288	76.89
ปวส. 1	68	46	114	6.81
ปวส. 2	189	84	273	16.30
รวม	257	130	387	23.11
รวมทั้งหมด	1,247	428	1,675	100

ที่มา : โรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ, งานทะเบียน (2550, 10 มิถุนายน). จำนวนผู้เรียนและบุคลากรของโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ ประจำปีการศึกษา 2550

หมายเหตุ ระดับ ปวช. ร้อยละ 76.89
 ระดับ ปวส. ร้อยละ 23.11

ตาราง 2 แสดงจำนวนครู จำแนกตามเพศและวุฒิการศึกษา

ประเภทวุฒิการศึกษา	เพศ		รวม	คิดเป็น ร้อยละ
	ชาย	หญิง		
1.ปริญญาโท	2	-	2	4.76
2.ปริญญาตรี	34	5	39	92.86
3.อนุปริญญา	1	-	1	2.38
รวมทั้งหมด	37	5	42	100

ที่มา : โรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ, งานบุคลากร (2550, 10 มิถุนายน). จำนวนครู จำแนกตามเพศและวุฒิการศึกษา

4.4 วิสัยทัศน์ (Vision)

เน้นทางด้านผลสัมฤทธิ์ ให้มีผลงานเป็นรูปธรรม เน้นให้นักศึกษามีสภาพจิตใจที่มีคุณธรรมกล้าแกร่งพร้อมฟันฝ่าต่อสู้อุปสรรคทั้งหมดไม่ท้อแท้ พร้อมต่อสู้ชีวิต

4.5 พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนาระบบการจัดการศึกษาให้ชัดเจน สอดคล้องกับปรัชญา และนโยบายของโรงเรียน
2. พัฒนาการเรียนการสอน โดยเน้นนักเรียนเป็นศูนย์กลาง
3. พัฒนาการใช้สื่อการเรียนการสอน อย่างเต็มตามศักยภาพของผู้เรียน
4. พัฒนาคุณธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรม อันดีงามของไทย
5. พัฒนาด้านสุขภาพ พละนาามัย ให้แก่นักเรียน นักศึกษา
6. พัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ คุณธรรมในวิชาชีพ และแสดงความรู้อย่างต่อเนื่อง
7. พัฒนาสิ่งแวดล้อมให้มีบรรยากาศเหมาะสมต่อการเรียนการสอน ร่มรื่น ปลอดภัย

4.6 ปรัชญาโรงเรียน

“เรียนดี กีฬาเด่น เน้นคุณธรรม กิจกรรมมากมาย”

4.7 กิจกรรมและผลงานดีเด่นของโรงเรียนโปลีเทคนิคพิษณุพนธ์กรุงเทพ

1. รางวัลทำประโยชน์เพื่อสังคมดีเด่น จาก ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ชวน หลีกภัย
2. รางวัลชนะเลิศฟุตบอล สพก. รุ่นอายุไม่เกิน 16 ปี ประเภท ข ปีการศึกษา 2548
3. รางวัลเหรียญทองแดงฟุตบอล กทม. รุ่นอายุไม่เกิน 19 ปี ปีการศึกษา 2548
4. รางวัลตำแหน่งอันดับ 3 การแข่งขันกีฬาสีทช็อกเกอร์ รุ่นอายุไม่เกิน 18 ปี ปีการศึกษา 2549
5. รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 1 (เหรียญเงิน) การแข่งขันฟุตบอล กทม. รุ่นอายุ 16 ปี ปีการศึกษา 2550
6. การแข่งขันกีฬาฟุตบอล กทม. ลีก (ได้อันดับที่ 7 จาก 18 ทีม) ปี 2550
7. รางวัลเกียรติบัตรวิชาชีพเหรียญทองแดงการแข่งขันทักษะวิชาชีพครั้งที่ 20 แผนกบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี ประจำปีการศึกษา 2548
8. รางวัลเกียรติบัตรวิชาชีพเหรียญทองการแข่งขันทักษะวิชาชีพครั้งที่ 21 ของกรมอาชีวศึกษา สาขาการบัญชี ประจำปีการศึกษา 2549

4.8 ประสิทธิภาพของนักเรียน

1. หน้าที่การงานดีเด่น

- 1.1 นายกเทศมนตรี อำเภอปลายบาง จ.นนทบุรี
- 1.2 สมาชิกสภาจังหวัด นนทบุรี
- 1.3 วิศวกรระบบ บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทยสังกัดกระทรวงคมนาคม
- 1.4 เลขานุการ สมาองค์การบริหารส่วนตำบลบางสีทอง อำเภอบางกรวย จ.นนทบุรี (อบต.)
- 1.5 นายช่าง 6 องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย
- 1.6 นายช่าง 4 องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย
- 1.7 พนักงานสนาม 2 การไฟฟ้านครหลวง เขตสามเสน
- 1.8 ผู้จัดการทั่วไป บริษัทซี.บี. ดีเวลลอปเม้นท์ กรุป จำกัด
- 1.9 เจ้าหน้าที่พัสดุ สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม
- 1.10 นายกเทศมนตรี อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
- 1.11 ผู้จัดการศูนย์บริการรถยนต์นิสสัน เขต ปทุมธานี

2. ผลการสอบเข้าสถานศึกษาของภาครัฐ

- 2.1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- 2.2 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 2.3 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณลาดกระบัง
- 2.4 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลปทุมธานี

- 2.5 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
- 2.6 มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง
- 2.7 สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมตตา ศรีสุข (2546 : 151) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) พบว่า ผู้เรียนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) แตกต่างกัน

ทิวากร เหล่าลือชา (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ และสาขาที่เลือกเรียน ของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนไม่แตกต่างกัน

ชนิดา จันทร์ธีรยุทธ์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการเรียน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตวิชาเอกการบัญชี ของนิสิตระดับปริญญาตรี ภาคปกติ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นิสิตมีความพึงพอใจในการเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสื่อการเรียน การสอน อยู่ในระดับน้อย ส่วนด้านอื่นๆ อยู่ในระดับมาก

สมนึก วิเศษสมบัติ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของสถาบันราชภัฏเพชรบุรี ซึ่งการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานรายด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านการวิชาการ ด้านงานกิจการนักศึกษา และด้านอาคารสถานที่ และรวมทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง และ นักศึกษาที่มีเพศต่างกันและที่เรียนโปรแกรมวิชาต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักศึกษาที่ชั้นปีที่ศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สุกานดา ศรีไตรรัตน์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุขจักรวรรดิ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุขจักรวรรดิ อยู่ในระดับพึงพอใจ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “เรื่อง ทศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ” โดยมีเนื้อหาสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้เรียนระดับปวช. และ ปวส. ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันของโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ จำนวน 1,675 คน (ข้อมูลจากแผนกทะเบียนของโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ ในเดือน มิถุนายน 2550)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันของโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ โดยคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรแน่นอน (ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น) โดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane. 1970 : 580-587) ได้สูตรดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมด ที่ยอมรับได้

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดเท่ากับ 5% หรือ .05 (ใช้ค่าความเชื่อมั่น 95%) ได้ผลการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{1675}{1 + 1675(0.05)^2} = 323 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 323 คน สุ่มไว้ 77 คนรวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน (Probability sampling) โดยแบ่งวิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากประชากร ที่เป็นนักเรียนในโรงเรียนแห่งนี้ ซึ่งมีทั้งสิ้น 1,675 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่างหาได้จากตารางดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนตัวอย่างแต่ละระดับการเรียนรู้

ระดับการศึกษา	จำนวนประชากร ในแต่ละระดับ การศึกษา	จำนวนขนาดของกลุ่ม ตัวอย่างในแต่ละระดับ การศึกษา	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง
1. ปวช. 1	353	$\frac{353}{1675} \times 400 = 85$	85
2. ปวช. 2	492	$\frac{492}{1675} \times 400 = 117$	117
3. ปวช. 3	443	$\frac{106}{1675} \times 400 = 106$	106
4. ปวส. 1	114	$\frac{114}{1675} \times 400 = 27$	27
5. ปวส. 2	273	$\frac{273}{1675} \times 400 = 65$	65
รวม	1,675		400

ขั้นตอนที่ 2 ใช้การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อสุ่มตัวอย่างจากนักเรียนแต่ละกลุ่มตามขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับการศึกษาได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ปวช. 1	85 คน
2. ปวช. 2	117 คน
3. ปวช. 3	106 คน
4. ปวส. 1	27 คน
5. ปวส. 2	65 คน
รวม	400 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้ในการวัดทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์ กรุงเทพมหานคร แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 4 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal) ได้แก่

1.1 ชาย

1.2 หญิง

ข้อที่ 2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

2.2 20-24 ปี

2.3 25 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

3.1 ปวช. 1

3.2 ปวช. 2

3.3 ปวช. 3

3.4 ปวส. 1

3.5 ปวส. 2

ข้อที่ 4. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

5.2 10,001-15,000 บาท

5.3 15,001-20,000 บาท

5.4 20,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพฯ ซึ่งวัดทัศนคติในด้านต่าง ๆ ดังนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร หรือ พนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ จำนวน 19 ข้อ ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยมีสเกลอยู่ 4 ระดับ ดังนี้

<u>ทัศนคติของผู้เรียน</u>	<u>เท่ากับ</u>
ดีมาก	4
ดี	3
ดีน้อย	2
ดีน้อยมาก	1

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงระหว่างชั้น (Interval)} &= \frac{\text{Range}(R)}{\text{Class}(C)} \\
 &= \frac{4-1}{4} \\
 &= 0.75
 \end{aligned}$$

เกณฑ์คะแนนของค่าเฉลี่ย เกี่ยวกับทัศนคติ แบ่งออกเป็น 4 ระดับ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปร ดังต่อไปนี้

<u>คะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับทัศนคติ</u>
3.26 – 4.00	ดีมาก
2.51 – 3.25	ดี
1.76 – 2.50	ไม่ดี
1.00 – 1.75	ไม่ดีมาก

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพัฒนศึกษากรุงเทพมหานคร 1 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดโดยมีการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยมีสเกลอยู่ 4 ระดับ ดังนี้

<u>ระดับความพึงพอใจ</u>	<u>เท่ากับ</u>
พึงพอใจอย่างมาก	4
พึงพอใจ	3
ไม่พึงพอใจ	2
ไม่พึงพอใจอย่างมาก	1

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงระหว่างชั้น (Interval)} &= \frac{\text{Range}(R)}{\text{Class}(C)}
 \end{aligned}$$

$$= \frac{4-1}{4}$$

$$= 0.75$$

ดังนั้น เกณฑ์คะแนนของค่าเฉลี่ย เกี่ยวกับความพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 4 ระดับ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปร ดังต่อไปนี้

<u>คะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความพึงพอใจ</u>
3.26 – 4.00	พึงพอใจอย่างมาก
2.51 – 3.25	พึงพอใจ
1.76 – 2.50	ไม่พึงพอใจ
1.00 – 1.75	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. รวบรวมเนื้อหาที่ได้จากเอกสารเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคม กรุงเทพมหานคร โดยโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

2.1 ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน จำนวน 4 ข้อ

2.2 ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติ ของผู้เรียนระดับ ปวช. และปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคม กรุงเทพมหานคร ซึ่งวัดทัศนคติในด้านต่าง ๆ ดังนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร หรือ พนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ จำนวน 19 ข้อ

2.3 ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคม กรุงเทพมหานครจำนวน 1 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อนำมาแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อนำมาแก้ไขให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้แก่ ความสอดคล้อง ความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษาที่ใช้

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบและแก้ไขให้สมบูรณ์ แล้วจึงนำไปทดลองสอบ

6. ทดสอบแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบเบื้องต้น (Try Out) กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน โดยทดสอบกับผู้เรียนโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคม กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลคล้ายคลึงกันทั้งนี้เพื่อนำมาหาความเชื่อมั่น โดย

ใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach (บุญชม ศรีสะอาด, 2538 : 174) ซึ่งค่าที่ได้จะอยู่ระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง จากการคำนวณได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.8450

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูล 2 แบบ คือ

3.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เรียนโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ โดยใช้ข้อมูลแบบสอบถามเพื่อวัดทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยจะกระทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้จัดทำหนังสือแนะนำตัว และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. ติดต่อประสานงานกับอาจารย์ผู้สอนโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ เพื่อขอความร่วมมืออนุญาตแจกแบบสอบถามแก่ผู้เรียน
3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนผู้เรียนโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพที่ต้องการวิจัย
4. ชี้แจงและอธิบายให้ผู้เรียนภาคสมทบเข้าใจวัตถุประสงค์และวิธีตอบแบบสอบถาม
5. แจกแบบสอบถามให้กับผู้เรียนโรงเรียนโปลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ จำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ศึกษา
6. ผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเพื่อตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วเก็บข้อมูลจริง
3. นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์
4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ไปแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

5. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

1.2 วิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจที่มีต่อโรงเรียนโสตเทคนิควิทยากรุงเทพ ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโสตเทคนิควิทยากรุงเทพ จำแนกตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์ด้วยสถิติการทดสอบ (t-test) สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มเป็นอิสระต่อกัน ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 2 กลุ่ม วิเคราะห์ด้วยสถิติการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับปวช. และ ปวส. ในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโสตเทคนิควิทยากรุงเทพ วิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

สถิติใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนความถี่}}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}} \times 100$$

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 34-35)

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์
 รัตน์. 2541 : 65)

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

เมื่อ S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum X^2)$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม

หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์
 อัลฟา (α - Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 449) โดยใช้สูตร
 ดังนี้

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

เมื่อ k แทน จำนวนคำถาม
 $\overline{\text{Covariance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่าง ๆ
 $\overline{\text{Variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistic) เพื่อทำ
 การทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นจะใช้สถิติ ดังนี้

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้
 สถิติ t-test ซึ่ง 2 กลุ่มดังกล่าวเป็นอิสระต่อกัน (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 80) ใช้ทดสอบ
 สมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านเพศ

กรณีความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน ($S^2_1 = S^2_2$) ใช้สูตร

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{S^2_p \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

ใช้ Degree of Freedom (df) เป็น $df = \frac{\left[\left(\frac{S^2_1}{n_1} \right) + \left(\frac{S^2_2}{n_2} \right) \right]^2}{\frac{\left(\frac{S^2_1}{n_1} \right)^2}{n_1^{-1}} + \frac{\left(\frac{S^2_2}{n_2} \right)^2}{n_2^{-1}}}$

กรณีความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างไม่เท่ากัน ($S^2_1 \neq S^2_2$) ใช้สูตร

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\left(\frac{(n_1^{-1})S^2_1 + (n_2^{-1})S^2_2}{(n_1 + n_2 - 2)} \right) \left(\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2} \right)}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t เพื่อทราบความมีนัยสำคัญ

$\overline{X}_1$, $\overline{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

S^2_1 , S^2_2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

n_1 , n_2 แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มตามตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) (บุญชม ศรีสะอาด. 2541 : 266 – 268)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

แหล่งของการแปรผัน	ผลรวมกำลังสอง	df	ค่าประมาณ ของความ แปรปรวน	F
	SS		MS	
ระหว่างกลุ่ม	SS_b	$k-1$	MS_b	MS_b
ภายในกลุ่ม	SS_w	$n-k$	MS_w	MS_w
ทั้งหมด	SS_T	$n-1$		

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

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

MS_b แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

$$MS_b = \frac{SS_b}{k-1}$$

$$MS_w = \frac{SS_w}{n-1}$$

SS_b แทน ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม

SS_w แทน ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม

k แทน จำนวนกลุ่ม

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

(k-1) Degree of freedom สำหรับความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

(n-1) Degree of freedom สำหรับความแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2545 : 332-333)

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{2MSE(1/n_i + 1/n_j)}$$

$n_i \neq n_j$

เมื่อ LSD แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากร กลุ่มที่ i และ j
MSE แทน	ค่า Mean Square Error (MS_w)
k แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
n แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
α แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

3.3 สถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลในระดับอันตรภาค (Interval scale) ขึ้นไป (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 72) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อ 2, 3

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum X$ แทน	ผลรวมของคะแนน X
$\sum Y$ แทน	ผลรวมของคะแนน Y
$\sum X^2$ แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$ แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$ แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่
n แทน	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของคำว่า r (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 437) คือ

- 1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
- 2) ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย

- 3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
- 4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
- 5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- 6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์.2541 : 324) มีดังนี้

- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.91-1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.71-0.90 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปาน

กลาง

- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัย เรื่อง “ทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพฯ” ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – distribution
F – prob., P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability) สำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom)
Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
Sig.2 tailed	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล
2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพฯ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพฯ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้เรียนที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคภาคพิษณุโลกแตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ Independent Sample t-test

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้เรียนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคภาคพิษณุโลกแตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One Way – ANOVA

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคภาคพิษณุโลกแตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One Way – ANOVA

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคภาคพิษณุโลกแตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One Way – ANOVA

สมมติฐานข้อที่ 5 ทศนคติของผู้เรียนโดยรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคภาคพิษณุโลก สถิติที่ใช้คือ สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	310	77.50
หญิง	90	22.50
รวม	400	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	283	70.80
20-24 ปี	76	19.00
25 ปีขึ้นไป	41	10.30
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ปวช. 1	92	23.00
ปวช. 2	144	36.00
ปวช. 3	62	15.50
ปวส. 1	48	12.00
ปวส. 2	54	13.50
รวม	400	100.00
4. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	167	41.80
10,001 - 15,000 บาท	109	27.30
15,001 - 20,000 บาท	71	17.80
20,001 บาท ขึ้นไป	53	13.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้เรียนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ผู้เรียนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.50 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 ระดับการเรียน ปวช. 2 จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80

2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ โดยรวม 7 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร หรือ พนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ พบว่า

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ
ปวส. โดยรวม

ทัศนคติของผู้เรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.70	0.61	ดี
ด้านราคา	2.75	0.70	ดี
ด้านการจัดจำหน่าย	2.79	0.74	ดี
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.44	0.72	ไม่ดี
ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	2.64	0.73	ดี
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.45	0.69	ไม่ดี
ด้านกระบวนการ	2.55	0.82	ดี
ทัศนคติโดยรวม	2.61	0.53	ดี

จากตาราง 5 พบว่าผู้เรียนมีทัศนคติโดยรวม อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร หรือ พนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ ผู้เรียนมีทัศนคติ อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70, 2.75, 2.79, 2.64 และ 2.55 ตามลำดับ ส่วน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้เรียนมีทัศนคติ อยู่ในระดับ ไม่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 และ 2.45 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ
ปวส. ด้านผลิตภัณฑ์

ทัศนคติของผู้เรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. ชื่อเสียงโดยรวมของโรงเรียน	2.97	0.84	ดี
2. ชื่อเสียงด้านความเชี่ยวชาญในการสอน โดยรวมของอาจารย์ผู้สอน	2.63	0.78	ดี
3. เทคนิคการสอนโดยรวมของอาจารย์ผู้สอน	2.61	0.83	ดี
4. คุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียน	2.66	0.80	ดี
5. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาเรียนที่ โรงเรียน	2.63	0.86	ดี
รวม	2.70	0.61	ดี

จากตาราง 6 พบว่าทัศนคติของผู้เรียนด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านชื่อเสียงโดยรวมของโรงเรียน ด้านคุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียน ด้านชื่อเสียงด้านความเชี่ยวชาญในการสอนโดยรวมของอาจารย์ผู้สอน ด้านความสะดวกสบายในการเดินทางมาเรียนที่โรงเรียน และด้านเทคนิคการสอนโดยรวมของอาจารย์ผู้สอน ทัศนคติของผู้เรียนอยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97, 2.66, 2.63, 2.63, และ 2.61 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านราคา

ทัศนคติของผู้เรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านราคา			
1. การผ่อนชำระค่าเล่าเรียน	2.78	0.82	ดี
2. มีทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	2.72	0.80	ดี
รวม	2.75	0.70	ดี

จากตาราง 7 พบว่าทัศนคติของผู้เรียนด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการผ่อนชำระค่าเล่าเรียน และด้านมีทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทัศนคติของผู้เรียน อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 และ 2.72 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านการจัดจำหน่าย

ทัศนคติของผู้เรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านการจัดจำหน่าย			
1. การขายใบสมัคร ณ ที่โรงเรียนฯ	2.84	0.81	ดี
2. การขายใบสมัครตามสถานที่ โรงเรียนเป้าหมาย	2.76	0.85	ดี
รวม	2.79	0.74	ดี

จากตาราง 8 พบว่าทัศนคติของผู้เรียนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการขายใบสมัคร ณ ที่โรงเรียนฯ และด้าน

การขายใบสมัครตามสถานที่โรงเรียนเป้าหมาย ทศนคติของผู้เรียน อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 และ 2.76 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ทัศนคติของผู้เรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. โรงเรียนมีการแจกอุปกรณ์การเรียนให้นักเรียนที่มาสมัคร	2.50	0.85	ไม่ดี
2. มีการจัดทำป้ายโฆษณาโปสเตอร์ตามสถานที่ต่าง ๆ	2.37	0.85	ไม่ดี
3. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ อย่างมากมาย	2.43	0.84	ไม่ดี
รวม	2.43	0.72	ไม่ดี

จากตาราง 9 พบว่าทัศนคติของผู้เรียนด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับไม่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านโรงเรียนมีการแจกอุปกรณ์การเรียนให้นักเรียนที่มาสมัคร และด้านมีการจัดทำป้ายโฆษณา โปสเตอร์ตามสถานที่ต่าง ๆ และด้านมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ อย่างมากมาย ทศนคติของผู้เรียนอยู่ในระดับ ไม่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50, 2.43 และ 2.37 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านบุคลากรหรือพนักงาน

ทัศนคติของผู้เรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านบุคลากรหรือพนักงาน			
1. เจ้าหน้าที่ของโรงเรียนให้บริการรวดเร็ว	2.55	0.80	ดี
2. มนุษย์สัมพันธ์ อธิบายไม่ตรีและมีน้ำใจในการให้บริการ	2.73	0.83	ดี
รวม	2.63	0.72	ดี

จากตาราง 10 พบว่าทัศนคติของผู้เรียนด้านบุคลากรหรือพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านมนุษยสัมพันธ์ อริยาไยไมตรีและมีน้ำใจในการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนให้บริการรวดเร็ว ทัศนคติของผู้เรียนอยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 และ 2.55 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ทัศนคติของผู้เรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านลักษณะทางกายภาพ			
1. ความทันสมัยของอาคารเรียนและห้องเรียน	2.36	0.88	ไม่ดี
2. ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งของโรงเรียนฯ	2.65	0.81	ดี
3. ความทันสมัยของ ห้องปฏิบัติการที่มี อุปกรณ์สื่อการสอน คอมพิวเตอร์ ห้องสมุด ห้องประชุม ห้องปฏิบัติการทางภาษา	2.39	0.89	ไม่ดี
4. คุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียน	2.66	0.80	ดี
5. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาเรียนที่ โรงเรียนฯ	2.63	0.86	ดี
รวม	2.70	0.61	ดี

จากตาราง 11 พบว่าทัศนคติของผู้เรียนด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับไม่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านความเหมาะสมของสถานที่ตั้งของโรงเรียน ทัศนคติของผู้เรียน อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 ส่วน ด้านความเพียงพอของสาธารณูปโภค เช่น จำนวนห้องน้ำ บริการน้ำดื่ม ฯลฯ ด้านความทันสมัยของห้องปฏิบัติการที่มีอุปกรณ์สื่อการสอน คอมพิวเตอร์ ห้องสมุด ห้องประชุม ห้องปฏิบัติการทางภาษา และด้านความทันสมัยของอาคารเรียนและห้องเรียน ทัศนคติของผู้เรียนอยู่ในระดับ ไม่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41, 2.39 และ 2.36 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านกระบวนการ

ทัศนคติของผู้เรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านกระบวนการ			
1. ขั้นตอนในการสมัครเรียนได้รับความสะดวกและรวดเร็ว	2.55	0.82	ดี
รวม	2.55	0.82	ดี

จากตาราง 12 พบว่า ทัศนคติของผู้เรียนด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ

ตาราง 13 แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์

ความพึงพอใจโดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ อย่างไร	2.86	0.93	พึงพอใจ

จากตาราง 13 แสดงว่าความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์ พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.86

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้เรียนที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ แตกต่างกัน
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้เรียนที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ
โรงเรียนโพลีเทคนิคพิษณุพนธ์กรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เรียนที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ
โรงเรียนโพลีเทคนิคพิษณุพนธ์กรุงเทพ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%
ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์
แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ
จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ชาย		หญิง		t	p- value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	2.96	0.94	2.50	0.79	4.29	.045*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของผู้เรียน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย 2
กลุ่ม (Independent t-test) พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มีค่า Probability
(p) เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติ
ฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้า
ศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิษณุพนธ์กรุงเทพ แตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมใน
การเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิษณุพนธ์กรุงเทพ มากกว่าเพศหญิงที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้เรียนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือก
เข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิษณุพนธ์กรุงเทพ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้เรียนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียน
โพลีเทคนิคพิษณุพนธ์กรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เรียนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียน
โพลีเทคนิคพิษณุพนธ์กรุงเทพ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ จำแนกตามอายุ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-prob
ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.121	0.707	1.596	0.190
	ภายในกลุ่ม	396	175.469	0.443		
	รวม	399	177.590			

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบอายุของผู้เรียน โดยใช้ค่า ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.190 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เรียน ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิษณุโลกแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิษณุโลก แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และการยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significance Difference

(LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ จำแนกตามระดับการศึกษา

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-prob
ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ระหว่างกลุ่ม	4	44.573	11.143	14.630	0.000**
	ภายในกลุ่ม	395	300.865	0.762		
	รวม	399	345.438			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้เรียน โดยใช้ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD) ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้เรียนจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ปวช. 1	ปวช. 2	ปวช. 3	ปวส. 1	ปวส. 2
		3.326	2.965	2.354	2.521	2.685
ปวช. 1	3.326	-	0.361 ^{**}	0.971 ^{**}	0.805 ^{**}	0.641 ^{**}
			(0.002)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
ปวช. 2	2.965		-	0.610 ^{**}	0.444 ^{**}	0.280 [*]
				(0.000)	(0.002)	(0.045)
ปวช. 3	2.354			-	-0.166	-0.330 [*]
					(0.323)	(0.043)
ปวส. 1	2.521				-	-0.164
						(0.343)
ปวส. 2	2.685					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากการวิเคราะห์ตาราง 17

ผู้เรียนระดับ ปวช. 1 กับผู้เรียนระดับ ปวช. 2 ระดับ ปวช. 3 ระดับ ปวส. 1 และ ระดับ ปวส. 2 จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 0.002, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ หมายความว่า ผู้เรียนระดับ ปวช. 1 มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมากกว่าผู้เรียนระดับ ปวช. 2 ระดับ ปวช. 3 ระดับ ปวส. 1 และ ระดับ ปวส. 2 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.361, 0.971, 0.805 และ 0.641 ตามลำดับ

ผู้เรียนระดับ ปวช. 2 กับผู้เรียนระดับ ปวช. 3 และ ระดับ ปวส. 1 จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 0.000 และ 0.002 ตามลำดับ หมายความว่า ผู้เรียนระดับ ปวช. 2 มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมากกว่าผู้เรียนระดับ ปวช. 3 และ ระดับ ปวส. 1 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.610 และ 0.444 ตามลำดับ

ผู้เรียนระดับ ปวช. 2 กับผู้เรียนระดับ ปวส. 2 จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 0.045 หมายความว่า ผู้เรียนระดับ ปวช. 2 มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมากกว่าผู้เรียน ระดับ ปวส. 2 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.280

ผู้เรียนระดับ ปวช. 3 กับผู้เรียนระดับ ปวส. 2 จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 0.043 หมายความว่า ผู้เรียนระดับ ปวช. 3 มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือก

เข้าศึกษาต่อน้อยกว่าผู้เรียน ระดับ ปวส. 2 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ย - 0.330

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่าง
กัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และการยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-prob
ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.900	1.300	1.155	0.327
	ภายในกลุ่ม	396	445.850	1.126		
	รวม	399	449.750			

จากตาราง 18 แสดงว่า ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ โดยมีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.327 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง

(H₁) หมายความว่า ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 ทศนคติของผู้เรียนโดยรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H₀ : ทศนคติของผู้เรียนโดยรวมและรายด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

H₁ : ทศนคติของผู้เรียนโดยรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติของผู้เรียนกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ จะใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation)

ตาราง 19 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติของผู้เรียน กับความพึงพอใจโดยรวมใน

การเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

ทศนคติของผู้เรียน	ความพึงพอใจโดยรวม		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.470**	0.000	ปานกลาง
2. ด้านราคา	0.311**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
3. ด้านการจัดจำหน่าย	0.376**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.373**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
5. ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	0.441**	0.000	ปานกลาง
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.367**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
7. ด้านกระบวนการ	0.390**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
รวมทศนคติของผู้เรียน	0.561**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยรวมระหว่างทัศนคติของผู้เรียน กับ ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้เรียน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.561 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนมีทัศนคติดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกทัศนคติเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติของผู้เรียน ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.470 และ 0.441 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนมีทัศนคติ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกทัศนคติเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น

ส่วน ทัศนคติของผู้เรียน ด้านราคา, ด้านการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.311, 0.376, 0.373, 0.367 และ 0.390 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนมีทัศนคติ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกทัศนคติเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เรียน ของโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมฯ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากรหรือ พนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ
3. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ

สมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

1. ผู้เรียนที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ แตกต่างกัน
2. ผู้เรียนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ แตกต่างกัน
3. ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ แตกต่างกัน
4. ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ แตกต่างกัน
5. ทัศนคติของผู้เรียนโดยรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมกรุงเทพฯ

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรสำหรับการวิจัยนี้ คือ ผู้เรียนระดับปวช. และ ปวส. ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันของ โรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ จำนวน 1,675 คน (ที่มา : แผนกทะเบียนและวัดผล มิถุนายน 2550)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ คือ ผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ของโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ซึ่งทราบจำนวนประชากร ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยวิธีการคำนวณ โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 323 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งมีโครงสร้างประกอบไปด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนจำนวน 4 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ

(Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ จำนวน 19 ข้อ ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) ที่มีลักษณะเป็นแบบ Likert Scale แบ่งเป็น 4 ระดับ ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาค (Interval Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพมหานคร จำนวน 1 ข้อ ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) ที่มีลักษณะเป็นแบบ Likert Scale แบ่งเป็น 4 ระดับ ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาค (Interval Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน มกราคม – มีนาคม 2551

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล เมื่อได้แบบสอบถามคืนจากผู้ตอบครบทุกรายแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการ ดังนี้

1.1 ตรวจสอบข้อมูล โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

1.2 ลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาลงรหัสในแบบลงรหัสสำหรับประมวลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

1.3 นำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS For Windows และทำการวิเคราะห์ข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียน โพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ

2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้เรียนที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าโดยใช้สถิติ t-test ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

สมมติฐานที่ 2 ผู้เรียนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน ทดสอบค่าความแตกต่างด้วยสถิติ One Way ANOVA เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกันทดสอบค่าความแตกต่างด้วยสถิติ One Way ANOVA เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน ทดสอบค่าความแตกต่างด้วยสถิติ One Way ANOVA เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ทักษะของผู้เรียนโดยรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ทดสอบความสัมพันธ์ โดยค่า Pearson product moment correlation coefficient

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 77.50 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.80 มีอายุ 20-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00 มีระดับการศึกษาระดับ ปวช. 2 คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.80

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

จากการศึกษาพบว่าระดับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร หรือ พนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.61 ซึ่งสามารถจำแนกเป็นรายด้าน ตามลำดับได้ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.70

2.2 ด้านราคา พบว่า ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.75

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ

2.79

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.44

2.5 ด้านบุคลากร พบว่า ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.64

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.45

2.7 ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้เรียนมีทัศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.55

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ

จากการศึกษาข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์ พบว่า ผู้เรียน มีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ

4. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ ของผู้เรียนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ แตกต่างกัน โดยพบว่าเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพมากกว่าเพศหญิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ ของผู้เรียนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิษฐ์กรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษา ของผู้เรียนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนของผู้เรียนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ทักษะของผู้เรียนโดยรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทักษะของผู้เรียนโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ทักษะด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านบุคลากรหรือพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ทักษะด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีผลต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการเรียนระดับ ปวช. 2 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

2. ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิย กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทัศนคติของผู้เรียนด้านการส่งเสริมการตลาด มีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากทางโรงเรียนฯ มีการแจกอุปกรณ์ในการเรียนให้ผู้เรียนไม่เพียงพอ ทำให้ผู้เรียนต้องจัดซื้อเองเป็นส่วนใหญ่และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในโรงเรียน เช่น เรื่องตารางเรียน การจัดกิจกรรมภายในโรงเรียน ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผู้เรียนยังไม่ทั่วถึงทำให้ผู้เรียนขาดการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ทำให้เสียโอกาสในการติดต่อข่าวสารตามวัน เวลา ที่กำหนดซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทัศนคติของ คีร์ทลันด์ เสรีรัตน์และคณะ (2542: 44) กล่าวว่า ทัศนคติหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งผู้บริโภคเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม นักการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

ทัศนคติของผู้เรียนด้านลักษณะทางกายภาพ มีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพโดยรวมของโรงเรียนในด้านอาคารเรียน ห้องเรียน โต๊ะ เก้าอี้ที่ใช้ในการเรียน ห้องน้ำ ห้องปฏิบัติการทางภาษา ห้องประชุม มีสภาพทรุดโทรมรวมทั้งอุปกรณ์การเรียน การสอน คอมพิวเตอร์ไม่ทันสมัยและไม่เพียงพอกับจำนวนผู้เรียน

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิยกรุงเทพฯ พบว่า ความพึงพอใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนฯ ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตา จันทร์ธีรยุทธ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี ของนิสิตระดับปริญญาตรี ภาคปกติ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า นิสิตมีความพึงพอใจโดยรวมในการเรียนโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกานดา ศรีไตรรัตน์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อยู่ในระดับพึงพอใจเช่นกัน

4. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

4.1 ผู้เรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิยกรุงเทพฯ แตกต่างกัน โดยผู้เรียนเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิยกรุงเทพฯ มากกว่าผู้เรียนเพศหญิง เนื่องมาจากทางโรงเรียนฯ ผู้เรียนเพศชายมีจำนวนมากจึงเน้นการจัดกิจกรรมภายในโรงเรียนที่เน้นกลุ่มผู้เรียนเพศชาย เช่น กีฬาสี กีฬาฟุตบอลและทางโรงเรียนฯ สนับสนุนการกีฬาทางด้านฟุตบอล ได้นำนักศึกษา

ร่วมแข่งขันระดับเขต ระดับจังหวัดและนักกีฬาฟุตบอลทางโรงเรียนให้ทุนการเรียนฟรี ที่พักที่โรงเรียนฟรี รวมทั้งกิจกรรมการแข่งขันทางวิชาชีพช่างโดยโรงเรียนฯ ได้ส่งผู้เรียนเพศชายแข่งขันการประกวดหุ่นยนต์ การทำสิ่งประดิษฐ์ต่าง การแข่งขันมอเตอร์ไซด์ ซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าวทางโรงเรียนฯ ได้เน้นกลุ่มผู้เรียนเพศชายมากกว่าผู้เรียนเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเมตตา ศรีสุข (2546 : 151) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) พบว่า ผู้เรียนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) แตกต่างกัน

4.2 ผู้เรียน ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน เนื่องมาจากทางโรงเรียนฯ ได้มีการจัดการเรียนการสอนที่ดีมีประสิทธิภาพ มีการจัดกิจกรรมที่สนับสนุนการเรียน เช่น การแข่งขันกีฬาภายใน การแข่งขันทักษะวิชาชีพ รวมทั้งดูแลเอาใจใส่ในทุกเรื่อง เช่น เรื่องตารางเรียน สิทธิพิเศษต่าง ๆ การแข่งขัน การประกวดที่ทางโรงเรียนฯ จัดหรือร่วมกับทางโรงเรียนอื่นกับผู้เรียนทุกคนเท่าเทียมกันโดยไม่แบ่งแยกอายุจึงทำให้ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน

4.3 ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ แตกต่างกัน โดยผู้เรียนระดับ ปวช. 1 มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพมากกว่าผู้เรียนกลุ่มอื่นเนื่องมาจาก ผู้เรียนระดับ ปวช. 1 เพิ่งเข้ามาศึกษายังมีความรู้สึกที่ดีกับโรงเรียนฯ รวมถึงการพบเจอปัญหาต่าง ๆ ยังน้อยหรือไม่พบเจอปัญหาเลย จึงส่งผลให้ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมตตา ศรีสุข (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) พบว่า ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) แตกต่างกันเช่นกัน

4.4 ทศนคติของผู้เรียนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ โดยถ้าผู้เรียนมีทัศนคติดี จะทำให้ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพเพิ่มมากขึ้น

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทศนคติด้านผลิตภัณฑ์และทัศนคติด้านบุคลากรหรือพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ โดยถ้าผู้เรียนมีทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์และทัศนคติด้านบุคลากรหรือพนักงานดี จะทำให้ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโพลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของคอตเลอร์ (Kotler.2000:36) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์

ตามที่เราเห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler.2003:61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจมาก

ส่วนทัศนคติด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง ทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ผลการวิจัยพบว่า

1. โรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ควรปรับปรุงด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีการแจกอุปกรณ์การเรียนให้ผู้เรียนเช่น สมุด ปากกา ดินสอ ยางลบ ไม้บรรทัด กระดาษเขียนแบบ เป็นต้น ให้เพียงพอกับผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนไม่ต้องจัดซื้อหาเองและการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ภายในโรงเรียนควรจัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมตามสถานที่ที่ผู้เรียนโดยส่วนใหญ่นั่งพักช่วงกลางวัน เช่น ในโรงอาหารและได้อาคารเรียน และควรใช้วิธีการกระจายเสียงตามสายภายในโรงเรียนโดยติดตั้งอุปกรณ์กระจายเสียงตามแต่ละห้องเรียนเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เรียนได้รับรู้ข่าวสารและทันต่อการติดตามข่าวสารด้านต่าง ๆ ภายในโรงเรียน

2. โรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ควรปรับปรุงด้านลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนฯ ควรจะปรับปรุงสภาพโดยรวมของโรงเรียน โดยการทาสีให้กับตัวอาคาร ภายในห้องเรียนควรจะทาสีภายในห้อง ปูพื้นกระเบื้อง จัดอุปกรณ์ทำความสะอาดอย่าง ไม้กวาด ไม้ถูพื้น ถังขยะภายในห้องเพื่อให้ผู้เรียนใช้ทำความสะอาดห้องเรียน ภายในห้องควรจัดบอร์ดภาพกิจกรรมที่เกี่ยวกับเรื่องเรียน ความรู้ทั่วไป ตกแต่งให้สวยงาม โต๊ะ เก้าอี้ ควรจะซื้อเพิ่มเติมให้เพียงพอกับจำนวนผู้เรียนส่วนโต๊ะ เก้าอี้ที่ชำรุดก็ซ่อมแซมโดยให้อาจารย์ทางช่างอุตสาหกรรมใช้อุปกรณ์เชื่อมเหล็กหรือซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดและควรมีการตรวจเช็คสภาพของโต๊ะ เก้าอี้รวมทั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในห้องเรียนอย่างสม่ำเสมอ ห้องน้ำควรปรับปรุงความสะอาดให้มากขึ้น ห้องประชุม ห้องปฏิบัติการทางภาษา ห้องเรียนควรจัดโต๊ะทักตะศึกษา โดยมีอุปกรณ์สื่อการสอน อย่างเช่น โปรเจคเตอร์ โอเวอร์เฮด และคอมพิวเตอร์ให้เพียงพอกับจำนวนผู้เรียนพร้อมทั้งติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตภายใน

โรงเรียนเพิ่มเติมเพื่อให้มีความทันสมัยต่อการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการเรียนมากขึ้น

3. โรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ ควรพัฒนาการสนับสนุนการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มกิจกรรมที่ผู้เรียนเพศหญิงสามารถเข้าร่วมได้มากขึ้น เช่น กิจกรรมการแข่งขันกีฬา ควรเพิ่มประเภทกีฬาที่ให้ผู้เรียนเพศหญิงได้ร่วมเล่น อาทิ กีฬาวอลเลย์บอล แชร์บอล บาสเกตบอล แข่งขันกันภายในแผนก และสนับสนุนให้แข่งขันในระดับเขต ระดับจังหวัด จัดกิจกรรมการประกวดร้องเพลงคาราโอเกะช่วงพักกลางวัน การแข่งขันทักษะวิชาชีพ เช่น การบัญชี พิมพ์ดีดไทย คอมพิวเตอร์ ภายในแผนกและแข่งขันกับทางโรงเรียนฯ อื่น เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเพศหญิงได้เข้าร่วมทำกิจกรรมและสนับสนุนทุนเรียนฟรีสำหรับผู้เรียนเพศหญิงขณะเดียวกันทางโรงเรียนฯ ก็ควรจะให้การสนับสนุนการเรียนการสอนกับผู้เรียนเพศชายฟรีอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยการตรวจเช็คคุณภาพของสื่อการเรียนการสอน เช่น อุปกรณ์เครื่องมือทางช่าง อุปกรณ์ติดตั้งทางวิชาชีพช่าง รวมถึงให้การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมแข่งขันกีฬา การแข่งขันทักษะวิชาชีพภายในและนอกสถานที่ รวมถึงการให้ทุนเรียนฟรี เพื่อตอบสนองความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนเพศชายที่มีมากกว่าผู้เรียนเพศหญิงของโรงเรียนโปลีเทคนิคพิเศษกรุงเทพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. เป็นแต่ละแผนก เช่น แผนกบริหารธุรกิจ แผนกช่างยนต์ แผนกช่างไฟฟ้า และ แผนกสถาปัตยกรรม เพิ่มเติม

2. ควรทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. โดยวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับโรงเรียนอื่น ๆ เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของผู้เรียนและนำไปปรับกลยุทธ์การตลาดต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2544). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลเวอร์ชัน 7-10. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : หจก. ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- กุลธิดา ธรรมวิภาชน์. (2525). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี. ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- กรวิรี พึ่งพุ่ม. (2546). ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในย่านสยามสแควร์. สารนิพนธ์. บธ.ม (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เทพนิมิตการพิมพ์.
- เตือนใจ เกตุษา. (2535). องค์ประกอบในการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าเป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2532. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- ทิวากร เหล่าลือชา. (2545). การศึกษากลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์. บธ.ม (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS . พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นราศรี ไวนิชกุล; และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2537). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- รังรอง สีทอง. (2535). แรงจูงใจในการศึกษาต่อของนิสิตปริญญาโท ภาควิเศษมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. สารนิพนธ์. กศ.ม. (การศึกษาผู้ใหญ่). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศตนันท์ ทรัพย์หิรัญ. (2546). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์. บธ.ม (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่ :ฉบับปรับปรุงปี 2546. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด.

สุกานดา ศรีไตรรัตน์. (2548). *ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ*. สารนิพนธ์. บธ.ม (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สุจินดา อยู่ยงสินธุ์. (2547). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒต่อการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจปริญญาโท MBA นานาชาติในทัศนะของผู้เรียนจบปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สุรพล เย็นเจริญ. (2545). *ความพึงพอใจต่อการเรียนวิชาอาชีพธุรกิจของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนปทุมคงคา สังกัดกรมสามัญศึกษา*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สำอองค์ งามวิชา. (2543). *การบริหารการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

อัศรพล อธิปัญญาสมิต. (2549). *ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการ บมจ. ดาต้าแมท ในส่วนตลาดกลาง การประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Thai2M)*. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

เอื้อมพร กิจตระกูลรัตน์. (2548). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารรถประจำทางปรับอากาศของบริษัท กาญจนบุรีทัวร์ จำกัด*. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ทักษะและความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส.
ที่มีต่อโรงเรียนโสตศึกษาพิเศษกรุงเทพ

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส.

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวท่านโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐

1. เพศ

☐

1.1 ชาย

☐

1.2 หญิง

2. อายุ

☐

2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

☐

2.2 20-24 ปี

☐

2.3 25 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐

3.1 ปวช. 1

☐

3.4 ปวส. 1

☐

3.2 ปวช. 2

☐

3.5 ปวส. 2

☐

3.3 ปวช. 3

4. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

☐

5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐

5.2 10,001-15,000 บาท

☐

5.3 15,001-20,000 บาท

☐

5.4 20,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิค
พณิชย์กรุงเทพ

คำชี้แจง ท่านมีทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้อย่างไร โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงบนช่องที่ตรงกับระดับทัศนคติของท่าน

ทัศนคติของผู้เรียนระดับ ปวช. และ ปวส. ที่มีต่อโรงเรียนโพลีเทคนิค พณิชย์กรุงเทพ	ดีมาก (4)	ดี (3)	ดีน้อย (2)	ดีน้อยมาก (1)
1. ด้านผลิตภัณฑ์				
1.1 ชื่อเสียงโดยรวมของโรงเรียน				
1.2 ชื่อเสียงด้านความเชี่ยวชาญ ในการสอนโดยรวมของอาจารย์ผู้สอน				
1.3 เทคนิคการสอนโดยรวมของ อาจารย์ผู้สอน				
1.4 คุณภาพของผู้สำเร็จ การศึกษาจากโรงเรียนฯ				
1.5 ความสะดวกสบายในการ เดินทางมาเรียนที่โรงเรียนฯ				
2. ด้านราคา				
2.1 การผ่อนชำระค่าเล่าเรียน				
2.2 มีทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา				
3. ด้านการจัดจำหน่าย				
3.1 การขายใบสมัคร ณ ที่ โรงเรียนฯ				
3.2 การขายใบสมัครตามสถานที่ โรงเรียนเป้าหมาย				
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด				
4.1 โรงเรียนมีการแจกอุปกรณ์ การเรียนให้นักเรียนที่มาสมัคร				
4.2 มีการจัดทำป้ายโฆษณา โปสเตอร์ตามสถานที่ต่าง ๆ				
4.3 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่าง ๆ อย่างมากมาย				

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนโปลีเทคนิค
 วิทยาลัยกรุงเทพ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลง___ที่ตรงกับความคิดเห็นของนักเรียน

ความพึงพอใจโดยรวม	พึงพอใจอย่าง มาก (4)	พึงพอใจ (3)	ไม่พึง พอใจ (2)	ไม่พึงพอใจอย่าง มาก (1)
ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่อ โรงเรียนโปลีเทคนิควิทยาลัยกรุงเทพ อย่างไร				

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ

1. รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ

2. อาจารย์ลำสัน เลิศกุลประหยัด

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาววนาพร ไจมูลวงศ์
วันเดือนปีเกิด	29 สิงหาคม 2524
สถานที่เกิด	จังหวัดลำปาง
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	136/12 ต. บางคูเวียง อ. บางกรวย จ. นนทบุรี 10170
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	อาจารย์สอนโรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมชัยกรุงเทพฯ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนโพลีเทคนิคพนัชนิคมชัยกรุงเทพฯ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2539	มัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนผาบังวิทยา
พ.ศ. 2542	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง
พ.ศ. 2544	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2551	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ