

ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ
ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

บทคัดย่อ

ของ

สุกานดา ศรีไตรรัตน์

๑10 กพ. 2549

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2548

๒๕๕.๕๖๒๒

สุกานดา ศรีไตรรัตน์. (2548). *ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตปทุมธานี* จักรวรรดิ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ และความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตปทุมธานี จักรวรรดิ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เรียนภาคสมทบที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตปทุมธานี จักรวรรดิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว และค่าความสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้เรียนภาคสมทบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-24 ปี สถานภาพโสด โดยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ทั้งนี้มีสถานที่ทำงานเขตอื่น ๆ เช่น บางแค ราษฎร์บูรณะ ทวีวัฒนา บางกอกน้อย ฯลฯ และเรียนวิชาเอกการบัญชี มากที่สุด

2. ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตปทุมธานี จักรวรรดิ โดยรวมทัศนคติอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อ พบว่า

2.1 ด้านภาพลักษณ์ ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความภูมิใจในความเก่าแก่ ทัศนคติอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความมีชื่อเสียงในด้านการเรียนการสอน การบริการช่วยเหลือสังคมและชุมชน และความมีชื่อเสียงของผู้สำเร็จการศึกษา ทัศนคติอยู่ในระดับดี

2.2 ด้านหลักสูตรการเรียน ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หลักสูตรที่เปิดสอน และความมีชื่อเสียงด้านการสอนหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง ทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนการมีสาขาที่เปิดสอนหลากหลาย ทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ด้านอาจารย์ผู้สอน ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ความยุติธรรม และมีทัศนคติที่ดีต่อความเป็นครู และมีเทคนิคการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติอยู่ในระดับดี

2.4 ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายไม่ตรีและมีน้ำใจในการบริการ และจำนวนบุคลากรผู้ให้บริการ ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

2.5 ด้านสื่อการสอน ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อุปกรณ์ในห้องเรียนและห้องปฏิบัติงาน และอุปกรณ์การเรียนการสอนต่อจำนวนนักศึกษา ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

2.6 ด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อาคารเรียนและห้องเรียน สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย สภาพการจราจรในการเดินทางมาเรียน ห้องปฏิบัติการอื่น ๆ และสาธารณูปโภค ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

2.7 ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น และการมอบทุนการศึกษาเพื่อช่วยเหลือนักศึกษาที่ขาดแคลน ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

2.8 ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้ ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความรู้ที่ได้รับ โอกาสในการมองช่องทางประกอบอาชีพ และโอกาสได้รับการเลื่อนขั้น ตำแหน่งงานและได้รับค่าตอบแทน ทศนคติอยู่ในระดับดี

2.9 ด้านการประชาสัมพันธ์ ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า จัดทำป้ายโฆษณา โปสเตอร์ตามสถานที่ต่าง ๆ ทศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ผู้เรียนภาคสมทบมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ

4. ผลการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ผู้เรียนภาคสมทบมีแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อและบอกต่อบุคคลอื่น

5. เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และวิชาเอกที่เลือกเรียน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ต่อเดือนและสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ทศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตรการเรียน ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสื่อการสอน ด้านอาคารสถานที่ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้ และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

7. ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการส่งลูกหลานมาศึกษา และด้านการบอกต่อผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ATTITUDE, TOTAL SATISFACTION AND BEHAVIORAL TREND OF SPECIAL
PROGRAM STUDENTS TOWARDS RAJAMANGALA UNIVERSITY OF
TECHNOLOGY RATTANAKOSIN, BORPITPIMUK CHAKRAWAD CAMPUS

AN ABSTRACT
BY
SUKANDA SRITRAIRAT

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University
October 2005

Sukanda Sritirairat. (2005). *Attitude, Total Satisfaction and Behavioral Trend of Special Program Students towards Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Borpitpimuk Chakrawad Campus*. Master's Project, M.B.A. (Management).
Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.
Project Advisor: Assoc. Prof. Sirivan Serirat.

The purpose of this study was to study the attitude, total satisfaction and behavioral trend of special program students towards Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Borpitpimuk Chakrawad Campus. The sample was special program students at Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Borpitpimuk Chakrawad Campus, classified by gender, age, marital status, occupation, income per month, workplace and major subject. Questionnaire was used as a research tool to collect data. Statistics used for analyzing data were percentage, mean, standard deviation, t-test independent, one-way analysis of variance and Pearson moment correlation coefficient.

The results were as follows:

1. Most special program students are female, single status employees of private companies and aging between 20-24 years old. Most of them work around Bangkai, Ratburana, Taweewatana, Bangkok Noi and other areas and choose accounting as major subject.

2. Special program students' attitude towards Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Borpitpimuk Chakrawad Campus in all aspects were found to be on a good level. The attitude considered in various aspects and items were as follows:

- 2.1 *Image*: The students' overall attitude in aspect of image was on a good level. This attitude towards fame for teaching and qualified graduates and community service were on good level. The attitude towards the pride of being the ancient institute was on a very good level.

- 2.2 *Curriculum*: The students' overall attitude towards curriculum was on a good level. The attitudes towards the provided curriculum and fame for special programs were on good levels and the various provided major subjects were on moderate level.

- 2.3 *Teachers*: The students' overall attitude towards teachers was on a good level. The attitudes towards teacher's qualification, abilities, morals, etiquette, justice, good attitude of being teachers and teaching techniques were on good level.

- 2.4 *Service Personnels*: The students' overall attitude towards service personnels was on a moderate level. The attitudes towards giving service having human

relationship, friendliness and service mind and number of service personnels were on moderate level.

2.5 *Teaching equipment:* The students' overall attitude towards teaching equipment was on a middle level. The attitudes towards classroom equipment and laboratories and teaching equipment per number of students were on moderate level.

2.6 *Buildings and location:* The students' overall attitude towards building and location was on a moderate level. The attitudes towards building and classrooms, location, traffic routes, other laboratories and public utilities were on moderate level.

2.7 *Tuition fee:* The students' overall attitude towards tuition fee was on a moderate level. The attitudes towards tuition fee compared with that of other universities and scholarship funds for poor students were on moderate levels.

2.8 *Benefit from studying:* The students' overall attitude towards benefit from studying was on a good level. The attitudes towards obtained knowledge, job opportunities, job and payment promotion opportunities were on good level.

2.9 *Public relations:* The students' overall attitude towards public relations was on a moderate level. The attitudes toward public relations by means of cardboard cut-out and posters and mass media and various advertising activities were on good and moderate levels respectively.

3. Special program students' overall satisfaction with choosing to further study at Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Borpitpimuk Chakrawad Campus was on satisfied level.

4. Special program students' overall behavior trend towards Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Borpitpimuk Chakrawad Campus was the behavior trend of likelihood to send their offering to continue their education and to tell others by word of mouth to join this special program.

5. The difference of gender, age, mental status and major subjects were not affected to overall satisfaction with choosing to further study at Rajamangala University of Technology Rattankosin, Borpitpimuk Chakrawad Campus. The differences of income per month and workplaces were affected to total satisfaction with choosing to further study at Rajamangala University of Technology Rattankosin, Borpitpimuk Chakrawad Campus with difference at the level of statistical significance of 0.05.

6. Special program students' attitudes in aspects of image, curriculum, teachers, service personnels, teaching equipment, buildings and location, tuition fee, benefit from studying and public relations were correlated to overall satisfaction with choosing to further

study at Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Borpitpimuk Chakrawad Campus at the statistically significant level of 0.01.

7. Special program students' overall satisfaction with choosing to further study was correlated to behavior trend of likelihood to send their offspring to continue this education and to tell others by word of mouth to join the this special program at the statistically significant level of 0.01.

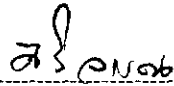
ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ
ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

สารนิพนธ์
ของ
สุกานดา ศรีไตรรัตน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

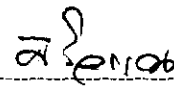
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

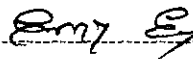


(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



ประธาน
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

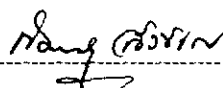


กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)



กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 14 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์อันดีจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ได้ให้ความกรุณาแนะนำให้คำปรึกษาในฐานะกรรมการสอบสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือในการวิจัย

ท้ายสุดนี้ คุณความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ บพการีและผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอน สนับสนุนส่งเสริมด้านการศึกษา พร้อมทั้งให้กำลังใจผู้วิจัยมาตลอด ซึ่งส่งผลให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี

สุกานดา ศรีไตรรัตน์

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
	ความสำคัญของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	6
	ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย.....	7
	กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	7
	สมมติฐานในการวิจัย.....	8
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
	ทฤษฎีและแนวความคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค.....	9
	ทฤษฎีและแนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค.....	22
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์.....	35
	ทฤษฎีและแนวความคิดด้านการเรียนรู้.....	38
	ทฤษฎีและแนวความคิดด้านความพึงพอใจ.....	45
	ประวัติมหาวิทยาลัยฯ.....	49
	ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	54
	การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	54
	การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย.....	56
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	70
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	75
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	99
สรุปผลการวิจัย.....	103
อภิปรายผลการวิจัย.....	111
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	118
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	119
บรรณานุกรม.....	120
ภาคผนวก.....	124
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	125
ภาคผนวก ข. รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	133
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	136

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงแสดงคำถาม 7 คำถาม (6W และ 1H).....	24
2 แสดงจำนวนตัวอย่างแต่ละวิชาเอก.....	56
3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	70
4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละที่ปรับแล้วของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง..	73
5 แสดงทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ	75
6 แสดงความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมนคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ	79
7 แสดงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมนคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ	80
8 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมนคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามเพศ.....	81
9 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมนคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามอายุ.....	82
10 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมนคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตาม สถานภาพสมรส.....	83
11 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมนคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	84
12 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมนคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนก ตามรายได้ต่อเดือน.....	85
13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมใน การเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมนคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขต บพิตรพิมุข จักรวรรดิ ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	86

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

14	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามสถานที่ทำงาน.....	88
15	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามสถานที่ทำงาน...	89
16	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามวิชาเอกที่เลือกเรียน	91
17	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้เรียน กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ	92
18	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ	95
19	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	97

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ.....	12
3 แสดงแนวความคิดกล่อดำ.....	28
4 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและผลที่เกิดขึ้นตามมา.....	29
5 แสดงกระบวนการเรียนรู้จากการคิดอย่างมีเหตุผล.....	42

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันสถานการณ์โลกและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วส่งผลให้คนไทยต้องปรับตัวให้เหมาะสมกับกระแสสังคมยุคใหม่ที่ต้องใช้ความรู้เป็นเครื่องมือของการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กำหนดขึ้นเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพ ซึ่งนับว่าเป็นทรัพยากรสำคัญสำหรับการอยู่รอด และการพัฒนาของประเทศไทย โดยจะต้องมีการปรับวิธีคิดในการ จัดการศึกษา ปรับระบบและโครงสร้างการจัดการศึกษาปรับปรุง คุณภาพครู อาจารย์ ผู้บริหาร และบุคลากรทางการศึกษา จัดให้มีอุปกรณ์และเทคโนโลยีการศึกษาที่เหมาะสมเพียงพอ (บัญญัติปฏิรูปการศึกษา แนวทางสู่การปฏิรูป. 2545) นำไปสู่เป้าหมายในการพัฒนาให้เด็กและเยาวชนเป็นคนดี มีคุณธรรมเป็นคนเก่ง คิดดี ทำงานได้ดี มีความเป็นไทย สามารถปรับตัวได้ เหมาะสมกับสังคมที่เปลี่ยนแปลง

จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545 ส่งผลทำให้สถาบันการศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างพยายามที่จะพัฒนาสถาบันของตนเอง โดยเฉพาะการจัดการเรียน การสอนในระดับอุดมศึกษาที่มีการตื่นตัวค่อนข้างมาก จะเห็นได้จากการปรับปรุงและพัฒนาในหลายๆ ด้าน อาทิเช่น การยกระดับจากสถาบันหรือวิทยาลัยเป็นมหาวิทยาลัย การจัดการเรียนการสอนในคณะที่หลากหลายนมากขึ้น การเปิดศูนย์การศึกษานอกสถาบัน การเปิดรับนักศึกษาทั้งภาคปกติ ภาคสมทบ ภาคเสาร์ - อาทิตย์ และโครงการต่างๆ ที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้เรียน ตลอดจนการนำระบบการบริหารคุณภาพมาปรับใช้ในสถาบันการศึกษา เป็นต้น โดยเปิดโอกาสให้ เยาวชนที่อยู่ในวัยศึกษาและประชาชนทั่วไปมีตัวเลือกในการที่จะศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการศึกษา โดยจัดการเรียนการสอนภายใต้ปรัชญาที่ว่า “ราชมงคล สร้างคนสูงาน เชี่ยวชาญเทคโนโลยี” มีวิสัยทัศน์ ที่จะผู้นำในการจัดการศึกษาและพัฒนากำลังคน นักปฏิบัติการ ให้มีความชำนาญด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี มีคุณภาพมาตรฐานสากล ภายใต้การบริหารจัดการที่เป็นอิสระ รวมทั้งพัฒนางานสู่ความเป็นเลิศ และสร้างคุณค่าให้กับสังคม ซึ่งในปัจจุบันวิทยาเขตฯ ได้จัดการเรียนการสอนเน้นหนักไปทางด้านบริหารธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรี สำหรับในระดับปริญญาตรีนั้น ได้เปิดการรับสมัครนักศึกษาทั้งภาคปกติ ภาคสมทบ จันทร-ศุภร์ และภาคสมทบ เสาร์-อาทิตย์ และในระยะหลังจะพบว่านักศึกษาในระดับปริญญาตรีภาคสมทบของวิทยาเขตฯ มีปริมาณเพิ่มขึ้นค่อนข้างน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาอื่น

สืบเนื่องมาจากปัจจุบันมหาวิทยาลัยทั้งในภาครัฐและเอกชนที่เปิดสอนทางด้านการบริหารธุรกิจ ซึ่งมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ทั้งยังมีข้อจำกัดอีกหลายด้าน เช่น สถาบันการศึกษาไม่สามารถทำการตลาดได้อย่างธุรกิจทั่วไป หากทำการตลาดมากเกินไปอาจจะส่งผลให้ภาพพจน์ของสถาบันเสียหายได้ ฉะนั้นสถาบันการศึกษา ต้องมีกลยุทธ์การตลาดที่รอบคอบมากกว่าธุรกิจประเภทอื่น ไม่ให้สังคมมองว่าเป็นธุรกิจที่ค้ากำไรเกินควร โดยผู้บริหารของสถาบันจะเน้นการนำเอาการบริหารงานในลักษณะธุรกิจบริการมาใช้ในสถานศึกษา ซึ่งจะต้องทำการบริหารอย่างดีเพื่อความอยู่รอดและต้องไม่กระทบต่อภาพพจน์ของสถาบันด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพื่อให้ทราบความต้องการของผู้เรียน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการทำการตลาด ทั้งยังเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักศึกษานำไปบอกต่อผู้อื่นให้มาเรียนหรือส่งลูกหลานมาเรียนที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียน ของผู้เรียนภาคสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ในด้านภาพลักษณ์ หลักสูตรการเรียน อาจารย์ผู้สอน บุคลากรผู้ให้บริการ สื่อการสอน อาคารสถานที่ ค่าใช้จ่ายในการเรียน ผลประโยชน์จากการเรียนรู้ และการประชาสัมพันธ์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้เสนอต่อผู้บริหาร ใช้ในการวางแผนบริหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียน
2. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ในปัจจุบันและอนาคต
3. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำการศึกษาทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ กลุ่มผู้เรียนระดับปริญญาตรีภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันจำนวน 412 คน (ข้อมูลจากแผนกทะเบียนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2548)

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เรียนระดับปริญญาตรีภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามความน่าจะเป็นโดยใช้สูตรของ Taro Yamané (1970: 580-587) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 203 คน โดยใช้ค่าความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% (หรือ .05) และสำรวจไว้ 11% ได้เท่ากับ 22 คน รวมได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 225 คน โดยใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) และตามสะดวก (Convenience sampling)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระ (Independent variables) และตัวแปรตาม (Dependent variables) ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่

1. ลักษณะประชากรศาสตร์

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 25-29 ปี

1.2.4 30 ปีขึ้นไป

1.3 สถานภาพสมรส

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

1.3.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.4 อาชีพ

1.4.1 พนักงานบริษัทเอกชน

1.4.2 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

1.4.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.4.4 อื่นๆ (โปรดระบุ)

1.5 รายได้ต่อเดือน

1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.5.2 10,001-15,000 บาท

1.5.3 15,001-20,000 บาท

1.5.4 20,001 บาทขึ้นไป

1.6 สถานที่ทำงาน

1.6.1 เขตสัมพันธวงศ์

1.6.2 เขตพระนคร

1.6.3 เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

- 1.6.4 เขตธนบุรี
- 1.6.5 เขตอื่น (โปรดระบุ.....)

1.7 วิชาเอกที่เลือกเรียน

- 1.7.1 การบัญชี
- 1.7.2 ภาษาอังกฤษธุรกิจ
- 1.7.3 การจัดการทั่วไป
- 1.7.4 ระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์
- 1.7.5 การตลาด

2. ทศนคติของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

- 2.1 ภาพลักษณ์
- 2.2 หลักสูตรการเรียน
- 2.3 อาจารย์ผู้สอน
- 2.4 บุคลากรผู้ให้บริการ
- 2.5 สื่อการสอน
- 2.6 อาคารสถานที่
- 2.7 ค่าใช้จ่ายในการเรียน
- 2.8 ผลประโยชน์จากการเรียนรู้
- 2.9 การประชาสัมพันธ์

ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่

1. ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

2. แนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

- 2.1.1 การส่งลูกหลานมาศึกษา
- 2.1.2 การบอกต่อผู้อื่น

นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1. ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกของผู้เรียนภาคสมทบ ชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย พอใจ ไม่พอใจ ดี ไม่ดี ซึ่งเป็นความรู้สึกของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
2. แนวโน้มพฤติกรรม หมายถึง การที่ผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ หลังจากเรียนแล้วมีพฤติกรรมในการส่งลูกหลานมาเรียน และการบอกต่อผู้อื่น
3. ผู้เรียนภาคสมทบ หมายถึง ผู้ที่เข้าเรียนในภาคสมทบจันทร์-ศุกร์ และภาคสมทบเสาร์-อาทิตย์ ในระดับปริญญาตรีต่อเนื่องของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
4. อาจารย์ผู้สอน หมายถึง อาจารย์ประจำ อาจารย์พิเศษ และวิทยากรที่ให้ความรู้กับผู้เรียนที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
5. วิธีการสอนของอาจารย์ หมายถึง กิจกรรมการสอนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากผู้สอนที่เป็นอาจารย์ประจำ อาจารย์พิเศษและวิทยากรด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่จะถ่ายทอดให้กับผู้เรียนที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
6. สื่อการสอน หมายถึง เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่อาจารย์เลือกใช้ประกอบในการสอนหรือสื่อความหมายในช่วงที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
7. อาคารสถานที่ หมายถึง ห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ห้องสมุด และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
8. ค่าใช้จ่ายในการเรียน คือ จำนวนเงินที่ผู้เรียนต้องชำระต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
9. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้ หมายถึง ผลตอบแทนทั้งหมดที่วัดผลได้เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน เช่น การเลื่อนตำแหน่ง ของผู้เรียนภาคสมทบที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

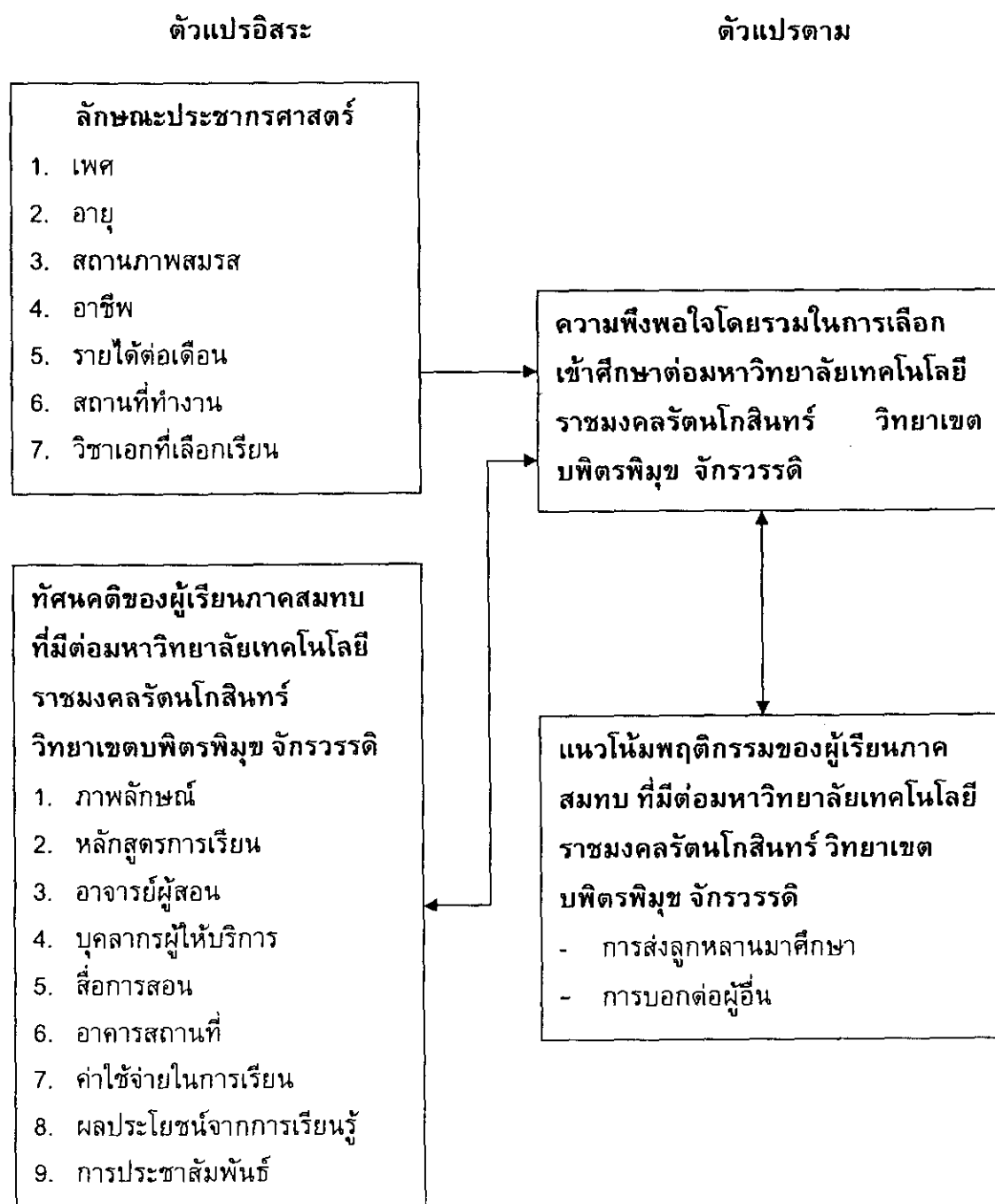
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เป็นแนวทางในการวางแผนการรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคสมทบ ในปีการศึกษาต่อไป
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาครูอาจารย์ หลักสูตร สื่อการเรียนและอุปกรณ์การสอนต่าง ๆ ให้สนองความต้องการกับนักศึกษาที่จะเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

3. เป็นแนวทางในการจัดเตรียมงบประมาณ เพื่อจัดหาครุภัณฑ์ที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ มาใช้ในการสอน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง ทักษะคิด ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียน ภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

2. ทศนคติของผู้เรียน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

3. ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษางานวิจัยได้รวบรวมและค้นคว้าข้อมูล ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง “ทัศนคติความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ” เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ส่วนดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค
2. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์
4. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านการเรียนรู้
5. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านความพึงพอใจ
6. ประวัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค

ทัศนคติ (Attitude) คือ การแสดงออกของความรู้สึก ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่มีต่อสิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งประเมินผลออกมาในลักษณะของความชอบ หรือไม่ชอบ ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในสิ่งต่างๆ

นักจิตวิทยาหรือนักวิชาการหลายท่านจึงได้กำหนดความหมายที่เกี่ยวกับทัศนคติไว้มากมายที่แตกต่างกันตามความเชื่อและทฤษฎีของแต่ละท่านดังต่อไปนี้

เสรี วงษ์มณฑา. (2542: 106) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk. 1994: 657) หรืออาจ หมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พึงพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ดราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไร หรือทำอะไร (เสรี วงษ์มณฑา. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. 2542: 106)

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

ชิฟแมน และ คานุก. (Schiffman and Kanuk. 1994: 657) กล่าวว่า ทศนคติ(Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พื่อใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ดราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทศนคติ เจตคติ ท่าทีความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ 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) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

ค. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้และทศนคติแล้ว ก็จะเกิดการกระทำ

ผู้บริโภคจะประเมินทศนคติโดยการถามคำถามหรือการลงความเห็นจากพฤติกรรม กระบวนการของผู้บริโภคมีทศนคติด้านบวกต่อผลิตภัณฑ์นั้น สิ่งนี้แสดงข้อเสนอว่าความเป็นสากลทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภคจะสอดคล้องกับการซื้อ การเสนอแนะกับบุคคลอื่น การจัดลำดับการประเมินผลความเชื่อถือและความตั้งใจที่สัมพันธ์กับทศนคติ ลักษณะทศนคติมีดังนี้

1. ทศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ดราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

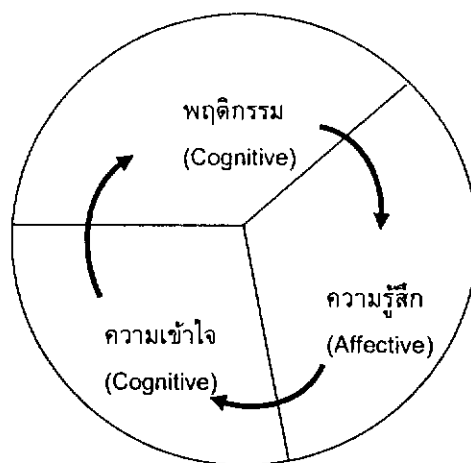
2. ทศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่าในขณะที่มีทศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม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

3. ทศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitudes have consistency) ลักษณะของทศนคติคือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงถึงความหมายของคำว่า ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะตอบสนองต่อทศนคติ ตัวอย่าง ผู้บริโภคมอรรถยนต์เยอรมันว่าเป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มอรรถยนต์ญี่ปุ่นว่ามีคุณภาพดี ดังนั้นถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง ก็จะเลือกมอรรถยนต์เยอรมัน ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดีราคาก็จะซื้อมอรรถยนต์ญี่ปุ่น

4. ทศนคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทศนคติเกิดขึ้นภายใน เหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมไม่สอดคล้องกับทศนคติก็ได้ แต่ละบุคคลจะมีทศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทศนคติของผู้บริโภค แตกต่างในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

โมเดลโครงสร้างทศนคติ

โมเดลโครงสร้างทศนคติ (Structural model of attitudes) การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติและพฤติกรรม นักจิตวิทยาได้สร้างโมเดลเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของทศนคติ การกำหนดส่วนประกอบของทศนคติเพื่อจะอธิบายพฤติกรรมที่คาดคะเน ต่อมาจะสำรวจโมเดลทศนคติที่สำคัญหลายประการ แต่ละโมเดลมีทศนคติที่แตกต่างกันเกี่ยวกับส่วนประกอบของทศนคติและวิธีการซึ่งส่วนต่างๆ เหล่านี้มีการจัดหรือมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 2 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ

ที่มา: เสรี วงษ์มณฑา. (2542) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. : 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 (Schiffman and Kanuk. 1994: 658) ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการประสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจ ซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk. 1994: 657) ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติ 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 (Schiffman and Kanuk, 1994: 658) จากความหมายนี้ ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วย คะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

คุณลักษณะของทัศนคติ

จากทฤษฎีต่าง ๆ สามารถสรุปคุณลักษณะของทัศนคติได้ดังต่อไปนี้ คือ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มียู่ภายใน คือเป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน
2. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติการสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านกระบวนการปะทะสังสรรค์กับสิ่งต่าง ๆ ในสังคมเป็นต้นว่า บุคคล สิ่งของ สถานการณ์แวดล้อมและความผันแปรในสังคม ฯลฯ ล้วนมีผลโดยตรงต่อทัศนคติทั้งสิ้น
3. ทัศนคติมีคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative Nature) ทัศนคติเกิดจากการประเมินความคิดหรือ ความเชื่อที่บุคคลมียู่เกี่ยวข้องกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือเหตุการณ์ ฯลฯ (Attitude Object) ซึ่งจะเป็นสื่อกลางทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ทัศนคติมีธรรมชาติของการประเมินเป็นความคิดหรือความเชื่อที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย การที่บุคคลหนึ่งจะมีทัศนคติอย่างใดต่อสิ่งใดขึ้นอยู่กับผลของการประเมินความรู้ ความคิด หรือความเชื่อที่มีเกี่ยวกับสิ่งนั้น ผลการประเมินอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล การประเมินนี้ ฟิชบัยน์ และไอเซน (Fishbein and Ajzen, 1975) เน้นว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ทัศนคติแตกต่างกันอย่างแท้จริงจากแรงผลักดันภายในอื่น ๆ
4. ทัศนคติที่มีคุณภาพและความเข้ม (Quality and Intensity) กล่าวคือ คุณภาพและความเข้มข้นของทัศนคติจะเป็นสิ่งที่บอกถึงความแตกต่างของทัศนคติที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่าง ๆ ภาพของทัศนคติเป็นสิ่งที่ได้จากการประเมินเมื่อบุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็อาจมีทัศนคติทางบวก (ความรู้สึกชอบ) หรือทัศนคติทางลบ (ความรู้สึกไม่ชอบ) ต่อสิ่งนั้น
5. ทัศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลง (Permanence) ทัศนคติคงทนและเปลี่ยนแปลงได้ไม่ถ่วงนัก เซอร์รีฟ (1956) นิวคอมป์ และคณะ (1965) กล่าวถึงทัศนคติที่ฝังแน่นลึกซึ้ง เนื่องจากสิ่งที่ประเมินมีความชัดเจนถูกต้องแน่นอนหรือในกรณีที่มีการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้มานานพอ ในกรณีเช่นนี้การเพิ่มความรู้ใหม่หรือประสบการณ์ใหม่ หรือแม้การบังคับให้แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ อยู่เสมอ

6. ทศนคติต้องมีสิ่งที่มีหมายถึงแน่นอน (Attitude Object) นั่นคือ ทศนคติต่ออะไรต่อบุคคล ต่อสิ่งของ หรือต่อสถานการณ์ จะไม่มีทศนคติลอย ๆ ที่ไม่ได้หมายถึงสิ่งใด และบุคคลต้องมีความรู้ หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น ทศนคติจะแตกต่างกันตามระดับความแน่นอนชัดเจน และขอบเขตโครงสร้างซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนชนิด และคุณลักษณะของส่วนประกอบของสิ่งนั้น

7. ทศนคติมีลักษณะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอื่น หรือสถานการณ์และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกจูงใจ (Motivation effect) พิชายน์ และ ไอเซน (1975) กล่าวว่า ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยง ฉะนั้น เมื่อมีการประเมินความเชื่อสัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าวจะเกิดขึ้นในโครงสร้างของทศนคติ และแต่ละทศนคติมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เนื่องจากทศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะประกอบด้วยหลายทศนคติที่มีระดับความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันเองสูงก็จะรวมตัวเป็นมิติ ความสัมพันธ์ยิ่งสูงมากเท่าใด การรวมตัวของแต่ละทศนคติก็น่าจะแน่นแฟ้นจะเป็นตัวบ่งชี้ความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงของทศนคติและความแม่นยำในการทำนายพฤติกรรม

8. ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่ที่มีติดตัวมาแต่กำเนิด ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทศนคติ

9. ทศนคติมีคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative nature) ทศนคติเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวกับสิ่งของ

10. ทศนคติมีคุณภาพและความเข้ม (Quality and intensity) คุณภาพและความเข้มของทศนคติจะเป็นสิ่งที่บอกถึง ความแตกต่างของทศนคติจะเป็นสิ่งที่บอกถึง ความแตกต่างของทศนคติที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่าง ๆ

11. ทศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลง (Permanence) ทศนคติดังทนและเปลี่ยนได้ไม่ง่ายนัก (Stable and enduring) เนื่องจากสิ่งที่ประเมินมีความชัดเจนถูกต้องและแน่นอนหรือในกรณีที่มีการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้มานานพอ

12. ทศนคติมีลักษณะความสัมพันธ์ ทศนคติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งของบุคคลอื่นหรือสถานการณ์ และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกจูงใจ (Motivation affect)

หน้าที่และกลไกของทศนคติ (The function of Consumer Attitudes)

ทศนคติมีหน้าที่และกลไกหลายอย่างต่อการแสดงออกของทศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค หน้าที่หรือกลไกของทศนคติ ได้แก่

1. หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment function) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับหลายวิธีการที่ผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร ซึ่งหน้าที่การปรับตัวนี้บุคคลพยายามให้ได้รับความพอใจสูงสุด 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) ทัศนคติจะเป็นตัวเริ่มของการแสดงออกของผู้บริโภค และยังเป็นเครื่องมือในการแสดงออกอย่างง่ายของพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทัศนคติของผู้บริโภคอย่างมีทิศทาง (Consumer attitude have polarity) ทัศนคติสามารถเกิดในแง่บวกหรือแง่ลบก็ได้ ทัศนคติในแง่บวก คือความโน้มเอียงของบุคคลต่อการกระทำหรือตอบสนองในทางที่ดีต่อสินค้าหรือร้านค้า ทัศนคติในแง่ลบ คือความโน้มเอียงของบุคคลในการหลีกเลี่ยงสถานการณ์ต่อการกระทำ หรือสนองต่อสินค้าหรือร้านค้า
3. ทัศนคติของผู้บริโภคมีความเข้มข้นที่แตกต่างกัน (Consumer attitude vary in intensity) ทัศนคติของผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับระดับชั้นความรู้สึก ไม่ว่าทัศนคติจะมีทิศทางไปทางไหนก็ตาม บางครั้งแนวโน้มของความรู้สึกของการเกิดทัศนคติอาจมีสภาพเป็นกลางคือ เฉย ๆ นั่นคือความรู้สึกที่ไม่รุนแรงหรือเข้มข้น
4. ทัศนคติมีรูปแบบในการแสดงออก (Attitude display structure) ทัศนคติของ (ผู้บริโภคจะแสดงออกในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเสมอ รูปแบบของทัศนคติจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค
5. ความสมบูรณ์ของทัศนคติมีไม่เหมือนกัน (Completeness of attitudes varies) ทัศนคติของผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะแสดงออกถึงคุณสมบัติที่อาจเรียกว่าความสมบูรณ์ได้ ทัศนคติบางครั้งอาจเกิดขึ้นจากการมีข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ก็ได้ ซึ่งจากข้อเท็จจริงดังกล่าวผู้บริโภคถือว่าทัศนคติที่เกิดขึ้นนั้นถูกต้องแล้วและนำไปสู่การกระทำ (ศุภร. 2537)

ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะสำคัญของทัศนคติ สามารถแบ่งออกได้เป็น 9 ประการ ดังนี้ (ยุพิน ลอยหา 2538: 9)

1. ทัศนคติ เป็นภาวะก่อนที่พฤติกรรมได้ตอบจะเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือจะเรียกว่า เป็นสภาวะที่พร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง
2. ทัศนคติ จะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา คือมีความมั่นคงถาวรพอสมควรเปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรูสึกนึกคิด ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกโดยวาจาหรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
4. ทัศนคติ มีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินและเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่า ไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่จริงด้วย
5. เป็นภาวะทางจิตและประสาท ซึ่งอาจแสดงออกให้เห็นได้ทางพฤติกรรม เช่น โกรธเกลียด รัก เป็นต้น
6. เป็นความพร้อมที่จะตอบสนอง คือ เมื่อทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดก็พร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามลักษณะของทัศนคติที่เกิดขึ้น เช่น ชอบวิชาภาษาอังกฤษ ก็มีความต้องการที่จะเรียนหรือสนใจวิชาภาษาอังกฤษอยู่เสมอ
7. เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นระเบียบ เกิดขึ้นเป็นกลุ่มและจัดระเบียบไว้แล้วในตัวเอง คือ เมื่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดแล้วก็จะเกิดขึ้นต่อเนื่องกัน และจะติดตามด้วยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น โกรธก็อาจจะหน้าบึ้ง เป็นต้น
8. เป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์ หมายความว่า ประสบการณ์มีส่วนช่วยในการสร้างทัศนคติได้ดีหรือไม่
9. เป็นพลังสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออก

องค์ประกอบของทัศนคติ

จากความหมายและลักษณะของทัศนคติดังกล่าว นักจิตวิทยาได้เสนอองค์ประกอบของทัศนคติต่าง ๆ ไว้ 3 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1 ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ (Kretch, Prutchfield and Pallachey. 1962 อ้างจาก รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธุ์ 2533:13) มีรายละเอียด ดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านสติปัญญา (Cognitive Component) หมายถึง องค์ประกอบ ความเชื่อ ความรู้ ความคิดและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อเป้าหมายของทัศนคติ
2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึก ชอบ-ไม่ชอบ หรือท่าทางที่ดี-ไม่ดี ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติทำให้เกิดทัศนคติในทิศทางใด ทิศทางหนึ่ง
3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึงความพร้อมหรือ แนวโน้มที่บุคคลจะปฏิบัติต่อเป้าหมายของทัศนคติ

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

1. องค์ประกอบทางด้านสติปัญญา (Cognitive component) หมายถึงกลุ่มของความ เชื่อที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติจะเป็นตัวส่งเสริมหรือขัดขวางการบรรลุถึงค่านิยมต่างๆ ของ บุคคล
2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความ รู้สึกที่บุคคลมีเมื่อถูกกระตุ้นโดยเป้าหมายของทัศนคติ

แนวทางที่ 3 ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว คือ อารมณ์ ความรู้สึกในช่องทางชอบหรือ ไม่ ชอบ ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติ (รวิวรรณ อังคนุรักษ์พันธ์ 2533: 13; อ้างอิงจาก Thurstone. 1959; Insko. 1970; Fishbein and Ajzen. 1975)

จากองค์ประกอบของทัศนคติในการวิจัยนี้ศึกษาทัศนคติตามแนวคิดที่ 1 ได้แก่ ทัศนคติ มี 3 องค์ประกอบ คือ ด้านความรู้ ความคิดและความคิดเห็นความรู้สึกชอบ-ไม่ชอบ หรือท่าทางที่ดีและ ความพร้อมหรือแนวโน้มของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

แหล่งกำเนิดของทัศนคติ

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

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific experiences) เป็นการเรียนรู้ทัศนคติจาก ประสบการณ์เฉพาะอย่างที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้นในทางที่ดีและไม่ดี เช่น เมื่อมีลูกค้าของธนาคารได้ ใช้บริการกับธนาคารแล้วได้รับการต้อนรับที่อบอุ่นจากพนักงาน สถานที่จอดรถสะดวก ทำเลที่ตั้งของ สาขาใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ฯลฯ ลูกค้าก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อธนาคารและมีความรู้สึกอยากใช้บริการ ของธนาคารต่อไป เป็นต้น

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

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) ทศนคติบางอย่างถูกสร้างขึ้นมาจากการเลียนแบบ คนอื่น ขบวนการเกิดทศนคติโดยวิธีนี้เกิดได้โดยขั้นแรกจากเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะมองเห็นว่าบุคคลอื่นมีการปฏิบัติอย่างไร ขั้นตอนต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของความเชื่อ ทศนคติ ซึ่งมาจากการปฏิบัติของเขา ถ้าบุคคลนั้นให้ความเคารพนับถือยกย่องบุคคลที่แสดงปฏิกริยานั้นอยู่แล้วก็จะยอมรับ ความรู้ ความเชื่อจากบุคคลนั้น

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

ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคลและแตกต่างกันตามปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันของบุคคลนั้นโดยที่บุคคลจะแสดงทศนคติออกเป็น 3 ประเภท ด้วยกัน (ชนิษฐา เบญจาทิกุล, 2536: 23)

1. ทศนคติเชิงบวก เป็นทศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจ ได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น ๆ หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่น

2. ทศนคติเชิงลบ คือ ทศนคติที่สร้างความรู้สึกในทางที่ไม่ดีหรือในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจอาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัยรวมทั้งความเกลียดชังต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่น ๆ

3. ทศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็น ในเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

ทศนคติทั้ง 3 ประการนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียว หรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับ ความเชื่อ ความรู้สึก ความคิด หรือค่านิยม อื่น ๆ ที่มีต่อบุคคลหรือเรื่องราวนั้น

อิทธิพลต่อการเกิดทศนคติ

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

1. บิดามารดาและการอบรมเลี้ยงดู การประพฤติปฏิบัติตน และลักษณะของความเชื่อ ความคิดต่าง ๆ ของพ่อแม่เป็นสิ่งที่มอิทธิพลสำคัญเป็นอันดับแรกต่อการสร้างทศนคติให้แก่ลูก

2. ครูและการอบรมสั่งสอน ครูไม่เพียงแต่จะมีอิทธิพลในด้านการถ่ายทอดความรู้ให้กับเด็กเท่านั้นยังมีอิทธิพลในการเสริมสร้างทศนคติหรือความคิดต่าง ๆ ให้กับเด็กอีกด้วย

3. การศึกษา ระดับการศึกษา มีผลต่อทัศนคติ เนื่องจากปัจจุบันวิทยาการก้าวหน้าไปมาก และการศึกษาหาความรู้ของประชาชนก็กว้างขวางมากขึ้น

4. วัฒนธรรมในสังคม สังคมที่ต่างกันย่อมมีศาสนา ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่ต่างกัน ความแตกต่างเหล่านี้ย่อมมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติที่แตกต่างกันด้วย

5. ความก้าวหน้าทางวิชาการและเครื่องมือสื่อสารใหม่ ๆ ความรู้ทางวิชาการที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมในทุกแขนงวิชาและความก้าวหน้าของเครื่องสื่อสาร เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ทำให้ทัศนคติของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม

การกระทำใด ๆ ของเราส่วนใหญ่ มักเกิดจากทัศนคติของผู้คน ทัศนคติเป็นเสมือนหางเสือของพฤติกรรม คือ เป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล ถ้าเราต้องการพยากรณ์และควบคุมพฤติกรรมของ เราต้องศึกษาเรื่อง "ทัศนคติ" อย่างกว้างขวางและลึกซึ้ง อย่างไรก็ตามการศึกษาในอดีตพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมนั้น เฟสติงเกอร์ (Festinger) ได้อธิบายว่า เหตุผลหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทันทีทันใด เป็นเพราะปัจจัยทางสภาพแวดล้อมซึ่งมีผลให้เกิดทัศนคติเดิมอาจจะยังคงอยู่ภายหลังจาก ทัศนคติได้เปลี่ยนไปแล้ว ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ทำให้ทัศนคติมีแนวโน้มที่จะกลับมาเป็นแบบเดิมหลังจากที่ได้รับข่าวสารแล้ว (มนัส ปุณฺโณ. 2534:42)

การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitudes)

เครซ คอร์ทฟีลด์ และบัลลาดี ได้ให้ความเห็นว่า อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivations) สิ่งใดที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกายของตนได้ บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากข่าวสารข้อมูลที่บุคคลได้รับ ทำให้บุคคลนั้นเก็บข้อมูลข่าวสารนั้นไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น โดยการฟังคำติฉินที่ใคร ๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้

3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Group Affiliation) เพราะบุคคลที่อยู่ในสังคมย่อมจะปรับทัศนคติและปฏิบัติตนคล้ายตามบรรทัดฐาน (Norm) ของกลุ่มบุคลิกลักษณะ (Personality) ทัศนคติมีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะของบุคคลนั้นด้วย

การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนได้หลายวิธี อาจจะโดยที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งมาจากบุคคลอื่น ๆ หรือส่วนมวลชนต่าง ๆ ข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติด้านการเรียนรู้ เป็นที่เชื่อกันว่าองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบด้านอื่นจะมีแนวโน้มจะทำให้องค์ประกอบด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยชั้นต่าง ๆ 5 ชั้นด้วยกัน คือ

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

กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

สุชา จันทร์หอม (2541: 245-246) กล่าวว่าทัศนคติบางอย่างพอที่จะปรับปรุง เปลี่ยนแปลงได้ 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 ส่วนหนึ่งที่จะบังเกิดความทุกข์แก่ตน บุคคลจะไม่ยอมรับ คนชนิดนี้ก็เปลี่ยนทัศนคติได้ยากเช่นเดียวกัน
- ค. การสนับสนุนของกลุ่ม (Group support) บุคคลที่ประสบความสำเร็จขณะอยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ก็ไม่ยากที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มใหม่ เพราะมีความสุข และประสบความสำเร็จแล้วพวกนั้นก็เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ยากเช่นเดียวกัน

บทบาทของทัศนคติ

สำหรับบทบาทของทัศนคติ แคทซ์ ได้กล่าวถึงบทบาทของทัศนคติไว้ 4 ประการ คือ

1. การปรับเพื่อใช้งาน (Adjustment – Utility) อย่างกรณีที่เราชอบสิ่งตอบสนองต่อความต้องการของเรา
2. การปกป้องความรู้สึกต่างๆ (Ego –Defense) ตัวอย่างเช่น เมื่อเราสร้างทัศนคติขึ้นเพื่อปกปิดความไม่มั่นคงทางความรู้สึกของเรา เมื่อสิ่งขมขื่นเกิดขึ้น
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

- ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกมีความรู้สึกรวมใจจากสภาพจิตใจในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งรวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การและอื่น ๆ ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) → ทำให้ → การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act Positively)
- ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกลงไปในทางเสื่อมเสียไม่ได้รับความเชื่อหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การและอื่น ๆ ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) → ทำให้ → การปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act Negative)
- ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นเป็นเรื่องเป็นราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์การ และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

จากแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติในด้านต่างๆ มาใช้ในการอธิบายเปรียบเทียบกรอบทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ในด้านภาพลักษณ์ หลักสูตรการเรียน อาจารย์ผู้สอน บุคลากรผู้ให้บริการ สื่อการสอน อาคารสถานที่ ค่าใช้จ่ายในการเรียน ผลประโยชน์จากการเรียนรู้ และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกในเชิงบวก เชิงลบ หรือเฉย ๆ ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

2. ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในปัจจุบันการดำเนินการด้านการตลาดจำเป็นต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดจึงมุ่งวิจัยศึกษาผู้บริโภคในทุก ๆ ด้านเท่าที่ทำได้ เพื่อให้ทราบว่าผู้บริโภคต้องการอะไร คิดอย่างไร ชื้ออะไร ชื้อที่ไหน เมื่อไร มีกิจกรรมอะไร ใครเป็นผู้ใช้สินค้า ฯลฯ เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดหลายๆ ด้าน ความรู้เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นความได้เปรียบด้านการแข่งขัน นักการตลาดจึงต้องพยายามทำความเข้าใจถึงจิตใจ ความต้องการพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภค จึงทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมแสดงสินค้าจำเป็นต้องศึกษาและมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้า ทั้งนี้เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง (Competitive advantage) ตลอดจนสามารถปรับใช้กลยุทธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของตนได้อย่างเหมาะสม

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

โซโลมอน (Solomon, 1996: 5) ได้ให้ความหมายว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษากระบวนการต่างๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคล เข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วยเรื่องการค้า การซื้อ หรือการบริโภค สินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองต่อความต้องการและความปรารถนาต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจ

วูเมนและไมเนอร์ (Mowen and Minor, 1998: 5) ได้ให้ความหมายว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาที่หน่วยการซื้อ และกระบวนการแลกเปลี่ยนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การบริโภค การจำกัดทั้งที่เกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสบการณ์ และความคิด

แองเกิล, แบล็คเวลล์และมินนาร์ด (Engel, Blackwell and Miniard, 1993: 5) ได้ให้ความหมายว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล เมื่อทำการประเมิน (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539: 5) ได้ให้ความหมายว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่าง ๆ เหล่านั้น

สคิฟแมน และคาร์นัค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541:123; อ้างอิงจาก Schiffman and Kamuk. 1994:5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองตอบความต้องการของเขา

เอสเจลและพอล (ตำราศักดิ์ ชัยสนธิ. 2537:6; อ้างอิงจาก Engel and Paul.1994:3) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับการได้มา การอุปโภคบริโภค และการจัดการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมทั้งขบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ

สกินเนอร์ (ตำราศักดิ์ ชัยสนธิ. 2537:6; อ้างอิงจาก Skinner. 1990: 147) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำและขบวนการตัดสินใจของมนุษย์ผู้ซึ่งซื้อสินค้า และบริการ เพื่อการอุปโภคบริโภคเป็นการส่วนตัว

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการโดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลัง การกระทำดังกล่าวโดยบุคคลที่จะถือว่าเป็นผู้บริโภค ในที่นี้ คือ “บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มาและใช้ไปซึ่งสินค้าและบริการที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด” จากความหมายนี้จะเห็นได้ว่าทุกคนต่างก็เป็นผู้บริโภคแต่ไม่จำเป็นที่ทุกคนจะต้องเป็นผู้บริโภคของสินค้าอย่างเดียวกันผู้บริโภคอาจต้องการสินค้าที่ไม่ได้มีการเสนอขายโดยธุรกิจก็ได้ ซึ่งความปรารถนาที่สามารถได้รับการบำบัดให้พอใจได้ถ้าธุรกิจได้ตระหนักถึงความต้องการนั้น และทำการผลิตสินค้าที่จำเป็นนั้นออกมาจำหน่าย ผู้บริโภคอาจมีการซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความพอใจส่วนบุคคลก็ได้ หรือสำหรับตอบสนองความต้องการของครอบครัว หรือสำหรับชุมชนบางแห่งที่มีความต้องการที่เหมือนกันได้ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงเป็น หัวใจของพฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อเราเข้าใจผู้บริโภคแต่ละคนในแง่ของความต้องการที่อยากได้ กระบวนการทางความคิด ความประทับใจ ปัญหาและการกระทำ เราก็จะเข้าใจถึงพฤติกรรม ผู้บริโภคได้

2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการนั้น เพื่อที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและ พฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่จะช่วยให้การการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538:125)

คำถามที่ใช้เพื่อการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6 Ws 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO, WHAT, WHY, WHO, WHEN, WHERE และ HOW เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVES, ORGANIZATIONS, OCCASIONS, OUTLETS and OPERATIONS มีตารางแสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงการประยุกต์ใช้ 7Os ของกลุ่มเป้าหมาย และคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ตาราง 1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6 W และ 1 H)

คำถาม (6W และ1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ(7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the Market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาหรือ จิตวิเคราะห์ พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ทางการตลาด (4P) ประกอบด้วยกลยุทธ์ในด้าน ผลิตภัณฑ์ราคา การจัดจำหน่าย และ การส่งเสริม การตลาดที่เหมาะสมและ สามารถตอบสนองความพึงพอใจของ กลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจาก ผลิตภัณฑ์ก็คือคุณสมบัติหรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความ แตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ได้แก่การ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบการ บริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความแตกต่าง ทางการแข่งขัน(Competitive differentiation) ประกอบด้วยความ แตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงานและภาพลักษณ์

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6W และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why dose the customers buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองตอบความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Product strategies) 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price strategies) 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who partivipates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การโฆษณา และกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customers buy?)	โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือนช่วงเวลาใด ช่วงโอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6W และ1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ(7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the customers buy?)	ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่นห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายบริษัท นำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะสู่คนภาคกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the customer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณาขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรงและจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

2.2 รูปแบบพฤติกรรมการณ์การซื้อ

ฟิลิป คอรัลเลอร์ (Phillip Kotler's) ได้อธิบายพฤติกรรมการณ์ของผู้ซื้อโดยใช้แบบจำลองกล่องดำเป็นพื้นฐาน คือ สิ่งกระตุ้น กล่องดำของผู้ซื้อแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นสิ่งที่กระตุ้นทางการตลาดได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4P's) และอีกกลุ่มเป็นสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม ส่วนการตัดสินใจซื้อนั้นเป็นผลตอบสนอง โดยผู้ซื้อจะตัดสินใจเลือกสินค้า เลือกตรา เลือกร้านค้า เวลาที่จะซื้อ และจำนวนที่จะซื้อ ส่วนภายในกล่องดำของผู้ซื้อนั้น จะประกอบไปด้วยลักษณะของผู้ซื้อ และ กระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยลักษณะของ ผู้ซื้อจะมีองค์ประกอบหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ลักษณะเฉพาะบุคคล และลักษณะทางจิตวิทยา

2.2.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้บุคคลเกิดการตอบสนองหรือตัดสินใจประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.2.1.1 สิ่งกระตุ้นภายนอก (Outside stimulus) เป็นสิ่งที่เราจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ จนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ

ก. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) ซึ่งประกอบด้วย

- สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ชื่อเสียงของ ผลิตภัณฑ์ที่นำมาจัดแสดง ณ งานแสดงสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาจัดแสดง ณ งานแสดง สินค้า และนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ี่นำมาจัดแสดง ณ งานแสดงสินค้า

- สิ่งกระตุ้นทางด้านราคา (Price) เช่น การตั้งราคาขายที่ถูกกว่า เดิมของผลิตภัณฑ์ ณ ช่วงเวลาที่มีการจัดงานแสดงสินค้า

- สิ่งกระตุ้นทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาโดยใช้แผ่นพับ แผ่นป้ายที่ติดตามสถานที่ต่าง ๆ และออกแบบคูหาแสดงสินค้าเพื่อดึงดูด ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

ข. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ ภายนอกองค์กรซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น สื่อสารนำเสนอสินค้า เพื่อดึงดูดผู้บริโภค เป็นต้น

- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น สื่อการนำเสนอ สินค้าเพื่อดึงดูดผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็น การออกแบบคูหาแสดงสินค้า แสง สี เสียงที่ทันสมัย หรือ Pretty เป็นต้น

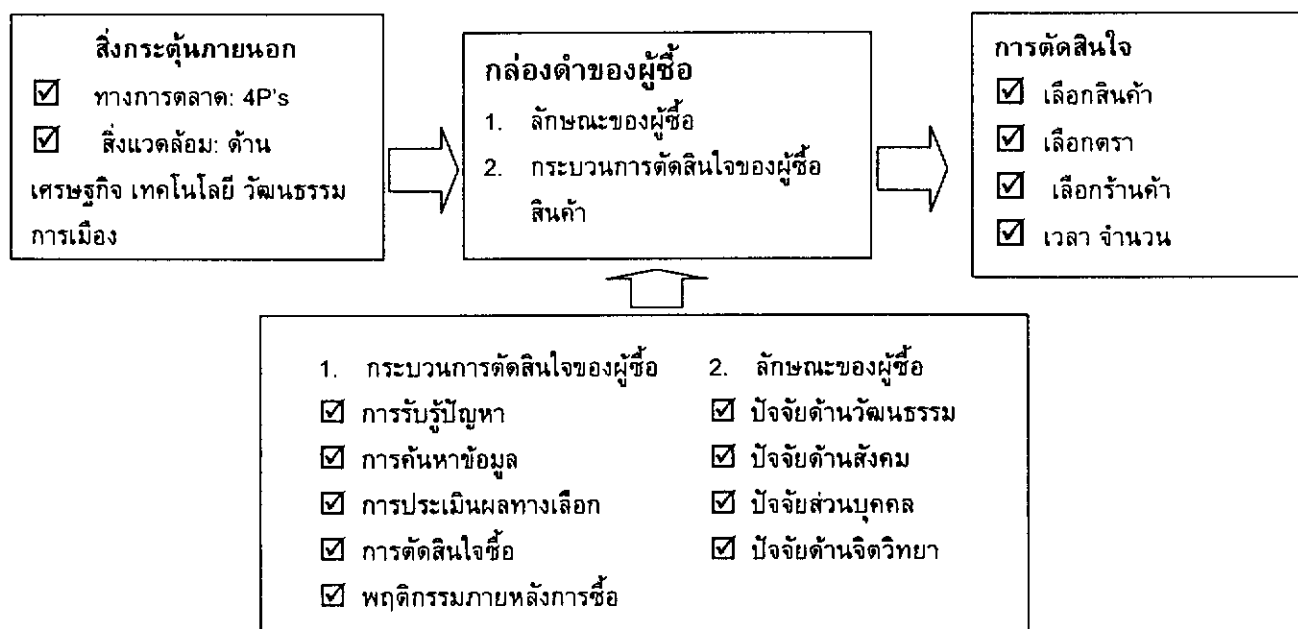
- สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

2.2.1.2 สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimulus) หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นจาก สัญชาตญาณหรือนิสัย กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา เช่น ความต้องการซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ก่อนผู้อื่น

2.2.2 กล่องดำหรือความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black box) ความรู้สึกนึกคิด ของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายาม ค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งได้รับอิทธิพล จากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

2.2.2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพล จากปัจจัยต่าง ๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) ปัจจัย ส่วนบุคคล (Personal factors) และปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factors) (Kotler, 1994: 174) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเพราะจะทำให้ทราบถึงลักษณะความ ต้องการและลักษณะของผู้บริโภคเพื่อที่จะจัดส่วนผสมทางการตลาดต่าง ๆ กระตุ้นและสนองความ ต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

2.2.2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ เอนเกล-คอลลาร์ท-แบล็คเวล (Engel-Kollat-Blackwell, 1995)



ภาพประกอบ 3 แสดงแนวความคิดกลองดำ (Kotler, 2003)

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives)

เป็นการประเมินผลทางเลือกก่อนซื้อ โดยผู้บริโภคจะมีเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก (Evaluation criteria) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision)

โดยทั่ว ๆ ไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด และการตัดสินใจของแต่ละบุคคลจะต้องมีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพยายามจัดหาข้อมูลและเหตุผลสนับสนุนต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงและช่วยผู้บริโภคในการตัดสินใจ

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior)

หลังจากการซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ถ้าผลิตภัณฑ์สามารถปฏิบัติงานได้เป็นไปตามที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจภายหลัง

2.2.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

2.2.3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) การเลือกผลิตภัณฑ์ ที่มีให้เลือกมากมาย และสามารถเลือกได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม เนื่องจากผลิตภัณฑ์ ที่นำมาแสดงมีเป็นจำนวนมาก

2.2.3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง งานเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ซึ่งมีบริษัท หลาย ๆ บริษัท มาจัดแสดงผลิตภัณฑ์ของตนเอง

2.2.3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคสามารถเลือกที่จะซื้อหรือใช้บริการกับผู้ออกงานแสดงสินค้าที่มีให้เลือกมากมาย

2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งที่กระทำได้อย่างดี ดังนั้นผู้ขายจึงต้องพยายามค้นหาว่า ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งจะทำให้ทราบถึงสาเหตุและปัจจัยที่สำคัญอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ หรือการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล และด้านจิตวิทยา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541: 130-141), (อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. 2543: 17-19)

2.3.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคล โดนบุคคลจะเรียนรู้เรื่อง ทักษะคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้นจะต้องอาศัยกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและสถาบันต่าง ๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีความสนใจแตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องเล็งเห็นถึงความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปแต่ละคน ขึ้นอยู่กับรากฐานทางวัฒนธรรมที่หล่อหลอมกันมา โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้ ดังนี้

2.3.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมการซื้อของบุคคล เช่น ลักษณะนิสัยคนไทย ซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมจากสังคมไทยทำให้มีลักษณะเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อบุคคลทั่วไป ชอบความสนุกสนาน

2.3.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) เกิดลักษณะพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ ลักษณะของเผ่าพันธุ์ของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ เชื้อชาติ ศาสนา สปีชีส์ ภูมิภาค อาชีพ ฯลฯ ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมของคนแต่ละกลุ่มจึงมีความแตกต่างกันซึ่งส่งผลต่อชีวิต ความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการดำรงชีวิต ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อแตกต่างกัน และภายในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

2.3.1.3 ชั้นทางสังคม (Social class) เป็นการแบ่งสมาชิกออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน หรือเป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคม จากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ รายได้ฐานะ ชาติตระกูล ตำแหน่งงาน ฯลฯ ซึ่งการศึกษาถึงลักษณะบุคคลนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดส่วนผสมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของชนชั้นในสังคมได้อย่างถูกต้อง โดยชนชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ชนชั้นสูง (Upper class) ชนชั้นกลาง (Middle class) ชนชั้นล่าง (Lower class) ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยอาจเลื่อนไปอยู่ในชั้นสังคมที่สูงกว่า หรือเลื่อนมาอยู่ในชั้นทางสังคมที่ต่ำกว่าได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในรายได้ อาชีพตำแหน่งงาน เช่น เมื่อมีบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น

2.3.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมสามารถแบ่งได้ดังนี้

2.3.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลกลุ่มอ้างอิงสามารถแบ่งได้ 2 ระดับ คือ

- กลุ่มทุติยภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิทญาติ
- กลุ่มปฐมภูมิ (Secondary group) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน บุคคลต่าง ๆ ในสังคม กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่ม

ทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำเนินชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวคิดส่วนบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่าง ๆ จากกลุ่มอิทธิพล

2.3.2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวจะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล

2.3.2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and status) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มเป็นการที่มุ่งใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการซื้อสินค้า

2.3.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้

- อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน
- วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน

- อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

- โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจ ตกต่ำ คนมีรายได้น้อย กิจกรรมต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและคลังสินค้าคงคลัง และวิธีการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินหมุนเวียน

- การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้ม จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

- ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือ หมายถึง อัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) ความคิดเห็น (Opinions)

2.3.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อหรือการใช้บริการ

2.3.4.1 การจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งที่เกิดภายในตัวบุคคล และอาจเกิดจากผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Need) และตอบสนองมาในรูปพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งรายละเอียดได้กล่าวไว้ในเรื่องทฤษฎีการจูงใจแล้ว

2.3.4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลตีความและรับรู้ข้อมูลเริ่มจากบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น จากประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ เห็น ได้ยิน กลิ่น สัมผัส และรส แต่ละคนจะเกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความเชื่อ ลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้าต่าง ๆ ความสัมพันธ์ของสิ่งเร้ากับสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น เงื่อนไขของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคคลมีความต้องการ ทศนคติ ค่านิยม และสิ่งจูงใจที่แตกต่างกัน

2.3.4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และเกิดการตอบสนอง (Response) เช่น ผู้เรียนได้รับสื่อโฆษณาจากใบปลิว เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกว่าอยากเข้าชมงานแสดงสินค้างานนี้ เป็นต้น การเรียนรู้จะเกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์

2.3.4.4 ความเชื่อ (Believes) เป็นความคิดที่บุคคลยึดกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่น ถ้าต้องการซื้อยานยนต์ที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ก็จะสามารถหาซื้อได้ที่งาน มอเตอร์โชว์

2.3.4.5 ทศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ โดยที่ทศนคติต่อตัวขึ้นมาจากประสบการณ์ และส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือชี้แนะต่อพฤติกรรม ซึ่งเป็นการประเมินความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในแนวทางที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจ หรือไม่พอใจ ซึ่งทศนคติในตัวบุคคลเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยากมีผลทำให้พฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นค่อนข้างคงที่ โดยเฉพาะทศนคติที่มีต่อสถาบันที่มีชื่อเสียง จะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เรียนและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคน คือผู้ที่ทำให้การตัดสินใจคนสุดท้ายในการแก้ปัญหาการซื้อทั้งหมด ซึ่งความสำคัญอันนี้เราจึงเรียกปัจจัยภายในของตัวบุคคลว่า ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภคมักเรียกชื่ออีกอย่างหนึ่งว่าปัจจัยที่อยู่ภายในตัวบุคคล (Endogenous variables) เฉพาะปัจจัยพื้นฐานเท่านั้นที่จะมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของบุคคล ส่วน (Exogenous variables) จะมี

ผลกระทบต่อผู้บริโภคทางอ้อมต่อการตัดสินใจเมื่อผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยพื้นฐานเป็นอันดับแรกเสียก่อน ในส่วนของปัจจัยพื้นฐานจะแยกอธิบายเป็นหัวข้อย่อย 3 หัวข้อคือ

1. ประเภทของปัจจัยพื้นฐาน (Type of basic determinants) ปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภคซึ่งจะเป็นตัวควบคุมกระบวนการความคิดภายในทั้งหมดของผู้บริโภคจะมีด้วยกัน 4 ประการคือ

- (1) ความต้องการของผู้บริโภค (Customer's need)
- (2) แรงจูงใจ (Motives)
- (3) บุคลิกภาพ (Personality)
- (4) การรู้ (Awareness)

ซึ่งการรู้จะมีองค์ประกอบเป็นปัจจัยย่อยด้วยกัน 3 ปัจจัย คือ การรับรู้ (Perception) ทัศนคติ (Attitudes) และการเรียนรู้ (Learning)

- ความต้องการ (Needs) หมายถึง “สิ่งที่จำเป็นใด ๆ สำหรับร่างกายทางกายภาพหรือจิตใจ” ถ้าพูดในแง่ของความรู้สึกแล้ว ความต้องการก็คือ การขาดในบางสิ่งบางอย่างที่มีประโยชน์ที่จำเป็นต้องมี หรือที่ปรารถนาได้อย่างดีด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยได้ว่าความต้องการเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

- แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง “สิ่งกระตุ้น หรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำหรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน” แรงจูงใจทำให้เราได้ถึงความต้องการของเราเอง และเป็น การให้เหตุผลสำหรับการกระทำที่แสดงออกอันเนื่องมาจากความต้องการดังกล่าวเหล่านั้น

- บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง “ลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้นในตัวบุคคลทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างกันไปจากคนอื่น ๆ แรงจูงใจเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำตามที่เขามีความต้องการ แต่บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีการกระทำในลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล

- การรู้ (Awareness) เป็นคำกว้าง ๆ ที่หมายถึง “การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาททั้งห้า” ซึ่งการรู้นั้นจะเป็นส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกของเขา ในขณะที่บุคลิกภาพเป็นเรื่องของการมองเห็นสิ่งที่มีอยู่ภายในตัวของบุคคล และการได้รู้ของผู้บริโภค (Awareness) เป็นการมองเห็นสิ่งที่มีอยู่ภายนอกของผู้บริโภคที่ต้องมีการ ตีความหมายสำหรับสิ่งที่ผู้บริโภคได้เห็นได้ยิน ได้รู้สึกและอื่น ๆ เป็นต้น

การรู้ของผู้บริโภคจะสามารถแบ่งแยกย่อยเป็น 3 ประการ การรับรู้ (Perception) ทัศนคติ (Attitudes) และการเรียนรู้ (Learning) ซึ่งปัจจัยทั้งสามนี้เป็นปัจจัยภายในของบุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกของผู้บริโภค

การรับรู้ (Perception) หมายถึง “การตีความหมายของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้ หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำเข้ามาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านทางประสาททั้งห้า”

การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง "การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภคการตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์หรือการเกิดขึ้นของสัญชาตญาณ" พูดอีกนัยหนึ่งได้ก็คือ ความรู้ที่ได้จากการรับรู้ถึงสิ่งที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนนั่นเอง

2. ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระหว่างปัจจัยพื้นฐาน (Relationship between basic determinants) จากความหมายของปัจจัยต่าง ๆ ของปัจจัยพื้นฐานทั้งหมดที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์กันโดยตรงในระหว่างปัจจัยพื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งบางครั้งความสัมพันธ์นั้นใกล้ชิดกันมากจนยากที่จะแยกได้ว่าเมื่อไรที่ปัจจัยตัวหนึ่งสิ้นสุดลงและอีกปัจจัยหนึ่งมีบทบาท

3. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์

ความหมายของพฤติกรรม พฤติกรรมเป็นการประพฤติปฏิบัติ ซึ่งเป็นกิจวัตรประจำวันและพฤติกรรมภายนอก ใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกายและสังเกตได้ในสถานการณ์หนึ่ง หรืออาจเป็นพฤติกรรมที่ไม่ได้ปฏิบัติทันทีแต่คาดคะเนว่าอาจจะปฏิบัติในโอกาสต่อไป ดังนั้น พฤติกรรมในที่นี้จึงเน้นเฉพาะการปฏิบัติ (Practices) เป็นสำคัญมีนักการศึกษาและนักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้ความหมายของการปฏิบัติไว้ดังนี้

การปฏิบัติหมายถึง ความสามารถที่จะนำเอาวิธีการ ทฤษฎี กฎเกณฑ์และแนวคิดต่าง ๆ ไปใช้แก้ปัญหาในสถานการณ์จริงหรือสถานการณ์จำลองได้อย่างถูกต้องโดยตนเอง (เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ และเอนกกุล กริแสง 2522: 42-43)

การปฏิบัติ หมายถึง การที่สามารถนำความรู้ ความเข้าใจไปใช้ในสถานการณ์จริง หรือสถานการณ์จำลองที่คล้ายคลึงกัน หรือสามารถนำทฤษฎี กฎเกณฑ์ และวิธีการดำเนินการต่าง ๆ ของเรื่องนั้นไปใช้แก้ปัญหาในทำนองเดียวกันได้ (ยัง พิทยานิคม. 2525: 162)

การปฏิบัติ หมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ ความเข้าใจที่มีในเรื่องราวข้อเท็จจริง วิธีการต่าง ๆ ไปใช้ในสถานการณ์จริงในชีวิตประจำวันหรือสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน

องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมของคนเรามีองค์ประกอบ 7 ประการ คือ (ปกิจ พรหมายน. 2530: 29; อ้างอิงจาก Cronbach. 1987: 94-102)

ก. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาอันจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเรามีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการอื่น ๆ ภายหลัง

ข. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของบุคคล

ค. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

ง. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่บุคคลจะทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการพิจารณาเสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คิดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

จ. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

ฉ. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้ผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้อาจตรงตามที่คาดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

ช. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวังในกรณีเช่นนี้เขาอาจย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์ใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

ความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เดเรียนดิส (อุษา ลิ้มปฐนโชติ. 2545: 12-13; อ้างอิงจาก Triandis. 1971: 178-183) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือ การปฏิบัติของมนุษย์เป็นผลมาจาก ทัศนคติ (Attitude) บรรทัดฐานของสังคม (Norms) นิสัย (Habits) และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากพฤติกรรมนั้นแล้ว (Expectancies about Reinforcement) ดังนั้น ทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมการแสดงออกของพฤติกรรมของบุคคลและขณะเดียวกันการแสดงออกหรือการปฏิบัติของบุคคลก็มีผลต่อทัศนคติของบุคคลนั้น ๆ ด้วย โดยทั่วไปแล้ว เชื่อกันว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติ ถึงแม้ว่านักการสื่อสารและนักจิตวิทยาหลายท่านจะเห็นว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม แต่จากผลงานวิจัยทางสังคมวิทยาส่วนใหญ่หลายสิบปีที่ผ่านมา พบว่าตัวแปร ทัศนคติและพฤติกรรมการปฏิบัติกันมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือแทบจะไม่มี ความสัมพันธ์กันเลย ซึ่งนักจิตวิทยาพยายามหาเหตุผลต่าง ๆ เพื่อจะเป็นข้อโต้แย้งที่ ข้อมูลจากการวิจัยไม่ได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า การปฏิบัติ หรือพฤติกรรมเป็นผลมาจากทัศนคติ

สุทธินันท์ เชื้อแก้ว (2545: 19) จากองค์ประกอบของทัศนคติและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ทัศนคติพบว่าทัศนคติและพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กันโดยที่ทัศนคติจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึง พฤติกรรมว่าผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมอย่างไร แต่มีการวิจัย หลาย ๆ ชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมนั้นมิได้ เกิดขึ้นตามทัศนคติเสมอไป เนื่องจากการวัดความสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อจำกัดต่าง ๆ ของผู้บริโภค หมายความว่า ในขณะที่ทัศนคติของผู้บริโภคอยู่นั้น ผู้บริโภคจะตอบโดยที่มีได้คิดถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ว่าตนเองจะสามารถมีพฤติกรรมดังนั้นได้หรือไม่
2. การกระทำที่ต้องการจะวัดควรชัดเจนและแน่นอนว่าต้องการจะดูการกระทำใด ๆ ของบุคคลนั้น ๆ เช่น การใช้ การซื้อ การขอยืม หรืออื่น ๆ เพราะทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์อาจแปลงออกมาได้เป็นการกระทำมากมายขึ้นอยู่กับว่าขณะนั้นต้องการจะวัดการกระทำแบบใด
3. เป้าหมาย นั่นคือ ผลลัพธ์ที่ต้องการจะวัดทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นเป้าหมายโดยทั่วไป หรือ อาจจะเป็นเป้าหมายที่ชี้เฉพาะได้ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมที่มีรูปแบบที่ต่างกัน โดยอาจจะสอดคล้องกับทัศนคติหรือไม่ก็ได้
4. เวลา เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมและทัศนคติอาจเปลี่ยนแปลงไปด้วย
5. สภาพการณ์และสิ่งแวดล้อม มีผลทำให้พฤติกรรมเบี่ยงเบนไป เช่น อิทธิพลครอบครัวหรือเกิดสถานการณ์ใดที่ไม่คาดคิดขึ้น ทำให้ต้องแสดงพฤติกรรมที่อาจไม่สอดคล้องกับทัศนคติขึ้น

ความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรม (Needs, motives and behavior)

ความต้องการของผู้บริโภค แรงจูงใจ และพฤติกรรมต่างมีค่าจำกัดความสามารถกำหนดให้เห็นความสัมพันธ์กันได้ หลักทั่วไป 3 ประการ ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรมมีดังนี้

1. พฤติกรรมของมนุษย์ทั้งหมดต้องได้รับการจูงใจหรือถูกกระตุ้น
2. สภาวะของการจูงใจทั้งหมดไม่จำเป็นต้องนำไปสู่การเกิดพฤติกรรม
3. พฤติกรรมที่ได้รับการจูงใจอาจเกิดขึ้นจากการเรียนรู้หรือไม่ได้เรียนรู้ก็ได้ มีรายละเอียดดังนี้

ประการที่ 1 เมื่อไรก็ตามที่บุคคลได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมถือว่าบุคคลได้รับการจูงใจ แรงจูงใจต่าง ๆ จะนำไปสู่พฤติกรรมที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการให้เป็นที่น่าพอใจ ตัวอย่างเช่น ร่างกายต้องการแสวงหาอาหาร ดังนั้นเมื่อบุคคลเกิดหิวขึ้นมาก็จะเกิดความรู้สึกหิวเป็นเหตุให้บุคคลต้องแสวงหาอาหาร นั่นคือ ถ้าปราศจากความหิวก็ไม่มีเหตุผลอันใดที่บุคคลจะต้องรู้ถึงความขาดของร่างกาย ดังนั้น แรงจูงใจจึงเป็นตัวเชื่อมระหว่างความต้องการกับพฤติกรรม

ประการที่ 2 การจูงใจที่เป็นอยู่ในเวลานี้สามารถนำไปสู่การไม่เกิดพฤติกรรมได้ เมื่อไม่มีการกระทำใด ๆ ผู้บริโภคจะไม่ทำการใด ๆ เมื่อไม่มีโอกาสที่จะกระทำ หรือแรงจูงใจไม่ได้รับการกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจได้รับการจูงใจให้อยากได้ในรถยนต์หรือเสื้อผ้าราคาแพง แต่ไม่สามารถจะคาดหวังว่าจะมีเงินมาซื้อได้ทำให้ไม่เกิดการซื้อสินค้าที่ต้องการนั้นได้ ฉะนั้นจึงไม่เกิดพฤติกรรม

ประการที่ 3 พฤติกรรมที่เกิดจากการจงใจสามารถเป็นได้ทั้งพฤติกรรมที่มีการเรียนรู้หรือไม่มีการเรียนรู้ก็ได้

การกระทำใด ๆ ที่มีมาตั้งแต่เกิดไม่จำเป็นต้องคิดหรือมีประสบการณ์มาก่อนจะถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่ต้องเรียนรู้ ประเภทของพฤติกรรมที่ไม่ต้องเรียนรู้ มีอยู่ด้วยกัน 2 ลักษณะคือ

1. การกระทำแบบสะท้อนมาจากประสาทโดยอัตโนมัติ (Reflex action) ซึ่งการกระทำแบบสะท้อนแบบสะท้อนกลับมาจากประสาทโดยอัตโนมัติ หมายถึง “การกระทำใด ๆ ที่ไม่ได้ตั้งใจ หรือเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติจากการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น เช่น การกระพริบตา การเดินของหัวใจ”

2. ส่วนการกระทำแบบสัญชาตญาณ หมายถึง “อะไรก็ตามที่มีมาตั้งแต่กำเนิดที่มีแนวโน้มจะให้เกิดพฤติกรรมในลักษณะใดลักษณะหนึ่งเป็นพิเศษ” เช่น การร้องไห้ของเด็กเมื่อหิว เป็นสัญชาตญาณที่เกิดโดยธรรมชาติ

สำหรับพฤติกรรมที่ได้จากการเรียนรู้ (Learning behavior) จะได้มาจากการแก้ปัญหาหรือการมีประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งพฤติกรรมที่ได้จากการเรียนรู้จะเป็นเรื่องธรรมดา ที่พบมากที่สุดและมีความซับซ้อนมากที่สุดด้วยในบรรดาประเภทของพฤติกรรมมนุษย์ เช่น เด็กเรียนรู้ที่จะชอบทานนมหวานมากกว่านมจืด เป็นต้น ถ้าพฤติกรรมใดของบุคคลได้รับความพอใจก็จะเป็นการลดสภาวะความตึงเครียดลงไปได้ แต่ถ้าพฤติกรรมใดที่บุคคลได้รับไม่เป็นที่พอใจ บุคคลก็ยังคงอยู่ในสภาวะของการได้รับการจูงใจและมีพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการต่อไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะบรรลุความพอใจ

4. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านการเรียนรู้

ความหมายของการเรียนรู้

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2541: 24) ได้ให้คำจำกัดความว่า การเรียนรู้ คือ การเรียนที่ต้องทำให้ได้ให้เป็นด้วย จึงจะเรียกว่าเป็นการเรียนรู้ หรืออีกความหมายหนึ่งก็คือ การเรียนและได้อะไรเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เพราะคำว่าเรียน หมายถึงการพัฒนาตนเอง

ชาติชาย พิทักษ์ชนาคม (2544: 179) การเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการ (Process) ที่อินทรีย์มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปอย่างถาวรหรือค่อนข้างถาวร อันเนื่องมาจากประสบการณ์หรือการฝึกหัดที่เรียกว่าเป็นกระบวนการ

ดารา ทีปะปาล (2542: 155) การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวรอันเป็นผลเนื่องมาจากประสบการณ์ที่ได้รับ โดยไม่จำเป็นจะต้องเป็นประสบการณ์โดยตรงเสมอไป การเรียนรู้อาจเกิดขึ้นได้จากการเลียนแบบพฤติกรรมของผู้อื่นก็ได้

ปริญ ลักษณานนท์ (2536: 186) การเรียนรู้ หมายถึงการบอกรับข่าวสารโดยตรงหรือทางอ้อม รู้ตัวหรือมีรู้ตัว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคล

ยงยศ เอี่ยมทอง (2538: 4-5) ได้ให้คำจำกัดความว่า การเรียนรู้ คือ การรับรู้ (Perception) และการหยั่งเห็น (Insight) โดยการรับรู้คือ การแปลความหมายประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ หู ตา จมูก ลิ้น และกาย และการรับรู้ที่มีผลมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ทางตา คิดเป็นร้อยละ 75% ของการรับรู้ทั้งหมด ซึ่งนักปรัชญาชาวเยอรมันกลุ่มเกสตัลท์ (Gestalt Theories) จัดระเบียบการเรียนรู้โดยแบ่งเป็น 5 กฎ เรียกว่ากฎแห่งการจัดระเบียบ (The Law of Organization) คือ

1. กฎแห่งความชัดเจน (Law of Similarity) การเรียนรู้ที่ดีต้องมีความชัดเจนและแน่นอน
2. กฎแห่งความคล้ายคลึงกัน (Law of Similarity) ถ้าสิ่งที่เรียนรู้มีความคล้ายคลึงกัน การรับรู้จะถ่ายเชื่อมโยงกันได้ เพราะสามารถจัดกลุ่มเดียวกันได้
3. กฎแห่งความใกล้ชิด (Law of Proximity) ถ้าสิ่งใดมีความใกล้ชิดกัน ผู้เรียนมีแนวโน้มที่จะรับไว้เป็นแบบเดียวกัน และเป็นหมวดหมู่เดียวกัน
4. กฎแห่งความต่อเนื่อง (Law of Continuity) สิ่งเร้าที่มีทิศทางไปในแนวเดียวกัน ผู้เรียนจะรับรู้ถึงความต่อเนื่องกัน
5. กฎแห่งความสมบูรณ์ (Law of Gloser) สิ่งเร้าที่ขาดหายไปผู้เรียนสามารถรับรู้ให้เป็นภาพสมบูรณ์ได้ โดยอาศัยประสบการณ์เดิม

และการหยั่งเห็น คือการเกิดความคิดขึ้นมาทันทีในขณะที่ประสบปัญหา โดยมองเห็นแนวทางในการแก้ปัญหาเป็นขั้นตอนเป็นแนวทางของสภาพการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้น โดยอาศัยความรู้สึกความเข้าใจที่เคยเรียนรู้มาซึ่งการเรียนรู้และการหยั่งเห็นจะขึ้นอยู่กับสภาพที่เป็นปัญหา ประสบการณ์เดิมแม้จะมีความหมายต่อการเรียนรู้ แต่การหยั่งเห็นจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อผู้เรียนสามารถจัดสัดส่วนของสถานการณ์นั้นให้เป็นระเบียบและสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และเมื่อสามารถแก้ปัญหาได้ครั้งหนึ่ง เมื่อเกิดปัญหาขึ้นอีกในครั้งต่อไป ผู้เรียนจะสามารถนำวิธีการเดิมนั้นมาใช้ในทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาคิดใหม่ และรู้จักการมองปัญหาเป็นส่วน ๆ และเรียนรู้ความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ได้

ศุภร เสรีรัตน์ (2540: 181) หมายถึงกระบวนการที่เป็นประสบการณ์ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในความรู้ ทักษะ และหรือ พฤติกรรม การเรียนรู้มีปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

1. ตัวกระตุ้น และการที่จะมีตัวกระตุ้นได้ต้องมาจากการรับรู้ถึงตัวตุนั้น และการสนใจตัวกระตุ้น
2. การตอบสนองต่อสถานการณ์ ซึ่งต้องเข้าใจถึงลักษณะของการตอบสนอง การเกี่ยวพันระหว่างตัวกระตุ้นกับการตอบสนอง และการตอบสนองที่ถูกต้องกับการตอบสนองที่ไม่ถูกต้อง

3. การเสริมแรงของการตอบสนองจะต้องพิจารณาถึงหน้าที่ของการเสริมแรง
ประเภทของการเสริมแรงและกฎของการเสริมแรง

ธำรง บัวศรี (2542: 107) ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีการเรียนรู้ที่สำคัญมีหลายทฤษฎี การ
ยึดถือทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งจะสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีผลต่อ
ความคิดในการจัดโครงสร้างของหลักสูตร เนื้อหาวิชา และการเรียนการสอนที่แตกต่างกัน

เนื่องจากการเรียนรู้เป็นเรื่องที่ทำให้เกิดความสนใจมาเป็นเวลานานแล้ว ทำให้มีทฤษฎีเกิดขึ้น
มากมายหลายทฤษฎี ซึ่งพอจะแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

ก. ทฤษฎีสัมพันธ์ต่อเนื่อง หรือทฤษฎีเงื่อนไข

ธงชัย สันติวงษ์ (2540: 146) นักทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่า การเรียนรู้เกิดจากความสามารถใน
การสังเกตเห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้น และการปฏิบัติตอบ แต่ก็ยังมีแนวคิดที่แตกต่างกัน
ออกไปอีกถึงลักษณะของการสัมพันธ์ที่แท้จริงที่เกิดขึ้น พวกหนึ่งของทฤษฎีกลุ่มนี้ ยืนยันว่า “กฎแห่ง
การสัมพันธ์” เป็นวิธีเดียวที่จำเป็นสำหรับการอธิบายเรื่องของการเรียนรู้ และ เชื่อว่าการเสริมหรือ
สนับสนุน หรือการให้รางวัลสิ่งตอบแทนไม่ใช่สิ่งจำเป็นสำหรับการเรียนรู้ แต่อีกกลุ่มหนึ่งกลับมีความ
เชื่อว่า การเรียนรู้นั้นจะเกิดขึ้นโดยเป็นผลสืบเนื่องมาจากอิทธิพลของตัวกระตุ้นที่มีคุณลักษณะที่เสริม
หรือสนับสนุนมากกว่าที่จะเป็นผลมาจากอิทธิพลของตัวกระตุ้นธรรมดา

ธำรง บัวศรี (2542: 108-109) ทฤษฎีนี้เป็นพื้นฐานในการอธิบายเรื่องการเรียนรู้ ซึ่งมีอยู่
หลายท่านที่ยึดถือทฤษฎีนี้ ถึงแม้ว่าแต่ละท่านจะมีการสร้างทฤษฎีย่อย ๆ ขึ้นมาโดยการปรับปรุงจากเดิม
ในลักษณะต่าง ๆ กันก็ตาม แต่โดยเนื้อแท้ก็อาศัยหลักการอย่างเดียวกัน ทฤษฎีย่อยๆ เหล่านี้ ได้แก่
ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิกของพาฟลอฟ (Pavlov's Classical Conditioning or Types
Conditioning) ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบการกระทำของสกินเนอร์ (Skinner's instrumental
Conditioning or Type R Conditioning) ทฤษฎีสัมพันธ์เชื่อมโยงของธอร์นได (Thorndike's
Connectionism Theory) ทฤษฎีความต่อเนื่องของกัททรี (Guthrie's Continuity Theory) และทฤษฎี
การเสริมแรงของฮัลล์ (Hull's Reinforcement Theory) เป็นต้น ในหลักใหญ่ทฤษฎีนี้เน้นความสัมพันธ์
ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus Response Association) และเป็นหลักทฤษฎีที่ได้รวมเอา
ทฤษฎีการเรียนรู้แบบการวางเงื่อนไขและการเสริมแรงไว้ทั้งหมด กฎสำคัญของทฤษฎีนี้ก็คือ
ประสบการณ์ ซึ่งหมายความว่าผู้เรียนจะต้องมีประสบการณ์เสียก่อนจึงเกิดการเรียนรู้ขึ้น อาจเป็น
ประสบการณ์ที่เกิดเพราะมีสิ่งมาเร้าหรือเพราะการกระทำโดยจงใจ การเรียนรู้จึงเป็นการสะสมทีละ
เล็กละน้อยไม่ใช่เกิดขึ้นอย่างทั่วถึงในครั้งเดียว ดังนั้นผู้เรียนจะต้องเรียนรู้ส่วนย่อย ๆ เสียก่อน แล้วจึงสรุป
ได้เป็นส่วนรวม ทฤษฎีนี้ถือว่าส่วนย่อยเป็นพื้นฐานของส่วนรวม ผลรวมทั้งหมดเกิดจากส่วนย่อยเข้า
ด้วยกัน ตัวอย่างเช่น การเรียนรู้เรื่องเครื่องยนต์ จะต้องเรียนรู้ส่วนประกอบต่างๆ เสียก่อน เช่น คาบูเร

เตอร์ คอยล์จ่ายไฟ หัวเทียน ลูกสูบ กระบอกสูบ แหวนสูบ หม้อกรองอากาศ ฯลฯ แล้วจึงนำเอาความรู้ที่ได้มารวมกัน ทำให้เกิดการเรียนรู้ว่าเครื่องยนต์ของรถยนต์นั้นเป็นอย่างไร การที่เริ่มเรียนจากส่วนย่อยเสียก่อนเท่ากับเรียนจากง่ายไปหายาก เรียนส่วนต่าง ๆ แต่ละส่วนแยกจากกันโดยไม่จำเป็นต้องมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ เหล่านี้ การประเมินผลก็ทำได้ง่ายโดยแยกประเมินเป็นส่วน ๆ เช่นเดียวกัน

ทฤษฎีนี้ถือว่าเป็นการเรียนรู้เป็นกระบวนการวางเงื่อนไขซึ่งผู้เรียนได้เรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า หรือจากการกระทำด้วยความตั้งใจ และการเรียนรู้จะเกิดขึ้นเร็วหรือช้าอยู่ที่สิ่งเสริมแรง เช่น การได้รับรางวัลทุกครั้งที่ทำอะไรสำเร็จ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แนวความคิดเรื่องการเรียนรู้ของทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากความคิดเดิมที่ถือว่าการเรียนรู้เกิดจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้าโดยไม่มีอะไรเคลือบแฝงมาเป็นความคิดใหม่ที่ว่า การเรียนรู้พฤติกรรมที่แสดงออกนั้น เป็นเรื่องที่สิ่งเร้าต้องผ่านการย่อยหรือการกลั่นกรองของระบบประสาทเสียก่อน และการตอบสนองก็อาจแสดงออกได้หลายทาง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เกิดและสภาวะของตัวบุคคลและสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น

ปัจจัยสำคัญเพื่อให้การวางเงื่อนไขเกิดผลดี ประกอบด้วย

1. สิ่งเร้าที่เป็นกลางหรือต้องวางเงื่อนไข จะต้องเสนอก่อนการเสนอสิ่งเร้าที่ไม่ต้องวางเงื่อนไขและช่วงระยะเวลาห่างกันของการเสนอสิ่งเร้าที่ต้องวางเงื่อนไขกับสิ่งเร้าที่ไม่ต้องวางเงื่อนไข จะต้องสั้นจึงจะมีการตอบสนองที่เข้ม หากช่วงเวลาที่เสนอห่างกันมาก การตอบสนองก็จะไม่เกิดขึ้น
2. ทั้งสิ่งเร้าที่ต้องวางเงื่อนไขและสิ่งเร้าที่ไม่ต้องวางเงื่อนไข จะต้องมีลักษณะเด่นสะดุดตา และมีคุณค่าดึงดูดใจมากกว่าสิ่งเร้าอื่น ๆ ในสภาพแวดล้อมนั้น
3. ความเข้มข้นของการตอบสนองนั้น ขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของสิ่งเร้าที่ไม่ต้องวางเงื่อนไขหรือสิ่งเร้าที่ต้องวางเงื่อนไข หรือทั้งสองอย่างประกอบกัน

คุรุ เสรีรัตน์ (2540: 192) เรียกแนวความคิดเดิมว่าทฤษฎีที่ว่าด้วยเงื่อนไขดั้งเดิม (Classical conditioning) แนวความคิดนี้ถือว่าการเรียนรู้เป็นเรื่องของเงื่อนไข ความคิดพื้นฐาน คือ การนำเสนอความคิด 2 อย่างด้วยกัน และมีการนำเอามาพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องของความคิดดังกล่าวในจิตใจของบุคคล

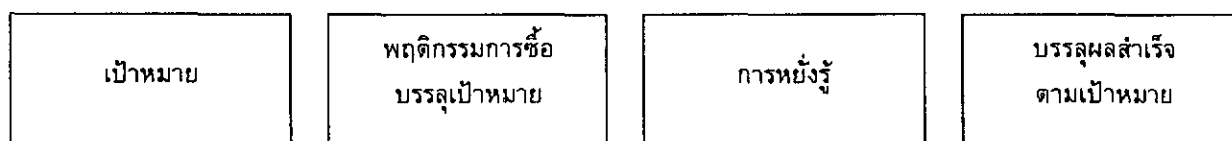
สรุปแนวความคิดของกลุ่มทฤษฎีสัมพันธ์ต่อเนื่อง

1. การเรียนรู้เป็นกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้า และการตอบสนอง การเรียนรู้จะมากหรือน้อย จะเร็วหรือช้า ขึ้นอยู่กับการวางเงื่อนไขและการเสริมแรง
2. การเรียนรู้ควรเริ่มจากสิ่งที่ย้ายไปสู่สิ่งที่สลับซับซ้อนโดยแยกเรียบทีละส่วน และ ไม่จำเป็นที่ผู้เรียนจะต้องมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนย่อย ๆ เหล่านั้น

3. ประสบการณ์ในอดีตมีความสำคัญต่อการเรียนรู้มาก เพราะจะแสดงถึงความพร้อมของผู้เรียน
4. ประสบการณ์ปัจจุบันที่จัดให้ผู้เรียนก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าประสบการณ์ในอดีตและถ้าผู้เรียนได้รับความพึงพอใจก็จะเรียนรู้ได้เร็วขึ้น
5. การเรียนรู้แบบตอบสนองต่อสิ่งเร้า เหมาะแก่การเรียนรู้เพื่อสร้างนิสัยทักษะ

ข. ทฤษฎีสันนาม หรือทฤษฎีการเรียนรู้

ดารา ทีปะปาล (2542: 111-112) เรียกทฤษฎีสันนามว่า ทฤษฎีการเรียนรู้จากการคิดอย่างมีเหตุผล หมายถึง การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการภายในจิตใจ หรือสมองของบุคคล ทฤษฎีนี้มองบุคคลเป็นผู้แก้ปัญหาโดยอาศัยการหยั่งรู้ และทักษะการแก้ปัญหาใช้ในการพิจารณากำหนดแนวทางการกระทำทฤษฎีนี้ถือว่าปัญหาจะแก้ได้อย่างไร ส่วนใหญ่แล้วขึ้นอยู่กับแนวความคิดของบุคคลนั้นอันเกิดจากอิทธิพลของความจำ ความคาดหวัง และเป้าหมายที่ต้องการให้บรรลุของเขาเป็นตัวกำหนดแนวทางการแก้ปัญหา โดยแอสแซล (Assael, 1998: 119) ได้เสนอรูปแบบกระบวนการเรียนรู้จากการคิดอย่างมีเหตุผล ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังรูป



ภาพประกอบ 5 แสดงกระบวนการเรียนรู้จากการคิดอย่างมีเหตุผล

ที่มา: ดารา ทีปะปาล. (2542) พฤติกรรมผู้บริโภค: 112.

ธารง บัวศรี (2542: 113-116) ฝ่ายที่ยึดทฤษฎีสันนามเป็นหลักแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มเกสทาลท์ (Gestalt-field) กลุ่มความรู้ความเข้าใจ (Cognition-field) และกลุ่มการรับรู้ (Perceptual-field)

ทฤษฎีนี้ยึดหลักว่า การที่บุคคลรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวนั้นเป็นการรับรู้ในรูปของส่วนรวมทั้งหมด ไม่ได้รับรู้เพียงเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือรับรู้จากสิ่งเร้าเป็นอย่างไร ๆ ไป เช่น รับรู้ว่า คือ ต้นไม้ ดอกไม้ ดินสอ นาฬิกา ปากกา ฯลฯ ก็จะรับรู้ในความหมายทั้งหมดไม่ใช่รับรู้เฉพาะสี รูปร่าง ขนาด หรือส่วนใดส่วนหนึ่ง ตามทฤษฎีนี้ผู้เรียนจะจัดระเบียบสิ่งที่เรียน หรือประสบการณ์เข้าเป็นหมวดหมู่เป็นโครงสร้างทำให้กำหนดการเรียนรู้อย่างฉับพลัน และผู้เรียนจะเข้าใจสาระสำคัญขององค์ประกอบของสิ่งที่เรียนหรือปัญหาที่ต้องการแก้ไข ทฤษฎีนี้เห็นว่า ส่วนรวมทั้งหมดย่อมมีความหมายมากกว่าการ

รวมส่วนย่อย ดังนั้นในการเรียน จำเป็นต้องให้ผู้เรียนได้เห็นและเข้าใจภาพ ส่วนรวมเสียก่อน แต่อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาแนวความคิดของกลุ่มที่ยึดทฤษฎีสนามทั้ง 3 กลุ่ม อาจกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มเกสตาลท์ เน้นส่วนรวมและไม่ยอมรับว่าการรู้และการตอบสนองเฉพาะเรื่องเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเรียนรู้ ทั้งนี้เพราะความหมายของสิ่งที่เรียนไม่ได้เกิดจากการเรียนส่วนย่อย ๆ รวมกัน จะเห็นได้ว่ากลุ่มเกสตาลท์มีแนวความคิดตามหลักของทฤษฎีสนามทุกประการ

2. กลุ่มความรู้ความเข้าใจ ได้นำเอาแนวความคิดของทฤษฎีสนามมาประยุกต์กับการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรได้อย่างได้ผล โดยเน้นเรื่องโครงสร้างและการจัดระเบียบเนื้อหาวิชา และการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทำให้เกิดหลักสูตรและการเรียนการสอนในรูปแบบใหม่ ตัวอย่างที่เป็นได้ชัดคือ แนวความคิดของเจอโรม บรุนเนอร์ (Jerome Bruner) ศาสตราจารย์ทางจิตวิทยาของมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด (Harvard University)

3. กลุ่มการเรียนรู้ เป็นกลุ่มที่ยึดถืออัตมโนทัศน์ (Self Concept) เป็นศูนย์กลาง กลุ่มนี้บางที่เรียกว่ากลุ่มทฤษฎีการเรียนรู้แบบอัตมโนทัศน์ (Self-Concept Learning Theory) ตามทฤษฎีนี้พฤติกรรมและการเรียนรู้เป็นผลของการรับรู้ การเรียนรู้จะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้เรียนตีความหมายของการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คืออัตมโนทัศน์ของผู้เรียนนั่นเองและการเรียนรู้ของผู้เรียนแต่ละคน

ทฤษฎีการเรียนรู้ถือว่าเป็นเรื่องที่เกิดภายในโดยผู้เรียนพยายามสนองความต้องการและเสริมสร้างมโนทัศน์ให้แก่ตน พยายามสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนเองทุกขณะ และแรงขับที่สร้างความพึงพอใจนี้เองที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้เรียนทำอะไรต่าง ๆ ซึ่งต่างจากทฤษฎีเงื่อนไขนั้นใช้วิธีเร่งเร้า บังคับให้รางวัล ทำโทษ ฯลฯ เป็นหลัก ดังนั้นการเรียนรู้ ผู้สอนและผู้เรียนต่างก็จะต้องช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เรียนนำเอาพลังและศักยภาพที่มีอยู่ในตัวออกมาใช้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้โดยให้มีอิสระภาพในการกระทำด้วยตนเอง

สรุปแนวความคิดของกลุ่มทฤษฎีสนาม ทั้ง 3 กลุ่ม ตั้งอยู่บนหลักการดังนี้

1. การเรียนรู้ เป็นกระบวนการของการจัดระเบียบและหมวดหมู่ของประสบการณ์ให้เป็นโครงสร้างความรู้ความเข้าใจ ทำให้เกิดการหยั่งรู้ยังเห็นอย่างฉับพลันทันใด
2. การเรียนรู้จะเกิดขึ้นจากการรับรู้ส่วนรวมทั้งหมดก่อนแล้วจึงแยกเป็นส่วนย่อย ซึ่งต่างก็มีการเชื่อมโยงและสัมพันธ์กัน
3. การเรียนรู้จะมากหรือน้อย เร็วหรือช้า ขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจของผู้เรียน
4. ประสบการณ์ในอดีตหรือสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตไม่สำคัญเท่ากับการรับรู้ในปัจจุบัน
5. การเรียนรู้จากการวิเคราะห์โครงสร้างของส่วนรวมหรือของปัญหา เหมาะสำหรับการเรียนรู้ที่ต้องอาศัยกระบวนการคิดที่สลับซับซ้อน

ค. ทฤษฎีการเรียนรู้ของ فروยด์

ธำรง บัวศรี (2542: 117) ความสนใจของ فروยด์ เน้นในเรื่องพัฒนาการของบุคคล และการปรับปรุงด้วยวิธีการจิตบำบัด ความคิดของ فروยด์ เน้นว่ามีอิทธิพลของชีวิตในอดีตในระหว่างที่ยังเป็นเด็กเล็ก ๆ ที่มีต่อบุคลิกภาพของบุคคล รวมทั้งจิตใต้สำนึกซึ่งเป็นที่มาของพฤติกรรมต่าง ๆ ตามทฤษฎีการเรียนรู้ของ فروยด์ มีความเห็นว่า พื้นฐานที่สำคัญของการเรียนรู้ คือ ความเข้าใจตนเอง (Self Understanding) การรู้จักตนและรู้ว่าตัวเองเป็นใคร (Identification) และการเลียนแบบ (Imitation)

กลุ่มทฤษฎีนี้มีความเห็นว่าความเข้าใจตนเอง และการรู้จักตน มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพของการเรียนรู่มาก เพราะเมื่อทราบว่าตัวเองรู้สึกอย่างไร คิดอย่างไร ฯลฯ ก็ย่อมกำหนดให้ประสบการณ์ที่เหมาะสมกับตนได้

ในเรื่องของการเลียนแบบมีความเชื่อกันว่าส่วนใหญ่การเรียนรู้เกิดจากการเลียนแบบ เช่น การพูด การเดิน การกิน เป็นต้น ดังนั้นครูหรือผู้สอนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้เรียนควรมุ่งทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีโดยเฉพาะต้องนึกไว้เสมอว่าการกระทำของเรานั้นมีผู้ต้องการเอาแบบอย่าง

อย่างไรก็ตามถ้าสังเกตให้ดีจะเห็นว่าทฤษฎีของ فروยด์นี้ พวกที่ยึดถือทฤษฎีสัมพันธ์ต่อเนื่องทฤษฎีสนามกลุ่มการรับรู้ และกลุ่มความรู้ความเข้าใจ ต่างก็นำเอาไปประยุกต์ใช้ ข้อแตกต่างกันก็คือในขณะที่กลุ่มของทฤษฎีสนามไม่ได้ให้ความสำคัญแก่ประสบการณ์ในอดีตเท่าใดนัก กลุ่มทฤษฎีของ فروยด์ก็ถือว่า สำคัญมากซึ่งเรื่องนี้กลุ่มทฤษฎีสัมพันธ์ต่อเนื่องมีความเห็นเช่นเดียวกัน แต่สิ่งที่ทั้ง 3 ทฤษฎีมีความเห็นพ้องต้องกันก็คือการสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน

ง. ทฤษฎีการเรียนรู้จากสังคม

ธำรง บัวศรี (2542: 118) ทฤษฎีการเรียนรู้จากสังคมเกิดจากแนวความคิดของนักสังคมวิทยา นักโบราณคดี และนักสังคมจิตวิทยา ทฤษฎีนี้ถือว่ามนุษย์มีความสามารถในการเรียนรู้ไม่จำกัด แต่ความสามารถในการเรียนรู้จะถูกจำกัดด้วยการคาดหวัง (Expectation) ของสังคม และด้วยแบบฉบับของพฤติกรรมที่สังคมเห็นว่าเหมาะสม ซึ่งตามทฤษฎีนี้กระบวนการเรียนรู้เป็นกระบวนการเรียนรู้เป็นกระบวนการทางสังคมและเกิดจากการคบหาสมาคม ศาสนสถาน ฯลฯ การเรียนรู้โดยกระบวนการดังกล่าวจะดำเนินไปตลอดชีวิต

หลักพื้นฐานของการเรียนรู้ตามทฤษฎีนี้ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป แต่การที่บุคคลแต่ละคนจะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับสังคม ไม่มีใครเป็นอะไรได้ด้วยตนเอง ทุกคนล้วนต้องอาศัยสังคมทั้งนั้น

ในแง่ของการเรียนรู้ ทฤษฎีนี้ให้นำเอาหลักเกณฑ์ของทฤษฎีการเรียนรู้จากสังคมว่า การเรียนรู้จากการสังเกตหรือบางครั้งอาจเรียกว่าการเรียนรู้จากการเลียนแบบผู้อื่น เป็นแนวความคิดที่เชื่อว่า

คนเราสามารถเรียนรู้ได้จากการสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้อื่น หรือเพียงแค่ได้รับการบอกจากผู้อื่น แล้วนำมาปรับรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคลเหล่านี้เป็นพฤติกรรมของตนเอง

ทฤษฎีนี้มีแนวคิดที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. เรียนรู้จากการสังเกตมองคนเป็นสัญลักษณ์ ซึ่งสามารถมองเห็นล่วงหน้าถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากพฤติกรรมของเขา และวิธีที่จะปรับพฤติกรรมให้สอดคล้องกับผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
2. บุคคลสามารถเรียนรู้จากการเฝ้าดูการกระทำของผู้อื่น และจากการสังเกตผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำเหล่านั้น โดยเน้นที่ความสำคัญของตัวแบบในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร
3. บุคคลมีความสามารถที่จะควบคุมพฤติกรรมของตนเองได้และจากกระบวนการควบคุมตนเองได้บุคคลจึงสามารถที่จะให้รางวัลหรือลงโทษภายในจิตใจของตนเอง โดยความรู้สึกดำหนิตนเองหรือพอใจในตนเอง

5. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีผู้ให้ความหมายดังนี้

วิลาวรรณ คุณเจริญ (2544: 13) ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจ

สาธิต สันตกิจ (2528: 10) ความพึงพอใจ เป็นผลรวมของความรู้สึกชอบบุคลากร อันเกิดมาจากทัศนคติที่มีต่อคุณภาพและสภาพของหน่วยงาน

สมรภูมิ ขวัญคุ้ม (2530: 9) ความพึงพอใจหมายถึงระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากทัศนคติและความสนใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และทัศนคติและความสนใจดังกล่าวนี้มีผลกระทบต่อการประสิทธิภาพของงาน โดยความพึงพอใจจากการตอบสนองความต้องการของบุคคลแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ความต้องการภายนอก หรือความต้องการทางกายภาพ
2. ความต้องการภายใน หรือความต้องการทางจิตใจ

แต่ทั้งนี้ความต้องการของคนจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ขึ้นกับปัจจัยหลายประการ เช่น อายุ เพศ การศึกษา รายได้ ตลอดจนสภาพแวดล้อมต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

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

พินท ทองพูน (2529) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนอง ความต้องการทั้งทางด้านวัตถุและด้านจิตใจ

อมร รักษาสัตย์ (2533) ให้ความเห็นว่า ความพอใจของผู้รับบริการเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการบริหารงานได้ เพราะการจัดบริการของรัฐไม่ใช่สักแต่ว่าทำให้เสร็จ ๆ ไป แต่หมายถึงการให้บริการอย่างดีเป็นที่พอใจแก่ประชาชน

กิติมา ปริติลล (2534) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกพอใจหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงานและเขาได้รับการตอบสนองความต้องการของเขาได้

อัญญา โทบุญ (2534) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนะของบุคคลอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า และสิ่งจูง ซึ่งจะปรากฏออกมาทางพฤติกรรมและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคล

กิตติศักดิ์ มีฤทธิ์ (2545: 19) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเกิดเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ที่ประทับใจ ที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ โดยเมื่อพอใจสิ่งใดแล้วก็จะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยเข้าร่วมกับกิจกรรม อุทิศร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาที่กระทำในกิจกรรมนั้น

สุรพล เย็นเจริญ (2543: 6) ความพึงพอใจหมายถึง สิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดความสบายใจเมื่อได้ผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

จารุศรี ศิริอังกาฐ (2545: 8) ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไป หรือ กล่าวได้ว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยา ด้านความรู้สึก (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 อันเกิดจากความคาดหวังของผู้เรียน และมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการเรียน

ทฤษฎีความพึงพอใจ

สกินเนอร์ (อุปถัมภ์ ชัยชนะ. 2543: 36; อ้างอิงจาก Skinner. 1971: 1-63, 96-120) การสร้างความพึงพอใจในการเรียน จะทำให้เกิดความเชื่อว่า เขาอยู่ในความควบคุมของตัวเอง แม้ว่าผู้ควบคุมที่แท้จริงคือครู ไม่มีวิธีการใดดีไปกว่าการให้เขาได้แสดงความรู้สึกว่าเขามีอิสระเสรีภาพ ด้วยวิธีนี้คนจะมีกำลังด้วยตนเอง ครูควรปล่อยให้เด็กได้ทำในเฉพาะสิ่งที่เขาอยากทำ แต่เขาควรจะทำเฉพาะสิ่งที่ครูต้องการให้เขาทำเท่านั้น

วิโรจน์ สารัตนะ (2544: 96) กล่าวว่ากระบวนการจูงใจเป็นสิ่งที่ทำได้ยากและสลับซับซ้อน เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน
- พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกที่หลากหลายวิธี แม้จะเป็นความต้องการอันเดียวกัน
- การกระทำของบุคคลไม่คงเส้นคงวา เปลี่ยนแปลงง่าย
- บุคคลมีปฏิกิริยาต่อความล้มเหลวในการตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกัน

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

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

มาสโลว์กล่าวว่า ความต้องการในแต่ละลำดับขั้น จะมีความคาบเกี่ยวกันอยู่ หรืออาจเกิดความต้องการหลายลำดับขั้นในเวลาเดียวกัน

เฮิร์ซเบิร์ก (วิโรจน์ สารัตนะ. 2544: 101-104; อ้างอิงจาก Herzberg. 1959: 139 -141) ได้วิจัยและค้นพบสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

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

ทฤษฎี ของ Herzberg สามารถตีความได้ 5 แง่มุม คือ

1. ปัจจัยจูงใจทุกตัวต่างร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจ
2. ปัจจัยจูงใจทุกตัวร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจและ

ปัจจัยจำจนทุกตัวต่างร่วมกันส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าปัจจัยจำจนทุกตัวรวมกัน

3. ปัจจัยจำจนใจแต่ละตัวส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจ และในทางกลับกันปัจจัยจำจนใจแต่ละตัวส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจ

4. ปัจจัยจำจนใจแต่ละตัวส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าปัจจัยจำจนใจตัวใด ๆ และในทางกลับกันปัจจัยจำจนใจแต่ละตัวส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าปัจจัยจำจนใจตัวใด ๆ

5. ปัจจัยจำจนใจเท่านั้นที่ส่งผลต่อความไม่พึงพอใจ และมีเฉพาะปัจจัยจำจนใจเท่านั้นที่ส่งผลต่อความไม่พึงพอใจ

แอลเดอร์เฟอร์ (วิโรจน์ สารัตนะ. 2544: 104-105; อ้างอิงจาก Alderfer, 1981: 172-184) ได้กำหนดทฤษฎี ERG โดยนำความรู้ของมาสโลว์และ เซอร์ชเบิร์ก มาศึกษาและแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

1. ความต้องการอยู่รอด
2. ความต้องการความสัมพันธ์
3. ความต้องการก้าวหน้าและเติบโต

เมอร์เรย์ (ดนัย งามมานะ. 2531: 104-105; อ้างอิงจาก Murray, 1980: 46-47) แบ่งความต้องการออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ความต้องการขั้นปฐมภูมิ หรือความต้องการทางกาย
2. ความต้องการขั้นทุติยภูมิ หรือความต้องการทางจิตใจ

ปราณี คูเจริญไพศาล (2542: 12-14) กล่าวว่า ธุรกิจไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ความไม่พึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้เพราะลูกค้าแต่ละคนคาดหวังว่าธุรกิจมีหน้าที่ที่จะต้องให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ หากความไม่พึงพอใจเกิดจากการที่สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่านั้น ลูกค้าจะไม่ชักชวนหรือบอกต่อให้คนอื่นมาซื้อสินค้าที่ร้านนั้น ในทางตรงกันข้ามลูกค้าจะบอกต่อก็ต่อเมื่อเขามีความกระตือรือร้นและตื่นเต้นที่จะบอกต่อและความกระตือรือร้นที่จะบอกต่อจะมาจากการที่เขาได้รับบริการจากร้านนั้นเกินความคาดหวัง และสิ่งที่เกินความคาดหวังของลูกค้านี้เรียกว่า ส่วนเพิ่มเติม (Augmentation) โดยที่ปกติลูกค้าที่ได้รับความไม่พึงพอใจจะทำการบอกต่อประสบการณ์ที่แย่ของตนให้เพื่อนทราบโดยเฉลี่ย 4 คน และอย่างน้อย 4 คนนั้น จะไปที่ร้านค้านั้น

ทฤษฎีความไม่พึงพอใจ ตามทัศนะของ ปราณี คูเจริญไพศาล แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ความคิด (Cognitive dissonance theory) เขียนโดย Mr. Festinger เมื่อปี ค.ศ. 1957 มีสมมติฐานว่า มนุษย์ต้องการความเป็นระเบียบและความสอดคล้อง (Order and consistency) มนุษย์จะเกิดความเครียดเมื่อมีความขัดแย้งในความเชื่อหรือพฤติกรรมต่าง ๆ และจะพยายามขจัดความเครียดที่เกิดขึ้นด้วยการพยายามลดความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้น ภาวะความขัดแย้งจะเกิดขึ้นเมื่อมีความไม่สอดคล้องกันในความเชื่อและพฤติกรรมที่เกิดขึ้น เช่น

ก็จำเป็นต้องยอมรับสิ่งที่ไม่ดีของสินค้าที่ตนเลือกเนื่องจากไม่มีสินค้าใดสมบูรณ์แบบทุกประการ หรือถูกใจผู้บริโภคไปทุกประการ ภาวะที่ต้องสูญเสียสิ่งดี ๆ บางประการไป จะเกิดความไม่พอใจและเกิดความขัดแย้งทางความคิดในตนเองและพยายามลดความรู้สึกที่ไม่ดีเหล่านั้นลง

2. ทฤษฎีความไม่ตรงกัน (The disconfirmation paradigm) กล่าวว่า การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าควรเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคแต่ละบุคคลทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอยู่จริง (Actual Product performance) กับสิ่งที่คาดหวัง (Expectations) เป็นการใช้ความคาดหวังที่มีอยู่ก่อนการซื้อเป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับ (Actual performance) ถ้า สิ่งที่เกิดขึ้นจริงตรงกับสิ่งที่คาดหวังไว้จะเกิดภาวะการไม่ยืนยัน (Disconfirmation) ถ้าดีกว่าที่ คาดไว้ผู้บริโภคจะพอใจ และถ้าด้อยกว่าที่คาดหวังไว้ผู้บริโภคจะไม่พอใจ จากการศึกษา (Swan and Coombs 1976, อ้างใน Sautter: 1990) พบว่าแนวคิด 3 ประการที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ความคาดหวัง คุณลักษณะด้านการใช้งาน และความพึงพอใจของลูกค้า โดยสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจะอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคมีประสบการณ์ต่างกันก็จะมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้บริโภคไม่ได้ใช้ปัจจัยเพียงแค่ปัจจัยเดียว แต่ใช้หลายปัจจัย หลาย ๆ เกณฑ์ในการพิจารณาพร้อม ๆ กัน จึงทำให้ยากต่อการควบคุมมาตรฐานหรือตัวแปรเหล่านั้นได้ครบถ้วนทุกประการ

6. ประวัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เดิมเรียกว่า โรงเรียนวัดบพิตรพิมุข หรือโรงเรียนวัดเชิงเลน มีการเรียนการสอนโดยพระภิกษุสามเณร ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นครูสอน ต่อมารัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ได้ทรงกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศตั้งเป็นโรงเรียนหลวงสำหรับราษฎรได้ศึกษาเล่าเรียน เมื่อเดือน 7 ปีระกาสัปดาห์ 1287 คือเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2428 มีนักเรียน 34 คน ใช้อาคารศาลารายหน้าพระอุโบสถวัดบพิตรพิมุขเป็นอาคารเรียนแห่งแรก มีครูใหญ่คนแรกชื่อ ขุนอนุกิจวิทูร

- พ.ศ. 2439 เปิดสอนมูลสามัญชั้นสูงและในปี พ.ศ. 2442 ได้เปิดสอนในระดับประถมศึกษา

- พ.ศ. 2452 รวมโรงเรียนวัดจักรวรรดิราชาวาส เป็นโรงเรียนเดียวกับโรงเรียนวัดบพิตรพิมุขและเปลี่ยนชื่อเป็น “โรงเรียนวัดบพิตรพิมุข” ภายหลังได้แยกออกเป็นสองโรงเรียน

- พ.ศ. 2456 เปิดสอนชั้นมัธยมศึกษา

- พ.ศ. 2475 มีการก่อตั้งสมาคมนักเรียนเก่าบพิตรพิมุข และขยายอาณาบริเวณของโรงเรียนออกมาทางด้านหลังและหันหน้าโรงเรียนมาทางถนนจักรวรรดิ คลองโง้งอ่างกลายเป็นหลังโรงเรียน

- พ.ศ. 2477 เปิดสอนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 7-8 แผนกวิสามัญ สอนภาษาต่างประเทศ ซึ่งต้องเรียนภาษาอังกฤษวิชาบังคับและเรียนภาษาฝรั่งเศส เยอรมัน จีน หรือญี่ปุ่นอีกภาษาหนึ่ง การเรียนสายนี้เป็นรากฐานเดิมของแผนกธุรกิจ สาขาวิชาต่างประเทศ

- โรงเรียนวัดบพิตรพิมุข เดิมสังกัดในกรมศึกษาธิการ ต่อมาในปี 2482 ได้โอนมาสังกัดในกรมวิชาการ และในปี พ.ศ. 2484 กรมวิชาการได้เปลี่ยนชื่อเป็นกรมอาชีวศึกษา

- พ.ศ. 2485 ทางกรมได้ย้ายโรงเรียนพาณิชย์การพระนครจากวัดแก้วฟ้าล่างลงมาใช้อาคารเรียนของโรงเรียนโรงเรียนวัดบพิตรพิมุข เป็นสถานที่เรียนของโรงเรียนพาณิชย์การพระนคร ได้สร้างอาคารเรียนเป็นเรือนไม้ชั้นเดียวและเรือนไม้ 2 ชั้น ทางทิศเหนือของบริเวณโรงเรียนเป็นอาคารเรียนพอสิ้นปีการศึกษา 2486 โรงเรียนพาณิชย์การพระนคร จึงได้ย้ายไปอยู่ที่ วังบูรพาภิรมย์ และยกอาคารเรียนที่ได้สร้างขึ้นให้เป็นอาคารเรียนของ โรงเรียนวัดบพิตรพิมุข และเมื่อคราวภาวะสงครามรุนแรงได้ย้ายนักเรียนส่วนหนึ่งไปใช้อาคารเรียนของโรงเรียนพระปริยัติธรรม วัดไพชยนต์พลเสพย์ จังหวัดสมุทรปราการเป็นสถานที่เรียนระยะหนึ่ง

- พ.ศ. 2492 เปิดสอนชั้นมัธยมปลาย แบ่งเป็น 2 สายคือ สายวิสามัญ และสายมัธยมอาชีวศึกษา ภาษาต่างประเทศ

- พ.ศ. 2595 เปิดสอนแผนกอาชีวศึกษาชั้นสูง แผนกภาษาต่างประเทศและเลขานุการอีกแผนกหนึ่ง หลักสูตรเป็นไปในทิศทางธุรกิจเพื่อเตรียมนักศึกษาจบออกไปทำงานตามร้านค้าและวงการธุรกิจต่างๆ แผนกนี้รับนักศึกษาที่จบมัธยมปีที่ 6 เข้าเรียนต่อ มีหลักสูตรการเรียน 3 ปี แผนกนี้รับนักศึกษาหญิงเข้าเรียนด้วย (โรงเรียนจึงได้มีนักเรียนหญิงตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา) นับเป็นโรงเรียนรัฐบาลแห่งแรกที่เปิดการสอนแผนกเลขานุการขึ้น ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแผนกธุรกิจ สาขา วิชาการเลขานุการ

- พ.ศ. 2496 สร้างอาคารเรียนคอนกรีตเสริมเหล็ก 2 ชั้น รูปตัวแอล มีระเบียบชั้นล่างและชั้นบน

- พ.ศ. 2497 ได้รับงบประมาณให้เปิดการสอนรอบบ่ายเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งรอบตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2497 และได้เลิกสอนรอบบ่ายเมื่อ พ.ศ. 2505

- พ.ศ. 2500 สร้างอาคารเรียนคอนกรีตเสริมเหล็ก 3 ชั้น ขนานกับอาคาร 2 ชั้น ได้ชื่อว่าอาคารอนุสรณ์ 72 ปี

- พ.ศ. 2503 โรงเรียนมีนโยบายขยายการศึกษาด้านอาชีวศึกษาชั้นสูง จึงเริ่มยุบชั้นมัธยมปีที่ 1-6 ปีการศึกษาจะชั้นจนกระทั่ง พ.ศ. 2509 ชั้นมัธยมศึกษาจึงหมดไปและเหลือแต่แผนกภาษาต่างประเทศและเลขานุการ

- พ.ศ. 2508 ได้รับงบประมาณให้ดำเนินการสอนสองรอบอีกวาระหนึ่ง คือรอบเช้าเริ่มเรียนตั้งแต่เวลา 8.00 - 13.30 น. และรอบบ่ายเริ่มเรียนตั้งแต่เวลา 13.40 - 19.00 น. จนถึงปัจจุบัน

- พ.ศ. 2516 ขยายการศึกษาถึงระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส) และเปลี่ยนชื่อจากโรงเรียนวัดบพิตรพิมุข มาเป็นวิทยาลัยบพิตรพิมุข
- พ.ศ. 2520 โอนมาสังกัดวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา เรียกชื่อว่า วิทยาเขตบพิตรพิมุข
- พ.ศ. 2526 กระทรวงศึกษาธิการประกาศแยกเป็น 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ และวิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ
- พ.ศ. 2528 สร้างอาคาร 5 ชั้น แทนอาคาร 2 ชั้นเดิม เป็นอาคาร 100 ปี
- พ.ศ. 2531 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชทรงพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ พระราชทานนาม “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” แทนวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา
- พ.ศ. 2536 สร้างอาคารเรียน 5 ชั้น บนเนื้อที่ของโรงอาหารเดิม ปัจจุบันคืออาคาร 108 ปี และได้เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง 2 ปี ภาคปกติ สาขาที่เปิดสอน คือ สาขาบริหารธุรกิจ วิชาเอกการบัญชี
- พ.ศ. 2537 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง 2 ปี ภาคปกติ วิชาเอกภาษาธุรกิจ
- พ.ศ. 2540 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง 2 ปี ภาคสมทบ วิชาเอกการบัญชี
- พ.ศ. 2541 สร้างอาคารเรียน 7 ชั้น บนเนื้อที่อาคารอนุสรณ์ 72 ปี เป็นอาคาร 115 ปี
- พ.ศ. 2542 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง 2 ปี ภาคสมทบ วิชาเอกภาษาธุรกิจ และวิชาเอกการจัดการทั่วไป และเปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี ภาคปกติ วิชาเอกการบัญชี และภาษาธุรกิจ
- พ.ศ. 2543 งดรับหลักสูตร ปวช.
- พ.ศ. 2544 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี วิชาเอกการจัดการ –การจัดการทั่วไป
- พ.ศ. 2545 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี ภาคปกติ วิชาเอกภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง 2 ปี ภาคปกติ วิชาเอกการตลาด
- พ.ศ. 2546 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี สาขาบริหารธุรกิจวิชาเอกระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์
- พ.ศ. 2547 เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี 2 ปีต่อเนื่องภาคสมทบ วิชาเอกระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์และหลักสูตร 4 ปี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล
- พ.ศ. 2547 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชทรงพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามใหม่ให้แก่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลว่า “มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล”
- พ.ศ. 2548 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแยกเป็น 9 กลุ่ม โดย วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ สังกัดกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยดังนี้

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ (2525: 2) ได้ศึกษาเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารจาก มธจ.แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์กรแตกต่างกัน สำหรับความต้องการในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของรัฐ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 607 คน คิดเป็นร้อยละ 98.1 มีความต้องการเข้าศึกษาต่อ ในส่วนมหาวิทยาลัยของรัฐที่กลุ่มตัวอย่างตั้งใจเลือกเข้าศึกษาต่อ 3 ลำดับแรก คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 21.8 รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี คิดเป็นร้อยละ 18.7 และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 14.9 โดยกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเลือกครั้งนี้ว่า ใกล้บ้าน ใกล้ผู้ปกครอง มีคณะวิชาที่น่าสนใจมาก มีความชอบส่วนตัว เป็นสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และชอบรูปแบบการเรียน

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งจูงใจในการเข้าศึกษาต่อดังนี้

เดือนใจ เกตุษา (2535: 16) ได้ศึกษาองค์ประกอบในการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2532 พบว่า องค์ประกอบสำคัญ 7 อันดับแรกทำให้นักศึกษาดังกล่าวตัดสินใจเลือกสมัครเข้าเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยเรียงจากอันดับความสำคัญมากไปหาน้อย ดังนี้

1. เพราะบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรามคำแหงได้รับการยอมรับจากสังคมเท่าเทียมกันกับบัณฑิตจากมหาวิทยาลัยอื่น
2. เพราะค่าหน่วยกิต ถูกกว่าสถาบันการศึกษาเอกชน
3. เพราะมหาวิทยาลัยรามคำแหงไม่จำกัดเวลาเรียน
4. เพราะสามารถทำงานหารายได้ขณะที่กำลังศึกษาเล่าเรียน
5. เพราะได้รับการยอมรับจากทางสังคมเท่าเทียมกับมหาวิทยาลัยอื่น
6. เพราะมีโอกาสสำเร็จการศึกษาได้ก่อน 4 ปี เนื่องจากมหาวิทยาลัยรามคำแหงเปิดสอนภาคฤดูร้อน 2 ครั้ง และยังเปิดโอกาสให้นักศึกษาสอบซ่อมได้อีกด้วย
7. เพราะการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยรามคำแหงได้มาตรฐานเท่าเทียมกับมหาวิทยาลัยอื่น

รังรอง สีทอง (2535: 253) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการศึกษาต่อของนิสิตปริญญาโท ภาคพิเศษมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร พบว่า นิสิตที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน แต่นิสิตที่เรียนวิชาเอกต่างกัน มีแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ฮูล (Houle. 1961: 15-16) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเข้าเรียนของผู้ใหญ่ในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. 1960 พบว่าผู้ใหญ่เข้ามาเรียนด้วยแรงจูงใจที่ต่างกัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. มาเรียนอย่างมีเป้าหมาย (Goal Oriented) หมายถึง มาเรียนเพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านวิชาชีพ หรือมาเรียนอย่างมีความหมาย โดยหวังจะนำความรู้ไปใช้กับหน้าที่การงานหรือในชีวิตประจำวัน

2. มาเรียนเพื่อต้องการเข้าร่วมกิจกรรม (Activity Oriented) หมายถึง มาเรียนเพราะชอบบรรยากาศของการศึกษา ชอบเข้าสังคม ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น หรือต้องการมีเพื่อนหรือเพื่อจัดความเหงา โดยมีได้หวังที่นำความรู้ ไปใช้แก้ปัญหาในชีวิตประจำวันแต่อย่างใด

3. มาเรียนเพราะต้องการที่จะรู้หรือเพื่อหาความรู้ (Learning Oriented) หมายถึง มาเรียนเพราะมีใจรักเรียน ต้องการใช้ความสามารถในการเรียนที่มีอยู่ให้มากที่สุด โดยมีได้หวังที่จะนำความรู้ไปใช้กับชีวิตประจำวันแต่อย่างใด

ดาเคนวัลด์ และเมอร์เรียม. (Darkenwald and Merriam. 1982: 128-130) ได้ศึกษาเหตุผล การเข้าเรียนต่อของผู้ใหญ่ ทั้งที่กำลังจะเข้าเรียนและที่กำลังเรียนรู้อยู่ โดยได้แบ่งเหตุผลในการเข้าเรียน ต่อของผู้ใหญ่ออกเป็น 9 ด้านคือ

1. ด้านความรู้ (Knowledge Goal)
2. ด้านส่วนตัว (Personal Goal)
3. ด้านชุมชน (Community Goal)
4. ด้านศาสนา (Religious Goal)
5. ด้านสังคม (Social Goal)
6. ด้านการหนีความจำเจ (Escape Goal)
7. ด้านการทำตามกฎระเบียบ (Obligation Goal)
8. ด้านเพื่อทำหน้าที่ให้ดีขึ้น (Personal Fulfilment Goal)
9. ด้านเพื่อความรู้ในเชิงวัฒนธรรม (Cultural Knowledge Goal)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ” โดยมีเนื้อหาสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับดังนี้

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

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้เรียนระดับปริญญาตรีภาคสมทบทั้งเพศชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ จำนวน 412 คน (ข้อมูลจากแผนกทะเบียนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2548)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เรียนระดับปริญญาตรีภาคสมทบทั้งเพศชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรแน่นอน (ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น) โดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane. 1970 : 580-587) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 203 คน โดยใช้ค่าความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% (หรือ .05)

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

เมื่อ N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมด ที่ยอมรับได้ ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดเท่ากับ 5% หรือ .05 (ใช้ค่าความเชื่อมั่น 95%) ได้ผลการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{412}{1 + 412 (0.05)^2} = 203 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 203 คน สํารองไว้เผื่อแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ 11% ได้เท่ากับ 22 คน รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 225 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน (Probability sampling) โดยแบ่งวิธีการสุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยแบ่งผู้เรียนภาคสมทบ จำนวน 412 คน แยกออกเป็นวิชาเอกจะได้ดังนี้

1. วิชาเอกการบัญชี	262	คน
2. วิชาเอกภาษาอังกฤษธุรกิจ	11	คน
3. วิชาเอกการจัดการ-การจัดการทั่วไป	88	คน
4. วิชาเอกการตลาด-การบริหารการตลาด	15	คน
5. วิชาเอกระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์-พัฒนาซอฟต์แวร์	36	คน
รวม	412	คน

การหาสัดส่วนจากชั้นภูมิ

สูตร

$$\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละวิชาเอก} = \frac{\text{จำนวนประชากรในแต่ละวิชาเอก} \times \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (225)}}{\text{จำนวนประชากรรวมทั้งหมด (412)}}$$

ได้จำนวนตัวอย่างดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนตัวอย่างแต่ละวิชาเอก

วิชาเอก	จำนวนประชากร ในแต่ละวิชาเอก	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง
1. การบัญชี	262	143
2. ภาษาอังกฤษธุรกิจ	11	6
3. การจัดการ-การจัดการทั่วไป	88	48
4. การตลาด-การบริหารการตลาด	15	8
5. ระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์-พัฒนาซอฟต์แวร์	36	20
รวม	412	225

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบโดยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้นักศึกษาของแต่ละวิชาเอก ตามจำนวนที่ได้คำนวณมาแล้ว

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้ในการวัดทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามทางด้านประชากรศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 7 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

1.1 เพศชาย

1.2 เพศหญิง

ข้อที่ 2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่

2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

2.2 20-24 ปี

2.3 25-29 ปี

2.4 30 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3. สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- 3.1 โสด
- 3.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน
- 3.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ข้อที่ 4. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- 4.1 พนักงานบริษัทเอกชน
- 4.2 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 4.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 4.4 อื่นๆ (โปรดระบุ)

ข้อที่ 5. รายได้ต่อเดือน 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

ข้อที่ 6. สถานที่ทำงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- 6.1 เขตสัมพันธวงศ์
- 6.2 เขตพระนคร
- 6.3 เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
- 6.4 เขตธนบุรี
- 6.5 เขตอื่น ๆ (โปรดระบุ)

ข้อที่ 7. วิชาเอกที่เลือกเรียน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- 7.1 การบัญชี
- 7.2 ภาษาอังกฤษธุรกิจ
- 7.3 การจัดการทั่วไป
- 7.4 ระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์
- 7.5 การตลาด

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ซึ่งวัดทัศนคติในด้านต่างๆ ดังนี้คือ ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตรการเรียน ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสื่อการสอน ด้านอาคารสถานที่ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอน ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 28 ข้อ ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ ดังนี้

<u>ระดับทัศนคติ</u>	<u>หมายถึง</u>
5	ดีมาก
4	ดี
3	ปานกลาง
2	ไม่ดี
1	ไม่ดีอย่างมาก

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงระหว่างชั้น (Interval)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ตามระดับทัศนคติ

<u>คะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับทัศนคติ</u>
4.21 – 5.00	ดีมาก
3.41 – 4.20	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่ดี
1.00 – 1.80	ไม่ดีอย่างมาก

ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ จำนวน 1 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดโดยมีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert Scale โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ ประกอบด้วย

<u>ระดับความพึงพอใจ</u>	<u>หมายถึง</u>
5	พึงพอใจอย่างมาก
4	พึงพอใจ
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่พึงพอใจ
1	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงระหว่างชั้น (Interval)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ตามระดับความพึงพอใจ

<u>คะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความพึงพอใจ</u>
4.21 - 5.00	พึงพอใจอย่างมาก
3.41 - 4.20	พึงพอใจ
2.61 - 3.40	ไม่แน่ใจ
1.81 - 2.60	ไม่พึงพอใจ
1.00 - 1.80	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ จำนวน 2 ข้อ ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยมีสเกล 5 ระดับ ประกอบด้วย

<u>ระดับแนวน้อม</u>	<u>หมายถึง</u>
5	ส่งแน่นอน/บอกแน่นอน
4	ส่ง/บอก
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่ส่ง/ไม่บอก
1	ไม่ส่งแน่นอน/ไม่บอกแน่นอน

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงระหว่างชั้น (Interval)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ตามระดับแนวน้อมพฤติกรรม

<u>คะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับแนวน้อมพฤติกรรม</u>
4.21 – 5.00	ส่งแน่นอน/บอกแน่นอน
3.41 – 4.20	ส่ง/บอก
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.60	ไม่ส่ง/ไม่บอก
1.00 – 1.80	ไม่ส่งแน่นอน/ไม่บอกแน่นอน

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. รวบรวมเนื้อหาที่ได้จากเอกสารเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม เกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจและแนวน้อมพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยสร้างแบบสอบถามแบ่งคำถามออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

2.1 ตอนที่ 1 เป็นคำถามทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถาน-ภาพ สมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียน จำนวน 7 ข้อ

2.2 ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ซึ่งแบ่งออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ หลักสูตรการเรียน อาจารย์ผู้สอน บุคลากรผู้ให้บริการ สื่อการสอน อาคาร สถานที่ ค่าใช้จ่ายในการเรียน ผลประโยชน์จากการเรียนรู้ และการประชาสัมพันธ์ จำนวน 28 ข้อ

2.3 ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ จำนวน 1 ข้อ

2.4 ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ในการส่งลูกหลาน มาเรียน และการบอกต่อผู้อื่น จำนวน 2 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ ตรวจสอบความ ถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อนำมาแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อนำมาแก้ไขให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของ เนื้อหา ได้แก่ ความสอดคล้อง ความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษาที่ใช้

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ ผู้ควบคุมสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบและแก้ไขให้สมบูรณ์ แล้วจึงนำไปทดลองสอบ

6. ทดสอบแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบเบื้องต้น (Try Out) กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน โดยทดสอบกับผู้เรียนภาคสมทบ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตศาลายา ซึ่งมีลักษณะประชากรศาสตร์คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เพื่อนำมาหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach (บุญชม ศรีสะอาด, 2538:174) ซึ่งค่าที่ได้จะอยู่ระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง จากการคำนวณได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.8560

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูล 2 แบบ คือ

3.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เรียนภาคสมทบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยใช้ข้อมูลแบบสอบถามเพื่อวัด ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยจะกระทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้จัดทำหนังสือแนะนำตัว และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. ติดต่อประสานงานกับอาจารย์ผู้สอนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพื่อขอความร่วมมืออนุญาตแจกแบบสอบถามแก่ผู้เรียนภาคสมทบ
3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนผู้เรียนภาคสมทบที่ต้องการวิจัย
4. ชี้แจงและอธิบายให้ผู้เรียนภาคสมทบเข้าใจวัตถุประสงค์และวิธีตอบแบบสอบถาม
5. แจกแบบสอบถามให้กับผู้เรียนภาคสมทบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ จำนวน 225 ชุด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ศึกษา
6. เมื่อผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเพื่อตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach

1. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้ว ออกเก็บข้อมูลจริง
2. นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์
3. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส

สำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

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

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

1.2 วิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ จำแนกตามลักษณะ ประชากรศาสตร์ วิเคราะห์ด้วยสถิติการทดสอบ (t-test) สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มเป็นอิสระต่อกัน ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 2 กลุ่ม วิเคราะห์ด้วยสถิติการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) หรือ F-test

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ วิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนภาคสมทบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ วิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

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 วงศ์รัตน์: 2541 : 65)

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

เมื่อ	S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม

หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์

อัลฟ่า (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 449) โดยใช้สูตรดังนี้

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

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

3. ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistic) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นจะใช้สถิติ ดังนี้

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t – test ซึ่ง 2 กลุ่มดังกล่าวเป็นอิสระต่อกัน (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 80) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านเพศ

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

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

ใช้ Degrees of Freedom (df) เป็น $df = \frac{\left[\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right) + \left(\frac{S_2^2}{n_2} \right) \right]^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{n_2 - 1}}$

กรณีความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$) ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\left(\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{(n_1 + n_2 - 2)} \right) \left(\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2} \right)}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบค่าวิกฤตจากการแจกแจง

แบบ t เพื่อทราบความมีนัยสำคัญ

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

S_1^2, S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
ตามลำดับ

n_1, n_2 แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
ตามลำดับ

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตาม
ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) (บุญชม
ศรีสะอาด. 2541 : 266 – 268) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ
รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียน

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

แหล่งของการแปรผัน	ผลรวมกำลังสอง	df	ค่าประมาณของ ความแปรปรวน	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 วานิชย์บัญชา. 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 ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ 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 $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของค่า r (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 437) คือ

- 1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน 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 จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย
- 3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
- 4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
- 5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- 6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย และมีค่าระดับความสัมพันธ์ของค่าสหสัมพันธ์ (Salkind. 2008 : 208)

<u>ค่าระดับความสัมพันธ์</u>	<u>ระดับความสัมพันธ์</u>
0.81 – 1.00	สูงมาก (Very Strong)
0.61 – 0.80	ค่อนข้างสูง (Strong)
0.41 – 0.60	ปานกลาง (Moderate)
0.21 – 0.40	ค่อนข้างต่ำ (Weak)
0.01 – 0.20	ต่ำมาก (Very weak)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง ทักษะคิด ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ค่าผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t - distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F - distribution
F – prob., P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability) สำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับ หัวข้อเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษา
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ
- ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียน โดยแจกแจงจำนวน และ ค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	31	13.80
หญิง	194	86.20
รวม	225	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	3	1.30
20 – 24 ปี	170	75.60
25 – 29 ปี	30	13.30
30 ปีขึ้นไป	22	9.80
รวม	225	100.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	214	95.10
สมรส/อยู่ด้วยกัน	11	4.90
รวม	225	100.00
4. อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	107	74.60
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	48	21.30
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	18	8.00
อาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน/พ่อบ้าน	52	23.10
รวม	225	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	181	80.40
10,001 – 15,000 บาท	23	10.20
15,001 – 20,000 บาท	11	4.90
20,001 บาทขึ้นไป	10	4.50
รวม	225	100.00
6. สถานที่ทำงาน		
เขตสัมพันธวงศ์	32	14.20
เขตพระนคร	22	9.80
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	7	3.10
เขตธนบุรี	26	11.60
เขตอื่นๆ เช่น บางแค ทวีวัฒนา	138	61.30
ราษฎรบูรณะ ฯลฯ		
รวม	225	100.00
7. วิชาเอกที่เลือกเรียน		
การบัญชี	143	63.60
ภาษาอังกฤษธุรกิจ	6	2.70
การจัดการทั่วไป	48	21.30
ระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์	20	8.90
การตลาด	8	3.50
รวม	225	100.00

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 225 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 86.20 รองลงมาคือ เพศชายจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-24 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 75.60 รองลงมาคือ อายุ 25-29 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 อายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 95.10 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 74.60 รองลงมาคือ อาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 80.40 รองลงมาคือ รายได้ 1,0001-15,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 รายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และ รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

สถานที่ทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ทำงานบริเวณเขตอื่นๆเช่น บางแค ทวีวัฒนา ราษฎร์บูรณะ ฯลฯ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 รองลงมาคือ เขตสัมพันธวงศ์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 เขตธนบุรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 เขตพระนคร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 และเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ

วิชาเอกที่เลือกเรียน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนวิชาเอกการบัญชี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 รองลงมาคือ วิชาเอกการจัดการทั่วไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 วิชาเอกระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 วิชาเอกการตลาด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และวิชาเอกภาษาอังกฤษธุรกิจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

เนื่องจากลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพสมรส สถานที่ทำงาน วิชาเอกที่เลือกเรียน มีจำนวนข้อมูลในบางกลุ่มน้อยมากถึงไม่มีเลย จึงปรับกลุ่มใหม่เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละที่ปรับแล้วของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านอายุ สถานภาพสมรส สถานที่ทำงาน วิชาเอกที่เลือกเรียน

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	173	76.90
25 – 29 ปี	30	13.30
30 ปีขึ้นไป	22	9.80
รวม	225	100.00
2. สถานภาพสมรส		
โสด	214	95.10
สมรส/อยู่ด้วยกัน	11	4.90
รวม	225	100.00
3. สถานที่ทำงาน		
เขตสัมพันธวงศ์	32	14.20
เขตพระนคร	22	9.80
เขตธนบุรี	26	11.60
เขตอื่นๆ เช่น บางแค ทวีวัฒนา	145	64.40
ราษฎรปุณณะ ฯลฯ		
รวม	225	100.00
4. วิชาเอกที่เลือกเรียน		
การบัญชี	143	63.60
การจัดการทั่วไป	48	21.30
ระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์	20	8.90
การตลาด	8	3.50
ภาษาอังกฤษธุรกิจ	6	2.70
	225	100.00

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 225 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 76.90 รองลงมาคือ อายุ 25 – 29 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 อายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 95.10 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

สถานที่ทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ทำงานบริเวณเขตอื่นๆ เช่น บางแค ทวีวัฒนา ราษฎร์บูรณะ ฯลฯ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40 รองลงมาคือ เขตสัมพันธวงศ์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 เขตธนบุรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 เขตพระนคร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ

วิชาเอกที่เลือกเรียน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนวิชาเอกการบัญชี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 รองลงมาคือ วิชาเอกการจัดการทั่วไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 วิชาเอกสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 วิชาเอกการตลาด ภาษาอังกฤษธุรกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบโดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 5 แสดงทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ		$\bar{x}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์				
1.1 ความภูมิใจในความเก่าแก่	ภูมิใจมาก → ไม่ภูมิใจ	4.24	0.73	ดีมาก
1.2 ความมีชื่อเสียงในด้านการเรียนการสอน	มากกว่า → น้อยกว่า	3.97	0.73	ดี
1.3 การบริการช่วยเหลือสังคมและชุมชน	มาก → น้อย	3.41	0.77	ดี
1.4 ความมีชื่อเสียงของผู้สำเร็จการศึกษา	มาก → น้อย	3.86	0.80	ดี
รวม		3.86	0.53	ดี
2. ด้านหลักสูตรการเรียนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์				
2.1 มีสาขาที่เปิดสอนหลากหลาย	หลากหลาย → ไม่หลากหลาย	3.30	0.99	ปานกลาง
2.2 หลักสูตรที่เปิดสอน	ประยุกต์ได้ → ประยุกต์ไม่ได้	3.49	0.68	ดี
2.3 มีชื่อเสียงด้านการสอนปริญญาดำเนินการต่อเนื่อง	มีชื่อเสียง → ไม่มีชื่อเสียง	3.66	0.75	ดี
รวม		3.48	0.66	ดี
3. ด้านอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์				
3.1 มีคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ	เหนือกว่า → ต่ำกว่า	3.91	0.63	ดี
3.2 มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ความยุติธรรม	มี → ไม่มี	3.86	0.76	ดี
และมีทัศนคติที่ดีต่อความเป็นครู				
3.3 มีเทคนิคการสอนให้มีความรู้ความเข้าใจ	มีมาก → ไม่มีเลย	3.72	0.76	ดี
รวม		3.83	0.58	ดี
4. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์				
4.1 การให้บริการ	รวดเร็ว → ลำช้า	3.23	0.82	ปานกลาง
4.2 มีมนุษยสัมพันธ์ และมีน้ำใจในการบริการ	มีมาก → ไม่มี	3.40	0.77	ปานกลาง
4.3 จำนวนบุคลากรผู้ให้บริการ	เพียงพอ → ขาดแคลน	3.24	0.77	ปานกลาง
รวม		3.29	0.67	ปานกลาง

ตาราง 5 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ		$\bar{x}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
5. ด้านสื่อการสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์				
5.1 อุปกรณ์ในห้องเรียนและห้องปฏิบัติงาน	ทันสมัย → ล้าสมัย	3.33	0.78	ปานกลาง
5.2 อุปกรณ์การเรียนการสอนต่อจำนวนนักศึกษา	เพียงพอ → ไม่เพียงพอ	3.34	0.82	ปานกลาง
รวม		3.33	0.73	ปานกลาง
6. ด้านอาคาร สถานที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลฯ				
6.1 อาคารเรียนและห้องเรียน	ทันสมัย → ต้องปรับปรุง	3.33	0.86	ปานกลาง
6.2 สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย	เหมาะสม → ไม่เหมาะสม	3.33	0.86	ปานกลาง
6.3 สภาพการจราจรในการเดินทางมาเรียน	สะดวก → ติดขัด	3.08	0.97	ปานกลาง
6.4 ห้องปฏิบัติการอื่นๆ	ทันสมัย → ไม่ทันสมัย	3.17	0.86	ปานกลาง
6.5 สาธารณูปโภค	เพียงพอ → ไม่เพียงพอ	3.24	0.91	ปานกลาง
รวม		3.22	0.78	ปานกลาง
7. ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์				
7.1 ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น	ถูกกว่า → แพงกว่า	3.10	1.00	ปานกลาง
7.2 การมอบทุนการศึกษาเพื่อช่วยเหลือนักศึกษาที่ขาดแคลน	มีมากมาย → ไม่มีเลย	3.07	0.81	ปานกลาง
รวม		3.08	0.80	ปานกลาง
8. ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์				
8.1 ความรู้ที่ได้รับ	มากขึ้น → เท่าเดิม	3.87	0.69	ดี
8.2 โอกาสในการมองช่องทางประกอบอาชีพ	ดีขึ้น → เท่าเดิม	3.79	0.80	ดี
8.3 โอกาสได้รับการเลื่อนขั้น ตำแหน่งงาน และได้รับค่าตอบแทน	สูงขึ้น → เท่าเดิม	3.58	0.87	ดี
รวม		3.74	0.66	ดี
9. ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์				
9.1 จัดทำป้ายโฆษณา ไปสเดอร์ตามสถานที่	มี → ไม่มี	3.91	0.95	ดี
9.2 สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	เคยเห็น → ไม่เคยเห็น	2.95	0.84	ปานกลาง
9.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ	มากมาย → น้อย	2.94	0.86	ปานกลาง
รวม		2.96	0.78	ปานกลาง
รวมทัศนคติ		3.83	0.51	ดี

จากตาราง 5 พบว่า ทศนคติของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราช มงคลรัตนโกสินทร์บพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยรวมทศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติ โดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความ ภูมิใจในความ เก่าแก่ ทศนคติอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนความมีชื่อเสียงในด้านการเรียนการ สอน การบริการช่วยเหลือสังคมและชุมชน และความมีชื่อเสียงของผู้สำเร็จการศึกษา ทศนคติอยู่ใน ระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97, 3.41 และ 3.86 ตามลำดับ

ด้านหลักสูตรการเรียนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หลักสูตรที่เปิดสอน และมีชื่อเสียงด้านการสอน หลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง ทศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และ 3.66 ตามลำดับ ส่วน มีสาขาที่เปิดสอนหลากหลาย ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ด้านอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ความยุติธรรม และมีทศนคติที่ดีต่อความเป็นครู และมีเทคนิคการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมี ความรู้ความเข้าใจ ทศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91, 3.86 และ 3.72 ตามลำดับ

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายไม่ตรีและมีน้ำใจในการบริการ และจำนวนบุคลากรผู้ให้บริการ ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23, 3.40 และ 3.24 ตามลำดับ

ด้านสื่อการสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อุปกรณ์ในห้องเรียนและห้องปฏิบัติงาน และ อุปกรณ์การเรียนการสอนต่อจำนวนนักศึกษา ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และ 3.34 ตามลำดับ

ด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อาคาร เรียนและห้องเรียน สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย สภาพการจราจรในการเดินทางมาเรียน ห้องปฏิบัติการอื่นๆ และสาธารณูปโภค ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33, 3.33, 3.08, 3.17 และ 3.24 ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปาน กลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น และการมอบทุนการศึกษาเพื่อช่วยเหลือนักศึกษาที่ขาดแคลน ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และ 3.07 ตามลำดับ

ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนครติโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความรู้ที่ได้รับ โอกาสในการมองช่องทางประกอบอาชีพ และโอกาสได้รับการเลื่อนขั้น ตำแหน่งงานและได้รับค่าตอบแทน ทศนครติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87, 3.79 และ 3.58 ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนครติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า จัดทำป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ตามสถานที่ต่างๆ ทศนครติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ทศนครติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 และ 2.94 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 6 แสดงความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ	3.84	0.68	พึงพอใจ
พึงพอใจอย่างมาก $\longrightarrow$ ไม่พึงพอใจอย่างมาก			

จากตาราง 6 แสดงความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 7 แสดงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

แนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแนวโน้ม
1. แนวโน้มในการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ส่งมาศึกษาต่อแน่นอน → ไม่ส่งมาศึกษาต่อแน่นอน	3.59	0.81	ส่งมาศึกษา
2. แนวโน้มในการบอกต่อบุคคลอื่นให้ส่งลูกหลานมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ บอกต่อแน่นอน → ไม่บอกต่อแน่นอน	3.63	0.79	บอกต่อ
รวมแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ	3.61	0.74	ส่งมาศึกษา และบอกต่อ

จากตาราง 7 แสดงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ผู้เรียนมีแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อและบอกต่อบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เรียนมีแนวโน้มในการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อยู่ในระดับส่งลูกหลานมาศึกษาต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ส่วนแนวโน้มในการบอกต่อบุคคลอื่นให้ส่งลูกหลานมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อยู่ในระดับการบอกต่อบุคคลอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และสาขาที่เลือกเรียน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

ด้านเพศ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้ค่าสถิติ t - test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) น้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 8 การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ชาย		หญิง		t	p-value
	$\bar{x}$	SD.	$\bar{x}$	SD.		
	3.81	0.75	3.84	0.68		

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิของ ผู้เรียนภาคสมทบที่มีเพศต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่า t -test จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.799 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) น้อยกว่า 0.05 และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 9 การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามอายุ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-prob
ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.284	0.761	1.639	0.181
	ภายในกลุ่ม	222	102.632	0.464		
	รวม	224	104.916			

จากตาราง 9 แสดงว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยมีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.181 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานภาพสมรส

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกันได้หรือไม่ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้ค่าสถิติ t - test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) น้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	โสด		สมรส/อยู่ด้วยกัน		t	p-value
	$\bar{x}$	SD.	$\bar{x}$	SD.		
	3.83	0.68	4.00	0.77	-.817	0.415

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิของผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่า t -test จากการวิเคราะห์ ข้อมูลพบว่า ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.415 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

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

ตาราง 11 การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามอาชีพ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-prob
ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.007	0.002	0.005*	0.999
	ภายในกลุ่ม	221	104.908	0.475		
	รวม	224	104.916			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 แสดงว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยมีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.999 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้ต่อเดือน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) น้อยกว่า 0.05 และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-prob
ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.718	1.573	3.468*	0.017
	ภายในกลุ่ม	221	100.198	0.453		
	รวม	224	104.916			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 แสดงว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยมีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก

(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่าคุณเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป
		3.82	3.61	4.18	4.30
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.82	-	0.21 (0.162)	-0.36 (0.083)	-0.48* (0.028)
10,001-15,000 บาท	3.61		-	-0.57* (0.021)	-0.69** (0.007)
15,001-20,000 บาท	4.18			-	-0.12 (0.688)
20,001 บาทขึ้นไป	4.30				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ กับรายได้ต่อเดือน แสดงผลได้ดังนี้

1. ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวม

ในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ น้อยกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.48

2. ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาทกับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.21 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ น้อยกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.57

3. ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ น้อยกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.69

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านสถานที่ทำงาน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.6 สถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : สถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ที่ระดับ

ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) น้อยกว่า 0.05 และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามสถานที่ทำงาน

	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-prob
ความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.665	1.166	2.559*	0.040
	ภายในกลุ่ม	221	100.251	0.456		
	รวม	224	104.916			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 แสดงว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยมีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามสถานที่ทำงาน

สถานที่ทำงาน		เขต สัมพันธวงศ์	เขต พระนคร	เขตธนบุรี	เขตอื่นๆ
	$\bar{x}$	4.03	3.86	4.12	3.74
เขตสัมพันธวงศ์	4.03	-	0.17 (0.371)	0.08 (0.637)	0.29* (0.028)
เขตพระนคร	3.86		-	-0.25 (0.199)	0.12 (0.423)
เขตธนบุรี	4.12			-	0.38* (0.010)
เขตอื่นๆ	3.74				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ กับสถานที่ทำงาน แสดงผลได้ดังนี้

1. ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตสัมพันธวงศ์ กับผู้เรียนภาคสมทบที่มี สถานที่ทำงานในเขตเขตอื่นๆ เช่น บางแค ทวีวัฒนา ราษฎร์บูรณะ ฯลฯ พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตสัมพันธวงศ์ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตเขตอื่นๆ เช่น บางแค ทวีวัฒนา ราษฎร์บูรณะ ฯลฯ ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตสัมพันธวงศ์ มีความพึงพอใจ โดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ มากกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตเขตอื่นๆ เช่น บางแค ทวีวัฒนา ราษฎร์บูรณะ ฯลฯ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

2. ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตธนบุรี กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตเขตอื่นๆ เช่น บางแค ทวีวัฒนา ราษฎร์บูรณะ ฯลฯ พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตธนบุรี แตกต่างเป็นรายคู่กับ

ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตเขตอื่นๆ เช่น บางแค ทวีวัฒนา ราษฎร์บูรณะ ฯลฯ ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตธนบุรี มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ มากกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตเขตอื่นๆ เช่น บางแค ทวีวัฒนา ราษฎร์บูรณะ ฯลฯ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.038 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านวิชาเอกที่เลือกเรียน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.7 วิชาเอกที่เลือกเรียนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : วิชาเอกที่เลือกเรียนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิชาเอกที่เลือกเรียนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) น้อยกว่า 0.05 และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยจำแนกตามวิชาเอกที่เลือกเรียน

	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-prob
ความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.140	0.285	0.604	0.660
	ภายในกลุ่ม	221	103.776	0.472		
	รวม	224	104.916			

จากตาราง 16 แสดงว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีวิชาเอกที่เลือกเรียนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยมีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.660 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วิชาเอกที่เลือกเรียนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ในการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติของผู้เรียน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

H_1 : ทศนคติของผู้เรียน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้เรียน กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ	ความพึงพอใจโดยรวม		
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ภาพลักษณ์	0.456**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
2. หลักสูตรการเรียน	0.361**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
3. อาจารย์ผู้สอน	0.401**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
4. บุคลากรผู้ให้บริการ	0.349**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
5. สื่อการสอน	0.293**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
6. อาคารสถานที่	0.340**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
7. ค่าใช้จ่ายในการเรียน	0.285**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
8. ผลประโยชน์จากการเรียนรู้	0.450**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
9. การประชาสัมพันธ์	0.227**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ

n = 225

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้เรียน ด้านภาพลักษณ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบด้านภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.456 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติด้านภาพลักษณ์ดีจะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มมากขึ้น

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบด้านหลักสูตรการเรียนกับความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติ

ฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านหลักสูตรการเรียนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.361 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติ ด้านหลักสูตรการเรียน ที่ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มมากขึ้น

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบด้านอาจารย์ผู้สอน กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านอาจารย์ผู้สอน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.401 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติด้านอาจารย์ผู้สอน ที่ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มมากขึ้น

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบด้านบุคลากรผู้ให้บริการกับความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.349 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มมากขึ้น

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบด้านสื่อการสอนกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านสื่อการสอน มีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.293

แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมบทมีทัศนคติด้านสื่อการสอนที่ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตบึงพระภูมิ จักรวรรดิเพิ่มขึ้น

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบด้านอาคารสถานที่กับความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านอาคารสถานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.340 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติด้านอาคารสถานที่ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มขึ้น

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนกับความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.340 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนที่ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มมากขึ้น

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้กับความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตปทุมธานี จักรวรรดิ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้เรียน ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขต ปทุมธานี จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่า เท่ากับ 0.450 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไป ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้ ที่ดี จะมี

ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มมากขึ้น

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบด้านการประชาสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.227 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติ ด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ในการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

H_1 : ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบึงพระพิบูล จักรวรรดิ

แนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียน ภาคสมทบ	ความพึงพอใจโดยรวม		
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. การส่งลูกหลานมาศึกษา	0.552**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
2. การบอกต่อผู้อื่น	0.551**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

n = 225

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการส่งลูกหลานมาศึกษา พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการส่งลูกหลานมาศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.552 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มาก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมด้านการส่งลูกหลานมาศึกษา เพิ่มมากขึ้น

ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการบอกต่อผู้อื่น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการบอกต่อผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.551 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มาก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมด้านการบอกต่อผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 19 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1.ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และสาขาที่เลือกเรียน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน		
1.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	t-test
1.2 อายุ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
1.3 สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	t-test
1.4 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	One Way ANOVA

ตาราง 19 (ต่อ)

สมมติฐานที่ 1 (ต่อ)	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1.5 รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน	สอดคล้องตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
1.6 สถานที่ทำงาน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน	สอดคล้องตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
1.7 วิชาเอกที่เลือกเรียน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
2. ทศนคติของผู้เรียน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ	สอดคล้องตามสมมติฐาน	Pearson's Correlation
3. ความพึงพอใจโดยรวม ในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ	สอดคล้องตามสมมติฐาน	Pearson's Correlation

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ผลการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังต่อไปนี้

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียน ของผู้เรียนภาคสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ในด้านภาพลักษณ์ หลักสูตรการเรียน อาจารย์ผู้สอน บุคลากร ผู้ให้บริการ สื่อการสอน อาคารสถานที่ ค่าใช้จ่ายในการเรียน ผลประโยชน์จากการเรียนรู้ และการประชาสัมพันธ์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน
2. ทักษะคิดของผู้เรียน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

3. ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้เรียนภาคสมทบทั้งเพศชายและหญิง ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งผู้เรียนภาคสมทบ จำนวน 412 คน แยกออกเป็นวิชาเอกจะได้ดังนี้

1. วิชาเอกการบัญชี	262	คน
2. วิชาเอกภาษาอังกฤษธุรกิจ	11	คน
3. วิชาเอกการจัดการ-การจัดการทั่วไป	88	คน
4. วิชาเอกการตลาด-การบริหารการตลาด	15	คน
5. วิชาเอกระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์-พัฒนาซอฟต์แวร์	36	คน
รวม	412	คน

การหาสัดส่วนจากชั้นภูมิ

$$\text{สูตร} = \frac{\text{จำนวนประชากรในแต่ละวิชาเอก} \times \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (225)}}{\text{จำนวนประชากรรวมทั้งหมด (412)}}$$

สาขาวิชา	จำนวนประชากรในแต่ละห้อง(คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. การบัญชี	262	143
2. ภาษาอังกฤษธุรกิจ	11	6
3. การจัดการ-การจัดการทั่วไป	88	48
4. การตลาด-การบริหารการตลาด	15	8
5. ระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์-พัฒนาซอฟต์แวร์	36	20
รวม	412	225

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบโดยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้นักศึกษาของแต่ละแผนก ตามจำนวนที่ได้คำนวณมาแล้ว

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามทางด้านประชากรศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ จำนวน 7 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

1.1.1 เพศชาย

1.1.2 เพศหญิง

ข้อที่ 2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ได้แก่

2.1.1 ต่ำกว่า 20 ปี

2.1.2 20 - 24 ปี

2.1.3 25 - 29 ปี

2.1.4 30 ปี ขึ้นไป

ข้อที่ 3. สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

3.1.1 โสด

3.1.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

3.1.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ข้อที่ 4. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

4.1.1 พนักงานบริษัทเอกชน

4.1.2 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

4.1.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

4.1.4 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ข้อที่ 5. รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

5.1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

5.1.2 10,001 - 15,000 บาท

5.1.3 15,001-20,000 บาท

5.1.4 20,001 บาทขึ้นไป

ข้อที่ 6. สถานที่ทำงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

6.1.1 เขตสัมพันธวงศ์

6.1.2 เขตพระนคร

6.1.3 เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

6.1.4 เขตธนบุรี

6.1.5 เขตอื่น ๆ (โปรดระบุ)

ข้อที่ 7. วิชาเอกที่เลือกเรียน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

7.1.1 การบัญชี

7.1.2 ภาษาอังกฤษธุรกิจ

7.1.3 การจัดการทั่วไป

7.1.4 ระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์

7.1.5 การตลาด

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ซึ่งวัดทัศนคติในด้านต่าง ๆ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale จำนวน 28 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert Scale จำนวน 1 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบ Semantic Differential Scale จำนวน 2 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2548 – มิถุนายน 2548

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for Social Sciences) Version 10 for Windows โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า แล้วบันทึกข้อมูลในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows

3. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ โดยคิดเป็นความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้ม พฤติกรรมที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบึงพระพิบูล จักรวรรดิ โดยหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
5. การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t – test และ F-test
5. ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance)
6. สถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลในระดับอันตรภาค (Interval Scale) ขึ้นไป

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบึงพระพิบูล จักรวรรดิ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

จากการวิจัยครั้งนี้ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เรียนภาคสมทบที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 225 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 86.20 และเพศชายจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-24 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 75.60 รองลงมาคือ อายุ 25-29 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 อายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 95.10 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 74.60 รองลงมาคือ อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 181 คิดเป็นร้อยละ 80.40 รองลงมาคือ รายได้ 1,0001-15,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็น

ร้อยละ 10.20 รายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 ตามลำดับ

สถานที่ทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ทำงานบริเวณเขตอื่น ๆ เช่น บางแค ราษฎร์บูรณะ ทวีวัฒนา บางกอกน้อย ฯลฯ มากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 รองลงมาคือ เขตสัมพันธวงศ์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 เขตธนบุรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 เขตพระนคร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 และเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ

วิชาเอกที่เลือกเรียน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนวิชาเอกการบัญชี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 รองลงมาคือ วิชาเอกการจัดการทั่วไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 วิชาเอกระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 วิชาเอกการตลาด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และวิชาเอกภาษาอังกฤษธุรกิจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ

เป็นการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เป็นรายชื่อ พบว่า

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยรวมทัศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลฯ ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ความภูมิใจในความเก่าแก่ ทัศนคติอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนความมีชื่อเสียงในด้านการเรียนการสอน การบริการช่วยเหลือสังคมและชุมชน และความมีชื่อเสียงของผู้สำเร็จการศึกษา ทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97, 3.41 และ 3.86 ตามลำดับ

ด้านหลักสูตรการเรียนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลฯ ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า หลักสูตรที่เปิดสอน และมีชื่อเสียงด้านการสอนหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง ทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และ 3.66 ตามลำดับ ส่วนมีสาขาที่เปิดสอนหลากหลาย ทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ด้านอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลฯ ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า มีคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ความยุติธรรม และมีทัศนคติที่ดีต่อความเป็นครู และมีเทคนิคการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91, 3.86 และ 3.72 ตามลำดับ

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลฯ ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า การให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์

อัยยาศัยไมตรีและมีน้ำใจในการบริการ และจำนวนบุคลากรผู้ให้บริการ ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23, 3.40 และ 3.24 ตามลำดับ

ด้านสื่อการสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อุปกรณ์ในห้องเรียนและห้องปฏิบัติงาน และอุปกรณ์การเรียนการสอนต่อจำนวนนักศึกษา ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และ 3.34 ตามลำดับ

ด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อาคารเรียนและห้องเรียน สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย สภาพการจราจรในการเดินทางมาเรียน ห้องปฏิบัติการอื่น ๆ และสาธารณูปโภค ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33, 3.33, 3.08, 3.17 และ 3.24 ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น และการมอบทุนการศึกษาเพื่อช่วยเหลือนักศึกษาที่ขาดแคลน ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และ 3.07 ตามลำดับ

ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความรู้ที่ได้รับ โอกาสในการมองช่องทางประกอบอาชีพ และโอกาสได้รับการเลื่อนขั้น ตำแหน่งงานและได้รับค่าตอบแทน ทศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87, 3.79 และ 3.58 ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า จัดทำป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ตามสถานที่ต่าง ๆ ทศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 และ 2.94 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ผู้เรียนภาคสมทบมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ผู้เรียนภาคสมทบมีแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อและบอกต่อบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เรียนมีแนวโน้มในการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อยู่ในระดับส่งลูกหลานมาศึกษาต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ส่วนแนวโน้มในการบอกต่อบุคคลอื่นให้ส่งลูกหลานมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อยู่ในระดับการบอกต่อบุคคลอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

สามารถสรุปสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

1.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน
จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

1.2 อายุ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน
จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

1.3 สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

1.4 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

1.5 รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังนี้

ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ น้อยกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.48

ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาทกับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.21 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้

10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ น้อยกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.57

ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ น้อยกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.69

1.6 สถานที่ทำงาน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังนี้

ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตสัมพันธวงศ์ กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตเขตอื่น ๆ ได้แก่ บางแค ทวีวัฒนา บางกะปิ และราษฎร์บูรณะ ฯลฯ พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตสัมพันธวงศ์ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตอื่น ๆ ได้แก่ บางแค ทวีวัฒนา บางกะปิ และราษฎร์บูรณะ ฯลฯ ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตสัมพันธวงศ์ มีความพึงพอใจ โดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ มากกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตเขตอื่น ๆ ได้แก่ บางแค ทวีวัฒนา บางกะปิ และราษฎร์บูรณะ ฯลฯ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.29

ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตธนบุรี กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตอื่น ๆ ได้แก่ บางแค ทวีวัฒนา บางกะปิ และราษฎร์บูรณะ ฯลฯ พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตธนบุรี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตเขตอื่น ๆ ได้แก่ บางแค ทวีวัฒนา บางกะปิ และราษฎร์บูรณะ ฯลฯ ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตธนบุรี มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ มากกว่าผู้เรียนภาคสมทบที่มีสถานที่ทำงานในเขตอื่น ๆ ได้แก่ บางแค ทวีวัฒนา บางกะปิ และราษฎร์บูรณะ ฯลฯ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.038

1.7 วิชาเอกที่เลือกเรียนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า วิชาเอกที่เลือกเรียนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ทักษะของผู้เรียน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ สรุปได้ดังนี้

ทักษะของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.456 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทักษะ ด้านภาพลักษณ์ดีจะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มขึ้น

ทักษะของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านหลักสูตรการเรียนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.361 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบ มีทักษะ ด้านหลักสูตรการเรียนดีจะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มขึ้น

ทักษะของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านอาจารย์ผู้สอน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.401 แสดงว่า

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้นั้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตปทุมธานี จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.450 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติ ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้นั้นจะมีความพึงพอใจ

โดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิเพิ่มมากขึ้น

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.227 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติ ด้านการประชาสัมพันธ์ดี จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ สรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการส่งลูกหลานมาศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.552 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อดี จะมีแนวโน้มพฤติกรรม ด้านการส่งลูกหลานมาศึกษา เพิ่มขึ้น

ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการบอกต่อผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.551 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้เรียนภาคสมทบมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อดี จะมีแนวโน้มพฤติกรรม ด้านการบอกต่อผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

จากการศึกษา ทัศนคติความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-24 ปี สถานภาพโสด โดยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ทั้งนี้มีสถานที่ทำงานเขตอื่น ๆ เช่น บางแค ราษฎร์บูรณะ ทวีวัฒนา บางกอกน้อย ฯลฯ และเรียนวิชาเอกการบัญชีมากที่สุด

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ

เป็นการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เป็นรายข้อ พบว่า ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์บพิตรพิมุข จักรวรรดิ โดยรวมทัศนคติอยู่ในระดับดี อาจเป็นเพราะทางมหาวิทยาลัยฯ ได้จัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และสอดคล้องกับการรับรู้เกี่ยวกับระบบการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยในระดับตั้งแต่ก่อนเลือกเข้าศึกษาต่อ จึงส่งผลให้ผู้เรียนภาคสมทบมีทัศนคติ อยู่ในระดับดีต่อมหาวิทยาลัยฯ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อในแต่ละด้าน พบว่า ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์บพิตรพิมุข จักรวรรดิ สามารถจำแนกได้ดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความภูมิใจในความเก่าแก่ ทัศนคติอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความมีชื่อเสียงในด้านการเรียนการสอน การบริการช่วยเหลือสังคมและชุมชน และความมีชื่อเสียงของผู้สำเร็จการศึกษา ทัศนคติอยู่ในระดับดี อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยก่อตั้งมานาน และมีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเรียนการสอน การบริการช่วยเหลือสังคมและชุมชน และความมีชื่อเสียงของผู้สำเร็จการศึกษา ทั้งนี้ที่กล่าวมาสอดคล้องกับความหมายทัศนคติของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2542: 44) กล่าวว่า ทัศนคติหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภครู้จักจากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม นักการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการโฆษณาเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

ด้านหลักสูตรการเรียน ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หลักสูตรที่เปิดสอน และมีชื่อเสียงด้านการสอนหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง ทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนการมีสาขาที่เปิดสอนหลากหลาย ทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยฯ มีการจัดหลักสูตร และการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ส่งผลให้ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบเกี่ยวกับหลักสูตรอยู่ในระดับที่ดี

ด้านอาจารย์ผู้สอน ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ความยุติธรรม และมีทัศนคติที่ดีต่อความเป็นครู และมีเทคนิคการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติอยู่ในระดับดี อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยฯ ได้มีการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพ ประกอบกับการจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ในด้านต่าง ๆ รวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายชี้แจงและมีความเข้าใจในการบริการ และจำนวนบุคลากรผู้ให้บริการ ทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านสื่อการสอน ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อุปกรณ์ในห้องเรียนและห้องปฏิบัติงาน และอุปกรณ์การเรียนการสอนต่อจำนวนนักศึกษา ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อาคารเรียนและห้องเรียน สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย สภาพการจราจรในการเดินทางมาเรียน ห้องปฏิบัติการอื่น ๆ และสาธารณูปโภค ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น และการมอบทุนการศึกษาเพื่อช่วยเหลือนักศึกษาที่ขาดแคลน ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้ ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความรู้ที่ได้รับ โอกาสในการมองช่องทางประกอบอาชีพ และโอกาสได้รับการเลื่อนขั้น ตำแหน่งงานและได้รับค่าตอบแทน ทศนคติอยู่ในระดับดี อาจเนื่องมาจากผู้เรียนภาคสมทบที่มาเรียนส่วนใหญ่จะมีงานทำงานแล้ว ที่มาเรียนก็เพื่อเพิ่มพูนความรู้และต้องการปรับปรุงการศึกษาให้เกิดการยอมรับของหน่วยงาน และหัวหน้างาน ส่งผลให้ได้รับโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งงานและ การได้รับค่าตอบแทนเพิ่มสูงขึ้น และความก้าวหน้าในอาชีพการงาน

ด้านการประชาสัมพันธ์ ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า จัดทำป้ายโฆษณา โปสเตอร์ตามสถานที่ต่าง ๆ ทศนคติอยู่ในระดับดี อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยได้จัดทำป้ายโฆษณา และโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่าง ๆ อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะช่วงที่มีการรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่ออย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอทุกครั้ง ประกอบกับสถานที่ติดตั้งเห็นชัดเจน สะดุดตา ส่วนสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่าง ๆ ทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ผู้เรียนภาคสมทบมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ อาจเป็นเพราะผู้เรียนภาคสมทบได้ทำการคัดเลือกสถานที่เรียนต่าง ๆ มาเปรียบเทียบกันแล้วก่อนที่จะตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิแห่งนี้ ประกอบกับความพึงพอใจที่ได้รับหลังจากที่เข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยฯ แล้วจึงก่อให้เกิดความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดี

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ พบว่า ผู้เรียนภาคสมทบมีแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อและบอกต่อบุคคลอื่น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผู้เรียนภาคสมทบมีแนวโน้มในการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อยู่ในระดับส่งลูกหลานมาศึกษาต่อ และมีแนวโน้มในการบอกต่อบุคคลอื่นให้ส่งลูกหลานมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อยู่ในระดับการบอกต่อบุคคลอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้เรียนภาคสมทบได้รับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ส่งผลให้มีแนวโน้มในการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อและบอกต่อบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคของ เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อการใช้สินค้า หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจ ทั้งก่อนการตัดสินใจและภายหลังการตัดสินใจแล้ว (Semenik: 557) หรือเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการจัดจำหน่ายใช้สอย (Disposing) สินค้า บริการและความคิด (Schiffman and Kanuk.2002: G-3)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ทำงาน และวิชาเอกที่เลือกเรียน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และวิชาเอกที่เลือกเรียน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากผู้เรียนภาคสมทบส่วนใหญ่มีความมุ่งมั่นที่จะมาศึกษาในมหาวิทยาลัยเหมือน ๆ กัน จึงความพึงพอใจที่ใกล้เคียงกัน ประกอบกับการได้รับการตอบสนองความต้องการเหมือน ๆ กันจากมหาวิทยาลัยฯ ส่งผลให้ความพึงพอใจที่ได้รับไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ทิวกาน เหล่าลือชา (2546: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวเอกชนที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติ

ต่อโรงเรียนอาชีวเอกชนไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับณัฐกาญจน์ สุวรรณเมธา (2547: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคพิเศษที่มีต่อโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ผู้เรียนภาคพิเศษที่มีเพศ อาชีพ สถานภาพ และวิชาเอก ที่เลือกเรียนต่างกัน มีทัศนคติต่อโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ ต่อเดือนและสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากรายได้ ถือเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคของบุคคล และรายได้เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ซึ่งสอดคล้องกับ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ (2530: 41) พบว่า รายได้ของบุคคลจะส่งผลกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน ซึ่งส่งผลให้ผู้เรียนภาคสมทบเกิดความพึงพอใจต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน ส่วนสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันผู้เรียนภาคสมทบแต่ละคนมีความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากบางคนทำงานอยู่ไกลจากมหาวิทยาลัยฯ การเดินทางไม่สะดวกจึงก่อให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกับผู้เรียนภาคสมทบรายอื่น ๆ ที่เดินทางมาเรียนได้สะดวกกว่า

สมมติฐานข้อที่ 2 ทักษะคิดของผู้เรียน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ทักษะคิดของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยฯได้ก่อตั้งมานานแล้ว จึงมีชื่อเสียงในด้านการเรียนการสอน ด้านอาจารย์ผู้สอน หรือด้านหลักสูตร ซึ่งส่งผลให้มหาวิทยาลัยฯมีภาพลักษณ์ที่ดี โดยสอดคล้องกับภุชงค์ ทองเลิศ (2539: 140) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เป็นการสร้างชื่อเสียงที่ต้องอาศัยเวลาพอสมควร แต่ภาพลักษณ์ที่ดีอาจสูญเสียได้ง่ายในระยะเวลาอันสั้น โดยที่การแก้ไขภาพลักษณ์กลับคืนดินนั้นกระทำได้ยาก แต่ก็สามารถทำได้โดยต้องอาศัยเวลา จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยฯ และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจที่ดี

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านหลักสูตรการเรียนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องมาจากทางมหาวิทยาลัยฯ ได้มีการพัฒนาปรับปรุง

เปลี่ยนแปลงหลักสูตรอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและตลาดแรงงาน อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้ผู้เรียนภาคสมทบมีความพึงพอใจในระดับที่ดี

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านอาจารย์ผู้สอน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องมาจากทางมหาวิทยาลัยฯ ได้ให้ความสำคัญกับอาจารย์ผู้สอน โดยมีการจัดฝึกอบรมในด้านต่าง ๆ เพิ่มเติม และมีการประเมินผลการทำงานเพื่อนำข้อบกพร่องที่พบมาปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องมาจากทางมหาวิทยาลัยฯ ได้มีการมุ่งเน้นในด้านการบริการของบุคลากร โดยมีการจัดฝึกอบรมเทคนิคในการให้บริการ การสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงการมีอัธยาศัยไมตรีในการให้บริการ ตลอดจนการกระตือรือร้นในการบริการและเอาใจใส่ในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านสื่อการสอน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องมาจากทางมหาวิทยาลัยฯ มีการพัฒนาและปรับปรุงสื่อการสอน เพื่อให้เอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอน โดยให้มีความทันสมัยและพร้อมใช้งานตลอดเวลา และมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้เรียน

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านอาคารสถานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยฯ มีการจัดเตรียมห้องเรียนและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ให้สะอาดเรียบร้อย และมีความสะดวกในการให้บริการ

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยฯ มีการยืดหยุ่นในเรื่องการชำระเงินค่าใช้จ่าย และเมื่อเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ก็มีค่าใช้จ่ายในการเรียนที่ใกล้เคียงกัน

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ที่เคยจบการศึกษาสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้ และมีโอกาสในการได้รับการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง และได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้น เพราะผู้มาเรียนส่วนใหญ่มีงานทำแล้วจึงมาเรียนเพื่อปรับวุฒิเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากหน่วยงาน

ทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยฯ ได้ทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัยฯ ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2542: 44) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภครู้จักเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม นักการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการโฆษณาเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ด้านการส่งลูกหลานมาศึกษา และด้านการบอกต่อผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเมื่อผู้เรียนมีทัศนคติ ที่ดีต่อการศึกษาคือมหาวิทยาลัยฯ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับ วิลาวรรณ คุณเจริญ (2544: 13) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจ และเมื่อมีความพึงพอใจแล้วก็จะส่งผลต่อการบอกต่อบุคคลอื่น เช่นเดียวกับเอเดรียน (Adrian, 1993: 28) กล่าวถึง การบอกต่อของผู้บริโภค ว่า (Word of Mouth) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจบริการ เพราะผู้ที่เคยใช้บริการจะทราบว่าการบริการของธุรกิจบริการนั้นเป็นอย่างไรจากประสบการณ์ของตนแล้ว ถ่ายทอดประสบการณ์นั้นต่อไปยังผู้ซึ่งอาจจะเป็นผู้ใช้บริการในอนาคต หากผู้ที่เคยใช้บริการมีความรู้สึกที่ดีประทับใจในการบริการ ก็จะบอกต่อ ๆ ไปยังญาติพี่น้องและคนรู้จัก และแนะนำให้ไปใช้บริการด้วย ซึ่งสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการติดต่อสื่อสารได้มาก แต่ในทางตรงกันข้ามหากไม่ประทับใจในการบริการ ก็จะบอกต่อไปทางไม่ดี การแนะนำจากคนรู้จักมีอิทธิพลสำคัญต่อการเลือกใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการสูงมาก ดังนั้น การบอกกล่าวปากต่อปากจึงมีผลกระทบกับธุรกิจบริการอย่างยิ่ง การได้รับประสบการณ์จากการใช้บริการที่ไม่ดีจะมีผลเสียอย่างยิ่งต่อธุรกิจบริการ เพราะผู้ใช้บริการที่ไม่พอใจในการบริการมีแนวโน้มที่จะบอกกล่าวปากต่อปากสู่ผู้อื่นมากกว่าผู้ที่พอใจในการบริการ ดังนั้นการบอกต่อจึงเป็นอีกสิ่งที่มีข้อดีคือ เป็นการสื่อสารสองทางโดยที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้มีปฏิสัมพันธ์กันโดยตรงและได้รับการตอบกลับอย่างมากและเร็วซึ่งมีผล (Impact) สูงในการสื่อสารและที่สำคัญยังสามารถปรับเปลี่ยนได้บุคคลรับสารได้ทั้งความรู้ ความคิด อารมณ์ ทัศนคติ และพฤติกรรม

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษา “ทัศนคติความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ” ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัย เป็นแนวทางที่พบว่าผู้เรียนภาคสมทบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-24 ปี สถานภาพโสด และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมหาวิทยาลัยฯ ควรทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์กับบุคคลที่มีข้อมูลดังกล่าว เพื่อให้มหาวิทยาลัยฯ ได้รับประโยชน์สูงสุด ในด้านการเพิ่มจำนวนผู้เรียนภาคสมทบ

2. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จึงควรปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ด้านหลักสูตรที่เปิดสอนให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของผู้เรียนให้ขยายเพิ่มมากขึ้น

2.2 ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยมุ่งเน้นให้มีการบริการที่รวดเร็วและบริการด้วยอัธยาศัยที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ และมีน้ำใจในการบริการ รวมทั้งการเพิ่มจำนวนบุคลากรผู้ให้บริการให้เพียงพอกับความต้องการ

2.3 ด้านสื่อการสอนควรมีการพัฒนาและปรับปรุงอุปกรณ์ในห้องเรียนและห้องปฏิบัติงานให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ และเพิ่มจำนวนอุปกรณ์การเรียนการสอนให้เพียงพอต่อจำนวนนักศึกษา

2.4 ด้านอาคาร สถานที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ควรมีการปรับปรุงพัฒนาอาคารเรียน ห้องเรียน และห้องปฏิบัติการอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับการเรียนการสอน รวมถึงสาธารณูปโภคต่าง ๆ ให้เพียงพอกับความต้องการของผู้เรียน ส่วนด้านสถานที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากผู้เรียนเดินทางมาจากหลายพื้นที่ ต้องเดินทางเข้ามาเรียนที่มหาวิทยาลัยฯ ซึ่งการเดินทางค่อนข้างลำบาก ทางมหาวิทยาลัยฯ อาจจะมีการจัดรถรับส่งตามจุดต่าง ๆ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เรียน

2.5 ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง เพื่อเป็นการเพิ่มความพึงพอใจให้สูงขึ้น อาจจะมีการปรับค่าใช้จ่ายในการเรียนลดลง เพื่อช่วยเหลือผู้เรียนในภาวะเศรษฐกิจขาลง รวมทั้งการมอบทุนการศึกษาเพื่อช่วยเหลือนักศึกษาที่ขาดแคลนอย่างต่อเนื่อง

2.6 ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ให้เพิ่มมากขึ้นและจัดทำอย่างต่อเนื่อง

3. ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่าผู้เรียนภาคสมทบส่วนใหญ่ เมื่อมีความพึงพอใจต่อมหาวิทยาลัยฯ ในระดับที่ดี จะส่งผลไปสู่แนวโน้มการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อและบอกต่อบุคคลอื่น

ดังนั้นมหาวิทยาลัยฯ ควรมีการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้เรียน ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจที่มีต่อมหาวิทยาลัยฯ ในระดับที่ดี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเรื่อง ทศนคติความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียน ภาควิชาอื่น ๆ เช่น ภาควิชาสถิติ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบึงพระพิมุข จักรวรรดิ เพิ่มเติม
2. ควรทำการศึกษาเรื่อง ทศนคติความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียน ทุกภาคการศึกษา โดยการวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของผู้เรียน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยบัญชา. (2544). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลเวอร์ชัน 7-10. กรุงเทพฯ: หจก.ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- ชาติชาย พิทักษ์ชนาคม. (2544). จิตวิทยาการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: เทพนimit การพิมพ์
- ณัฐกาญจน์ สุวรรณเมธา. (2547). ทศนคติและแนวโน้มของผู้เรียนภาคพิเศษที่มีต่อโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ. สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- ทิวากร เหล่าลี้อา. (2542). กลยุทธ์การตลาดของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธำรง บัวศรี. (2542). ทฤษฎีหลักสูตร. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น จัดพิมพ์.
- ปราณี คูเจริญไพศาล. (2542). ตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าประเภทอาหาร กรณีศึกษาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปริญ ลักษิตานนท์. (2536). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. (2548). 120 ปี บพิตรพิมุข. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการจัดทำหนังสือ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ มหาวิทยาลัย.
- วิโรจน์ สารัตนะ. (2544). โรงเรียน: องค์การแห่งการเรียนรู้ กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีทางการบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์.
- สุภา เสรีรัตน์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุกัญญา พิชัยยงค์วงศ์ดี. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างสถาบันสอนภาษา เอ.ยู.เอ. กับสถาบันภาษา บริติชเคาน์ซิล ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์. บธ.ม. (การตลาด).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุจินดา อยู่ยงสินธุ์. (2547). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒต่อการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจปริญญาโท MBA นานาชาติในทัศนะของผู้เรียนจบปริญญาตรีในเขต กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล. (2547). คู่มือหลักสูตรการศึกษา. กรุงเทพฯ: แผนกหลักสูตรและตำราเรียน ฝ่ายวิชาการ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ. สถาบันฯ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2545). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 2545. กรุงเทพฯ: ศูนย์กลางดพรว.
- สุรพล เย็นเจริญ. (2545). ความพึงพอใจต่อการเรียนวิชาอาชีพธุรกิจของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนปทุมคงคา สังกัดกรมสามัญศึกษา. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2530). การสื่อสารการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา หน่วยที่ 1-5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอสฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. ฉบับปรับปรุงแก้ไขครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลลักษณ์ ไชยชนะ. (2543). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการเรียนกับความสอดคล้องในการเลือกคณะของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Kotler, Phillip (2003). *Marketing Management*. Millennium Edition, New Jersey: Prentice Hall Inc.

Payne Adrian. (1993). *The Essence of Services Marketing*. Great Britain: Prentice Hall.

Yamane, Taro. (1976). *Statistics: An Introductory*. 2nd ed. New York: Harper and Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ทศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียน
ภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม
เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้าพเจ้านางสุกานดา ศรีไตรรัตน์ นิสิตปริญญาโทคณะสังคมศาสตร์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) กำลังทำการวิจัยเรื่อง “ทศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ” เพื่อประกอบการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูล ซึ่งนอกจากจะนำไปใช้ในการเสนอเป็นสารนิพนธ์ ที่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน จึงขอให้ท่านได้ตอบแบบสอบถามให้ชัดเจนสมบูรณ์ ตามความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริง และขอรับรองว่า ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับ ผู้วิจัยจะถือเป็นความลับ ซึ่งผลของการวิจัยจะรายงานในภาพรวมที่ไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่าน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ และขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

สุกานดา ศรีไตรรัตน์
ผู้วิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ทศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ
ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับทัศนคติของผู้เรียนภาคสมทบ

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษา

ตอนที่ 4 เกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวท่านโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-24 ปี

☐ 25-29 ปี ☐ 30 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐ โสด ☐ สมรส/อยู่ด้วยกัน ☐ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. อาชีพ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ☐ 10,001-15,000 บาท

☐ 15,001-20,000 บาท ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

2. ด้านหลักสูตรการเรียนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งนี้

2.1 มหาวิทยาลัยมีสาขาที่เปิดสอน

หลากหลาย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่หลากหลาย
5 4 3 2 1

2.2 หลักสูตรที่เปิดสอน

ประยุกต์ได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ประยุกต์ไม่ได้
5 4 3 2 1

2.3 ความมีชื่อเสียงด้านหลักสูตรการสอนระดับปริญญาตรีต่อเนื่อง

มีชื่อเสียง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่มีชื่อเสียง
5 4 3 2 1

3. ด้านอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งนี้

3.1 มีคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น

เหนือกว่า _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ด้อยกว่า
5 4 3 2 1

3.2 มีคุณธรรม จรรยาบรรณ ความยุติธรรมและมีทัศนคติที่ดีต่อความเป็นครู

มี _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่มี
5 4 3 2 1

3.3 มีเทคนิคการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ

มีมาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่มีเลย
5 4 3 2 1

4. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งนี้

4.1 การให้บริการ

รวดเร็ว _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล่าช้า
5 4 3 2 1

4.2 มีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายไม่ตรีและมีน้ำใจในการให้บริการ

มีมนุษยสัมพันธ์มาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____
5 4 3 2 1

ไม่มีมนุษยสัมพันธ์

4.3 จำนวนบุคลากรผู้ให้บริการ

เพียงพอ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ขาดแคลน
5 4 3 2 1

5. ด้านสื่อการสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งนี้

5.1 อุปกรณ์ในห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ

ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
5 4 3 2 1

5.2 อุปกรณ์การเรียนการสอนต่อจำนวนนักศึกษา

เพียงพอ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่เพียงพอ
5 4 3 2 1

6. ด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งนี้

6.1 อาคารเรียนและห้องเรียน

ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ต้องปรับปรุง
5 4 3 2 1

6.2 สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยฯ

เหมาะสม _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่เหมาะสม
5 4 3 2 1

6.3 สภาพการจราจรในการเดินทางมาเรียน

สะดวก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ติดขัด
5 4 3 2 1

6.4 ห้องปฏิบัติการอื่น ๆ เช่น ห้องสมุด ห้องประชุม ห้องปฏิบัติการทางภาษา

ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่ทันสมัย
5 4 3 2 1

6.5 สาธารณูปโภค เช่น จำนวนห้องน้ำ บริการน้ำดื่ม ฯลฯ

เพียงพอ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่เพียงพอ
5 4 3 2 1

7. ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งนี้

7.1 ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นของรัฐ

ถูกกว่า _____ : _____ : _____ : _____ : _____ แพงกว่า
5 4 3 2 1

7.2 การมอบทุนการศึกษาเพื่อช่วยเหลือนักศึกษาที่ขาดแคลน

มีมากมาย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่มีเลย
5 4 3 2 1

8. ด้านผลประโยชน์จากการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งนี้

8.1 ความรู้ที่ได้รับ

มากขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เท่าเดิม
5 4 3 2 1

8.2 โอกาสในการมองช่องทางประกอบอาชีพ

ดีขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เท่าเดิม
5 4 3 2 1

8.3 โอกาสได้รับการเลื่อนขั้น ตำแหน่งงานและได้รับค่าตอบแทน

สูงขึ้น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เท่าเดิม
5 4 3 2 1

9. ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งนี้

9.1 จัดทำป้ายโฆษณา ไปสเดอร์ตามสถานที่ต่าง ๆ

มี _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่มี
5 4 3 2 1

9.2 สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

เคยเห็น _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่เคยเห็น
5 4 3 2 1

9.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ

มากมาย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น้อย
5 4 3 2 1

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน _____ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ อย่างไร

พึงพอใจอย่างมาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่พึงพอใจอย่างมาก
5 4 3 2 1

ภาคผนวก ข.

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5731

ที่ ศธ 0519.12/5437

วันที่ 15 กรกฎาคม 2548

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

 เนื่องด้วย นางสุกานดา ศรีไตรรัตน์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ” โดยมี รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคสมทบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

 จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสุกานดา ศรีไตรรัตน์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จิระเชษฐกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา	คณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจำ	คณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสุกานดา ศรีไตรรัตน์
วัน เดือน ปีเกิด	20 มิถุนายน พ.ศ. 2496
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	61/486 หมู่ 5 ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม 73120
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	อาจารย์ 2 ระดับ 7 หัวหน้าแผนกทะเบียนและวัดผล
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ถนนจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร 10100
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2512	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสตรีภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต
พ.ศ. 2518	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (การเลขานุการ) วิทยาลัยเทคนิคภาคใต้ จังหวัดสงขลา
พ.ศ. 2521	ประโยคครูมัธยม วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วิทยาเขตพระนครใต้ กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2525	ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการบริหารการศึกษา วิทยาลัยครูสวนดุสิต
พ.ศ. 2540	International Certificate in Office Management at the Northern Alberta Institute of Technology, Edmonton, Alberta, CANADA, 1997
พ.ศ. 2548	ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ