



## รายงานการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
Factors affecting for decision to study in Faculty of  
Agriculture, Rajamangala University  
of Technology Srivijaya

นางราตรี	อุบลกาญจน์	Ratree	ubonkan
นางสาวรัชรี	ศรีสุวรรณ	Ratcharee	srisuwan
นายสุวรรณ	พรมเขต	Suwan	promkhet

คณะเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากงบวิจัยสถาบัน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยประจำปี พ.ศ. 2560

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัย “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย” ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี คณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ที่ได้สนับสนุนสถานที่และให้โอกาสในการศึกษา ตลอดจนการสนับสนุนงบประมาณจากบววิจัยสถาบัน และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้คำแนะนำ และนักศึกษาคณะเกษตรศาสตร์ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยจะนำผลการศึกษาจากโครงการครั้งนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในวงการต่อไป

นางราตรี อุบลกาญจน์  
หัวหน้าโครงการ



# ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

นางราตรี อุบลกาญจน์<sup>1/</sup> นางสาวรัชรี ศรีสุวรรณ<sup>1/</sup> และสุวรรณ พรหมเขต<sup>2/</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 229 คน นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เรียนสาขาสัตวศาสตร์ ศึกษาในหลักสูตร 4 ปี มีผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีภูมิลำเนา ในเขตภาคใต้ จบการศึกษามาจากแผนวิทย์-คณิต และวางแผนในอนาคตทำธุรกิจส่วนตัว

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด และการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ด้านราคาในอยู่ในระดับปาน ด้านสถานที่ตั้งอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการให้บริการอยู่ในระดับมาก ด้านการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (สื่อ) ด้านการประเมินทางเลือกในการศึกษาต่อ ด้านการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมหลังบริการ (ความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน เพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ แตกต่างกัน เพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว ไม่แตกต่างกัน เพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา ไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่เรียนสาขาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน สาขาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร แตกต่างกัน สาขาแตกต่างกัน มีพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว แตกต่างกัน นักศึกษาที่เรียนหลักสูตรแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน ด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ แตกต่างกัน ด้านมีพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว ไม่แตกต่างกัน ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา ไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่มีอาชีพของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวไม่แตกต่างกัน ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกันด้านความภูมิใจ

ในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวไม่แตกต่างกัน ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่มีแผนการเรียนที่จบ การศึกษามาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกันด้านความภูมิใจในการศึกษา ทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกันด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวไม่แตกต่างกัน ด้านเป้าหมาย ในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาไม่แตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ด้านความภูมิใจใน การศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวไม่แตกต่างกัน ด้าน เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาไม่แตกต่างกัน

วิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านปัจจัย ด้านการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสถานการ ให้บริการ ด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก



## Factors affecting for decision to study in Faculty of Agriculture, Rajamangala University of Technology Srivijaya

Ratree ubonkan<sup>1/</sup> Ratcharee srisuwan <sup>1/</sup> Suwan promkhet<sup>2/</sup>

### Abstract

The research on factors affecting decision to study in faculty of agriculture Rajamangala University of Technology Srivijaya. The researcher collected data from 229 samples. Most of the respondents were male. study in animal science. Study in a 4-year course. There are parents who work in the private sector, domiciled in the south, graduated from the science-mathematical plan. And future plans personal business.

Analysis of marketing factors of the faculty of agriculture, product, price, location, promotion, marketing and service products most respondents have opinions about marketing mix. The overall product level is very high. Price is in the middle. Location is at a moderate level. Marketing promotion at the moderate level. The service level is very high. The decision to study in the faculty of agriculture. Most respondents opinions on the decision to study in the faculty of agriculture. Awareness of needs Information literacy (media) in the assessment of alternative education. The decision to study in the faculty of agriculture. Behavior after service the satisfaction of decision-making in the faculty of agriculture, srivijaya faculty of agriculture, at the high level.

Differences in personal factors and decision to study in the Faculty of Agriculture. Students with different sex. The decision to study in the Faculty of agriculture proud of the agricultural education not different sex. The decision to study in the faculty of agriculture. The intention to study in agriculture is different sex the decision to study in the faculty of agriculture. The basis of family career. not different sex. The decision to study in the Faculty of agriculture targeted career after graduation not different students who study different fields. The decision to study in the faculty of agriculture pride in education not different different branches. The decision to study in the faculty of agriculture pride in agricultural education is different. Targeted career after graduation not different students with different careers the decision to study in the faculty of agriculture Rajamangala University of Technology Srivijaya pride in agricultural education not different Pride in agricultural education not different the basic occupation of the family is not different. The goal of the career on graduation is not different students with different domiciles. The decision to study in the Faculty of agriculture Rajamangala University of Technology Srivijaya Pride in agricultural education not difference in pride in agricultural education not different. The basic occupation of the family is not different. The goal of the career on graduation is not different. Students with different graduation plans the decision to study in the faculty of agriculture Rajamangala University of Technology Srivijaya Pride in agricultural education not difference in pride in agricultural education. There is no difference in the basic of family occupations. The goal of the career on graduation is not

different. The decision to study in the faculty of agriculture Rajamangala University of Technology Srivijaya is proud of the agricultural education. Pride in agricultural education not different. The basic occupation of the family is not different. The goal of the career on graduation is not different.

Analysis of marketing factors affecting decision to study in faculty of agriculture Rajamangala University of Technology Srivijaya With Pearson's product moment correlation coefficient, Product factor Location factor Marketing Promotion Factor Personnel service factor factor the relationship is very low.



---

<sup>1</sup>Faculty of Agriculture Rajamangala University of Technology Srivijaya Nakhon Sri Thammarat

<sup>2</sup>Research and Development Institute Rajamangala University of Technology Srivijaya

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
บทคัดย่อ	(2)
Abstract	(4)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพผนวก	(9)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	1
ขอบเขตของโครงการวิจัย	2
ทฤษฎี สมมุติฐาน หรือกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย	2
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
บทที่ 3 วิธีการทดลอง	20
บทที่ 4 ผลและวิจารณ์ผลการทดลอง	23
บทที่ 5 สรุปและวิจารณ์ผลการทดลอง	54
เอกสารอ้างอิง	68
ภาคผนวก	69
ภาคผนวก ก	70
ภาคผนวก ข	76
ภาคผนวก ค	83



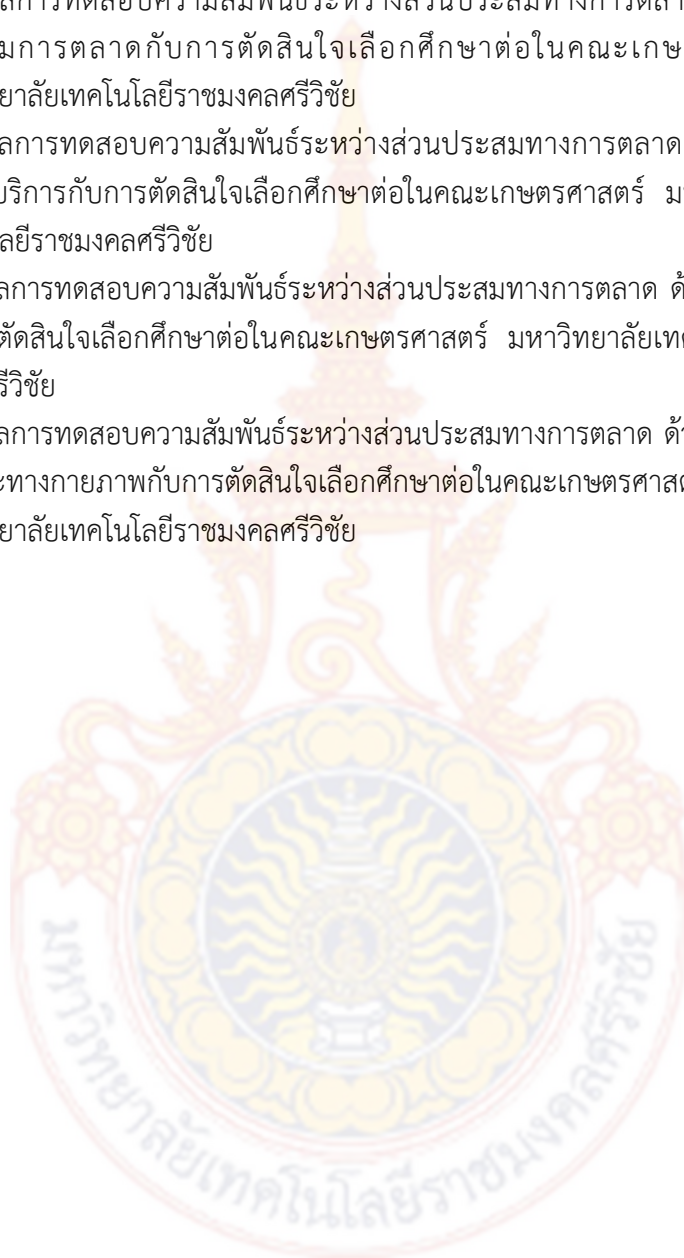
## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวน ความถี่ (F) และร้อยละ (%) ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ หลักสูตรที่เรียน อาชีพผู้ปกครอง ภูมิภาค แผนการเรียนที่จบการศึกษามา การ วางแผนในอนาคต และสาเหตุการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย	24
2	ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด และการให้บริการแสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	27
3	การตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	30
4	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเพศ	33
5	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามสาขา	34
6	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามหลักสูตร	35
7	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง	37
8	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามภูมิภาค	39
9	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามแผนการเรียนที่จบการศึกษามา	40
10	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามการวางแผนในอนาคต	42
11	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามสาเหตุของการตัดสินใจเลือกศึกษา	44
12	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	46
13	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	47



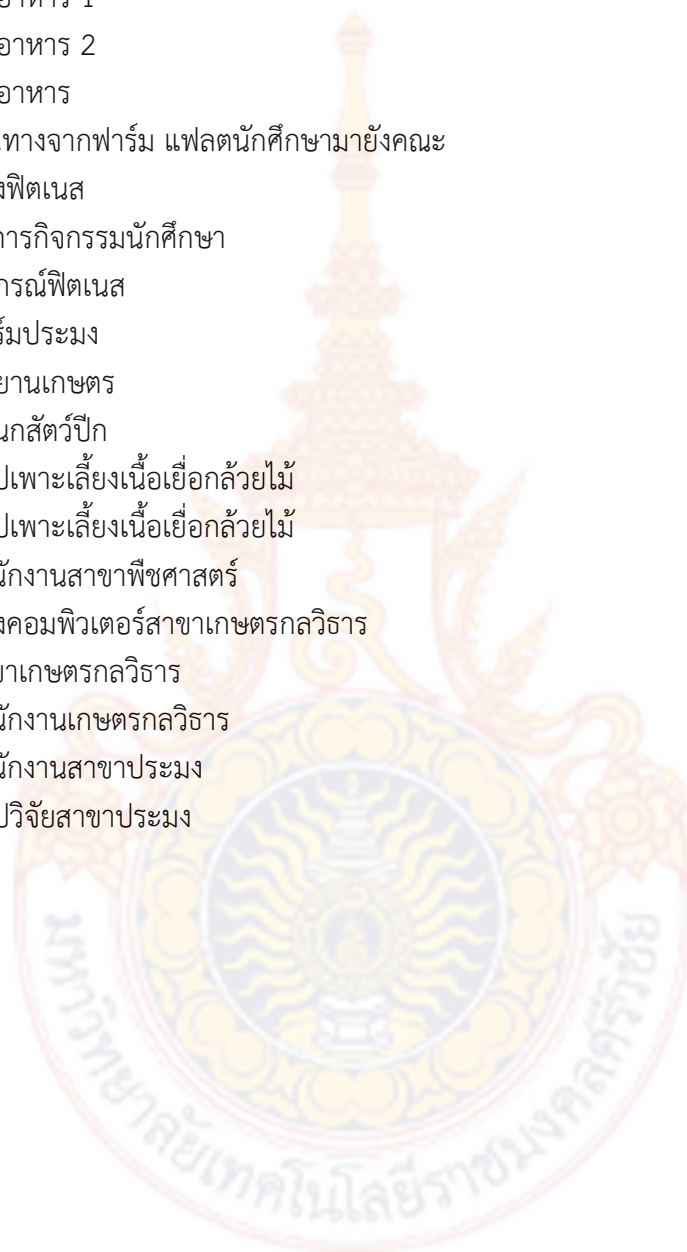
## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ตั้งกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	48
15	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	49
16	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านปัจจัยการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	50
17	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	51
18	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	52



## สารบัญภาพผนวก

ภาพผนวกที่		หน้า
1	งานฟาร์มนักศึกษา	131
2	งานฟาร์มนักศึกษา 1	131
3	แฟลตนักศึกษา	131
4	โรงอาหาร 1	131
5	โรงอาหาร 2	131
6	โรงอาหาร	131
7	เส้นทางจากฟาร์ม แฟลตนักศึกษามายังคณะ	132
8	ห้องฟิตเนส	132
9	อาคารกิจกรรมนักศึกษา	132
10	อุปกรณ์ฟิตเนส	132
11	ฟาร์มประมง	133
12	อุทยานเกษตร	133
13	แผนกสัตว์ปีก	133
14	แลปเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อกล้วยไม้	133
15	แลปเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อกล้วยไม้	133
16	สำนักงานสาขาพืชศาสตร์	133
17	ห้องคอมพิวเตอร์สาขาเกษตรกลวิธาน	134
18	สาขาเกษตรกลวิธาน	134
19	สำนักงานเกษตรกลวิธาน	134
20	สำนักงานสาขาประมง	134
21	แลปวิจัยสาขาประมง	134



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นอีกหนึ่งคณะฯที่ผลิตบัณฑิตด้านการเกษตร เพื่อตอบสนองความต้องการบุคลากรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีแนวโน้มมีความต้องการทางด้านนี้เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน แต่เนื่องจากปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยระดับอุดมศึกษาได้มีการเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนด้านเกษตรเพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวเลือกให้กับนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกในหลายๆด้าน เช่น ค่าเล่าเรียน หลักสูตรที่เปิดสอน และที่สำคัญคือชื่อเสียงของคณะหรือมหาวิทยาลัย เป็นที่ยอมรับ ทำให้ทุกคณะฯพยายามทำให้ผลงานของนักศึกษาหรือของอาจารย์โดดเด่น เช่น การเข้าร่วมแข่งขันทางด้านวิชาการ โครงการนักศึกษา การได้รับรางวัลผลงานวิจัยของอาจารย์เป็นที่ยอมรับ

ปัจจุบันคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้รับความสนใจน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต ทำให้ส่งผลกระทบต่อหลักสูตร ด้วยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีนโยบายปิดหลักสูตรที่มีจำนวนนักศึกษาใหม่ไม่ครบ 15 คน ทำให้คณะเกษตรศาสตร์ต้องศึกษากลยุทธ์ในการแนะแนวศึกษาต่อ วิเคราะห์ถึงจุดเด่นของคณะฯ เมื่อทราบถึงจุดเด่นคณะฯจะได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์แนะแนวศึกษาได้ตรงกับความต้องการ เพื่อให้ตอบโจทย์กลุ่มนักเรียนที่มีความต้องการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาด้านเกษตร

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย นั้น โดยภาพรวมจะเป็นการสำรวจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยเลือกปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยทางด้านบุคคลมาเกี่ยวข้อง ด้วยเหตุผลที่ว่าเพราะเหตุใดจึงตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย รวมทั้งอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเรียนคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ทั้งนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จะสามารถใช้เป็นแนวทางประชาสัมพันธ์ แนะนำให้กับนักเรียนนักศึกษาที่สนใจศึกษาต่อทางด้านเกษตร ทำให้จำนวนนักศึกษาคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีจำนวนเพิ่มขึ้นในปีการศึกษา 2560

### 1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย
- 2) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
- 3) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

### 1.2 ขอบเขตของโครงการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อหลักสูตรการเรียนการสอนของคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา คือ นักศึกษาคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย ชั้นปีที่ 1 หลักสูตร 4 ปี และนักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรเทียบโอน ที่เลือกศึกษาต่อในปี การศึกษา 2559 จำนวน 146 คน

### 1.3 ทฤษฎี สมมุติฐาน หรือกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย



## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้วิจัยได้เสนอทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิดทางทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.4 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

##### ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 17) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาดหมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายหรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์กร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, หน้า 53-55) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นเครื่องมือที่ประกอบด้วยสิ่งต่างๆดังต่อไปนี้

**1. ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้เช่นบรรจุภัณฑ์สีราคาคุณภาพตราสินค้าบริการและชื่อเสียงของผู้ขายผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้าบริการสถานที่บุคคลหรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้าบริการความคิดสถานที่องค์กรหรือบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้กำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่นประโยชน์พื้นฐานรูปลักษณ์คุณภาพการบรรจุภัณฑ์ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

## 2. คุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

1. คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality) เป็นการวัดการทำงานและวัดความคงทนของผลิตภัณฑ์เกณฑ์ในการวัดคุณภาพถือหลักความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้นถ้าสินค้าคุณภาพต่ำผู้ซื้อจะไม่ซื้อซ้ำถ้าสินค้าคุณภาพสูงเกินอำนาจซื้อของผู้บริโภคสินค้าก็ขายไม่ได้นักการตลาดต้องพิจารณาว่าสินค้าควรมีคุณภาพระดับใดบ้างและต้นทุนเท่าใดจึงจะเป็นที่พอใจของผู้บริโภค รวมทั้งคุณภาพสินค้าต้องสม่ำเสมอและมีมาตรฐานเพื่อที่จะสร้างการยอมรับ

2. ลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Physical Characteristics of Goods) เป็นรูปร่างลักษณะที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้และสามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เช่น รูปร่าง ลักษณะรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

3. ราคา (Price) เป็นจำนวนเงินซึ่งแสดงเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเงินเพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าหรือบริการการตัดสินใจในด้านราคาไม่จำเป็นต้องเป็นราคาสูงหรือต่ำแต่เป็นราคาที่คุณบริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่า (Perceived Value)

4. ชื่อเสียงของผู้ขายหรือตราสินค้า (Brand) หมายถึงชื่อคำสัญลักษณ์การออกแบบหรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าวเพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขายรายใดรายหนึ่งหรือกลุ่มของผู้ขายเพื่อแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง

5. บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการออกแบบและการผลิตสิ่งบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ให้เกิดการรับรู้คือการมองเห็นสินค้าเมื่อผู้บริโภคเกิดการยอมรับในบรรจุภัณฑ์ก็จะนำไปสู่การจูงใจให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องมีความโดดเด่นโดยอาจแสดงถึงตำแหน่งผลิตภัณฑ์สินค้านั้นให้ชัดเจน

6. การออกแบบ (Design) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบลักษณะการบรรจุหีบห่อซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคดังนั้นผู้ผลิตที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจึงต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

7. การรับประกัน (warranty) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแข่งขันโดยเฉพาะสินค้าพวกรถยนต์ เครื่องใช้ในบ้านและเครื่องจักรเพราะเป็นการลดความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าของลูกค้าและรวมทั้งการสร้าง ความเชื่อมั่นนั้นผู้ผลิตหรือคนกลางอาจเสนอการรับประกันเป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยคำพูดโดยทั่วไป การรับประกันจะระบุเป็นประเด็นสำคัญ 3 ประเด็นคือ

7.1 การรับประกันต้องให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ว่าผู้ซื้อจะร้องเรียนที่ไหนกับใครอย่างไรเมื่อสินค้ามีปัญหา

7.2 การรับประกันจะต้องให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าก่อนการซื้อ

7.3 การรับประกันจะต้องระบุเงื่อนไขการรับประกันทางด้านระยะเวลาขอบเขตความรับผิดชอบและเงื่อนไขอื่นๆ

8. สีของผลิตภัณฑ์ (Color) เป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการซื้อเพราะสีทำให้เกิดอารมณ์ด้านจิตวิทยาช่วยให้เกิดการรับรู้และสนใจในผลิตภัณฑ์

9. การให้บริการ (Serving) การตัดสินใจของผู้บริโภคในปัจจุบันขึ้นอยู่กับบริการให้บริการแก่ลูกค้าของผู้ขายหรือผู้ผลิตคือผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้ากับร้านค้าที่ให้บริการดีและถูกใจเช่นการบริการหลังการขาย เป็นต้น

10. วัตถุดิบ (Raw Material) หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิต (Material) ผู้ผลิตมีทางเลือกที่จะใช้วัตถุดิบหรือวัสดุหลายอย่างในการผลิตซึ่งจะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคว่าพอใจแบบใดตลอดจนต้องพิจารณาถึงต้นทุนในการผลิตและความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบด้วย

11. ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product Safety) และภาระจากผลิตภัณฑ์ (Product Liability) ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจต้องเผชิญและยังเป็นปัญหาทางจริยธรรมทั้งทางธุรกิจและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัยทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายเกิดภาระจากผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดการดำเนินงานหรือเป็นอันตรายสำหรับผู้ผลิตที่ต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

12. มาตรฐาน (Standard) เมื่อมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นจะต้องคำนึงถึงประโยชน์และมาตรฐานของเทคโนโลยีนั้นซึ่งต้องมีการกำหนดมาตรฐานการผลิตขึ้นจะช่วยควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยต่อผู้บริโภคได้

13. ความเข้ากันได้ (Compatibility) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าและสามารถนำไปใช้ได้ดีในทางปฏิบัติโดยไม่เกิดปัญหาในการใช้

14. คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นลักษณะผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคต้องเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่เกิดจากความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าต้นทุนหรือราคาที่จ่ายไป

15. ความหลากหลายของสินค้า (Variety) ผู้บริโภคส่วนมากจะพอใจที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีให้เลือกมากในรูปของสีกลิ่นรสขนาดการบรรจุหีบห่อแบบลักษณะเนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องมีสินค้าหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน

**2. ราคา (Price)** หมายถึงจำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเองราคาเป็น  $P$  ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

**3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)** หมายถึงโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าคงคลังการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution หรือ Distribution Channel หรือ Marketing Channel) หมายถึงกลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ใน

ผลิตภัณฑ์หรือเป็นการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางธุรกิจ หรือหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลางผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct Channel) จากผู้ผลิต (Producer) ไปยังผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) และใช้ช่องทางอ้อม (Indirect Channel) จากผู้ผลิต (Producer) ผ่านคนกลาง (Middleman) ไปยังผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User)

**4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกรู้สึกความเชื่อและพฤติกรรม การหรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการองค์การอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้นโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด

**5. บุคคล (People)** หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งชั้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

**6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)** เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

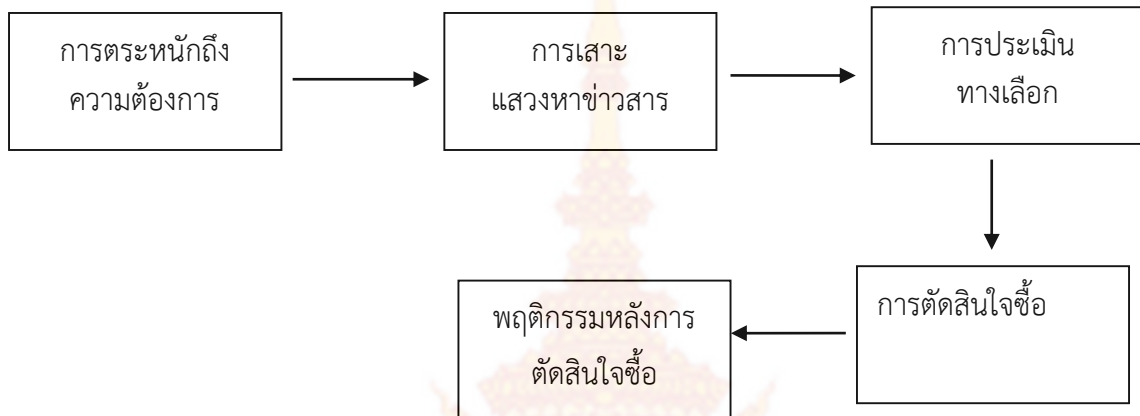
**7. ด้านกระบวนการ (Process)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) เป็นกระบวนการคิดโดยใช้เหตุผลในการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากหลายทางเลือกที่มีอยู่เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุด และตอบสนองความต้องการของตนเองให้มากที่สุด (ลฎาภา พูลเกษม, 2550, หน้า 8) โดยมีผู้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ ดังนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552, หน้า 157) กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อมานิต รัตนสุวรรณ และ สมฤดี ศรีจรรยา (2554, หน้า154) กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 6 ขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การรับรู้ความต้องการและค้นหาข้อมูลที่ต้องการสินค้าที่ต้องการเปรียบเทียบคุณภาพและราคา สุดท้ายจะเปิดทางเลือกกว่าเลือกสินค้าไหนที่ได้ตรงตามความต้องการจึง



ตัดสินใจซื้อ ชิฟแมนและคานุก (Schiff man & Kanuk, 1994, อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์.2538, หน้า 23) กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไปซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้อง กับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและทางกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งกิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อ ตามบุคคลอื่นกระบวนการตัดสินใจกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543, หน้า 160-166) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ



ภาพที่ 2-1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543, หน้า 160)

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ผู้ซื้อที่มีความรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสถานะที่ผู้ซื้อเป็นอยู่จริงกับสถานะที่เขาปรารถนา ความต้องการอาจถูกกระตุ้น โดย ตัวกระตุ้นจากภายใน (Internal Stimuli) กระตุ้นความต้องการที่มีอยู่ปกติเช่น ความหิวกระหายเพศ เป็นต้น ในระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อน (Drive) นอกจากนั้นความต้องการอาจถูกกระตุ้นจากตัวกระตุ้นภายนอก (External Stimuli)

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search) ผู้บริโภคที่ถูกกระตุ้นแล้วอาจจะหรืออาจจะไม่เสาะแสวงหาข่าวสารมากขึ้น ถ้าแรงผลักดันของผู้บริโภคแข็งแกร่งและสินค้าที่จะตอบสนองอยู่ใกล้แค่เอื้อม ผู้บริโภคมักจะทำการซื้อทันที มิฉะนั้นแล้วผู้บริโภคมักจะเก็บความต้องการนั้นไว้ในความทรงจำ หรือไม่ก็ทำการเสาะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับต้องการดังกล่าวผู้บริโภคอาจหาข่าวสารได้จากหลายแห่ง เช่น

- 2.1 แหล่งข่าวสารบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ผู้คุ้นเคย
- 2.2 แหล่งพาณิชย์ ได้แก่ โฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย หีบห่อการตั้งแสดงสินค้า
- 2.3 แหล่งสาธารณะ ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรเพื่อผู้บริโภค
- 2.4 แหล่งที่เกิดจากความชำนาญ ได้แก่ การจับถือการตรวจสอบสินค้าและการใช้บริการ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เราได้เห็นวิธีการที่ผู้บริโภคใช้ข่าวสารเพื่อให้ได้มาซึ่งชุดของตราที่เลือกไว้เพื่อการพิจารณาตัดสินใจเป็นขั้นสุดท้าย ผู้บริโภคเลือกตราด้วยวิธีใด นักการตลาดจะต้องรู้เกี่ยวกับการประเมินค่าทางเลือก นั่นก็คือวิธีการที่ผู้บริโภคใช้ข่าวสารเลือกตราที่หือในการเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดของนักการตลาดต้องก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ แนวความคิดเบื้องต้นที่จะช่วยอธิบายกระบวนการประเมินผู้บริโภค มีดังนี้

ประการแรกเรามีสมมุติฐานว่าผู้บริโภคแต่ละรายมองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมวบรวมของ ลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ในกรณีกล้องถ่ายรูป ลักษณะของผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณภาพของรูป ถ่ายง่ายต้องการใช้ขนาดของ

กล้องราคาและลักษณะอื่น ๆ ผู้บริโภคแตกต่างกันในการมองลักษณะ เหล่านี้ ว่าเกี่ยวข้องกับตนเพียงใด และเขาจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความ ต้องการของเขา

ประการที่สองผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับ แตกต่างกันตามความ สอดคล้องกับความต้องการของเขา การตัด สิ้นใจ ซื่อ การตระหนักถึงความต้องการ การเสาะ แสวงหา ข่าวสาร พฤติกรรม หลังการซื้อ การประเมิน ทางเลือก

ประการที่สาม ผู้บริโภคจะสร้างความเชื่อในตราหือขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตรา หือหือความเชื่อชุดที่ผู้บริโภคมีกับตราใดตราหนึ่งนั้นเรียกว่า “ภาพพจน์ของตราหือ (Brand Image)” โดยการ มีประสบการณ์และผลที่ได้รับจากการมีการเลือกรับรู้เลือกบิดเบือนและ เลือกเก็บรักษาความเชื่อของผู้บริโภค จึงแตกต่างไปจากลักษณะจริงของผลิตภัณฑ์

ประการที่สี่ความพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับแตกต่างกันไปตามความ แตกต่างของลักษณะตัวสินค้า

ประการที่ห้าผู้บริโภคเกิดมีทัศนคติต่อตราทั้งหลาย โดยวิธีประเมินบางวิธีผู้บริโภคมักใช้วิธีการประเมิน บางวิธีขึ้นอยู่กับตัวผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อของเขา

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในขั้นตอนการประเมิน ผู้บริโภคจะจัดลำดับ ความชอบตราหือต่างๆในแต่ละตัวเลือกและก็จะสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยทั่วไปการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มักจะทำการซื้อตราหือที่ชอบมากที่สุด แต่ทว่ามีปัจจัย 2 ประการอาจเข้ามา “ขวาง” ระหว่างความตั้งใจกับการ ตัดสินใจซื้อ

5. พฤติกรรมหลังซื้อ (Postpurchase Behavior) งานของนักการตลาดมิได้จบสิ้นลงเมื่อมี การซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจและจะก่อพฤติกรรมหลังการซื้อขึ้น ปัญหาอยู่ที่ว่าอะไร เป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ คำตอบก็คือมันขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความ คาดหมายของผู้บริโภค (Consumer's Expectation) กับการปฏิบัติการของสินค้า (Products' Perceived Performance) ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหวังผู้บริโภคจะผิดหวังถ้าตรงกับความหมาย ผู้บริโภคจะพอใจถ้าดี เกินความคาดหวังผู้บริโภคจะปลื้มปิติยินดีมาก ผู้บริโภคอิงความคาดหวังไว้กับข่าวสารที่เขาได้รับจากผู้ขาย เพื่อน ๆ และแหล่งอื่น ๆ ถ้าผู้ขายอ้างการปฏิบัติงานของสินค้าของเขา “เกินความเป็นจริง” ผลก็คือ ผู้บริโภคจะ ไม่พอใจดังนั้นผู้ขายจะต้องซื้อสัตย์ในการเสนอข้ออ้างของสินค้าของเขา

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเพื่อที่จะทราบถึง ลักษณะความต้องการของผู้บริโภคโดยการตั้งคำถามและคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัด ภาพลักษณ์ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะ พฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่ง ประกอบไปด้วย Organization Occasions Outlets และ Operations เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการจากนั้นสิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้ซื้อ (Buyers black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับ อิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อต้องการของ ผู้บริโภคทางด้านต่างๆและเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็น เป้าหมายได้อย่างถูกต้องโดยลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ดังแสดงในภาพประกอบ 3 จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้น

(Stimulus) ให้เกิดความต้อการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

### 1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus)

สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายหรือภายนอกร่างกายแต่ในการศึกษาของนักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้อการผลิตภัณฑ์โดยสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ได้แก่ส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4P's ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมได้มีดังนี้

1.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) เช่นการออกแบบให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้อการขยายผลิตภัณฑ์

1.1.2 ราคา (Price) เช่นการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมายการมีนโยบายทางด้านราคาต่างๆ

1.1.3 การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel) คือการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้อการซื้อ

1.1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่นการโฆษณาการลดแลกแจกแถมการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายอื่นๆ

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอกอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่ไม่สามารถควบคุมได้อันได้แก่ปัจจัยเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจเช่นภาวะเศรษฐกิจรายได้ของผู้บริโภคปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้อการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยีเช่นเทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้อการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมืองเช่นกฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้อการของผู้ซื้อเป็นต้น

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรมเช่นขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆจะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้อการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

### 2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyers black box)

ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกับกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อโดยได้รับอิทธิพลจาก 2 ส่วนคือลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆคือปัจจัยด้านวัฒนธรรมปัจจัยด้านสังคมปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอนคือการรับรู้ความต้องการหรือปัญหาค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyers response)  
การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคนั้นจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆดังนี้

- 3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์คือการเลือกประเภทของสินค้าและบริการที่ต้องการ
- 3.2 การเลือกตราสินค้าคือเลือกตรายี่ห้อของประเภทสินค้านั้นๆ
- 3.3 การเลือกผู้ขายคือสถานที่ที่จะซื้อของผู้บริโภคเช่นเลือกใกล้บ้านหรือไม่
- 3.4 การเลือกเวลาในการซื้อคือเวลาที่ซื้อสินค้าอยู่ในช่วงเวลาใดเช่นเช้าหรือเย็น
- 3.5 การเลือกปริมาณการซื้อคือจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้งหรือจำนวนครั้งที่ทำการซื้อบ่อยแค่ไหนก็ครั้งต่อสัปดาห์

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคก็เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆและเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมเมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นอื่นๆผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้งานของผู้ขายคือค้นหาลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้างการศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับผู้ขายคือทำให้ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆกระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้และสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้องลักษณะของผู้บริโภค (Buyer's characteristics) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมปัจจัยด้านสังคมปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยาโดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่งค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่นวัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการพฤติกรรมของบุคคลวัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐานวัฒนธรรมย่อยและชั้นของสังคมโดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐานเป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมเช่นลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทยทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

4.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหมายถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อนวัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ลักษณะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย

- (1) กลุ่มเชื้อชาติได้แก่ไทยจีนอังกฤษอเมริกันแต่ละเชื้อชาติมีการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน
- (2) กลุ่มศาสนาได้แก่ชาวพุทธชาวคริสต์ชาวอิสลาม ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีประเพณีและข้อห้ามที่แตกต่างกันจึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
- (3) กลุ่มสีผิวเช่นผิวดำผิวขาวผิวเหลืองแต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมในวัฒนธรรมที่ต่างกันทำให้เกิดทัศนคติที่ต่างกันด้วย

(4) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์และท้องถิ่นทำให้มีลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันและมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่แตกต่างกัน

(5) กลุ่มอาชีพเช่นกลุ่มเกษตรกรกลุ่มผู้ใช้แรงงานกลุ่มพนักงานกลุ่มนักธุรกิจและเจ้าของกิจการกลุ่มวิชาชีพอื่นๆเช่นแพทย์นักกฎหมายครู

(6) กลุ่มย่อยด้านอายุเช่นทารกเด็กวัยรุ่นผู้ใหญ่วัยทำงานและผู้สูงอายุ

(7) กลุ่มย่อยด้านเพศได้แก่เพศหญิงและเพศชาย

4.1.3 ชั้นของสังคมหมายถึงการแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกันโดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะเดียวกันและสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันการแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ทรัพย์สินหรืออาชีพชนชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและชั้นของสังคมมีประโยชน์มากสำหรับการแบ่งส่วนตลาดสินค้าการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์การโฆษณาการให้บริการและกิจกรรมทางการตลาดต่างๆแต่ละชั้นของสังคมจะแสดงความแตกต่างกันในด้านจิตใจซื้อผลิตภัณฑ์และการบริโภคผลิตภัณฑ์

4.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิงครอบครัวบทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

4.2.1 กลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิงกลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ

(1) กลุ่มปฐมภูมิได้แก่ครอบครัวเพื่อนสนิทและเพื่อนบ้าน

(2) กลุ่มทุติยภูมิได้แก่กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคมเพื่อร่วมอาชีพและร่วมสถาบันบุคคลกลุ่มต่างๆสังคมกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางการเลือกพฤติกรรมและการดำรงชีวิตรวมทั้งทัศนคติและแนวคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่างจากกลุ่มอิทธิพล

4.2.2 ครอบครัวบุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของแต่ละบุคคลเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของคนในครอบครัวการขายสินค้าอุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทยจีนญี่ปุ่นหรือยุโรปซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน

4.2.3 บทบาทและสถานะบุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มเช่นครอบครัวกลุ่มอ้างอิงองค์กรและสถาบันต่างๆบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

4.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆได้แก่อายุวงจรชีวิตครอบครัวอาชีพรายได้และรูปแบบการดำรงชีวิต

4.3.1 อายุผู้บริโภคที่มีอายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน

4.3.2 วงจรชีวิตครอบครัวเป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัวการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีความอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

4.3.3 อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการบริการที่แตกต่างกัน

4.3.4 รายได้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการซึ่งเกี่ยวข้องกับอำนาจการซื้อที่คนคิดเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

4.3.5 รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิตโดยรูปแบบการดำรงชีวิตของบุคคลจะแสดงออกมาในรูปของกิจกรรมความสนใจและความคิดเห็น

4.4 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย

4.4.1 การมุ่งใจหมายถึงสิ่งกระตุ้นที่อยู่ในตัวบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติภารกิจใจเกิดภายในตัวบุคคลแต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยทางวัฒนธรรม

4.4.2 การรับรู้เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายหรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ การรับรู้เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับความเชื่อประสบการณ์ความต้องการอารมณ์และสิ่งกระตุ้นโดยจะพิจารณาเป็นกระบวนการการกลั่นกรองการรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่การเห็นได้กลิ่นได้ยินได้รสชาตและรู้สึก

4.4.3 การเรียนรู้หมายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นแล้วเกิดการตอบสนองการเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่างเช่นทัศนคติความเชื่อและประสบการณ์ในอดีตอย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้นจะต้องมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้โดยต้องมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค

4.4.4 ความน่าเชื่อถือถือเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.4.5 ทัศนคติหมายถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคลหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4.4.5 บุคลิกภาพหรือลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน

4.4.6 แนวคิดของตนเองหมายถึงความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

## 5. ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอนคือการรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริงๆและมีผลกระทบต่อผลหลังจากการซื้อโดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังนี้

5.1 การรับรู้ปัญหาเป็นการที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือจากสิ่งกระตุ้นเช่นความหิวความกระหายความต้องการทางเพศความเจ็บปวดซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกายและความต้องการที่เป็นความปรารถนาอันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะ

กลายเป็นสิ่งกระตุ้นบุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีตทำให้เขารู้ว่าตอบสนองสิ่งกระตุ้นนั้นอย่างไร

5.2 การค้นหาข้อมูลถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภคผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันทีเช่นบุคคลที่เกิดความหิวมองเห็นร้านอาหารและเข้าไปซื้ออาหารบริโภคทันทีแต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทันทีความต้องการนั้นจะถูกจดจำไว้เพื่อหาทางสนองความต้องการในภายหลังเมื่อความต้องการถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มากๆจะทำให้เกิดการปฏิวัติในภาวะอย่างหนึ่งคือความตั้งใจให้ได้รับการตอบสนองความต้องการด้วยการพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อหาทางสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้นดังนั้นนักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลซึ่งผู้บริโภคแสวงหาและอิทธิพลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเลือกแหล่งข้อมูลของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 กลุ่มคือ

5.2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ครอบครัวเพื่อนคนรู้จัก

5.2.2 แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่สื่อโฆษณาพนักงานขายตัวแทนการค้าการบรรจุภัณฑ์การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

5.2.3 แหล่งชุมชน (Public Sources) สื่อมวลชนองค์การคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

5.2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experimental Sources)

5.2.5 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ประสบการณ์โดยตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

5.3 การประเมินทางเลือกเมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินทางเลือกต่างๆดังนั้นจำเป็นที่จะต้องรู้ถึงวิธีการต่างๆที่ผู้บริโภคใช้ในการประมวลผลทางเลือกโดยกระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้

5.3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์กรณีนี้ผู้บริโภคจะพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้างซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อมีความแตกต่างกัน

5.3.2 ผู้บริโภคนั้นจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกันดังนั้นจำเป็นจะต้องพยายามค้นหาและจัดลำดับของผลิตภัณฑ์

5.3.3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้าเนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคและความน่าเชื่อถือของตราสินค้าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

5.3.4 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้าโดยผ่านกระบวนการประเมินผลเริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาต้องการแล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราอื่นๆ

5.4 การตัดสินใจซื้อการประเมินผลทางเลือกในขั้นที่ 3 จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เป็นทางเลือกโดยทั่วไปผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด

5.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อหลังจากการซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้วผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อเพื่อที่จะนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่าทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นขั้นตอนที่ผู้ใช้บริการทำการเปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ กับลักษณะของผู้ซื้อได้แก่ลักษณะวัฒนธรรมสังคมลักษณะส่วนบุคคลว่าสิ่งที่ธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการและอยู่ในอำนาจซื้อของผู้ซื้อหรือไม่หากมีการซื้อสินค้าเกิดขึ้นผู้ซื้อจะมีพฤติกรรมตอบสนองการซื้อนั้นอย่างไร

## 2.4 แนวคิดทางทฤษฎีประชากรศาสตร์

การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วยเพศอายุขนาดครอบครัวสถานภาพครอบครัวรายได้อาชีพการศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นโดยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538, หน้า 41)

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันโดยนักการตลาดจะสามารถใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแบ่งส่วนตลาดได้

2. เพศ (Sex) เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันและพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารก็แตกต่างกันด้วยดังนั้นการสื่อสารจำเป็นต้องทราบว่าจะทำการสื่อสารกับเพศชายหรือหญิง

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร โดยเชื่อว่าการศึกษานั้นทำให้มีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไปโดยผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความสนใจในเรื่องที่มีเหตุผลสนับสนุนทั้งนี้เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายความว่ารวมถึงอาชีพรายได้เชื้อชาติและชาติพันธุ์ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัวโดยเชื่อว่าฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน

รายได้ (Income) รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆและพฤติกรรมของคนคนที่มีฐานะหรือรายได้สูงขึ้นไปจะใช้สื่่อมวลชนมากขึ้นด้วยซึ่งมักจะเป็นการใช้เพื่อแสวงหาข่าวสารสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป

ระดับการศึกษา (Education) คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันในต่างยุคในระบบการศึกษาที่ต่างกันในสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิดรสนิยมค่านิยมและความต้องการที่แตกต่างกันไปคนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวาง

อาชีพ (Occupation) คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิดค่านิยมที่มีต่อสิ่งต่างๆแตกต่างกันออกไปคนที่รับราชการมักคำนึงถึงยศถาบรรดาศักดิ์สวัสดิการศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิของความเป็นราชการในขณะที่คนทำธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้และสถานภาพในสังคมของตนแม้แต่คนที่รับราชการด้วยกันก็มีความคิดเห็นและค่านิยมตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกันทั้งทหารตำรวจแพทย์พยาบาลผู้พิพากษาครู เป็นต้นนอกจากนี้ George E. Belch & Michael A. Belch (2005) ยังกล่าวว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วยเพศอายุขนาดครอบครัวสถานภาพครอบครัวระดับการศึกษาอาชีพรายได้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาเพื่อแบ่งส่วนตลาดเพราะทำให้สามารถเห็นลักษณะของกลุ่มตัวอย่างได้ชัดเจนและในการวิจัยนี้ศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ได้แก่อายุอาชีพและรายได้โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและอัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภคซึ่งสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผล



ต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดใน ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล

## 2.4 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ไซใหญ่ ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 109 ถนนทุ่งสง - นครศรีธรรมราช หมู่ที่ 2 ตำบลลำใหญ่ อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80110 หลักสูตรที่เปิดสอนในคณะเกษตรศาสตร์ คือ หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต 4 ปี ได้แก่ สาขา ประมง เทคโนโลยีภูมิทัศน์ เทคโนโลยีเครื่องจักรกลเกษตร พัฒนาการเกษตรและการจัดการธุรกิจเกษตร พืชศาสตร์ และสัตวศาสตร์ หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต 4 ปี (เทียบโอน) ได้แก่ สาขาประมง เทคโนโลยีเครื่องจักรกลเกษตร พืชศาสตร์ และ สัตวศาสตร์

ปรัชญา คือสร้างนักเทคโนโลยีการเกษตรที่พัฒนาประเทศได้ยั่งยืน

วิสัยทัศน์ มุ่งสู่ความเป็นเลิศทางการเกษตรเป็นแหล่งบริการวิชาการแก่สังคมทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม รักษาสีเขียวและบริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตติมา พัดโบก (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยนเรศวร ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดพิษณุโลก เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยนเรศวร ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ใน เขตจังหวัดพิษณุโลก จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีใน มหาวิทยาลัยนเรศวร ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดพิษณุโลก มี 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้าน สภาพสังคม ด้านครอบครัว ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตรและระบบการศึกษา และด้าน การประชาสัมพันธ์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรับสมัครนักศึกษา สามารถใช้ปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยนี้เป็น แนวทางในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาในปีการศึกษาต่อไปได้

ทรงธรรม ธีระกุล (2556) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของ มหาวิทยาลัยทักษิณ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณและเพื่อวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ ตามความคิดเห็นของนิสิต ระดับบัณฑิตศึกษา จากวิจัยพบว่าผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ น่าจะเป็นเพราะว่า ความมีชื่อเสียงและความ ครบถ้วนสมบูรณ์ในการบริหารและการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยเป็นสิ่งสำคัญที่จะจูงใจให้ผู้เรียนตัดสินใจ เลือกเข้าศึกษาไม่ว่าจะเป็นด้านหลักสูตร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ด้านอาจารย์และบุคลากร และด้านกายภาพ โดยเฉพาะด้านอาจารย์และบุคลากรที่นิสิตระดับบัณฑิตศึกษามี ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากที่สุด น่าจะเป็นเพราะว่าชื่อเสียงของอาจารย์ ตำแหน่งและผลงานทางวิชาการของ อาจารย์ รวมทั้งการให้บริการของบุคลากร เป็นสิ่งสำคัญที่จะจูงใจให้ผู้เรียนตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับที่ พีรภรณ์ พุแค (2551 : 1 - 2) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้า ศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคณะ อาจารย์ และบุคลากรสูงสุดในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา และยังสอดคล้องกับที่มหาวิทยาลัยมหิดล (2553.สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2555, จาก [www.cf.mahidol.ac.th /r2r001.ppt](http://www.cf.mahidol.ac.th/r2r001.ppt)) ศึกษาแรงจูงใจในการเลือก เข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า แรงจูงใจด้านวิชาการอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะ ความมีชื่อเสียงและความรู้ความสามารถของคณาจารย์ในมหาวิทยาลัย ส่วนปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาซึ่ง นิสิตระดับบัณฑิตศึกษามีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุด น่าจะเป็นเพราะว่าในปัจจุบันแต่ละมหาวิทยาลัยมีการ แข่งขันเพื่อจูงใจผู้เรียนเข้าศึกษา โดยกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายในการศึกษาเพื่อจูงใจผู้เรียนโดยแต่ละมหาวิทยาลัย มีความแตกต่างกันไม่มากนัก รวมทั้งมหาวิทยาลัยมีการจูงใจโดยจัดงบประมาณหรือทุนสนับสนุนให้แก่ นิสิตใน

ด้านต่าง ๆ เช่น ทุนวิจัย ทุนเรียนดี ทุนผู้ช่วยวิจัย ทุนผู้ช่วยสอน การยกเว้นค่าเล่าเรียน การให้นิสิตสามารถผ่อนผันชำระค่าเล่าเรียน รวมทั้งยังมีแหล่งทุนต่าง ๆ ในการให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา เป็นต้น จึงทำให้ผู้เรียนมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย” มีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

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

#### 1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

นักศึกษาคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย ชั้นปีที่ 1 หลักสูตร 4 ปี และนักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรเทียบโอน ที่เลือกศึกษาต่อในปีการศึกษา 2559 จำนวน 229 คน (ฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2559.)

##### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย ชั้นปีที่ 1 หลักสูตร 4 ปี และนักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรเทียบโอน ที่เลือกศึกษาต่อในปีการศึกษา 2559 จำนวน 229 คน

สาขาวิชา	จำนวนนักศึกษา	จำนวนตัวอย่าง
----------	---------------	---------------

<b>หลักสูตร 4 ปี</b>		
สาขาพืชศาสตร์	43	43
สาขาสัตวศาสตร์	75	75
สาขาประมง	24	24
สาขาเกษตรกลวิธาน	13	13
สาขาพัฒนาการเกษตรและธุรกิจเกษตร	31	31
สาขาเทคโนโลยีภูมิทัศน์	2	2
<b>หลักสูตรเทียบโอน</b>		
สาขาพืชศาสตร์	15	15
สาขาสัตวศาสตร์	9	9
สาขาประมง	6	6
<b>สาขาวิชา</b>	<b>จำนวนนักศึกษา</b>	<b>จำนวนตัวอย่าง</b>
สาขาเกษตรกลวิธาน	11	11
<b>รวม</b>	<b>229</b>	<b>229</b>

ที่มา : (ฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2559.

## 2. เครื่องมือวิจัยและวิธีการสร้างเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการเรียบเรียงเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับเรื่องที่ทำงานวิจัย โดยจำแนกแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการสอบถามข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ หลักสูตรที่เรียน อาชีพของผู้ปกครอง ภูมิภาค อาสาสมัครเรียนที่จบมา การวางแผนในอนาคต จำนวน 6 ข้อ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (checklist)

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามปัจจัยที่ด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามแบบลิเคิร์ท (Liker scale) ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยด้านราคา
3. ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง
4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด
5. ปัจจัยด้านการให้บริการ
6. ปัจจัยบุคลากร
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ
8. ปัจจัยส่วนบุคคล

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามแบบลิเคิร์ท (Liker scale) ดังนี้

1. การตระหนักถึงความต้องการ
2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร

3. การประเมินทางเลือก
4. การตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมหลังซื้อ

**ส่วนที่ 4** อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Fended)

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนและวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปมอบให้กลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล พร้อมเข้าเก็บข้อมูลนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีครอนบาค (Cronbach) ที่เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” และจะต้องได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอย่างน้อย 0.60 ขึ้นไป จึงจะสามารถนำมาใช้ในการทำวิจัยได้ แบบสอบถามฉบับนี้มีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.972

2. ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย และวิธีการตอบแบบสอบถามแก่นักศึกษาที่ถูกคัดเลือกด้วยตัวเอง

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนและวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ท (บุญธรรม กิจปรีดา บริสุทธิ์ 2547 : 137-138) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและให้น้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ โดยกำหนดความหมายของคะแนน เป็น 5 ระดับ ดังนี้

น้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1
น้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2
ปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3
มาก	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4
มากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด 2535 : 25)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับมากที่สุด

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard

Deviation) ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ท (บุญธรรม กิจปรีดา บริสุทธิ์ 2547 : 137-138) แล้วนำเสนอในรูปแบบ ตารางประกอบคำอธิบาย โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและให้น้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ โดย กำหนดความหมายของคะแนน เป็น 5 ระดับ ดังนี้

น้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1
น้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2
ปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3
มาก	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4
มากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด 2535 : 25)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ระดับมากที่สุด

1.4. วิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกันด้วยการทดสอบที (T-test) และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ด้วยการทดสอบ (F-test) และหากพบว่ามีคู่ใดคู่หนึ่งแตกต่างกัน จะทำการทดสอบค่าเฉลี่ย รายคู่ วิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยเทคนิค Least-significant difference (LSD)

1.5 วิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เพื่อให้ เกิดความเข้าใจ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t – distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F – distribution
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมกำลัง 2 ของค่าเบี่ยงเบน (Sum of Squares)

MS	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวน (Mean of Square)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
Prob.	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

### การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 2 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตามแนวคิดของ ลีเคิร์ท (บุญธรรม กิจปรีดา บริสุทธิ์ 2547 : 137-138) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและให้น้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ โดยกำหนดความหมายของคะแนน เป็น 5 ระดับ

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตามแนวคิดของ ลีเคิร์ท (บุญธรรม กิจปรีดา บริสุทธิ์ 2547 : 137-138) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและให้น้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ

1.4. วิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกันด้วยการทดสอบที (T-test) และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ด้วยการทดสอบ (F-test) และหากพบว่ามีคู่ใดคู่หนึ่งแตกต่างกัน จะทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ วิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยเทคนิค Least-significant difference (LSD)

1.5 วิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation)

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวน ความถี่ (F) และร้อยละ (%) ของผู้ป้อนข้อมูลที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม

เพศ อายุ หลักสูตรที่เรียน อาชีพผู้ปกครอง ภูมิภาค ภูมิภาคที่จบการศึกษามา การวางแผนในอนาคต และสาเหตุการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
------------------------	------------	--------

<b>1. เพศ</b>		
ชาย	160	69.9
หญิง	69	30.1
<b>รวม</b>	<b>229</b>	<b>100.0</b>
<b>2. สาขา</b>		
พืชศาสตร์	58	25.3
สัตวศาสตร์	84	36.7
ประมง	30	13.1
เกษตรกลวิธาน	24	10.4
พัฒนาการเกษตร	31	13.5
ภูมิทัศน์	2	0.87
<b>รวม</b>	<b>229</b>	<b>100.0</b>
<b>ตารางที่ 1</b> แสดงจำนวน ความถี่ (F) และร้อยละ (%) ของผู้บริโภครที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ หลักสูตรที่เรียน อาชีพผู้ปกครอง ภูมิลำเนา แผนการเรียนที่จบการศึกษามา การวางแผนในอนาคต และสาเหตุการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย (ต่อ)		
<b>ลักษณะทางประชากรศาสตร์</b>	<b>จำนวน (คน)</b>	<b>ร้อยละ</b>
<b>3. หลักสูตรที่เรียน</b>		
หลักสูตร 4 ปี	173	75.5
หลักสูตรเทียบโอน	56	24.4
<b>รวม</b>	<b>229</b>	<b>100.0</b>
<b>4. อาชีพผู้ปกครอง</b>		
ธุรกิจส่วนตัว	124	54.1
พนักงานบริษัทเอกชน	13	5.7
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	20	8.7
รับจ้างทั่วไป	71	31
<b>รวม</b>	<b>229</b>	<b>100.0</b>
<b>5. ภูมิลำเนา</b>		
จังหวัดในเขตภาคเหนือ	5	2.2
จังหวัดในเขตภาคใต้	205	89.5
จังหวัดในเขตภาคตะวันออก	5	2.2
จังหวัดในเขตภาคตะวันตก	8	3.5
จังหวัดในเขตภาคกลาง	6	2.6
<b>รวม</b>	<b>229</b>	<b>100.0</b>
<b>6. แผนการเรียนที่จบการศึกษามา</b>		
แผนวิทย์-คณิต	78	34.1
แผนศิลป์คำนวณ	31	13.5
แผนศิลป์สังคม	22	9.6
แผนศิลป์ภาษา	21	9.2
สายอาชีพ	77	33.6

รวม	229	100.0
<b>7. การวางแผนในอนาคต</b>		
ธุรกิจส่วนตัว	109	47.6
พนักงานบริษัทเอกชน	22	9.6
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	88	38.4
รับจ้างทั่วไป	10	4.4
รวม	229	100.0

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวน ความถี่ (F) และร้อยละ (%) ของผู้ปรีภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ หลักสูตรที่เรียน อาชีพผู้ปกครอง ภูมิลำเนา แผนการเรียนที่จบการศึกษามา การวางแผนในอนาคต และสาเหตุการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>8. สาเหตุของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย</b>		
มีความถนัดทางการเกษตร	61	26.6
มีความสนใจพิเศษในสาขาทางการเกษตร	107	46.7
ผู้ปกครองสนับสนุน	42	18.3
มีบุคคลต้นแบบทางการเกษตร	19	8.3
รวม	229	100

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 229 คน สามารถอธิบายได้ดังนี้

**เพศ** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 68.6 เปอร์เซ็นต์ และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 30.1 เปอร์เซ็นต์

**สาขา** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เรียนสาขาสัตวศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ สาขาพืชศาสตร์ พัฒนาการเกษตร ประมง เกษตรกลวิธาร แลสาขาเทคโนโลยีภูมิทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 25.3 13.5 13.1 10.4 และ 0.8 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

**หลักสูตรที่เรียน** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ศึกษาในหลักสูตร 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 75.5 เปอร์เซ็นต์ และหลักสูตรเทียบโอน คิดเป็นร้อยละ 24.4 เปอร์เซ็นต์

**อาชีพผู้ปกครอง** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 54.1 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือรับจ้างทั่วไป รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.0 8.7 และ 5.7 ตามลำดับ

**ภูมิลำเนา** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาในเขตภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 89.5 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือ จังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 3.5 2.6 2.2 และ 2.2 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ



**แผนการเรียนรู้ที่จบการศึกษามา** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบการศึกษามาจากแผน วิทยุ-คณิต คิดเป็นร้อยละ 34.1 เปอร์เซนต์ รองลงมา คือ สายอาชีพ แผนศิลป์คำนวณ แผนศิลป์สังคม แผน ศิลป์ภาษา คิดเป็นร้อยละ 33.6 13.5 9.6 และ 9.2 เปอร์เซนต์ ตามลำดับ

**การวางแผนในอนาคต** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ วางแผนในอนาคต ทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 47.6 เปอร์เซนต์ รองลงมา คือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 38.4 9.6 และ 4.4 เปอร์เซนต์ ตามลำดับ

ตอนที่ 1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**ตารางที่ 2** ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริม การตลาด และการให้บริการแสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ปัจจัยด้านการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	แปลความหมาย
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1. ด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	3.72	0.83	ระดับมาก
2. หลักสูตรที่เรียนมีความน่าสนใจและเอื้อต่อการ ประกอบอาชีพในอนาคต	3.87	0.77	ระดับมาก
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถหางานทำได้ง่ายมีความ ได้เปรียบเมื่อสมัครงาน	3.80	0.58	ระดับมาก
4. กิจกรรมหลากหลายที่ส่งเสริมศักยภาพและพัฒนา ผู้เรียน	3.52	0.98	ระดับมาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.73</b>	<b>0.79</b>	<b>ระดับมาก</b>
<b>ด้านราคา</b>			
1. ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียน	2.98	1.10	ระดับปานกลาง
2. สามารถเบิกค่าเล่าเรียนได้	3.02	1.20	ระดับปานกลาง
3. การสนับสนุนทุนการศึกษาของคณะเกษตรศาสตร์	3.15	1.10	ระดับปานกลาง
4. สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้	3.21	1.17	ระดับปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.28</b>	<b>1.02</b>	<b>ระดับปานกลาง</b>
<b>ด้านสถานที่ตั้ง</b>			
1. อยู่ใกล้บ้าน/ที่อยู่อาศัย	3.35	1.14	ระดับปานกลาง
2. สะดวกในการเดินทาง	3.45	1.12	ระดับปานกลาง
3. สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ครบครัน	3.24	1.05	ระดับปานกลาง
4. พื้นที่ภายในและรอบๆมหาวิทยาลัยโดยรวมมีความ ปลอดภัย	3.18	1.11	ระดับปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.31</b>	<b>1.11</b>	<b>ระดับปานกลาง</b>

**ตารางที่ 2** ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริม การตลาด และการให้บริการแสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) (ต่อ)

**ด้านการส่งเสริมการตลาด**

1. โฆษณาและประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง	3.37	0.58	ระดับมาก
2. ได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง หรือคนในชุมชน	3.43	1.04	ระดับมาก
3. การออกแนะแนวของคณะเกษตรศาสตร์กับโรงเรียนเดิมที่จบการศึกษา	3.30	1.06	ระดับมาก
4. รุ่นพี่ศิษย์เก่าแนะนำรุ่นน้อง	3.58	0.98	ระดับมาก
<b>รวม</b>	<b>3.42</b>	<b>0.92</b>	<b>ระดับปานกลาง</b>
<b>ด้านปัจจัยด้านการให้บริการ</b>			
1. อาจารย์มีความพร้อมทั้งคุณวุฒิและคุณภาพ	3.76	1.01	ระดับมาก
2. การให้คำแนะนำช่วยเหลือและเอาใจใส่ระหว่างเรียน	3.64	1.02	ระดับมาก
3. ความพร้อมและความทันสมัยของห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์การเรียนการสอน	3.66	1.03	ระดับมาก
4. สามารถฝึกปฏิบัติงานในพื้นที่จริง	3.92	0.89	ระดับมาก
<b>รวม</b>	<b>3.75</b>	<b>0.99</b>	<b>ระดับมาก</b>
<b>ปัจจัยด้านบุคลลากร</b>			
1. อาจารย์ผู้สอนมีความรู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาวิชาที่สอนเป็นอย่างดี	4.07	0.82	ระดับมาก
2. อาจารย์ผู้สอนมีคุณภาพดูแลเอาใจใส่นักศึกษาอย่างสม่ำเสมอ	3.89	0.88	ระดับมาก
3. เจ้าหน้าที่สาขาให้บริการและแนะนำด้วยความถูกต้องตามความต้องการ	4.03	2.98	ระดับมาก
4. เจ้าหน้าที่ของคณะฯ มีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายไม่ตรีและมีน้ำใจในการให้บริการ	3.66	0.97	ระดับมาก
<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>1.41</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
1. สภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด สวยงาม และน่าอยู่	3.61	2.19	ระดับมาก
2. ระบบอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อความต้องการ	3.27	1.11	ระดับปานกลาง
3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น หอพัก สนามกีฬา สถานพยาบาล และ โรงอาหาร ครบครัน	3.34	1.08	ระดับมาก
4. การจัดการสภาพแวดล้อมภายในคณะฯดีและปลอดภัยต่อนักศึกษา	3.42	1.03	ระดับปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.41</b>	<b>1.35</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด และการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.73$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า หลักสูตรที่เรียนมีความน่าสนใจและเอื้อต่อการประกอบอาชีพในอนาคต มีค่า  $\bar{x} = 3.87$  มากที่สุด รองลงมา คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถหางานทำได้ง่ายมีความได้เปรียบเมื่อสมัครงาน มีค่า  $\bar{x} = 3.80$  ด้านความมีชื่อเสียงและเป็น

ที่ยอมรับ มีค่า  $\bar{x} = 3.72$  และน้อยที่สุด คือ กิจกรรมหลากหลายที่ส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาของผู้เรียน มีค่า  $\bar{x} = 3.52$

**ด้านราคา** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.28$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ มีค่า  $\bar{x} = 3.21$  มากที่สุด รองลงมาคือการสนับสนุนทุนการศึกษาของคณะเกษตรศาสตร์ มีค่า  $\bar{x} = 3.15$  สามารถเบิกค่าเล่าเรียนได้ มีค่า  $\bar{x} = 3.02$  และน้อยที่สุดคือ ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียน มีค่า  $\bar{x} = 2.98$

**ด้านสถานที่ตั้ง** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.31$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สะดวกในการเดินทาง มีค่า  $\bar{x} = 3.45$  มากที่สุด รองลงมา คือ อยู่ใกล้บ้าน/ที่อยู่อาศัย มีค่า  $\bar{x} = 3.35$  สิ่งอำนวยความสะดวกสบายครบครัน มีค่า  $\bar{x} = 3.24$  และน้อยที่สุดคือ พื้นที่ภายในรอบๆมหาวิทยาลัยมีความปลอดภัย มีค่า  $\bar{x} = 3.18$

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.41$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รุ่นพี่ศิษย์เก่าแนะนำรุ่นน้อง มีค่า  $\bar{x} = 3.58$  มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง หรือคนในชุมชน มีค่า  $\bar{x} = 3.43$  โฆษณาและประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง มีค่า  $\bar{x} = 3.37$  และน้อยที่สุดคือ การออกแนะแนวของคณะเกษตรศาสตร์กับโรงเรียนเดิมที่จบมา มีค่า  $\bar{x} = 4.29$

**ด้านการให้บริการ** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.75$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สามารถฝึกปฏิบัติงานในพื้นที่จริง มีค่า  $\bar{x} = 3.92$  มากที่สุด รองลงมาคือ อาจารย์มีความพร้อมทั้งคุณวุฒิและคุณภาพ มีค่า  $\bar{x} = 3.76$  ความพร้อมและความทันสมัยของห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์การเรียนการสอน มีค่า  $\bar{x} = 3.66$  และน้อยที่สุดคือ การให้คำแนะนำช่วยเหลือดูแลเอาใจใส่ระหว่างเรียน มีค่า  $\bar{x} = 3.64$

ตอนที่ 1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**ตารางที่ 3** การตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

การตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์	$\bar{x}$	S.D.	แปลความหมาย
<b>การตระหนักถึงความต้องการ</b>			
1. สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยฯ ไม่ไกลจากบ้าน	3.46	1.01	ระดับปานกลาง
2. สภาพแวดล้อมภายนอก/ภายในมีความเหมาะสม	3.69	0.88	ระดับมาก
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้ทั้งภาครัฐ เอกชน และธุรกิจส่วนตัว	3.80	0.83	ระดับมาก
4. ความต้องการของตลาดแรงงาน	3.82	0.81	ระดับมาก
<b>รวม</b>	<b>3.69</b>	<b>0.88</b>	<b>ระดับมาก</b>
<b>การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (สื่อ)</b>			
1. ชื่อเสียงของศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน	3.57	0.94	ระดับมาก

2. สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของคณะ แก่ website คณะ/facebook/line/สปอร์ตวิทยุ	3.43	0.95	ระดับปานกลาง
3. ครูแนะแนวจากสถานศึกษาเดิมแนะนำ	3.36	1.04	ระดับปานกลาง
4. หน่วยงานต่างๆที่มีศิษย์เก่าทำงานแนะนำ	3.25	1.02	ระดับปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.40</b>	<b>0.99</b>	<b>ระดับมาก</b>
<b>การประเมินทางเลือกในการศึกษาต่อ</b>			
1. ค่าเล่าเรียนน้อยกว่าคณะที่เปิดสอนทางด้านเกษตรในพื้นที่ใกล้เคียง	3.25	1.02	ระดับปานกลาง
2. ภาวการณ์มีงานทำสูงกว่าคณะอื่นๆในมหาวิทยาลัยเดียวกัน	3.28	1.04	ระดับปานกลาง
3. อุปกรณ์การเรียนการสอนมีความพร้อม ทันสมัย มีสภาพพร้อมใช้งาน	3.61	0.98	ระดับมาก
4. การวางแผนอาชีพในอนาคต	3.87	0.82	ระดับมาก
<b>รวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.97</b>	<b>ระดับมาก</b>
<b>การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์</b>			
1. มีความภาคภูมิใจในการศึกษาทางด้านเกษตร	3.98	0.84	ระดับมาก
2. มีความตั้งใจในการเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	3.94	0.83	ระดับมาก
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	3.97	0.82	ระดับมาก
4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	3.89	0.93	ระดับมาก
<b>รวม</b>	<b>3.95</b>	<b>0.86</b>	<b>มากที่สุด</b>

ตารางที่ 3 การตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) (ต่อ)

พฤติกรรมหลังบริการ (ความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร. ศรีวิชัย)	$\bar{x}$	S.D.	แปลความหมาย
1. ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอน	3.60	1.02	ระดับมาก
2. ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่ออุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย และใช้งานได้จริง	3.55	0.97	ระดับมาก
3. ท่านมีความพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย	3.54	1.00	ระดับมาก
4. ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรคณะเกษตรศาสตร์	3.59	0.98	ระดับมาก
5. ท่านจะแนะนำเพื่อนให้เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย	3.63	1.03	ระดับมาก
6. ท่านจะแนะนำคนในครอบครัวให้เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย	3.77	1.00	ระดับมาก
7. การตัดสินใจเลือกครั้งนี้เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง	3.87	0.97	ระดับมาก
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>1.00</b>	<b>ระดับมาก</b>

**การตระหนักถึงความต้องการ** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความต้องการของตลาดแรงงาน มีค่า  $\bar{X} = 3.82$  มากที่สุด รองลงมาคือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้ทั้งภาครัฐเอกชน และธุรกิจส่วนตัว มีค่า  $\bar{X} = 3.80$  สภาพแวดล้อมภายใน/ภายนอกมีความเหมาะสม มีค่า  $\bar{X} = 3.69$  และน้อยที่สุดคือ สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยฯ ไม่ไกลจากบ้าน มีค่า  $\bar{X} = 3.46$

**การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (สื่อ)** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.40$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ชื่อเสียงของศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน มีค่า  $\bar{X} = 3.57$  มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของคณะ แก่ website คณะ/facebook/line/สปอร์ตวิทย์ มีค่า  $\bar{X} = 3.43$  ครูแนะแนวจากสถานศึกษาเดิมแนะนำ มีค่า  $\bar{X} = 3.36$  และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานต่างๆ ที่มีศิษย์เก่าทำงานแนะนำ มีค่า  $\bar{X} = 3.25$

**การประเมินทางเลือกในการศึกษาต่อ** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การวางแผนอาชีพในอนาคต มีค่า  $\bar{X} = 3.61$  มากที่สุด รองลงมาคือ อุปกรณ์การเรียนการสอนมีความพร้อม ทันสมัย มีสภาพพร้อมใช้งาน มีค่า  $\bar{X} = 3.61$  ภาวะการมีงานทำสูงกว่าคณะอื่นๆ ในมหาวิทยาลัยเดียวกัน มีค่า  $\bar{X} = 3.28$  และน้อยที่สุดคือ ค่าเล่าเรียนน้อยกว่าคณะที่เปิดสอนทางด้านเกษตรในพื้นที่ใกล้เคียง มีค่า  $\bar{X} = 3.25$

**การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความภูมิใจในการศึกษาต่อทางเกษตรศาสตร์ มีค่า  $\bar{X} = 3.98$  มากที่สุด รองลงมาคือ พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า  $\bar{X} = 3.97$  มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า  $\bar{X} = 3.94$  และน้อยที่สุดคือ เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า  $\bar{X} = 3.89$

**พฤติกรรมหลังบริการ (ความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย)** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การตัดสินใจเลือกครั้งนี้เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง มีค่า  $\bar{X} = 3.87$  มากที่สุด รองลงมาคือ แนะนำคนในครอบครัวให้เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย มีค่า  $\bar{X} = 3.77$  แนะนำเพื่อนให้เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย มีค่า  $\bar{X} = 3.63$  มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีค่า  $\bar{X} = 3.60$  ความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากร คณะเกษตรศาสตร์ มีค่า  $\bar{X} = 3.59$  มีความพึงพอใจโดยรวมต่ออุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย และใช้งานได้จริง มีค่า  $\bar{X} = 3.55$  และน้อยที่สุดคือ มีความพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย มีค่า  $\bar{X} = 3.54$

ตอนที่ 1.4 วิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์	เพศ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	Prob.
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร	ชาย	157	4.01027	.85475	.701	.484
	หญิง	69	3.9275	.81021		
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	ชาย	157	3.8599	.83558	-2.400*	.017
	หญิง	69	4.1449	.79104		
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	ชาย	157	3.9299	.84819	-1.194	.234
	หญิง	69	4.0725	.77305		
4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	ชาย	157	3.8790	.94292	-.252	.801
	หญิง	69	3.9130	.91938		

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test Independent แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .484 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ( $.484 > .05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .017 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 ( $.017 < .05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .234 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ( $.234 > .05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า Prob. เท่ากับ .801 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ( $.801 > .05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามสาขา

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Prob.
--	------------------	----	----	----	---	-------

1. มีความภูมิใจในการศึกษา ทางด้านวงการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	5.704	4	1.426	2.058	.087
	ภายในกลุ่ม	155.256	224	.693		
	รวม	160.961	228			
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้าน เกษตรศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	10.979	4	2.745	4.200*	.003
	ภายในกลุ่ม	146.392	224	.654		
	รวม	157.371	228			
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพ ของครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	7.734	4	1.934	2.924	.022
	ภายในกลุ่ม	148.109	224	.661		
	รวม	155.843	228			
4. เป้าหมายในการประกอบ อาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	12.272	4	3.068	3.695	.006
	ภายในกลุ่ม	185.999	224	.830		
	รวม	198.271	228			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

#### จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ ONE-WAYANOVA แสดงให้เห็นว่า

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านวงการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .087 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ( $.087 > .05$ ) นั้นหมายความว่า นักศึกษาที่เรียนสาขาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านวงการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .003\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 ( $.003 < .01$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่เรียนสาขาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านวงการเกษตร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .022 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 ( $.022 < .05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่เรียนสาขาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า Prob. เท่ากับ .022 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 ( $.022 < .05$ ) หมายความว่า นักศึกษาที่เรียนสาขาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามหลักสูตร

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์	หลักสูตร	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Prob.
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร	4 ปี	44	3.9884	0.83519	-2.39	0.811
	เทียบโอน	173	4.0227			
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	4 ปี	44	3.948	0.9019	-0.46	0.963
	เทียบโอน	173	3.9545	0.80164		
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	4 ปี	44	3.9711	0.98723	-0.44	0.965
	เทียบโอน	173	3.9773	0.80281		
4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	4 ปี	44	3.8902	0.95208	-0.11	0.905
	เทียบโอน	173	3.9091	0.87242		

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test Independent แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .0811 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 (.0811 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .0963 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 (.0963 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีหลักสูตรแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .965 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 (.965 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า Prob. เท่ากับ .905 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 (.905 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีหลักสูตรแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Prob.
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	2.729	4	0.682	0.968	0.426
	ภายในกลุ่ม	157.253	223	0.705		
	รวม	159.982	227			
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	2.326	4	0.582	0.837	0.503
	ภายในกลุ่ม	155.042	223	0.695		
	รวม	157.368	227			
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	0.349	4	0.087	0.126	0.973
	ภายในกลุ่ม	154.541	223	0.693		
	รวม	154.89	227			
4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	4.974	4	1.243	1.44	0.222
	ภายในกลุ่ม	192.5	223	0.863		

**จากตารางที่ 7** ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ ONE-WAYANOVA แสดงให้เห็นว่า

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความ  
 ภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .426 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ( $.426 > .05$ ) หมายความว่า  
 นักศึกษาที่มีอาชีพของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความ  
 ตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .503 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ( $.503 > .05$ ) หมายความว่า  
 นักศึกษาที่มีอาชีพของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านพื้นฐาน  
 การประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .973 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ( $.973 > .05$ ) หมายความว่า  
 นักศึกษาที่มีอาชีพของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้าน  
 เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า Prob. เท่ากับ .222 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ( $.222 > .05$ ) หมายความว่า  
 นักศึกษาที่มีอาชีพของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะ  
 เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จ  
 การศึกษาไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 8** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามภูมิลำเนา

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ในคณะเกษตรศาสตร์	แหล่งความ แปรปรวน	SS	DF	MS	F	Prob.
1. มีความภูมิใจในการศึกษา ทางด้านการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	1.3046011	4	0.3261503	0.4575939	0.76
	ภายในกลุ่ม	159.6561	224	0.7127504		
	รวม	160.9607	228			
2. มีความตั้งใจเข้าเรียน ทางด้านเกษตรศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	1.3354067	4	0.3338517	0.4792669	0.75
	ภายในกลุ่ม	156.03577	224	0.6965883		
	รวม	157.37118	228			
3. พื้นฐานการประกอบ อาชีพของครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	0.964746	4	0.2411865	0.3488278	0.84
	ภายในกลุ่ม	154.87805	224	0.6914199		
	รวม	155.84279	228			

4.เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	5.2195228	4	1.3048807	1.5140711	0.19
	ภายในกลุ่ม	193.05122	224	0.8618358		
	รวม	198.27074	228			

**จากตารางที่ 8** ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ ONE-WAYANOVA แสดงให้เห็นว่า

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .76 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.76 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .75 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.75 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .84 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.84 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า Prob. เท่ากับ .19 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.19 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 9** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามแผนการเรียนที่จบการศึกษามา

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Prob.
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	1.07	4	0.267	0.375	0.82
	ภายในกลุ่ม	159.891	224	0.714		
	รวม	160.961	228			
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	1.681	4	0.42	0.605	0.66
	ภายในกลุ่ม	155.69	224	0.695		
	รวม	157.371	228			
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	1.964	4	0.491	0.715	0.58
	ภายในกลุ่ม	153.879	224	0.687		
	รวม	155.843	228			

4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	3.337	4	0.834	0.959	0.43
	ภายในกลุ่ม	194.934	224	0.87		
	รวม	198.271	228			

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ ONE-WAYANOVA แสดงให้เห็นว่า

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .82 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.82 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีแผนการเรียนที่จบการศึกษามาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .66 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.66 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีแผนการเรียนที่จบการศึกษามาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .58 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.58 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีแผนการเรียนที่จบการศึกษามาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า Prob. เท่ากับ .43 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.43 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีแผนการเรียนที่จบการศึกษามาแตกต่างกัน มีการการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามการวางแผนในอนาคต

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Prob.
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	2.849669	4	0.712417	1.0093	0.40
	ภายในกลุ่ม	158.111	224	0.705853		
	รวม	160.9607	228			
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	0.367426	4	0.091856	0.131053	0.97
	ภายในกลุ่ม	157.0038	224	0.70091		
	รวม	157.3712	228			
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	2.058704	4	0.514676	0.749671	0.55
	ภายในกลุ่ม	153.7841	224	0.686536		

	รวม	155.8428	228			
4. เป้าหมายในการ ประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จ การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2.875726	4	0.718931	0.82418	0.51
	ภายในกลุ่ม	195.395	224	0.872299		
	รวม	198.2707	228			

**จากตารางที่ 10** ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ ONE-WAYANOVA แสดงให้เห็นว่า

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความ  
ภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .40 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.40 > .05) หมายความว่า  
นักศึกษาที่มีการวางแผนในอนาคตแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความ  
ตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .97 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.97 > .05) หมายความว่า  
นักศึกษาที่มีการวางแผนในอนาคตแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านพื้นฐาน  
การประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .55 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.55 > .05) หมายความว่า  
นักศึกษาที่มีการวางแผนในอนาคตแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้าน  
เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า Prob. เท่ากับ .51 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.51 > .05)  
หมายความว่า นักศึกษาที่มีการวางแผนในอนาคตแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะ  
เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จ  
การศึกษาไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 11** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามสาเหตุของการตัดสินใจเลือกศึกษา

การตัดสินใจเลือก ศึกษาต่อ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	DF	MS	F	Prob.
1. มีความภูมิใจใน การศึกษาทางด้าน การเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	4.125	4	1.031	1.473	0.211
	ภายในกลุ่ม	156.836	224	0.7		
	รวม	160.961	228			
2. มีความตั้งใจเข้า เรียนทางด้าน เกษตรศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	3.1	4	0.775	1.125	0.345

	ภายในกลุ่ม	154.271	224	0.689		
	รวม	157.371	228			
<b>3. พื้นฐานการ</b>						
ประกอบอาชีพของ	ระหว่างกลุ่ม	3.119	4	0.78	1.144	0.337
ครอบครัว						
	ภายในกลุ่ม	152.724	224	0.682		
	รวม	155.843	228			
<b>4. เป้าหมายในการ</b>						
ประกอบอาชีพเมื่อ	ระหว่างกลุ่ม	5.798	4	1.45	1.687	0.154
สำเร็จการศึกษา						
	ภายในกลุ่ม	192.473	224	0.859		
	รวม	198.271	228			

### จากตารางที่ 11 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ ONE-WAYANOVA แสดงให้เห็นว่า

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความ  
 ภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .211 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.211 > .05) หมายความว่า  
 ว่า นักศึกษาที่มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัยแตกต่างกัน มีการตัดสินใจ  
 เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษา  
 ทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความ  
 ตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .345 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.345 > .05) หมายความว่า  
 ว่า นักศึกษาที่มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัยแตกต่างกัน มีการตัดสินใจ  
 เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษา  
 ทางด้านการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านพื้นฐาน  
 การประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .337 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.337 > .05) หมายความว่า  
 นักศึกษาที่มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัยแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือก  
 ศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของ  
 ครอบครัวไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้าน  
 เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า Prob. เท่ากับ .51 ซึ่งมีความมากกว่า .05 (.51 > .05)  
 หมายความว่า นักศึกษาที่มีการวางแผนในอนาคตแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะ  
 เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จ  
 การศึกษาไม่แตกต่างกัน

**ตอนที่ 1.5** วิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตารางที่ 12 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	r	Prob.	แปลความหมายระดับความสัมพันธ์
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร	.176**	.000	มีความสัมพันธ์
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	.335**	.000	มีความสัมพันธ์
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	.321**	.000	มีความสัมพันธ์
4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	.279**	.000	มีความสัมพันธ์

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 12 ผลการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบสหพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ โดยได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ตารางที่ 13 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	r	Prob.	แปลความหมายระดับความสัมพันธ์
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร	.213**	.000	มีความสัมพันธ์
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	.496**	.002	มีความสัมพันธ์
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	.417**	.003	มีความสัมพันธ์
4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	.334**	.000	มีความสัมพันธ์

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 13 ผลการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบสหพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ โดยได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.002 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.003 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.003 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ตารางที่ 14 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ตั้งกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	r	Prob.	แปลความหมายระดับความสัมพันธ์
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร	.168**	.001	มีความสัมพันธ์
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	.289**	.000	มีความสัมพันธ์



3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	.330**	.000	มีความสัมพันธ์
4.เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	.179**	.000	มีความสัมพันธ์

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**จากตารางที่ 14** ผลการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบสหพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ โดยได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.001 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

**ตารางที่ 15** แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	r	Prob.	แปลความหมายระดับความสัมพันธ์
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร	.120*	.016	มีความสัมพันธ์
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	.175**	.000	มีความสัมพันธ์
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	.271*	.000	มีความสัมพันธ์
4.เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	.105*	.036	มีความสัมพันธ์

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**จากตารางที่ 15** ผลการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบสหพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ โดยได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.001 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .036 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ( $.036 < 0.05$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

**ตารางที่ 16** แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านปัจจัยการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	r	Prob.	แปลความหมายระดับความสัมพันธ์
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร	.186**	.000	มีความสัมพันธ์
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	.345**	.000	มีความสัมพันธ์
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	.301**	.000	มีความสัมพันธ์
4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	.269**	.000	มีความสัมพันธ์

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**จากตารางที่ 16** ผลการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบสหพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยด้านการให้บริการกับการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางด้านการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านการให้บริการกับการมี

ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ โดยได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านการให้บริการกับการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .001 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านการให้บริการกับการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านการให้บริการกับการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านการให้บริการกับการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านการให้บริการกับการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานการณ์ให้บริการกับการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

**ตารางที่ 17** แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	r	Prob.	แปลความหมายระดับความสัมพันธ์
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร	.164**	.000	มีความสัมพันธ์
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	.172**	.000	มีความสัมพันธ์
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	.136**	.000	มีความสัมพันธ์
4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	.192**	.000	มีความสัมพันธ์

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**จากตารางที่ 17** ผลการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบสหพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ โดยได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .001 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า

ปัจจัยด้านบุคลากรกับการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 (.000<0.01) หมายความว่า ปัจจัยด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01(.000<0.01) หมายความว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

**ตารางที่ 18** แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	r	Prob.	แปลความหมายระดับความสัมพันธ์
1. มีความภูมิใจในการศึกษาทางด้านเกษตร	.216**	.000	มีความสัมพันธ์
2. มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์	.269**	.000	มีความสัมพันธ์
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว	.124**	.000	มีความสัมพันธ์
4.เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	.186**	.000	มีความสัมพันธ์

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 18 ผลการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบสหพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางด้านเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 (.000<0.01) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ โดยได้รับอิทธิพลจากความภูมิใจในการศึกษาทางด้านเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 (.000 <0.01) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพกับการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 (.000<0.01) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01(.000<0.01) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน และสรุปผลงานวิจัย ดังนี้

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

#### สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 229 คน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

#### ตอนที่ 1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

**เพศ** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 68.6 เพอร์เซ็นต์ และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 30.1 เพอร์เซ็นต์

**สาขา** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เรียนสาขาสัตวศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 36.7 เพอร์เซ็นต์ รองลงมาคือ สาขาพืชศาสตร์ พัฒนาการเกษตร ประมง เกษตรกลวิธาน แลสาขาเทคโนโลยีภูมิทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 25.3 13.5 13.1 10.4 และ 0.8 เพอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

**หลักสูตรที่เรียน** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ศึกษาในหลักสูตร 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 75.5 เปอร์เซ็นต์ และหลักสูตรเทียบโอน คิดเป็นร้อยละ 24.4 เปอร์เซ็นต์

**อาชีพผู้ปกครอง** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 54.1 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือรับจ้างทั่วไป รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.0 8.7 และ 5.7 ตามลำดับ

**ภูมิลำเนา** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาในเขตภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 89.5 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือ จังหวัดในเขตภาคตะวันตก ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 3.5 2.6 2.2 และ 2.2 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

**แผนการเรียนที่จบการศึกษามา** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบการศึกษามาจากแผนวิทย์-คณิต คิดเป็นร้อยละ 34.1 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือ สายอาชีพ แผนศิลป์คำนวณ แผนศิลป์สังคม แผนศิลป์ภาษา คิดเป็นร้อยละ 33.6 13.5 9.6 และ 9.2 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

**การวางแผนในอนาคต** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ วางแผนในอนาคต ทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 47.6 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 38.4 9.6 และ 4.4 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

## **ตอนที่ 1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด และการให้บริการ**

**ด้านผลิตภัณฑ์** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.73$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า หลักสูตรที่เรียนมีความน่าสนใจและเอื้อต่อการประกอบอาชีพในอนาคต มีค่า  $\bar{X} = 3.87$  มากที่สุด รองลงมา คือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถหางานทำได้ง่ายมีความได้เปรียบเมื่อสมัครงาน มีค่า  $\bar{X} = 3.80$  ด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มีค่า  $\bar{X} = 3.72$  และน้อยที่สุด คือ กิจกรรมหลากหลายที่ส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาของผู้เรียน มีค่า  $\bar{X} = 3.52$

**ด้านราคา** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.28$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ มีค่า  $\bar{X} = 3.21$  มากที่สุด รองลงมาคือการสนับสนุนทุนการศึกษาของคณะเกษตรศาสตร์ มีค่า  $\bar{X} = 3.15$  สามารถเบิกค่าเล่าเรียนได้ มีค่า  $\bar{X} = 3.02$  และน้อยที่สุดคือ ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียน มีค่า  $\bar{X} = 2.98$

**ด้านสถานที่ตั้ง** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.31$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าสะดวกในการเดินทาง มีค่า  $\bar{X} = 3.45$  มากที่สุด รองลงมา คืออยู่ใกล้บ้าน/ที่อยู่อาศัย มีค่า  $\bar{X} = 3.35$  สิ่งอำนวยความสะดวกสบายครบครัน มีค่า  $\bar{X} = 3.24$  และน้อยที่สุดคือ พื้นที่ภายในรอบๆมหาวิทยาลัยมีความปลอดภัย มีค่า  $\bar{X} = 3.18$

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.41$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รุ่นพี่ศิษย์เก่าแนะนำรุ่นน้อง มีค่า  $\bar{X} = 3.58$  มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง หรือคนใน

ชุมชน มีค่า  $\bar{x} = 3.43$  โฆษณาและประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง มีค่า  $\bar{x} = 3.37$  และน้อยที่สุดคือ การออกแนะแนวของคณะเกษตรศาสตร์กับโรงเรียนเดิมที่จบมา มีค่า  $\bar{x} = 4.29$

**ด้านการให้บริการ** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.75$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สามารถฝึกปฏิบัติงานในพื้นที่จริง มีค่า  $\bar{x} = 3.92$  มากที่สุด รองลงมาคือ อาจารย์มีความพร้อมทั้งคุณวุฒิและคุณภาพ มีค่า  $\bar{x} = 3.76$  ความพร้อมและความทันสมัยของห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์การเรียนการสอน มีค่า  $\bar{x} = 3.66$  และน้อยที่สุดคือ การให้คำแนะนำช่วยเหลือดูแลเอาใจใส่ระหว่างเรียน มีค่า  $\bar{x} = 3.64$

### ตอนที่ 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์

**การตระหนักถึงความต้องการ** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.69$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความต้องการของตลาดแรงงาน มีค่า  $\bar{x} = 3.82$  มากที่สุด รองลงมาคือ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้ทั้งภาครัฐเอกชน และธุรกิจส่วนตัว มีค่า  $\bar{x} = 3.80$  สภาพแวดล้อมภายใน/ภายนอกมีความเหมาะสม มีค่า  $\bar{x} = 3.69$  และน้อยที่สุดคือ สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยฯ ไม่ไกลจากบ้าน มีค่า  $\bar{x} = 3.46$

**การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (สื่อ)** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.40$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ชื่อเสียงของศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน มีค่า  $\bar{x} = 3.57$  มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของคณะ แก่ websiteคณะ/facebook/line/สปอร์ตวิทย์ มีค่า  $\bar{x} = 3.43$  ครูแนะแนวจากสถานศึกษาเดิมแนะนำ มีค่า  $\bar{x} = 3.36$  และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานต่างๆที่มีศิษย์เก่าทำงานแนะนำ มีค่า  $\bar{x} = 3.25$

**การประเมินทางเลือกในการศึกษาต่อ** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.87$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การวางแผนอาชีพในอนาคต มีค่า  $\bar{x} = 3.61$  มากที่สุด รองลงมาคือ อุปกรณ์การเรียนการสอนมีความพร้อม ทันสมัย มีสภาพพร้อมใช้งาน มีค่า  $\bar{x} = 3.61$  ภาวการณ์มีงานทำสูงกว่าคณะอื่นๆในมหาวิทยาลัยเดียวกัน มีค่า  $\bar{x} = 3.28$  และน้อยที่สุดคือ ค่าเล่าเรียนน้อยกว่าคณะที่เปิดสอนทางด้านเกษตรในพื้นที่ใกล้เคียง มีค่า  $\bar{x} = 3.25$

**การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความภูมิใจในการศึกษาต่อทางเกษตรศาสตร์ มีค่า  $\bar{x} = 3.98$  มากที่สุด รองลงมาคือ พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า  $\bar{x} = 3.97$  มีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า  $\bar{x} = 3.94$  และน้อยที่สุดคือ เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า  $\bar{x} = 3.89$

**พฤติกรรมหลังบริการ (ความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย)** นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.65$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การตัดสินใจเลือกครั้งนี้เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง มีค่า  $\bar{x} = 3.87$  มากที่สุด รองลงมาคือ แนะนำคนในครอบครัวให้เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย มีค่า  $\bar{x} = 3.77$  แนะนำเพื่อนให้

เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย มีค่า  $\bar{X} = 3.63$  มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอน มีค่า  $\bar{X} = 3.60$  ความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากร คณะเกษตรศาสตร์ มีค่า  $\bar{X} = 3.59$  มีความพึงพอใจโดยรวมต่ออุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย และใช้งานได้จริง มีค่า  $\bar{X} = 3.55$  และน้อยที่สุดคือ มีความพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย มีค่า  $\bar{X} = 3.54$

#### ตอนที่ 1.4 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

##### เพศ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .484 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 (.484 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .017 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 (.017 < .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .234 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 (.234 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านมีพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา มีค่า Prob. เท่ากับ .801 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 (.801 > .05) หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ด้านเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา ไม่แตกต่างกัน

##### สาขา

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร มีค่า Prob. เท่ากับ .087 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 (.087 > .05) นั้นหมายความว่า นักศึกษาที่เรียนสาขาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านมีความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์ มีค่า Prob. เท่ากับ .003\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 (.003 < .01) หมายความว่า นักศึกษาที่เรียนสาขาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านความภูมิใจในการศึกษาทางการเกษตร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว มีค่า Prob. เท่ากับ .022 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 (.022 < .05) หมายความว่า นักศึกษาที่เรียนสาขาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมี ด้านพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05















ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพกับการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากพื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 ( $.000 < 0.01$ ) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจความตั้งใจเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์โดยได้รับอิทธิพลจากเป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

## ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวที่ดีให้แก่นิสิตหรือผู้สนใจศึกษา ต่อ นั้นมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดังนั้นจึงเสนอให้ในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ควรมีการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารการศึกษาต่อในหลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางที่เป็น ที่นิยม เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง สิ่งพิมพ์ ทั้งในจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดต่าง ๆ ที่มีศูนย์การเรียน การสอนของมหาวิทยาลัยตั้งอยู่ รวมทั้งจังหวัดใกล้เคียง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ พันธมิตรต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ใน คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ควรจัดทำยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์หลักหลักสูตร และ สาขาวิชาที่เปิดสอน โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดในภาคใต้ เนื่องจากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ที่ตั้งของ มหาวิทยาลัย และระยะทางจากบ้านถึงสถานศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ

3. การประชาสัมพันธ์ในเรื่องของสภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย ประมาณการค่าใช้จ่ายในการศึกษา ตลอดจนทุนการศึกษา เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการเลือกศึกษาต่อของ นักเรียน ดังนั้นจึงควรมีการระบุไว้ในสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน

4. ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย คณาจารย์ ศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษา ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงควรมีการระบุถึงเรื่องราว ความเป็นมา และความสำเร็จของมหาวิทยาลัย รวมทั้งคณาจารย์ ศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบันที่มีชื่อเสียง ทั้งในระดับประเทศ และนานาชาติ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักเรียนในการเลือกศึกษาต่อ

5. ควรจัดทำการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์นิสิตทุกสาขา โดยสอบถามถึงปัจจัยที่ สำคัญที่มีผลทำให้นิสิตตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยผลที่ได้เป็นแนวทางในการจัดการ พัฒนา หลักสูตรต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- จิตติมา พัดโบก. 2552. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก.
- ทรงธรรม อีระกุล. 2556. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์
- ลฎาภา พูลเกษม. 2550. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขารังสิต (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ.
- วินัส ฤกษ์ชัย. 2555. ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. เชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช. การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งาม อัจ ปทะวานิช และปริญญา ลักษิตานนท์. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. บริษัท อีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด. กรุงเทพฯ.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. แนวคิดทางการตลาด. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : [http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bkk/Mk-6-Bkk/51722468/05\\_ch2.pdf](http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bkk/Mk-6-Bkk/51722468/05_ch2.pdf) สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2558.
- Belch, George E. and Michael A. Belch. 2005. Advertising and promotion : an integrated marketing communications Perspective. a 6 th ed. Boston : McGraw-Hill.
- Philip Kotler. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://thesisavenue.blogspot.com/>.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.



### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.972	.973	51

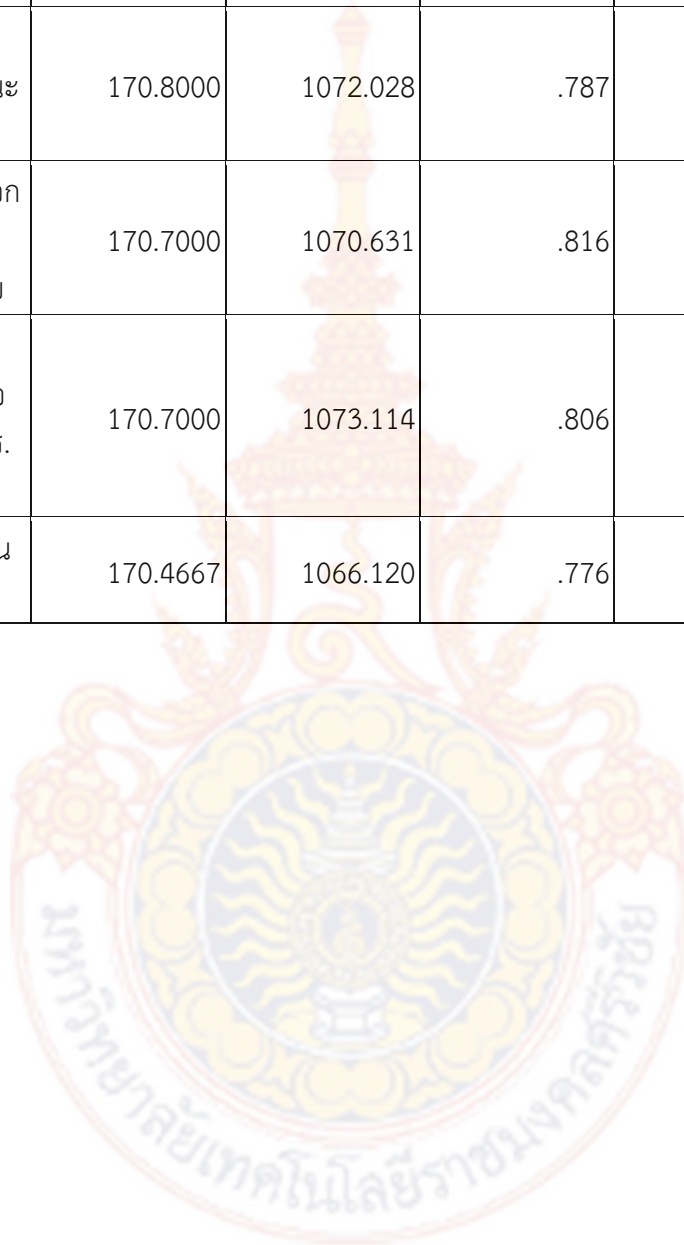


Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	170.2000	1110.028	.384	.	.972
หลักสูตรที่เรียนมีความน่าสนใจและเอื้อต่อการประกอบอาชีพในอนาคต	170.2333	1101.013	.497	.	.972
เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถหางานทำได้ง่ายมีความได้เปรียบเมื่อสมัครงาน	170.5333	1091.637	.556	.	.972
กิจกรรมหลากหลายที่ส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาผู้เรียน	170.5000	1100.948	.508	.	.972
ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียน	172.0333	1084.585	.531	.	.972
สามารถเบิกค่าเล่าเรียนได้	172.1000	1078.714	.587	.	.972
การสนับสนุนทุนการศึกษาของคณะเกษตรศาสตร์	171.4667	1076.257	.636	.	.971
สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้	170.9333	1083.099	.503	.	.972
อยู่ใกล้บ้าน/ที่อยู่อาศัย	171.2333	1093.289	.377	.	.972
สะดวกในการเดินทาง	170.7667	1089.426	.587	.	.972
สิ่งอำนวยความสะดวกสบายครบครัน	171.3667	1089.482	.591	.	.972
พื้นที่ภายในและรอบๆมหาวิทยาลัยโดยรวมมีความปลอดภัย	171.2000	1082.786	.600	.	.972
โฆษณาและประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง	171.2333	1080.944	.658	.	.971
ได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง หรือคนในชุมชน	171.1000	1075.197	.767	.	.971
การออกแนะแนวของคณะเกษตรศาสตร์กับโรงเรียนเดิมที่จบการศึกษามา	171.3667	1091.551	.555	.	.972
รุ่นพี่ศิษย์เก่าแนะนำรุ่นน้อง	170.8667	1093.154	.609	.	.972

อาจารย์มีความพร้อมทั้ง คุณวุฒิและคุณภาพ	170.5667	1076.944	.646	.	.971
การให้คำแนะนำช่วยเหลือ แลดูและเอาใจใส่ระหว่าง เรียน	170.4333	1071.151	.735	.	.971
ความพร้อมและความ ทันสมัยของห้องปฏิบัติการ และอุปกรณ์การเรียนการ สอน	171.1667	1078.971	.563	.	.972
สามารถฝึกปฏิบัติงานใน พื้นที่จริง	170.9667	1075.413	.575	.	.972
อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ เชี่ยวชาญในเนื้อหาวิชาที่ สอนเป็นอย่างดี	170.3000	1083.528	.694	.	.971
อาจารย์ผู้สอนมีคุณภาพดูแล เอาใจใส่นักศึกษาอย่าง สม่ำเสมอ	170.3667	1096.930	.542	.	.972
เจ้าหน้าที่สาขาให้บริการ และแนะนำด้วยความถูกต้อง ตามความต้องการ	170.4000	1086.041	.638	.	.971
เจ้าหน้าที่ของคณะฯ มี มนุษยสัมพันธ์ อุตสาหะไมตรี และมีน้ำใจในการให้บริการ	170.8333	1083.040	.543	.	.972
สภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด สวยงาม และน่าอยู่	171.0000	1076.345	.661	.	.971
ระบบอินเทอร์เน็ตและ โปรแกรมคอมพิวเตอร์มี ประสิทธิภาพเพียงพอต่อ ความต้องการ	171.4333	1062.875	.700	.	.971
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น หอพัก สนามกีฬา สถานพยาบาล และ โรง อาหาร ครบครัน	171.4667	1067.982	.730	.	.971
การจัดการสภาพแวดล้อม ภายในคณะฯดีและปลอดภัย ต่อนักศึกษา	171.1000	1059.748	.865	.	.971
สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ฯ ไม่ไกลจากบ้าน	171.0000	1091.241	.413	.	.972

สภาพแวดล้อมภายนอก/ ภายในมีความเหมาะสม	170.9000	1088.162	.671	.	.971
เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถ ประกอบอาชีพได้ทั้งภาครัฐ เอกชน และธุรกิจส่วนตัว	170.6000	1073.628	.850	.	.971
ความต้องการของ ตลาดแรงงาน	170.7333	1073.651	.794	.	.971
ชื่อเสียงของศิษย์เก่าและ ศิษย์ปัจจุบัน	170.8333	1084.902	.694	.	.971
สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ของคณะ แก่ website คณะ/facebook/line/ สปอร์ตวิทย์	171.1333	1073.844	.797	.	.971
ครูแนะแนวจากสถานศึกษา เดิมแนะนำ	171.2333	1083.633	.526	.	.972
หน่วยงานต่างๆที่มีศิษย์เก่า ทำงานแนะนำ	171.1667	1082.557	.578	.	.972
ค่าเล่าเรียนน้อยกว่าคณะที่ เปิดสอนทางด้านเกษตรใน พื้นที่ใกล้เคียง	171.3333	1089.402	.579	.	.972
ภาวการณ์มีงานทำสูงกว่า คณะอื่นๆในมหาวิทยาลัย เดียวกัน	171.1000	1072.921	.803	.	.971
อุปกรณ์การเรียนการสอนมี ความพร้อม ทันสมัย มีสภาพ พร้อมใช้งาน	171.3333	1083.540	.565	.	.972
การวางแผนอาชีพในอนาคต	170.6333	1084.999	.599	.	.972
มีความภาคภูมิใจใน การศึกษาทางด้านเกษตร	170.4667	1087.637	.590	.	.972
มีความตั้งใจในการเข้าเรียน ทางด้านเกษตรศาสตร์	170.6333	1081.895	.586	.	.972
พื้นฐานการประกอบอาชีพ ของครอบครัว	170.6000	1082.800	.639	.	.971
เป้าหมายในการประกอบ อาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา	170.5667	1072.254	.758	.	.971
ท่านมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการเรียนการสอนของ อาจารย์ผู้สอน	170.5333	1076.878	.748	.	.971

ท่านมีความพึงพอใจโดยรวม ต่ออุปกรณ์การเรียนการสอน ที่มีความทันสมัย และใช้งาน ได้จริง	171.0333	1084.861	.513	.	.972
ท่านมีความพอใจโดยรวมต่อ สภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย	171.0000	1085.586	.634	.	.971
ท่านมีความพึงใจในการ ให้บริการของบุคลากร คณะ เกษตรศาสตร์	170.8000	1072.028	.787	.	.971
ท่านจะแนะนำเพื่อนให้เลือก ศึกษาต่อในคณะ เกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย	170.7000	1070.631	.816	.	.971
ท่านจะแนะนำคนใน ครอบครัวให้เลือกศึกษาต่อ ในคณะเกษตรศาสตร์ มทร. ศรีวิชัย	170.7000	1073.114	.806	.	.971
การตัดสินใจเลือกครั้งนี้เป็น การตัดสินใจที่ถูกต้อง	170.4667	1066.120	.776	.	.971



ภาคผนวก ข





**แบบสอบถามเพื่อการวิจัยโครงการวิจัยสถาบัน**  
**เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์**  
**มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย**

**คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษา ที่เลือกเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ ประจำปีการศึกษา 1/2559 เกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์
- ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์
- ส่วนที่ 4 อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ของนักศึกษาปีที่ 1/2559

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ทั้งนี้จะได้นำผลจากศึกษาในครั้งนี้ไปปรับปรุงพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ครั้งนี้

นางราตรี อุบลกาญจน์  
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป  
คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงตามสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1)ชาย

2)หญิง

2. สาขา

1)พืชศาสตร์

2)สัตวศาสตร์

3)ประมง

4)เกษตรกลวิธาน

5)พัฒนาการเกษตร

6)ภูมิทัศน์

3. หลักสูตรที่เรียน

1)หลักสูตร 4 ปี

2)หลักสูตรเทียบโอน

4. อาชีพของผู้ปกครอง

1)ธุรกิจส่วนตัว

2)พนักงานบริษัทเอกชน

3)รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

4)รับจ้างทั่วไป

5. ภูมิลำเนา

1)จังหวัดในเขตภาคเหนือ (โปรดระบุ).....

2)จังหวัดในเขตภาคใต้ (โปรดระบุ).....

3)จังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (โปรดระบุ).....

4)จังหวัดในเขตภาคตะวันออก (โปรดระบุ).....

5)จังหวัดในเขตภาคกลาง (โปรดระบุ).....

6. แผนการเรียนที่จบการศึกษามา

1)แผนวิทย์-คณิต

2)แผนศิลป์คำนวณ

3)แผนศิลป์สังคม

4)แผนศิลป์ภาษา

5)สายอาชีพ

7. การวางแผนในอนาคต

1)ธุรกิจส่วนตัว

2)พนักงานบริษัทเอกชน

3)รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

4)รับจ้างทั่วไป

8. สาเหตุของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย

- 1) มีความถนัดทางการเกษตร
- 2) มีความสนใจเป็นพิเศษในสาขาวิชาทางด้านเกษตร
- 3) ผู้ปกครองให้การสนับสนุน
- 4) มีบุคคลต้นแบบทางด้านเกษตร โปรดระบุ.....

**ส่วนที่ 2** ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์

โปรดตอบคำถามทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดดังนี้

ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ภาพลักษณ์ของคณะ)</b>					
1. ด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ					
2. หลักสูตรที่เรียนมีความน่าสนใจและเอื้อต่อการประกอบอาชีพในอนาคต					
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถหางานทำได้ง่ายมีความได้เปรียบเมื่อสมัครงาน					
4. กิจกรรมหลากหลายที่ส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาผู้เรียน					
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>					
1. ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียน					
2. สามารถเบิกค่าเล่าเรียนได้					
3. การสนับสนุนทุนการศึกษาของคณะเกษตรศาสตร์					
4. สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้					
<b>ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง</b>					
1. อยู่ใกล้บ้าน/ที่อยู่อาศัย					
2. สะดวกในการเดินทาง					
3. สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ครบครัน					
4. พื้นที่ภายในและรอบๆมหาวิทยาลัยโดยรวมมีความปลอดภัย					
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. โฆษณาและประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง					
2. ได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง หรือคนในชุมชน					
3. การออกแนะแนวของคณะเกษตรศาสตร์กับโรงเรียนเดิมที่จบการศึกษามา					
4. รุ่นพี่ศิษย์เก่าแนะนำรุ่นน้อง					
<b>ปัจจัยด้านการให้บริการ</b>					
1. อาจารย์มีความพร้อมทั้งคุณวุฒิและคุณภาพ					

2. การให้คำแนะนำช่วยเหลือและเอาใจใส่ระหว่างเรียน					
3. ความพร้อมและความทันสมัยของห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์การเรียนการสอน					
4. สามารถฝึกปฏิบัติงานในพื้นที่จริง					

ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเกษตรศาสตร์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>					
1. อาจารย์ผู้สอนมีความรู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาวิชาที่สอนเป็นอย่างดี					
2. อาจารย์ผู้สอนมีคุณภาพดูแลเอาใจใส่นักศึกษาอย่างสม่ำเสมอ					
3. เจ้าหน้าที่สาขาให้บริการและแนะนำด้วยความถูกต้องตามความต้องการ					
4. เจ้าหน้าที่ของคณะฯ มีมนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยไมตรีและมีน้ำใจในการให้บริการ					
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
1. สภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด สวยงาม และน่าอยู่					
2. ระบบอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อความต้องการ					
3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น หอพัก สนามกีฬา สถานพยาบาล และ โรงอาหาร ครบครัน					
4. การจัดการสภาพแวดล้อมภายในคณะฯดีและปลอดภัยต่อนักศึกษา					

### ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์

โปรดตอบคำถามทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดดังนี้

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>การตระหนักถึงความต้องการ</b>					
1. สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยฯ ไม่ไกลจากบ้าน					
2. สภาพแวดล้อมภายนอก/ภายในมีความเหมาะสม					
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพได้ทั้งภาครัฐ เอกชน และธุรกิจส่วนตัว					
4. ความต้องการของตลาดแรงงาน					

<b>การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (สื่อ)</b>					
1. ชื่อเสียงของศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน					
2. สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของคณะ แก่ website คณะ/facebook/line/สปอร์ตวิทยุ					
3. ครูแนะแนวจากสถานศึกษาเดิมแนะนำ					
4. หน่วยงานต่างๆที่มีศิษย์เก่าทำงานแนะนำ					
<b>การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์</b>	<b>ระดับความสำคัญ</b>				
	<b>มากที่สุด (5)</b>	<b>มาก (4)</b>	<b>ปานกลาง (3)</b>	<b>น้อย (2)</b>	<b>น้อย ที่สุด (1)</b>
<b>การประเมินทางเลือกในการเข้าศึกษาต่อ</b>					
1. ค่าเล่าเรียนน้อยกว่าคณะที่เปิดสอนทางด้านเกษตรในพื้นที่ใกล้เคียง					
2. ภาวการณ์มีงานทำสูงกว่าคณะอื่นๆในมหาวิทยาลัยเดียวกัน					
3. อุปกรณ์การเรียนการสอนมีความพร้อม ทันสมัย มีสภาพพร้อมใช้งาน					
4. การวางแผนอาชีพในอนาคต					
<b>การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์</b>					
1. มีความภาคภูมิใจในการศึกษาทางด้านเกษตร					
2. มีความตั้งใจในการเข้าเรียนทางด้านเกษตรศาสตร์					
3. พื้นฐานการประกอบอาชีพของครอบครัว					
4. เป้าหมายในการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา					
<b>พฤติกรรมหลังบริการ(ความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์)</b>					
1. ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอน					
2. ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่ออุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัย และใช้งานได้จริง					
3. ท่านมีความพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย					
4. ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรคณะเกษตรศาสตร์					
5. ท่านจะแนะนำเพื่อนให้เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย					
6. ท่านจะแนะนำคนในครอบครัวให้เลือกศึกษาต่อในคณะเกษตรศาสตร์ มทร.ศรีวิชัย					
7. การตัดสินใจเลือกครั้งนี้เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง					

**ส่วนที่ 4** อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อใน คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

