

ปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษา
ในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต
กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต
คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

วัชรินทร์ จงกลสถิต

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. ๒

**Decision Making Factors to Study
In the Doctor of Dental Surgery Program:
A Case Study of the Doctor of Dental Surgery Program,
Faculty of Dental Medicine, Rangsit University**

WATCHARIN CHONGKONSATIT

**A Term Paper Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements
For the Degree of Master of Education
Department of Education Management
Graduate School, Dhurakij Pundit University**

2010

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้โดยความกรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.กล้าทองขาว ประธานกรรมการการสอบ และผู้อำนวยการหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ดร.พิมพ์ใจ ภีบาลสุข และอาจารย์โชติ แยมแสง อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ทำให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้และความเข้าใจ และได้รับคำแนะนำที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์คลินิก พลเรือตรีหญิงสุชาดา วุฒคมนก ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และให้ความอนุเคราะห์ในการศึกษาข้อมูลของคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต จนทำให้ผลการศึกษสำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ทันตแพทย์หญิงปิยารัตน์ อภิวัฒนกุล และศาสตราจารย์ทันตแพทย์หญิง ละอองทอง วัชรราชย์ ที่กรุณาตรวจเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้

สุดท้าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดาที่สร้างลูกคนนี้ขึ้นมา และให้การสนับสนุนการศึกษาอย่างดีมาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ที่คอยให้กำลังใจ จนทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จและทำให้ผู้ศึกษาจบการศึกษาด้วยดี

วัชรินทร์ จงกลสถิต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ.....	7
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ.....	12
2.3 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด.....	14
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาระดับอุดมศึกษา.....	24
2.5 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารหลักสูตร.....	30
2.6 การจัดการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตในประเทศไทย.....	38
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	48
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	48
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	50
3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	50
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.5 ระยะเวลาในการวิจัย.....	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	53
4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต.....	58
4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต.....	59
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	63
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	63
5.2 อภิปรายผล.....	65
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	66
บรรณานุกรม.....	68
ภาคผนวก.....	72
ภาคผนวก ก ราชานามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ.....	73
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	74
ประวัติผู้เขียน.....	81

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	23
2.2 โครงสร้างหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ประจำปีการศึกษา 2552.....	40
2.3 โครงสร้างหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปีการศึกษา 2552.....	41
2.4 โครงสร้างหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต (หลักสูตร 2 ภาษา) คณะทันตแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปีการศึกษา 2552.....	41
2.5 โครงสร้างหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสท์เทิร์น ประจำปีการศึกษา 2552.....	42
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
4.2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต.....	58
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต.....	59
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต.....	60
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้าน ราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต.....	60
4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้าน สถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต.....	61
4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต.....	62

หัวเรื่องสารนิพนธ์ ปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ชื่อผู้เขียน วชรินทร์ จงกลสถิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์โชติ แยมแสง

สาขาวิชา การจัดการการศึกษา

ปีการศึกษา 2553

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ในด้าน (1) ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษา และ (2) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาทันตแพทยศาสตรบัณฑิต โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยนักศึกษาทันตแพทย์ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 5 ที่ศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ในปีการศึกษา 2552 จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นชายและหญิงอย่างละครึ่งๆกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 19 ปี คะแนนเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในช่วง 3.50-4.00 มีสถานภาพทางครอบครัว บิดามารดาอยู่ด้วยกัน บิดาประกอบธุรกิจส่วนตัว มารดาประกอบธุรกิจส่วนตัว มีแหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษามาจากบิดาและมารดา มีแหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในชีวิตประจำวันมาจากบิดาและมารดาพักอาศัยอยู่บ้านเช่า หรือหอพักระหว่างศึกษา มีค่าใช้จ่ายเพื่อที่พักอาศัยระหว่างศึกษามากกว่า 3,000 บาท ต่อเดือน

2. การวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่า ความคาดหวังเรื่องรายได้ภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.87, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.51 รองลงมาคือ ความสบายในวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ย = 4.55, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.59 การสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม มีค่าเฉลี่ย = 4.45, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.57 ความมั่นคงในวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ย = 4.44, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44 การยกย่อง

ของสังคม มีค่าเฉลี่ย = 4.32, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.67 ความท้าทายในวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ย = 4.23, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.67 และการบรรลุความคาดหวังของตน มีค่าเฉลี่ย = 4.22, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.73 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่าการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตเป็นอันดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.08, S.D. = 0.65 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.32, S.D. = 0.97 อยู่ในระดับปานกลาง การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 2.95, S.D. = 1.09 อยู่ในระดับปานกลาง และการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.76, S.D. = 1.09 อยู่ในระดับปานกลาง

Thematic Paper Title	Decision Making Factors to Study in the Doctor of Dental Surgery Program: A Case Study of the Doctor of Dental Surgery Program, Faculty of Dental Medicine, Rangsit University
Author	Watcharin Chongkonsatit
Thematic Paper Advisor	Arjarn Choti Yamsang
Department	Education management
Academic Year	2010

ABSTRACT

The purposes of this study were to study decision making factors to study in the Doctor of Dental Surgery program in the aspect of (1) the expectation after graduation and (2) the marketing mixes that affect to decision making to study in the Doctor of Dental Surgery program. The samples were 100 dental students from the first year to fifth year dental students in the curriculum of Doctor of Dental Surgery program, Faculty of Dental Medicine, Rangsit University in the academic year of 2009. The instrument used in this study was a questionnaire. The obtained data were analyzed by using percentage, mathematic mean, standard deviation and content analysis.

The result of this study were as follow

1. The samples of this study were male and female equally. Most of the sample were 19 years old. The grade point average when studied in secondary school were 3.50-4.00. The parent of the sample are live together. The fathers and mothers were the owner of their business. The education expenses and the disbursements were supported by their parent. Most of the sample lived in the rent house or dormitory during study in the program and the everage cost were more than 3,000 baht per month.

2. It was found from the expectation after graduated in the curriculum of Doctor of Surgery program that affected to the decision making for studying in Doctor of Surgery program were the income expectation (Mean=4.87,S.D.=0.51) , the convenience in occupation (mean=4.55,S.D.=0.59) , the social responsibility (mean=4.45,S.D.=0.57) , the firm in

occupation (mean=4.44,S.D.=0.44) , the social respectiveness (mean=4.32,S.D.=0.67) , the challenge of the occupation (mean=4.23,S.D.=0.67) and the achievement of the self actualization (mean=4.22,S.D.=0.73) respectively.

3. It was found from the perception of marketing mixes that affected to the decision making for studying in Doctor of Surgery programme were the product (mean=4.04,S.D.=0.65) in the level of excellent, the place (mean=3.32,S.D.=0.97) in the level of medium , the price (mean=2.95,S.D.=1.09) in the level of medium and the promotion (mean=2.76,S.D.=1.09) in the level of medium, respectively

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคมโดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงใจ ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้ขึ้นเกิดจากสภาพแวดล้อม สังคมการเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (กรมอาชีวศึกษา, 2542, หน้า 2)

การรับบุคคลเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของประเทศไทยได้มีการพัฒนามาเป็นลำดับในอดีตที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยได้ใช้ระบบการสอบคัดเลือกมาเป็นเวลานานกว่า 40 ปี ทั้งนี้ระบบดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้เนื่องจากสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษามีไม่เพียงพอแก่ความต้องการของผู้สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ประสงค์จะศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยจึงเล็งเห็นว่าการสอบแข่งขันเพื่อเลือกเอาผู้ที่ได้คะแนนดี และมีคุณสมบัติประกอบอื่นๆ ที่เหมาะสมเข้าศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยเป็นวิธีการที่ดีที่สุด นอกจากนั้นยังได้ร่วมตัวกันพัฒนาให้มีระบบสอบกลางซึ่งดำเนินการในระดับประเทศ และต่อมาดำเนินการร่วมกับทบวงมหาวิทยาลัย จนกลายเป็นระบบสอบคัดเลือกที่เชื่อถือได้และมีคุณภาพที่ดีที่สุดในระบบหนึ่ง

หลังจากระบบการสอบคัดเลือกดำเนินสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน ได้เกิดสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ขึ้น กล่าวคือ ระบบการสอบคัดเลือกมุ่งวัดผลเพียงบางรายวิชาที่สถานศึกษาเห็นว่าจำเป็นสำหรับศึกษาต่อในแต่ละสาขาวิชา ได้นำไปสู่การที่ผู้เรียนเฉพาะรายวิชาที่ต้องสอบเท่านั้นโดยผู้เรียนส่วนมากจะละทิ้งรายวิชาที่ไม่ต้องใช้ในการสอบคัดเลือก ทั้งนี้ เพราะเป้าหมายของการเรียนที่ดีที่สุดคือการเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยให้ได้สาขาที่ตนต้องการเท่านั้น ผลที่ตามมาคือเกิดความล้มเหลวของระบบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา โดยผู้เรียน ไม่ได้ผ่านการเรียนรู้ครบกระบวนการ ส่งผลถึงการพัฒนาคนที่ไม่สมบูรณ์

มหาวิทยาลัยทั้งหลายจึงได้ตระหนักเป็นอย่างดีว่า ระบบการสอบคัดเลือกที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนี้ แม้จะได้รับการปรับปรุงและมีข้อดีกว่าระบบดั้งเดิมที่เคยใช้อยู่ในอดีตเป็นอย่างมาก แต่ก็ยังมีข้อเสียอยู่ไม่น้อย ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) มีความประสงค์ที่จะพัฒนาระบบการคัดเลือกให้ได้ดีขึ้น ไปอย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดให้มี “คณะทำงานว่าด้วยการรับบุคคลเข้าศึกษาและวัดผล” ซึ่งประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผลจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ดำเนินการ

ติดตามผลการสอบคัดเลือกมาอย่างต่อเนื่องเพื่อประเมินผลดีและผลเสีย พร้อมทั้งหาแนวทางในการพัฒนาระบบการคัดเลือกให้ดีขึ้นต่อไป

จากผลของการศึกษาและเฝ้าระวังของคณะทำงานดังกล่าว ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทยได้เสนอต่อทบวงมหาวิทยาลัยตามหนังสือ ที่ ทปอ. 44/147 ลงวันที่ 19 เมษายน 2544 เกี่ยวกับการปรับปรุงการคัดเลือกผู้เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยในระบบสอบรวม โดยยึดหลักให้เพิ่มการใช้ผลการเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นส่วนหนึ่งของการคัดเลือกให้มากขึ้น อีกทั้งให้เพิ่มการพิจารณาความสามารถของผู้สมัคร โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผลการสอบจากแบบทดสอบวิชาหลัก และ/หรือแบบทดสอบความสามารถทางการเรียน ซึ่งจะจัดสอบโดยสถาบันทดสอบกลางที่จะได้มีการจัดตั้งขึ้น รวมทั้งให้มีการพิจารณาผลการเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในส่วนอื่นๆ ที่มีรายละเอียดและได้รับการตรวจสอบจากคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้มหาวิทยาลัยอาจกำหนดคุณสมบัติหรืออาจให้มีการสอบวิชาเฉพาะหรือวิชาความถนัดเฉพาะด้านเพิ่มเติมได้

จากการเปลี่ยนแปลงด้านระบบการสอบคัดเลือกนักศึกษาของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ส่งผลต่อการปรับตัวของคณะที่ดำเนินการเรียนการสอนในสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ อาทิ คณะแพทยศาสตร์ คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะเทคนิคการแพทย์ คณะพยาบาลศาสตร์ เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งคณะแพทยศาสตร์ ได้จัดตั้งกลุ่มสถาบันแพทยศาสตร์แห่งประเทศไทย (กสพท.) ขึ้นเพื่อดำเนินการรับนักเรียนเพื่อเข้าศึกษาในหลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิตขึ้น นอกเหนือไปจากการรับนักศึกษาผ่านระบบการสอบคัดเลือกในระบบสอบรวม ต่อมาได้มีคณะทันตแพทยศาสตร์เข้าร่วมรับนักศึกษาผ่านกลุ่มสถาบันดังกล่าวด้วย

สาขาทันตแพทยศาสตร์ เป็นสาขาหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากสถาบันการศึกษาของภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งนี้เนื่องมาจากสัดส่วนของทันตแพทย์ต่อประชากรของประเทศไทยยังเป็นสัดส่วนที่ต่ำมาก คือ สัดส่วนทันตแพทย์ต่อประชากรเป็น 1 ต่อ 40,000 ขณะที่องค์การอนามัยโลกกำหนดสัดส่วนทันตแพทย์ต่อประชากรที่เหมาะสมที่ 1 ต่อ 5,000 สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนจึงมุ่งผลิตบัณฑิตทันตแพทย์ที่มีความรู้ และความสามารถเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศ

นับตั้งแต่ปีการศึกษา 2548 ซึ่งเป็นปีที่มีมหาวิทยาลัยรังสิตได้ดำเนินการจัดตั้งคณะทันตแพทยศาสตร์ เพื่อดำเนินการเรียนการสอนในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตขึ้น นับเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งแรกของประเทศไทยที่ได้ดำเนินการเรียนการสอนในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต เป็นสถาบันแรก ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในการผลิตบัณฑิตทันตแพทย์ของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาได้มุ่งเน้นที่จะกระตุ้น

ให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 มีความสนใจศึกษาในหลักสูตรดังกล่าวมากยิ่งขึ้น โดยการ ประสมประสานความรู้ทางด้านการบริหารการศึกษาและการบริหารการตลาดเพื่อให้เกิดการ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนมากที่สุด

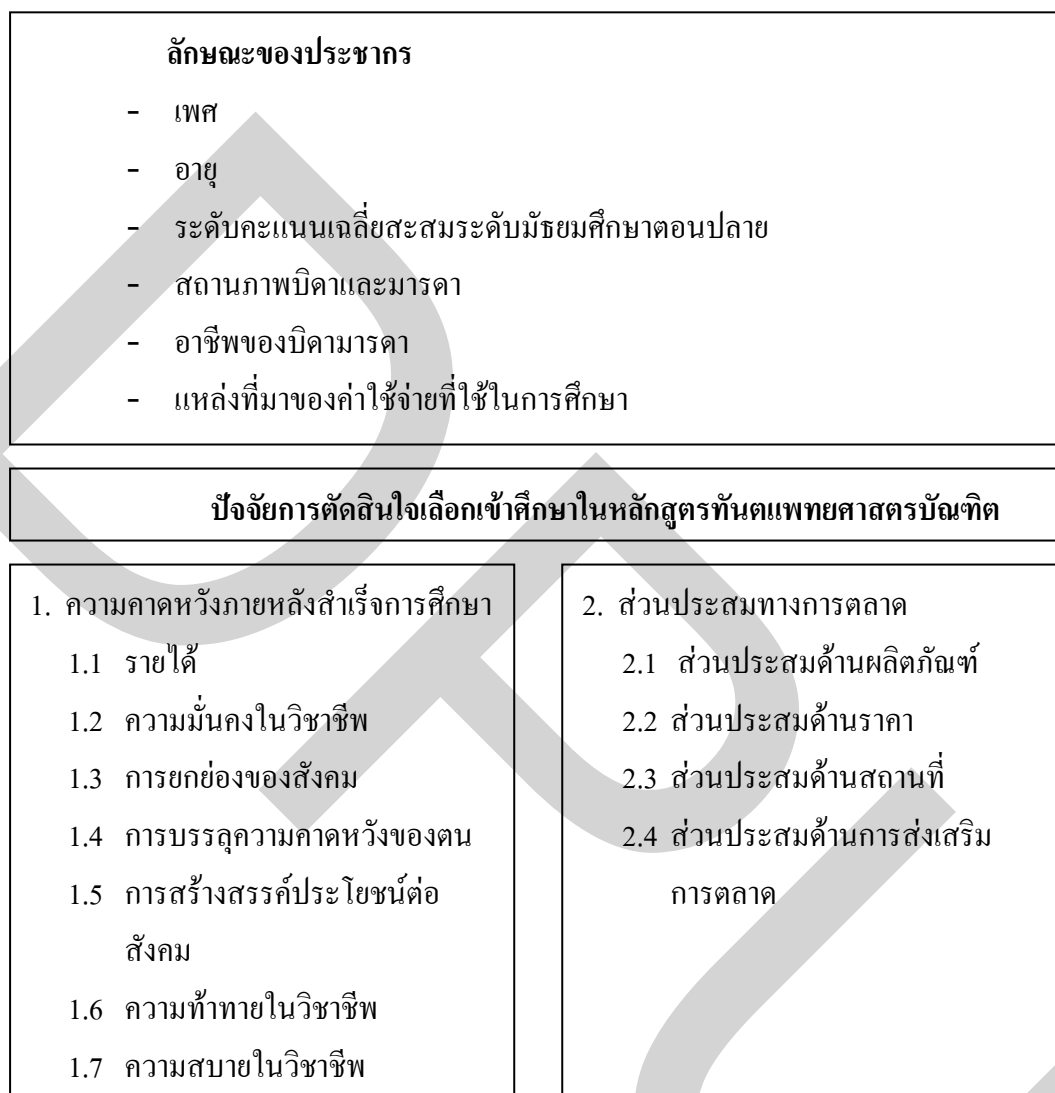
ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต โดยเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันต แพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งจะศึกษาในปัจจัย 2 ด้าน คือ ความคาดหวังภายหลังสำเร็จ การศึกษา และส่วนประสมทางการตลาด ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการ พิจารณาในการพัฒนาหลักสูตร กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียน การสอน รวมทั้งการวัดและประเมินผลการเรียน นอกจากนี้ยังมุ่งศึกษาเพื่อให้ผู้บริหารสามารถพัฒนา แนวทางการตลาดเพื่อให้เกิดการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ใน ด้าน

- 1.2.1 ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษา
- 1.2.2 ส่วนประสมทางการตลาด

1.3 กรอบแนวคิด



1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตทางด้านประชากร

การศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต จะทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง โดยสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

1.4.2 ขอบเขตทางด้านเนื้อหาของงานวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต มุ่งทำการศึกษเกี่ยวกับปัจจัย 2 ด้าน คือ ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษา และส่วนประสมทางการตลาดของหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ทำการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เวลานาน 1 เดือน

1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1.5.1 ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่นักศึกษาใช้ในการพิจารณาเพื่อการเลือก การตัดสินใจ ในการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

1.5.2 หลักสูตร หมายถึง ประมวลประสบการณ์ และความรู้ที่สถาบันการศึกษาจัดให้แก่นักศึกษา ประกอบด้วยจุดประสงค์การเรียนรู้ องค์ความรู้ทางด้านทฤษฎีและปฏิบัติการของวิชาศึกษาทั่วไป วิชาวิทยาศาสตร์พื้นฐานทางการแพทย์ และวิชาชีพเฉพาะทางทันตแพทยศาสตร์ รวมทั้งแนวทางการจัดกระบวนการเรียนการสอน และการประเมินผล

1.5.3 ปัจจัยด้านความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษา หมายถึง ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ได้แก่ รายได้ ความมั่นคงในวิชาชีพ การยกย่องของสังคม การบรรลุความคาดหวังของตน การสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม ความท้าทายในวิชาชีพและความสบายในวิชาชีพ

1.5.4 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix:4P's) หมายถึง การที่หลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตสามารถตอบสนองความต้องการของนักเรียนเพื่อจูงใจให้นักเรียนเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตของมหาวิทยาลัยต่างๆ ได้

1.5.5 ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ของหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ได้แก่ หลักสูตรอาจารย์ ความมีชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา และอุปกรณ์การเรียนการสอน

1.5.6 ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ทางด้านการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ได้แก่ ค่าเล่าเรียนของหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต และค่าใช้จ่ายในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

1.5.7 ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ทางด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ได้แก่ สภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย สภาพแวดล้อมของห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ ความสะดวกในการเดินทางมาศึกษา

1.5.8 ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ทางด้านการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ได้แก่ การแนะนำของโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ทุนการศึกษา และสื่อประชาสัมพันธ์

1.5.9 นักศึกษาทันตแพทย์ หมายถึง นักศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งเข้าศึกษาในปีการศึกษา 2548 ถึงปีการศึกษา 2552

1.5.10 ค่าเล่าเรียน หมายถึง ค่าหน่วยกิต ค่าบำรุงการศึกษาที่มหาวิทยาลัยเก็บจากนักศึกษาทันตแพทย์

1.5.11 ค่าใช้จ่ายในหลักสูตร หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักศึกษาทันตแพทย์ต้องจ่ายเพื่อประกอบการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตร์ นอกเหนือไปจากค่าเล่าเรียนในหลักสูตร เช่น ค่าวัสดุและเครื่องมือ เป็นต้น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ผู้ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบเหตุผลในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตของมหาวิทยาลัยต่างๆ

1.6.2 ผู้ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

1.6.3 สามารถนำผลของการศึกษาไปเป็นแนวทาง ส่งเสริมและพัฒนา และเป็นข้อมูลในการดำเนินการกำหนดนโยบายต่างๆ และปรับปรุงในการเรียนการสอน การบริหารจัดการ และการวางแผนการตลาดของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ดำเนินงานหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตต่อไป

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต
กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ผู้วิจัยได้
ดำเนินการค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย
ตามลำดับดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ
- 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ
- 2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา
- 2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตร
- 2.6 การจัดการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตในประเทศไทย
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

2.1.1 ความหมายของการตัดสินใจ

นักวิชาการทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้ให้คำนิยามหรือความหมายของคำว่า “การตัดสินใจ” (Decision) ไว้ดังนี้

แสวง รัตนมงคลมาส (2537, หน้า 73) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การตัดสินใจ” ว่า การตัดสินใจคือการเลือกบนทางเลือก (choice of alternative) ซึ่งทางเลือกนั้นต้องมี

- เป้าหมาย หรือจุดประสงค์ (goal)
- ความเชื่อ (belief orientation) ซึ่งความเชื่อเกิดจากความคิด หรือความรู้ในเรื่องนั้นๆ ที่

จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และการเลือกการกระทำ

- ค่านิยม (value standard) คือ สิ่งที่มีคุณลยดีถือเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเอง

- นิสัยและธรรมเนียม (habits and customs) คือ แบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้วสืบต่อกันมาด้วยประเพณี

- การคาดหวัง (expectation) คือ ทำที่ของบุคคลอื่นที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวโดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนเองต้องการ

ภูมิจิตร ศรีวงษ์ราชา (2541, หน้า 9) เสนอว่า การตัดสินใจ หมายถึง การพิจารณาไตร่ตรอง จริ่งใจตัดสินใจ หรือตกลงใจของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในการเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งที่เล็งเห็นว่าดีที่สุด หรือได้ประโยชน์มากที่สุดจากบรรดาทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่หลายทางเลือก เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางปฏิบัติอันจะนำไปสู่เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างสัมฤทธิ์ผล

2.1.2 ลักษณะของการตัดสินใจ

สโตเมอร์ (Stommer, 1978, pp.167-170) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นขณะกระทำการตัดสินใจ คือ

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน (condition of certainly) เป็นการตัดสินใจที่มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างพอเพียง

2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง (condition of risk) เป็นการตัดสินใจโดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็นให้เป็นเครื่องมือตรวจสอบหรือคาดการณ์ก่อนการตัดสินใจ

3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (condition of uncertainly) เป็นการตัดสินใจที่มักจะอาศัยประสบการณ์ คุลยพินิจ และสัญชาตญาณของตน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การตัดสินใจ เกิดขึ้นด้วยเหตุผลสำคัญดังนี้

- มีปัญหาเกิดขึ้น

- เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

- จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่มีอยู่นั้นผิดพลาดและบกพร่อง หรือไม่ทันสมัย จึง

จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและก้าวหน้า

2.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

รีดเดอร์ (Reeder, 1971) ได้รวบรวมทฤษฎีทางสังคมวิทยาเพื่อมาอธิบายพฤติกรรมต่างๆของมนุษย์ ซึ่งเขาเห็นว่าโดยทั่วไปแล้วรูปแบบ (model) ทางด้านจิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในพฤติกรรมของมนุษย์นั้น นักสังคมวิทยาจะมองในแง่ของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (socio-economic) ซึ่งถือว่า ปัจจัยภายนอกจะมีผลต่อการตัดสินใจ แต่รีดเดอร์เชื่อว่า ปัจจัยภายนอกไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจ ซึ่งแต่ละบุคคลจะแปลงสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมาสู่ตัวคนซึ่งจะอยู่ในรูปของความเชื่อและความไม่เชื่อที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเลือกกระทำพฤติกรรมนั้นๆ ดังนั้น บุคคลอาจจะเลือกตัดสินใจกระทำพฤติกรรมอย่างเดียวกันแต่เหตุผลของการตัดสินใจอาจจะแตกต่างกัน รีดเดอร์จึงอธิบายเหตุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ว่าเกิดจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายหรือจุดประสงค์ (goals) ความมุ่งหมายเพื่อการบรรลุผลนั้น ผู้กระทำ จะต้องมีการกำหนดเป้าหมายไว้ก่อนล่วงหน้า และพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อที่จะให้บรรลุ เป้าประสงค์นั้น
2. ความเชื่อ (belief orientation) เกิดจากความคิด ความรู้ในเรื่องนั้นๆที่จะมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจและการเลือกทางสังคม
3. ค่านิยม (value standard) คือ สิ่งที่บุคคลยึดถือให้เป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจและ กำหนดการกระทำของตนเอง ค่านิยมนั้นเป็นลักษณะความเชื่ออย่างหนึ่งแต่มีลักษณะถาวรโดยเชื่อว่าวิธีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีเห็นชอบ หรือดี เห็นชอบ สมควรที่จะยึดถือปฏิบัติมากกว่า วิธีปฏิบัติอย่างอื่น
4. นิสัยและธรรมเนียม (habits and customs) คือ แบบอย่างที่ยึดถือปฏิบัติไว้แล้ว และ มีการสืบทอดต่อกันมาเป็นประเพณี
5. ความคาดหวัง (expectation) คือ ทำที่ของบุคคลอื่นที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่ เกี่ยวข้องกับตัว โดยความคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ
6. ข้อผูกพัน (commitments) คือ สิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าเขาจะมีความผูกพันที่จะต้องกระทำ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์นั้นๆข้อผูกพันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำของสังคม
7. การบังคับ (force) คือ ตัวที่จะช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำเกิดการตัดสินใจเร็วขึ้น
8. โอกาส (opportunity) เป็นความคิดของผู้กระทำที่เชื่อว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจะช่วย ให้มีโอกาสเลือกกระทำ
9. ความสามารถ (ability) การที่กระทำรู้ถึงความสามารถของตนเองซึ่งจะก่อให้เกิด ผลสำเร็จในเรื่องนั้นๆได้ การตระหนักถึงความสามารถนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำ ทางสังคม
10. การสนับสนุน (support) คือ สิ่งที่ผู้กระทำรู้ว่าจะได้รับหรือคิดว่าจะได้รับจากคน อื่นๆเช่น เมื่อนักเรียนเลือกเรียนในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานครนั้น จะได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครอง เป็นต้น

2.1.4 กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้หลักเชิงเหตุผลเป็น ลักษณะของทางออกที่ดีที่สุดเป็นพื้นฐาน วุฒิชัย จำนวน (2522, หน้า 25) ได้แบ่งขั้นตอนของการ ตัดสินใจโดยถือแนวทางการพิจารณาการแก้ไขปัญหา (Problem solving approach) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา โดยได้แบ่งเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นแสวงหาข้อมูลและข่าวสาร (data collection) เนื่องจากปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นนั้นย่อมมีสาเหตุ การเสาะแสวงหาข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับปัญหา คือ การเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุ นั้น เพื่อมาเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจ และจะต้องทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ ทั้งในแง่ของการเก็บรวบรวมข้อมูล (collective) และในแง่ของการวิเคราะห์ (analysis) ซึ่งเป็นลักษณะและวิธีการเกี่ยวกับการวิจัย

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ทางเลือก (formulating alternative) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจ เป็นความพยายามจะครอบคลุมวิธีทางที่จะแก้ไขปัญหานั้นได้ในหลายๆวิธี และจะต้องกำหนดให้ได้ในรูปธรรมหลักข้อเท็จจริงว่าเป็นอย่างไร และในทางปฏิบัติห้องสร้างฉาก (scenario) ขึ้นมาก่อนว่าเรื่องนี้มีทางเลือกอะไรบ้าง และมีข้อเท็จจริงรูปธรรมหลักอะไรบ้าง

3. ขั้นตอนการวิเคราะห์ทางเลือก (analysis alternative) ควรใช้ความเป็นจริงที่เป็นภาวะวิสัย (objective analysis) พยายามหลีกเลี่ยงการนำค่า (value) ทั้งหลายมาเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์

4. ขั้นตอนการเปรียบเทียบค่าทางเลือก (value comparison) ขั้นตอนนี้จะเป็นการเปรียบเทียบโดยนำค่า (value) ที่เกี่ยวข้องมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่นที่ปลอดจากค่าแล้วนำมาพิจารณาทางเลือกอีกทีหนึ่ง

5. ขั้นตอนการตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด (choice of alternative on the best set of alternative) ขั้นตอนนี้เป็นการตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด

วุฒิชัย จานง (2522, หน้า 4-7) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการทางเลือกในระหว่างทางเลือกต่างๆและได้อธิบายขั้นตอนของการตัดสินใจไว้ดังนี้

1. การแยกแยะปัญหา (problem identification) ขั้นแรกของการตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องของการสร้างความมั่นใจและแน่ใจ โดยการค้นหาเป็นเรื่องของการแยกแยะปัญหาออกมาอย่างแน่ชัด หรือปัญหาอย่างแน่นอน

2. การหาข่าวที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น (information search) คือ การเสาะแสวงหาสิ่งที่เป็นสาเหตุ หรือสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหานั้น ซึ่งอาจจะไม่ใช่สาเหตุโดยตรงก็เป็นได้ ความสามารถที่จะหาข่าวสารที่สมบูรณ์ (complete information) นั้นอาจเป็นไปได้ แต่เป็นการเสาะหาตัวข่าวที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของปัญหามากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ทั้งนี้การเสาะหาข่าวสารควรจะเป็นไปตามแนวความคิดที่ว่าข่าวสารนั้นสรรหานั้นจำเป็นจะต้องมีความเกี่ยวข้อง และความจำเป็นกับตัวปัญหาตลอดจนมีความเพียงพอในการแก้ปัญหา

3. การประเมินค่าของข่าวสาร (evaluation of information) ในบรรดาข่าวสารที่แสวงหามาแล้ว เราต้องยอมรับว่า มิได้หมายความว่า ข่าวสารทุกชนิดที่หามาแล้ว เกี่ยวข้องกับตัวปัญหาและมี

คุณค่ากับปัญหาอย่างแท้จริงเสมอไป ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการประเมินค่าของข่าวสารที่ได้มานั้น อย่างถูกต้องเหมาะสมเพียงพอกับเวลาและความสามารถที่จะนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่ ซึ่งจะมีการเสาะหาข่าวเพิ่มเติม หลังการประเมินข่าวสารแล้วว่า ไม่เพียงพอหรือไม่เกี่ยวข้องเท่าที่ควรก็ จำเป็นที่จะต้องตัดข่าวสารบางอย่างออกไป

4. กำหนดทางเลือก (listing of alternative) เป็นขั้นตอนของการตัดสินใจ คือ การกำหนดทางเลือกที่สามารถครอบคลุมวิธีที่จะแก้ไขปัญหามากที่สุด ถ้าเรามีข่าวสารที่สมบูรณ์ สำหรับปัญหาในแต่ละเรื่อง เราก็อาจจะสามารถกำหนดทางเลือกได้อย่างเหมาะสมและครอบคลุม อย่างแท้จริงได้ และถ้าข่าวสารไม่สมบูรณ์ก็ไม่สามารถกำหนดทางเลือกที่มีลำดับความสำคัญของการแก้ปัญหาได้

5. การเลือกทางเลือก (selection of alternative) เมื่อมีการกำหนดทางเลือกแล้วขั้นตอนต่อไป คือ การเลือกที่จะปฏิบัติการต่อไป (selection of a course of action) ขั้นตอนนี้เองที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นการตัดสินใจที่แท้จริงว่า การเลือกทางเลือกนั้นเกิดจากผลของการตัดสินใจ

6. การปฏิบัติการตัดสินใจ (implement of decision) คือ การปฏิบัติตามผลของการตัดสินใจ หรือทางเลือกที่เราทราบได้ว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้อง เหมาะสมเพียงใดหรือไม่ขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจนั้น การประเมินผลของการตัดสินใจเป็นการตรวจดูว่าผลของการตัดสินใจที่ปฏิบัติไปเหมาะสมกับการแก้ปัญหานั้นหรือไม่

กระบวนการตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลในการเลือกแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม หรือพอใจ เพื่อที่จะได้นำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ หรือแก้ไขปัญหานั้น ซึ่งจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคลจากความหมายดังกล่าว จึงสามารถจำแนกองค์ประกอบที่สำคัญของการตัดสินใจ 3 ประการ คือ

1. การตัดสินใจต้องมีทางเลือก และทางเลือกที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น จะต้องมียมากกว่าหนึ่งทางเลือก จึงต้องกระทำการตัดสินใจ ถ้ามีทางเลือกเดียวก็จะเป็นการตัดสินใจ

2. การตัดสินใจต้องมีจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างที่ต้องการบรรลุผล และไม่แน่ใจว่าหนทางเลือกต่างๆ นั้น ทางเลือกใดที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ ได้ดีกว่ากัน

3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของกระบวนการใช้หลักการของเหตุผล และความพอใจเป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก หลักเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประเมินทางเลือกที่สำคัญ คือ ความสามารถของทางเลือกในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

วุฒิชัย จานง (2522, หน้า 18-19) กล่าวว่ากรณีเหตุผล (rationality) ในการตัดสินใจ สามารถพิจารณาได้หลายกรณี เช่น

1. การมีเหตุผลที่ควรจะเป็นจริง (objective rationality) หมายถึง การตัดสินใจที่พยายามจะหาเหตุผลสูงสุดในค่านิยมที่มีอยู่ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง
2. การมีเหตุผลในแง่ของแต่ละบุคคล (subjective) ใช้กับการตัดสินใจที่ได้รับผลสูงสุดเท่าที่ความรู้ความสามารถจะมีอยู่เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การมีเหตุผลแบบนี้จะเป็นนามธรรมมากกว่าการมีเหตุผลที่ควรจะเป็นจริง
3. การมีเหตุผลในแง่ของการรู้ตัว หรือว่ามีสำนึกอยู่ (consciously rationality) ซึ่งใช้กับการตัดสินใจที่ต้องปรับปรุงแนวทาง เพื่อที่จะนำไปสู่เป้าหมาย โดยที่มีกระบวนการที่มีสำนึกอยู่ตลอดเวลา
4. การมีเหตุผลที่ไตร่ตรองดีแล้ว (deliberately rationality) หมายถึง การปรับปรุงแนวทาง เพื่อที่จะไปสู่วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอันสุดท้าย โดยการที่มีการเสาะหาแก้กันและกันในตัวเอง

เมเนนี และคณะ (Menne et al., 1970, pp. 110-118) พบว่า อิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัย คือ การได้รับการบริการทางวิชาการ รวมทั้งชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

มาสโลว์ (Maslow, 1970) ได้คิดค้นทฤษฎีการจูงใจขึ้น โดยแบ่งแรงจูงใจตามลำดับความเข้มข้นแห่งความต้องการเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางสรีระระดับพื้นฐาน (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของร่างกายเพื่อความอยู่รอดของชีวิตอันได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ เป็นต้น เพื่อที่จะได้รับการตอบสนองความต้องการดังกล่าว มนุษย์จึงต้องทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยที่จะมาบำบัดความต้องการของตน
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (safety and security needs) เมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการบำบัดแล้ว ความต้องการของคนก็ไม่ได้สิ้นสุดเพียงแค่นั้น สุขภาพที่ดี ความปลอดภัยจากภัยอันตราย ตลอดจนความมั่นคงในการประกอบอาชีพหน้าที่การงานก็เป็นสิ่งที่มนุษย์ปรารถนา ซึ่งคนเราย่อมมีความต้องการตรงกันในเรื่องนี้เสมอโดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่
3. ความต้องการเข้าสังคมและมีพวกพ้อง (social needs) เมื่อความต้องการสองขั้นที่กล่าวมาแล้วได้รับการตอบสนอง บุคคลจะมีความต้องการทางสังคม คือ การมีเพื่อนฝูงและต้องการให้เป็นที่ยอมรับ ต้องการความรัก ความปรารถนาดี ต้องการที่จะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ และเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคม ซึ่งความต้องการดังกล่าวจะทำให้สมาชิกของกลุ่มหรือสังคมมี

ความสัมพันธ์อันดีต่อกัน อันจะช่วยให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความต้องการมีศักดิ์ศรีและสถานภาพ (self esteem needs) คือ ความต้องการให้คนอื่นยอมรับนับถือ มีความภาคภูมิใจในตนเอง มีศักดิ์ศรี มีความภาคภูมิใจและมีสถานภาพในสังคม มีความนับถือตนเอง เป็นลักษณะที่เรียกว่า (ego needs) ซึ่งบุคคลที่มีความต้องการหรือมีแรงจูงใจประเภทนี้มักจะพยายามทำสิ่งต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จเป็นที่ประจักษ์แก่สายตาคนอื่น

5. ความต้องการมีสัจการแห่งตนหรือทำให้ชีวิตมีความหมาย (self actualization needs) ความต้องการขั้นนี้เป็นความต้องการขั้นสูงสุดซึ่งอาจเรียกว่า (self realization) ความต้องการขั้นนี้เป็นความต้องการที่บุคคลตระหนักถึงศักยภาพแห่งตนจากการที่มีโอกาสพัฒนาตนเองให้มีความก้าวหน้าอยู่เสมอและมีโอกาสที่จะสร้างสรรค์ความคิดความอ่านให้กว้างขวางออกไป ซึ่งความต้องการในขั้นนี้ส่วนใหญ่เป็นความต้องการด้านอุดมคติ (ideal needs)

ความต้องการ 5 ประการข้างต้นของมาสโลว์นี้เรียงลำดับตามความสำคัญหรือความจำเป็นมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด โดยมีความต้องการทางกายภาพซึ่งเป็นความต้องการส่วนบุคคลของมนุษย์ทุกคนเป็นพื้นฐานขั้นแรก ความต้องการ 5 ขั้นนี้เป็นอิสระต่อกัน และมีความต่อเนื่องเหลื่อมล้ำกันอยู่ กล่าวคือ ความต้องการขั้นถัดมาอาจจะเกิดขึ้นก่อนที่ความต้องการขั้นต้นจะได้รับการตอบสนองให้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ก็ได้ และบางคนอาจให้ความสำคัญกับความต้องการสลับขั้นกันได้ อย่างไรก็ตาม คนทั่วไปจะมีความต้องการขั้นต้นก่อนเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วจึงเกิดความต้องการขั้นถัดไป และไม่จำเป็นว่าทุกคนมีความต้องการครบทั้ง 5 ขั้น แต่ความต้องการทั้งหมดเหล่านี้จะอยู่ตลอดชีวิตของบุคคล ดังนั้นความต้องการของมนุษย์ดังกล่าวข้างต้น จะเป็นแรงผลักดันให้แสดงพฤติกรรมโน้มไปทางที่จะบำบัดความต้องการเหล่านี้อยู่เสมอ

ความหมายและประเภทของแรงจูงใจตามที่ได้กล่าวมา สรุปได้ว่าแรงจูงใจเป็นแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่คนต้องการอย่างมีทิศทางและแบ่งแรงจูงใจเป็น 4 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจของร่างกาย (physiological motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดความต้องการของร่างกายเป็นสำคัญ เช่น ความหิว ความกระหาย หรือเมื่อร่างกายขาดอาหารไปก็จะเป็นผลให้คนแสดงพฤติกรรมต่างๆออกมาเพื่อบรรเทาความต้องการนั้น

2. แรงจูงใจส่วนบุคคล (personal motives) เป็นแรงจูงใจที่ต่อมาจากแรงจูงใจทางร่างกายที่พัฒนาขึ้นมาภายในตัวซึ่งแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป เช่น การวางตัวแสดงกริยาทำทางต่างๆออกมาตามลักษณะของความสนใจของตนเอง หรือเป็นความตั้งใจของตนเองเป็นพิเศษโดยไม่มีผลตอบแทนหรือเจตนาอย่างอื่นแอบแฝง

3. แรงจูงใจทางสังคม (social motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้เพิ่มเติม ภายหลังสืบต่อจากแรงจูงใจส่วนบุคคล เพราะมนุษย์ต้องอยู่ร่วมกันเป็นสังคม จึงทำให้เกิดแรงจูงใจ ชนิดนี้ขึ้น เช่น ต้องการความร่ำรวย ความปลอดภัย ความต้องการฐานะทางสังคมก็จะทำให้คน แสดงพฤติกรรมต่างๆออกมาได้

4. แรงจูงใจเพื่อความสมหวังแห่งชีวิต (self-actualization motives) ซึ่งเกิดขึ้นในตัว บุคคลเพื่อสนองตอบความต้องการทางอารมณ์ของตนเอง เพื่อดำรงตนเองอยู่ในสังคมด้วยความ ราบรื่นและพอใจในตนเองพร้อมกันไปด้วย

แรงจูงใจที่มีบทบาทสำคัญกับทางเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนมาจากแรงจูงใจทาง สังคมเป็นสำคัญ ทั้งนี้บุคคลย่อมต้องการฐานะทางสังคมที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตามฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมอันเป็นพื้นฐานเดิมของนักเรียนก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียน เช่นกัน

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

2.3.1 ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) หมายถึง การมีสินค้าหรือบริการที่ตอบสนอง ความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาให้ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่าย เมื่อเห็นว่าคุ้ม รวมทั้งมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหา เพื่อให้ ความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความเห็นชอบในสินค้าและพฤติกรรมอย่าง ถูกต้อง (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 หน้า 11) ซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 หน้า 35-36) ได้ กล่าวว่ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย

2.3.1.1 ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความ ต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจมีตัวตน หรือ ไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล โดยผลิตภัณฑ์ต้องมี รรถประโยชน์ (utility) มีคุณค่า (value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ (product concept) เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ของบริษัทต้องมีความชัดเจนว่าเป็นแชมพู ขจัดรังแค น้ำผลไม้ไร้น้ำตาล แชมพูอินวัน น้ำยาปรับผ้านุ่ม รถยนต์ขนาดเล็กเพื่อใช้ในเมือ่ง รถยนต์ขนาดกลางสำหรับครอบครัว เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ สถานที่ขายสินค้า บริการ หรือแนวคิดต้อง กำหนดลงให้ชัดเจน

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (product attribute) จะต้องทราบว่าคุณสมบัติเหล่านั้นมาจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร ลักษณะทางกายภาพ ฟิสิกส์ เคมี ชีวะ ขนาด ความดี ความงาม ความคงทนด้านรูปร่าง รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตัวของมันเอง

คุณสมบัติเด่นของสินค้า (product feature) คือ การนำสินค้าของบริษัทไปเปรียบเทียบกับสินค้าของกลุ่มคู่แข่ง แล้วมีคุณสมบัติแตกต่างกัน และจะต้องรู้ว่าสินค้าของเรามีลักษณะเด่นเป็นพิเศษกว่าสินค้าอื่น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ใช้สินค้าของเรา จุดเด่นนั้นเราเรียกว่า “ลักษณะเด่น (feature)” ในความเป็นจริงสินค้าที่ผลิตออกมานั้น เมื่อนำไปตรวจสอบโดยเปรียบเทียบกับกลุ่มเป้าหมายแล้วจะต้องหาลักษณะเด่นให้ได้ เพราะสินค้าที่ไม่มีลักษณะเด่นย่อมยากที่จะเป็นผู้นำหรือผู้ทำชิ่งกับตลาดได้ แต่จะกลายเป็นเพียงผู้ตามเท่านั้น

ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (product benefit) เมื่อพิจารณาว่าสินค้ามีลักษณะเด่นอย่างไรแล้ว จะต้องพิจารณาอีกว่าสินค้าให้ประโยชน์อะไรกับลูกค้าได้บ้าง ระหว่างการให้สัญญากับลูกค้านี้แตกต่างกันเวลาที่ให้สัญญากับลูกค้าเราให้ที่ประโยชน์ของสินค้า และเราพิสูจน์ (proof) ด้วยลักษณะเด่น แต่ก็มีหลายคนที่สับสนนำเอาลักษณะเด่นมาเป็นจุดขายแทนข้อสัญญา ซึ่งจริงๆแล้วไม่ใช่ลักษณะเด่นแต่เป็นเพียงจุดสนับสนุนจุดขายให้น่าเชื่อถือเท่านั้น

2.3.1.2 ราคา (price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือราคาเป็นต้นทุน (cost) ที่ลูกค้าจ่ายเงินไปเพื่อให้ได้รับสินค้าหรือบริการนั้นมา โดยที่จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น

โดยขั้นตอนการวางแผนด้านราคา มีดังนี้

1) การแบ่งตลาด (market segmentation)

การเน้นราคาสำหรับตลาดที่เน้นราคา (price sensitive market) เป็นตลาดที่กลุ่มเป้าหมายไม่สนใจกับประเด็นอื่นๆ เช่น บริการหรือประโยชน์ทางอ้อม แต่สนใจเรื่องราคา อาจจะเป็นเพราะว่าในเรื่องภาพพจน์ ชื่อเสียง บริการหรืออะไรก็ตามที่เป็นปัจจัยให้ราคาสูงขึ้น ไม่มีความสำคัญในสายตาผู้บริโภค เพราะฉะนั้นในการที่ธุรกิจจะสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดนั้น สิ่งแรกที่จะต้องพิจารณาว่าบริษัทในตลาดกลุ่มเป้าหมายที่สนใจด้านราคา กลยุทธ์การตลาด คือ พยายามทำให้ต้นทุนสินค้าต่ำที่สุด ถ้าต้นทุนการผลิตต่ำก็สามารถใช้นโยบายการตั้งราคาให้แตกต่างกัน (price discrimination) กับลูกค้าได้ เพราะกลุ่มเป้าหมายที่สนใจด้านราคา ธุรกิจก็จำเป็นต้องมีราคาต่ำเพื่อการแข่งขัน (competitive price) หรือใช้ราคาที่เรียกว่าราคาตลาดที่คนทั่วไปกำลังใช้กันอยู่ (ongoing price) ถ้าราคาสินค้าของธุรกิจมากกว่าคู่แข่งก็ไม่สามารถขายได้ ส่วนใหญ่แล้วตลาดนี้จะเป็นตลาดซึ่งผู้บริโภครู้จักสินค้ามาก มีความรู้เกี่ยวกับสินค้ามาก มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหลายยี่ห้อ

สินค้าไม่มีความแตกต่างกัน ไม่มีความรีบร้อนในการซื้อเนื่องจากซื้อไปก็กินไม่ได้ หรือสามารถที่จะรอเวลาซื้อได้ เป็นต้น

การตั้งราคาสำหรับตลาดที่เน้นภาพพจน์ (image sensitive market) ตัวอย่างเช่น สินค้าที่มีชื่อเสียง ยี่ห้อ หรือลายเซ็นของเจ้าของเป็นยี่ห้อ (name brand or signature brand) เช่น หลุยส์ วิกตอง กุซซี อามาร์นี โรเล็กซ์ คาเทียร์ ซึ่งลูกค้าจะซื้อเพื่อใช้เสริมบุคลิกมากกว่าอรรถประโยชน์ในตัวสินค้าที่แท้จริง ความสำเร็จของสินค้าประเภทนี้อยู่ที่ว่า ถ้าสามารถสร้างภาพพจน์ในตัวสินค้าได้ดี ราคาแพงกว่าคนก็จะซื้อ เช่น เสื้อผ้า เครื่องเสียง รถยนต์ กระเป๋า ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาด (marketing strategy) ก็คือ สินค้าคุณภาพที่ดีกว่า ราคาสูงกว่า อาศัยการทำโฆษณาอย่างต่อเนื่อง จนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การตั้งราคาสำหรับสินค้าประเภทนี้ก็ยังแบ่งออกเป็นอีก 2 กรณี คือ ตลาดที่ตั้งราคาโดยเน้นภาพพจน์ (image sensitive) และตลาดในแง่คุณภาพ (quality sensitive) ซึ่งทั้ง 2 ตลาดนี้ไม่ได้คำนึงถึงราคา (non-price sensitive)

การตั้งราคาสำหรับเน้นคุณภาพ หมายถึง เห็นคุณภาพของสินค้ามีคุณภาพมองเห็นได้ชัดเจน ดังนั้นจึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างให้ได้อย่างชัดเจน สามารถดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเห็นว่าคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายแพงกว่า

2) กลยุทธ์ด้านราคา (price strategy) จะต้องพิจารณาดังนี้

- ตั้งราคาตามตลาด (price strategy) หรือตั้งราคาตามความพอใจ (leading price)
- สินค้าจะออกเป็นแบบราคาสูง (premium price) หรือราคามาตรฐาน (standard price)

หรือตราสินค้าเพื่อแข่งขัน (fighting brand)

- การตั้งราคาเท่ากันหมด (one price) หรือราคาแตกต่างกัน (discriminate price)
- การขยายผลิตภัณฑ์ (line extension)
- การขยับซื้อสูงขึ้น (trading up) หรือการขยับซื้อต่ำลง (trading down)
- การใช้กลยุทธ์ด้านขนาด (size)

2.3.1.3 การจัดจำหน่าย (place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์การไปตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง เป็นต้น ดังนั้นสถานที่ตั้งของโรงเรียนที่มีการคมนาคมสะดวกใกล้แหล่งชุมชนจะเป็นที่ตั้งของโรงเรียนที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง

กลยุทธ์การจัดจำหน่ายหรือกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย จะต้องพิจารณาถึงรายละเอียดดังนี้

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution) เป็นเส้นทางที่สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ซึ่งอาจจะผ่านคนกลางก็ได้ โดยจะต้องพิจารณาว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทำอยู่นั้นถูกต้อง ดีพอหรือไม่ ต้องการที่จะปรับปรุงช่องทางใหม่หรือไม่ ฉะนั้นในแง่ของการวางแผนการตลาดจึงต้องวางแผน โดยพิจารณาว่าใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใดจึงจะเหมาะสม

- ประเภทของร้านค้า (outlet) ในทุกวันนี้จะพบว่าวิวัฒนาการของการจัดจำหน่ายนั้น เป็นสิ่งที่เจริญเติบโตมาก ประเภทของร้านค้ามีมากมาย

- จำนวนคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย (number of intermediaries) หรือความหนาแน่นของคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย (intensity of distribution)

- การจำหน่ายแบบเฉพาะเจาะจง (exclusive distribution) เป็นการเลือกร้านค้าเพียงไม่กี่ร้านเพื่อขายสินค้าของธุรกิจ เป็นร้านเฉพาะของธุรกิจ สินค้าจะเป็นประเภทเฉพาะเจาะจงซื้อตั้งใจ เลือกร้านที่อยู่ออยู่แล้ว ดังนั้นเราจะ ไปลงที่ไหน อย่างไร ลูกค้านี้ก็จะตามไปซื้อ

- การสนับสนุนการกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด (market logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต และตัวสินค้าจากแหล่งปัจจัยการผลิตผ่านโรงงานผู้ผลิต แล้วกระจายไปยังผู้บริโภค เราจะจัดทำเลขของสื่อที่เป็นองค์ประกอบของธุรกิจอย่างไร เช่น สำนักงานอยู่ที่ไหน คลังสินค้าอยู่ที่ไหน โรงงานผลิตอยู่ที่ไหน แหล่งวัตถุดิบอยู่ที่ไหน การดำเนินการขนส่งเป็นอย่างไร เพราะในธุรกิจบางครั้งแพ้ชนะกันได้ในเรื่องนี้

- ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่าย (location) จะพิจารณาเกี่ยวกับสถานที่ว่าขายสินค้า ณ ที่ใด ถ้าสถานที่ได้เปรียบก็ย่อมมีโอกาสมากกว่าคู่แข่ง

- การบริหารสินค้าคงคลัง (inventory control) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกระจายสินค้า หลักการของการบริหารสินค้าคงคลัง คือ ต้องไม่ให้สินค้าขาดตลาด ต้องไม่ให้สินค้าคงคลังตกค้าง จนกลายเป็นภาระทางการเงิน และยังคงเสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้า

- การบริหารสินค้า (merchandizing) ประกอบด้วยการจัดสรรคลังสินค้า และการนำเสนอสินค้าหรือการจัดแสดงสินค้า

- การขนส่ง (transportation) เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งของการกระจายสินค้า ซึ่งจะทำให้สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างดีที่สุด สินค้ากระจายได้อย่างทั่วถึงและทันเวลา

- การกำหนดเครือข่ายประสานงาน (communication network) โดยการกำหนดราคา ติดต่อประสานงานอย่างไร เพราะบางครั้งการทำการตลาดที่พ่ายแพ้เพราะการประสานงานไม่ดี เพียงพอ

คำว่า การจัดจำหน่ายไม่ได้หมายความว่าเพียงสถานที่เท่านั้น แต่หมายความรวมไปถึงการควบคุมปริมาณสินค้า การขนส่ง การติดต่อสื่อสาร แม้กระทั่งเรื่องประเภทของร้าน จำนวนร้าน โกดัง การกระจายทางกายภาพ ในปัจจุบันวิธีการกระจายสินค้านิยมใช้หลากหลายช่องทาง (multiplechannel) นั่นคือ การกระจายการจำหน่ายสินค้าโดยผ่านคนกลางหลายระดับและหลายประเภท เพราะวิธีการขายพัฒนาขึ้นมาจากเดิมที่เป็นการขายปลีก (retail) การขายหน้าร้าน และอาจจะมีการขายโดยบุคคล (direct sale) แต่ปัจจุบันเฉพาะเรื่องขายปลีกเพียงอย่างเดียวก็แยกเป็นหลายประเภทมากมาย เช่น ขายโดยใช้เครื่องอัตโนมัติ (vending machine) ร้านสะดวกซื้อ (convenience store) ห้างสรรพสินค้า (department store) และร้านประเภทต่างๆอีกมากมาย

2.3.1.4 การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การสื่อสารอาจจะใช้บุคคลหรือไม่ใช้บุคคลก็ได้ เครื่องมือติดต่อสื่อสารมีหลายรูปแบบอาจเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน (integrated marketing communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

1. การโฆษณา (advertising) หมายถึง เป็นกิจกรรมในการนำเสนอข่าวสาร เกี่ยวกับองค์กร หรือผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดเห็นที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

การกำหนดยุทธวิธีการโฆษณา ต้องอาศัยคำถาม 6 ประการ ดังนี้

- ทำโฆษณาไปทำไม
- ใครคือกลุ่มเป้าหมาย
- ใช้จุดขายอะไร
- จะให้การสนับสนุนอย่างไร
- บุคลิกภาพตราสินค้าเป็นอย่างไร
- โอกาสจากการสื่อสารเป็นอย่างไร

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) หมายถึง กิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจูงใจตลาดโดยใช้บุคคลซึ่งยอดขายของสินค้าจะ得多มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ การขายของบุคคลนั้นๆ

3. การส่งเสริมการขาย (sales promotion) หมายถึง กิจกรรมที่นอกเหนือจากงานโฆษณาการขายโดยใช้พนักงาน และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ ซึ่งได้แก่ การลด การแจก แจก แคม ซึ่งโรงเรียนเอกชนหรือมหาวิทยาลัยเอกชนใช้กลยุทธ์ในการให้ทุนการศึกษา

ความจำเป็นที่ต้องทำการส่งเสริมการขาย มีรายละเอียดดังนี้

- การนำสินค้าใหม่ออกมาครั้งแรก
- สกัดคู่แข่งที่กำลังออกสินค้าใหม่ไม่ให้ประสบความสำเร็จ
- การนำสินค้าเข้าสู่ตลาดอีกครั้ง
- การสร้างความภักดีที่ต่อเนื่อง
- ดึงให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายดูโฆษณา (ship)
- ช่วยการตัดสินใจของผู้บริโภค ณ จุดขาย มีสินค้าหลายอย่างที่ผู้บริโภคมักจะไม่ได้

ตัดสินใจก่อนที่จะไป

ซื้อสินค้า

- เพิ่มยอดขายในวาระต่างๆ
- ลดราคาสินค้าที่ใกล้จะด้าสมัย (dead stoce)
- พยายามขายสินค้าที่ขายได้น้อยควบคู่ไปกับสินค้าที่ทำกำไร

4. การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation) การให้

ข่าวสารเป็นการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์กรหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อโครงการให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวสารเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเครื่องมือของการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย การเผยแพร่ข่าวสาร สื่อสารมวลชน ชุมชนสัมพันธ์ กิจกรรมสาธารณะ รัฐบาลสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ การพัฒนาบุคลากร การบริหารข่าวสาร เชิงยุทธ์ และการบริหารภาวะวิกฤต

2.3.2 การบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, หน้า 431) กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล หรือโรงแรม

คอตเลอร์ (Koller. 2000, pp. 428) กล่าวว่า การบริการเป็นการกระทำหรือความสามารถที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง สนองต่ออีกบุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่ง โดยเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้และไม่ได้เกิดการเป็นเจ้าของ ผลผลิตของการบริการอาจจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ

จารุภา หิรัญเมฆวนิช (2543, หน้า 58-60) กล่าวว่า การเสนอการบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า เพราะเหตุใดจึงต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาการบริการนั้น คุณภาพเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบริการหรือผลิตภัณฑ์และทำให้ธุรกิจต้องค้นหา

เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง อันจะมีผลกระทบต่อ การปรับปรุงผลกำไรของธุรกิจด้วย

2.3.2.1 การจัดประเภทของธุรกิจบริการ

ธุรกิจบริการสามารถจัดได้เป็น 4 ประเภท คือ

- ผู้ซื้อเป็นเจ้าของ และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
 - ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้แก่ผู้ซื้อเช่นบริการเครื่องถ่ายเอกสาร
- บริการให้ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
- เป็นการซื้อบริการและนำสินค้าความมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
 - เป็นการซื้อบริการ โดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบัน
- นวดแผนโบราณคลินิกทันตกรรม ธนาคาร โรงเรียน

2.3.2.2 ลักษณะของการบริการและกระประยุคที่ใช้เครื่องมือการตลาด

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องการพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในแง่ของสถานที่ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

- สถานที่ (place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบาๆ ประกอบด้วย

- บุคคล (people) พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

- เครื่องมืออุปกรณ์ (equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

- เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (communication material) สื่อโฆษณาและเอกสาร โฆษณาต่างๆจะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

- สัญลักษณ์ (symbol) คือ ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูกต้อง ควรสื่อถึงความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

- ราคา (price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (inseparability) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการซึ่งมีการผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน และไม่สามารถแบ่งแยกบริการได้ ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตาม

กลยุทธ์การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดเวลาโดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการให้รวดเร็วเพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้นหรือจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการเดียวหรือใช้เครื่องมือต่างๆเข้าช่วย เช่น โรงเรียนสอนพิเศษมีอาจารย์สอนพิเศษที่ติวรายหนึ่ง แต่สามารถขยายสาขาและเพิ่มจำนวนนักศึกษาได้เป็นจำนวนมากโดยใช้โทรทัศน์วงจรปิดและบันทึกเทปโทรทัศน์เข้าช่วยการรักษาคณเฑาะว์ของจิตแพทย์จัดเป็นกลุ่มเล็กแทนการให้คำปรึกษารายบุคคลหรือกำหนดเวลาไว้ว่ารักษาคณเฑาะว์ประมาณ 30 นาที ต่อ 1 ราย แทน 60 นาที ต่อ 1 ราย

3. ความไม่แน่นอน (variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร ตัวอย่าง ศัลยแพทย์หัวใจจะกำหนดคุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ อาจารย์ผู้สอนในชั่วโมงที่มีอารมณ์ดีมีการเตรียมตัวที่จะสอน ในชั่วโมงที่อาจารย์อารมณ์ไม่ปกติและขาดการเตรียมตัวคุณภาพการสอนจะต่ำ ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการให้บริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพ ทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

- ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม และธนาคาร ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการ

- ต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบทำให้ได้ข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะของความต้องไม่มีแน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอและปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหามากหรือน้อยเกินไป ดังนี้

1) กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (demand) มีดังนี้

- การตั้งราคาให้แตกต่างกัน (differential pricing) เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงในช่วงความต้องการซื้อสูง และตั้งราคาต่ำในช่วงความต้องการน้อย
- กระตุ้นในช่วงที่มีความต้องการน้อย (non-peak demand can be cultivated) โดยจัดกิจกรรมลดราคาและการส่งเสริมการขาย

- การมีให้บริการเสริม (complementary service)
- ระบบการนัดหมาย (reservation system) เพื่อให้ทราบถึงจำนวนของลูกค้าที่แน่นอนเพื่อวางแผนการให้บริการที่เหมาะสมและเพื่อปรับระดับความต้องการซื้อให้เหมาะสม

2) กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการเสนอขาย (supply) มีดังนี้

- เพิ่มพนักงานชั่วคราว (peak-time employees)
- กำหนดวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงคนมาก
- ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการให้บริการ (increase consumer participation)
- การให้บริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย (shared services)
- การขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต (facilities for future expansion)

2.3.2.3 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 Ps เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ (product) (2) ราคา (price) (3) การจัดจำหน่าย (place) (4) การส่งเสริมการขาย (promotion) และนอกจากนี้ยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆเพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย (5) บุคคล (people) หรือพนักงาน (employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (selection) การฝึกอบรม (training) และการจูงใจ (motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับธุรกิจ (6) ต้องมีการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (total quality management: TQM) เช่น โรงเรียนต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ (7) มีกระบวนการ (process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า นอกจากนี้ zeithaml & bitner (2000, pp. 19) ได้กล่าวในรายละเอียดสำหรับส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการไว้ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 2.1 ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านสถานที่ให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านราคา
<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะทางกายภาพที่ดี - ระดับคุณภาพ - อุปกรณ์ประกอบ - บรรจุภัณฑ์ - การรับประกัน - สารผลิตภัณฑ์ - ตราสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของช่องทางการให้บริการเปิดเผย - คนกลาง - ท่าเลที่ตั้งของร้าน - การเดินทางและการขนส่ง - การเก็บรักษาสินค้า - การจัดการช่องทางการให้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - การผสมผสาน - พนักงานขาย (จำนวน, การคัดเลือก, การฝึกอบรม) - การโฆษณา - การส่งเสริมการขาย - การประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ความยืดหยุ่น - ระดับราคา - รูปแบบการชำระเงิน - ความแตกต่างกับคู่แข่ง - ส่วนลดที่ยอมให้
ด้านผู้เกี่ยวข้องกับการบริการ	ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ที่ใช้ประกอบการให้บริการ	ด้านกระบวนการให้บริการ	
<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้า (การรับสมัคร การฝึกอบรม การจูงใจ รางวัลที่ให้การงานเป็นทีม) ลูกค้า (การให้ความรู้ การฝึกอบรม) 	<ul style="list-style-type: none"> การออกแบบเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องแต่งกายพนักงาน สิ่งที่จับต้องได้ เช่น รายงาน นามบัตร ใบเสร็จรับเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> รูปแบบการให้บริการเป็นแบบมาตรฐานเดียวกันหรือขึ้นอยู่กับผู้บริโภค ขั้นตอนการให้บริการเป็นแบบธรรมดาหรือซับซ้อน ความมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค 	

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาระดับอุดมศึกษา

บรูบาเชอร์ (Brubacher, 1978 pp. 11-12) ได้ให้คำนิยามของการอุดมศึกษา ว่าเป็นการเรียนการสอนในระดับสูง ซึ่งมีมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยเป็นสถาบันหลักในการจัดการศึกษา ก่อให้เกิดวัฒนธรรมและการเผยแพร่ความรู้และความชำนาญการ การอุดมศึกษาจึงเป็นการศึกษาระดับที่สาม (tertiary education) ซึ่งรับผู้สำเร็จการศึกษาจากระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา (Page & Thomas, 1977 pp. 161)

ในแผนการศึกษาแห่งชาติพุทธศักราช 2520 ได้กล่าวถึงการศึกษาในระดับอุดมศึกษาว่า เป็นการศึกษาในระดับหลังระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มุ่งเพื่อพัฒนาความเจริญของทางสติปัญญาและความคิดเพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ มุ่งสร้างสรรค์คนในระดับวิชาการ และวิชาชีพชั้นสูงเพื่อการพัฒนาประเทศ มุ่งพัฒนาบุคคลให้เป็นผู้มีคุณธรรมและจริยธรรม มีความรู้และกำลังในศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตอันมีคุณค่าแก่บุคคล สังคมและประเทศชาติ สำหรับการจัดสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาอาจจัดเป็นรูปแบบมหาวิทยาลัย วิทยาลัย หรือสถาบันเฉพาะอย่างก็ได้ และอาจจัดเป็นรูปที่ใช้สื่อการเรียนลักษณะต่างๆ โดยที่ผู้เรียนไม่จำเป็นต้องมาเรียนในสถานศึกษาก็ได้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2520, หน้า 11-12)

2.4.1 หลักการและแนวคิดทางการอุดมศึกษา

หลักการและแนวคิดพื้นฐานทางการอุดมศึกษาที่สำคัญ ได้แก่ เรื่องของความเป็นเลิศทางวิชาการ (academic excellence) ความเป็นอิสระในการดำเนินการ (Autonomy) และความมีเสรีภาพทางวิชาการ

1. ความเป็นเลิศทางวิชาการ เป็นหลักการที่สำคัญทางการอุดมศึกษาเนื่องจากสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นแหล่งผลิตกำลังคนระดับกลางและระดับสูงมาพัฒนาประเทศ จึงต้องการความเป็นเลิศทางวิชาการ เพื่อให้สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งมหาวิทยาลัยได้สามารถประกอบภารกิจหลักทั้ง 4 ประการ คือ การสอน การวิจัย การบริการทางวิชาการ และการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี ความเป็นเลิศทางวิชาการจึงทำให้การเรียนการสอนในสาขาวิชาต่างๆมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การสอนและการวิจัยมีความเกี่ยวพันและเอื้ออำนวยซึ่งกันและกัน การวิจัยค้นคว้านำไปสู่การแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ความเป็นเลิศทางวิชาการนำไปสู่การสอนที่ให้ผลดียิ่งขึ้น และส่งผลต่อการปฏิบัติการกิจด้านอื่นๆ คือ การบริการชุมชน การพัฒนาชุมชนและสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ทางด้านการเผยแพร่ อนุรักษ์ และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมให้ดีขึ้น อย่างไรก็ดีตามได้มีการกล่าวถึงในเรื่องของความเป็นเลิศทางวิชาการนั้นการที่จะให้สอดคล้องกับความเป็นจริงและความต้องการอันแท้จริง

2. ความเป็นอิสระในการดำเนินการ เนื่องจากสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นแหล่งที่มีผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆมากที่สุด ผู้ที่มีความเข้าใจในกิจการและธรรมชาติของสถาบันได้เป็นอย่างดีจึงควรเป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องต่างๆได้ด้วยตนเอง มีอิสระในการดำเนินกิจกรรมภายในเป็นเอกเทศได้

อาจกล่าวได้ว่าความเป็นอิสระในการดำเนินการ กับความรับผิดชอบในการดำเนินกิจการภายในของมหาวิทยาลัยโดยปราศจากการควบคุม การแทรกแซงจากอิทธิพลภายนอก ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถที่จะวินิจฉัยและดำเนินเรื่องภายในต่างๆให้สิ้นสุดในระดับมหาวิทยาลัย สามารถวินิจฉัยลักษณะการปกครองตนเอง ความเป็นอิสระในการดำเนินงานต่างๆที่สำคัญ เช่น การกำหนดและควบคุมมาตรฐานการศึกษา การคัดเลือกผู้เข้ารับการศึกษา การบริหารงานบุคคล และการบริหารการเงิน (วิจิตร ศรีสะอ้าน, 2518 หน้า 47)

3. เสรีภาพทางวิชาการ เนื่องจากความเป็นอิสระในการค้นคว้าความรู้เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญของสังคมตลอดมา สังคมจึงต้องพึ่งพาสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นแหล่งให้การศึกษา การฝึกอบรม การพัฒนาความรู้ให้แก่นักศึกษาและประชาชนทั่วไป ก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์อันจะเป็นประโยชน์และสร้างสรรค์ ดังนั้นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาจึงจำเป็นต้องมีอิสระในการแสวงหาความรู้ใหม่ สามารถวิเคราะห์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนเสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาแก่ชุมชนและสังคม

เสรีภาพทางวิชาการของอาจารย์ หมายถึง อาจารย์ควรมีอิสระในการสอน การนำเสนอข้อคิดเห็นในกิจกรรมต่างๆ ของการเรียนการสอน การอภิปรายข้อถกเถียงต่างๆจะต้องไม่ถูกบังคับอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ต่างๆที่จะเป็นอุปสรรคต่อการแสวงหาความรู้ ความมีเสรีภาพทางวิชาการขออาจารย์ทำให้มีการขยายความรู้ เพิ่มพูนความรู้ ให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักศึกษา จนก่อให้เกิดข้อถกเถียงที่จะเปิดโอกาสและข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของสังคมที่ก้าวหน้าและเป็นประชาธิปไตย นอกจากนี้เสรีภาพทางการวิจัยและการพิมพ์เผยแพร่ผลงาน ซึ่งการวิจัยนั้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการแสวงหาความรู้และข้อเท็จจริงใหม่ๆ

เสรีภาพทางวิชาการของนักศึกษา ซึ่งนักศึกษาก็ควรได้รับการสนับสนุนให้มีการพัฒนาทางความคิด มีการสอน การแสดงความคิดเห็น การอภิปราย ถกเถียง มีสิทธิต่างๆในการเข้าร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตรของมหาวิทยาลัย และควรได้รับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเท่าเทียมกัน

2.4.2 ภารกิจของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา

แผนการพัฒนาระดับอุดมศึกษาระยะที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนาระดับอุดมศึกษาดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2529 หน้า 55)

เพื่อพัฒนาการอุดมศึกษาโดยมุ่งเน้นให้สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาดำเนินการผลิตบัณฑิต บริการทางวิชาการแก่สังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพจึงจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ภารกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษาในเรื่องของการผลิตบัณฑิต การสอน การวิจัย การบริการทางวิชาการแก่สังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมนั้น นับว่ามีความสำคัญยิ่ง สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษานับได้ว่าเป็นแหล่งผลิตบุคลากรระดับกลางและระดับสูงเพื่อการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ตามทางด้าน การเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษานั้น มิใช่เน้นเฉพาะเนื้อหาความรู้ที่นักศึกษาจะจดจำออกไปใช้ในการทำงานเท่านั้น กระบวนการของการสอนจะเอื้ออำนวยให้นักศึกษาให้คิดเป็น ทำเป็น รู้จักแสวงหาความรู้ รู้จักค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อความรู้นั้นๆ ทันสมัยอยู่เสมอ ทางการวิจัยนั้นนับได้ว่ามีภาระหน้าที่มากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดความเป็นเลิศทางวิชาการ ช่วยส่งเสริมการเรียนการสอนให้มีความรู้ใหม่และการแก้ปัญหาของชุมชน สังคม และประเทศ การบริการทางวิชาการเป็นการช่วยเผยแพร่ความรู้สู่ประชาชนทั่วไป สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาทำหน้าที่ด้านการให้ข้อมูล ข่าวสาร คำแนะนำ การฝึกอบรม และการสัมมนา นอกจากนี้ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานทำอยู่แล้วได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ของคนให้ทันสมัยขึ้น เป็นต้น ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม นับได้ว่าสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาไทยมีภารกิจด้านนี้เป็นภารกิจที่ 4 ซึ่งสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศอื่นๆ จะมีการกิจที่ระบุไว้เพียง 3 ด้าน คือ การสอน การวิจัย และการบริการวิชาการเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องมาจากประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศและมุ่งทำนุบำรุงรักษาศิลปวัฒนธรรมไทย

การพัฒนาทางการอุดมศึกษานั้น ความคาดหวัง ความพร้อม และการเตรียมการสำหรับอนาคตเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญยิ่ง

2.4.3 ทิศทางและแนวโน้มของการอุดมศึกษาไทย

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย มีความพยายามในการพัฒนาและปรับตัวเพื่อรองรับกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยมหาวิทยาลัยในประเทศไทยหลายแห่งได้เพิ่มศักยภาพการแข่งขัน อาทิ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้เปิดการเรียนการสอนผ่านอินเทอร์เน็ตและวางแผนจะเป็นมหาวิทยาลัยนานาชาติในอีก 2 ปีข้างหน้า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยร่วมกับมหาวิทยาลัยวอร์วิค (university of warwick) สหราชอาณาจักร เปิดสอนระดับ

ปริญญาโท หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ เมื่อจบการศึกษาจะได้รับปริญญาบัตร 2 ใบ มหาวิทยาลัย
รังสิตตั้งเป้าเป็นมหาวิทยาลัย 2 ภาษาเพื่อรองรับนักศึกษาจากทุกภูมิภาคทั่วโลก เป็นต้น

การปรับตัวของสถาบันอุดมศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นเป็นตัวอย่างเพียงส่วนหนึ่ง แต่ยังมี
สถาบันอุดมศึกษาทั้งรัฐและเอกชนอีก 200 กว่าแห่งทั่วประเทศ ได้พยายามปรับตัวเพื่อรับมือกับการ
แข่งขันของธุรกิจอุดมศึกษาในอนาคตเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามการจะปรับตัวให้สอดคล้องกับ
แนวโน้มอนาคต จำเป็นต้องศึกษาคาดการณ์แนวโน้มอนาคต เพื่อเป็นกรอบในการปรับทิศทาง
พัฒนาอุดมศึกษาให้สอดคล้องกับอนาคตที่จะมาถึง

จากผลการวิจัยของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (สกศ.) เรื่อง ผลกระทบ
โลกาภิวัตน์ต่อการจัดการศึกษาไทยในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งเป็นที่ปรึกษาโครงการวิจัยได้คาดการณ์
แนวโน้มสำคัญของสถาบันอุดมศึกษาไทยไว้หลายประการ อันจะเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นพื้นฐาน
แนวโน้มอนาคต เพื่อพัฒนาการอุดมศึกษาไทยได้ อาทิ

1. สถาบันอุดมศึกษาแสวงหาเอกลักษณ์ด้านคุณภาพและความแตกต่าง สภาพการ
แข่งขันด้านการศึกษาที่รุนแรงขึ้น ในขณะที่สถาบันอุดมศึกษามีทรัพยากรที่จำกัด อีกทั้งผู้เรียนมี
ความต้องการการศึกษาที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและผู้เรียนมี
โอกาสเลือกสถาบันอุดมศึกษาได้มากขึ้น ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาต่างพยายามพัฒนาตนเองให้
แข่งขันได้ ด้วยเหตุนี้สถาบันอุดมศึกษาจึงต้องค้นหาเอกลักษณ์เฉพาะที่ถนัด ทำได้ดีมีความ
เชี่ยวชาญ และมีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อทุ่มทรัพยากรในการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการ
สอน การวิจัย การพัฒนาบุคลากรที่เป็นจุดเด่นนั้นได้อย่างมีคุณภาพ และแตกต่างจาก
สถาบันอุดมศึกษาอื่น เช่น มหาวิทยาลัยที่โดดเด่นด้านภาษาอังกฤษและหลักสูตรนานาชาติ
มหาวิทยาลัยที่โดดเด่นในด้านเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. สถาบันอุดมศึกษาจะเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย สภาพของความจำกัดทางทรัพยากร และ
การแข่งขันทางการศึกษาที่รุนแรง ประกอบกับความต้องการขยายตลาดทางการศึกษาไปยังกลุ่มคน
ต่างๆ ให้มากขึ้น ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาต่างมุ่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายใน
หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆมากขึ้น เพื่อเสริมจุดอ่อนจุดแข็งกันและกัน แบ่งปันหรือระดมทรัพยากร
ทำวิจัย หรือแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้เรียน ฯลฯ เป็นการเพิ่มศักยภาพ
ในการแข่งขัน โดยมีแนวโน้มการสร้าง brand name ร่วมกัน

3. สถาบันอุดมศึกษาเฉพาะทาง มีแนวโน้มว่าจะมีบางมหาวิทยาลัยมุ่งจัดการศึกษา
เฉพาะที่เป็นการลงลึกระดับเชี่ยวชาญ อันเป็นการพัฒนาการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพระดับสูง และ
เป็นการเพิ่มความสามารถแข่งขันให้มหาวิทยาลัย เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้เรียนที่สนใจเจาะจงจากทั่วโลก
ดึงดูดคณาจารย์ที่เก่งและมีความเชี่ยวชาญ ให้เข้ามาร่วมสอนและร่วมทำงานวิจัย ตัวอย่างเช่น

มหาวิทยาลัยของบริษัทต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัยผลิตรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ประเทศสหรัฐ มีมหาวิทยาลัยแฮมเบอร์เกอร์ (hamburger university) ก่อตั้งโดยบริษัทแมคโดนัลด์ ประเทศจีนมีมหาวิทยาลัยการแพทย์ (china medical university) ในญี่ปุ่นมีมหาวิทยาลัยโตเกียวด้านศาสตร์และเทคโนโลยีทางการทะเล (tokyo university of marine science and technology) โดยมีผู้คนจำนวนมากจากทั่วโลกหลั่งไหลเข้าเรียน ซึ่งในอนาคตมีแนวโน้มที่ประเทศไทย จะมีการพัฒนาและเปิดมหาวิทยาลัยเฉพาะทางในลักษณะดังกล่าวมากขึ้น

4. สถาบันอุดมศึกษามุ่งผลิตผลงานวิจัย จากสภาพการแข่งขันของสถาบันอุดมศึกษาที่รุนแรงขึ้น ส่งผลให้มหาวิทยาลัยบางแห่งอาจปรับยุทธศาสตร์ไปสู่ทิศการมุ่งผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ โดยสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการบุกเบิกการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ จนเป็นที่รู้จักและยอมรับจากนักศึกษาทั่วโลก ทั้งยังเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างรายได้เข้าสู่มหาวิทยาลัยด้วย อย่างไรก็ตาม การพัฒนาสู่การเป็นมหาวิทยาลัยวิจัย ยังมีลักษณะของมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการเรียนการสอนควบคู่ไปกับการผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ

5. สถาบันอุดมศึกษาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้การเรียนแบบ e-education หรือ e-learning เป็นที่นิยมมากขึ้น ในอนาคตจะมีการวิจัยและพัฒนาสื่อการเรียนการสอน เนื้อหาหลักสูตรบนฐานอิเล็กทรอนิกส์ มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน และการผลิตผู้เรียนให้เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ในระดับมหาวิทยาลัยจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีเครือข่ายครอบคลุมกว้างขวาง หรือที่เรียกว่ามหาวิทยาลัยเสมือน (virtual university) ซึ่งจะมีประโยชน์ในการเพิ่มโอกาสเข้าสู่การอุดมศึกษาสำหรับผู้อยู่ในพื้นที่ห่างไกล อย่างไรก็ตาม ข้อพึงระวังในการจัดการศึกษารูปแบบนี้ คือ คุณภาพการจัดการศึกษา

6. สถาบันอุดมศึกษาที่ใช้หลักสูตรต้นแบบจากต่างประเทศ การขยายตัวด้านการลงทุนทางการศึกษาที่แข่งขันมากขึ้น สถาบันอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียงระดับโลกพยายามทำตลาดการศึกษาไปยังประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศไทย ในขณะที่สังคมไทยต่างต้องการหลักสูตรการศึกษาที่มีคุณภาพที่มีความน่าเชื่อถือระดับสากล ส่งผลให้มีแนวโน้มการนำเข้าหลักสูตรการเรียนการสอนสำเร็จรูปที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากลหรือที่เรียกว่าแฟรนไชส์ (franchise) เข้ามาในมหาวิทยาลัยไทย หรืออาจเป็นการเปิดหลักสูตรร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศไทยกับมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ เป็นต้น

7. สถาบันอุดมศึกษาไทยยังไม่สามารถขยายตลาดการศึกษาไปยังต่างประเทศ การเปิดเสรีทางการศึกษา เป็นช่องทางให้เกิดการขยายสาขาวิชาที่ไทยแกร่งหรือมีความพร้อมไปสู่ต่างประเทศได้ แต่ต้องยอมรับว่าการเปิดเสรีทางการศึกษาของไทยยังไม่มีความพร้อมเพียงพอ

เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องอำนาจการต่อรอง กฎระเบียบต่างๆ รวมถึงความสามารถในการแข่งขัน กับสถาบันอุดมศึกษาจากต่างประเทศที่มีคุณภาพมากกว่า ดังนั้นใน 5 ปีข้างหน้า สถาบันอุดมศึกษา อาจจะสามารถขยายตลาดการศึกษาไปต่างแดนได้ เฉพาะในสาขาที่เป็นเอกลักษณ์ที่ไทย เช่น สอน การทำอาหารไทย คนตรีไทย รำไทย หัตถกรรมไทย ภาษาไทย เป็นต้น

8. สถาบันอุดมศึกษาที่แข่งขันไม่ได้ต้องปิดตัวหรือควมรวมกิจการ การแข่งขันด้าน การศึกษาไม่ถูกจำกัดอยู่ในขอบเขตพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งอีกต่อไป แต่จะขยายสู่การแข่งขันระดับ ภูมิภาคและระดับโลกมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันการศึกษาจะทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สถาบันอุดมศึกษาไทยจึงต้องเร่งพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ เร่งพัฒนาคุณภาพ การศึกษาเพื่อดึงดูดผู้เรียน ซึ่งหากสถาบันอุดมศึกษาใดไม่สามารถเร่งพัฒนาประสิทธิภาพในการ บริหารพัฒนาคุณภาพการศึกษา หรือมีจุดเด่นที่น่าดึงดูดมากเพียงพอ ย่อมจะทำให้ไม่สามารถ แข่งขันได้ และอาจต้องปิดตัวหรือควมรวมกิจการกับสถาบันอุดมศึกษาอื่นไปในที่สุด

9. สถาบันที่มุ่งเชิงพาณิชย์มากขึ้น การแข่งขันด้านการศึกษาที่รุนแรงขึ้น ประกอบกับ การเปลี่ยนสถานะสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับ ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาไทยต้องพึ่งตัวเองมาก ขึ้น โดยพัฒนาไปสู่การดำเนินกิจการเชิงพาณิชย์มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสถาบันอุดมเอกชนที่ ต้องหารายได้เลี้ยงตัวเองมากกว่าสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ดังจะเห็นได้จากมหาวิทยาลัยในประเทศ ไทยหลายแห่งในปัจจุบัน ต่างหาช่องทางที่จะนำรายได้เข้าสู่มหาวิทยาลัยในรูปแบบต่างๆ เช่น การ จัดทำโฆษณา การเปิดหลักสูตรปริญญาโท ปริญญาเอก การเปิดหลักสูตรการสอนผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อลดการพึ่งพิงงบประมาณจากรัฐ แต่ในขณะเดียวกันอาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพ หากสถาบันอุดมศึกษาไม่คำนึงถึงคุณภาพการจัดการศึกษา รวมถึงอาจเกิดการทุจริตคอร์รัปชัน ใน วิชาชีพ เช่น ปลอมเกรด การสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผู้เรียนจำนวนมาก แต่ขาดคุณภาพ การปล่อยให้ให้นักศึกษาที่ทำผลงานวิทยานิพนธ์โดยไม่มีคุณภาพสำเร็จการศึกษา เป็นต้น

สถาบันอุดมศึกษาไทยในปัจจุบันและในอนาคต คงไม่สามารถดำเนินกิจการได้ตาม อารมณ์ใจดังเช่นที่ผ่านมา เนื่องจากแรงกดดันของกระแสโลกาภิวัตน์ ที่ได้้นำการเปิดเสรีด้าน การศึกษาและเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจสังคมเข้าสู่ประเทศไทย ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษา จำเป็นต้องดำเนินกิจการโดยที่คำนึงถึงความอยู่รอด แต่ในขณะเดียวกันต้องไม่ละทิ้งเจตนารมณ์ ของการเป็นสถาบันที่ผลิตบุคลากรให้มีคุณภาพ ซึ่งจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของ ประเทศ โดยผมเชื่อว่าสถาบันอุดมศึกษาไทยส่วนใหญ่จะสามารถผ่านพ้นกระแสของการแข่งขันที่ รุนแรงจนนี้ไปได้

2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตร

ในการวางแผนเพื่อบริหารหลักสูตรอุดมศึกษา เบอร์กวิส (bergquist, 1981) ได้นำเสนอตัวแปรรวม 6 ด้าน เพื่อช่วยให้สถาบันอุดมศึกษา สามารถวางแผนบริหารหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวแปรทั้งหมดที่ได้เสนอแนวความคิดไว้เริ่มจากด้านที่ปรับเปลี่ยนได้ง่าย เพราะจะมีผลกระทบน้อย ไปหาด้านที่พัฒนาหรือปรับเปลี่ยนได้ยาก เบอร์กวิส ได้เสนอลำดับขั้นไว้ดังนี้

2.5.1 เวลา (time) การกำหนดเวลาเรียนและตารางเรียนแบ่งออกเป็นเรื่องปฏิทินการศึกษา (calendar) และตารางเวลาเรียน (curricular clock)

2.5.1.1 ปฏิทินการศึกษา ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ใช้ปฏิทินการศึกษาเฉพาะระบบทวิภาค โดยเรียนตั้งแต่เวลา 8:00-17:00 น. เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารมหาวิทยาลัยตระหนักว่านักศึกษาจำนวนมากสะดวกที่จะศึกษานอกเวลาดังกล่าว และการจัดการเรียนการสอนในช่วงระยะเวลาสั้นๆอย่างเร่งรัดเป็นวิชาจะได้ผลดีว่าการเรียนการสอนหลายวิชาในแต่ละภาคการศึกษา รวมทั้งการกำหนดปฏิทินการศึกษาได้ปรับเปลี่ยนเพื่อลดค่าใช้จ่ายซึ่งสูงมากในช่วงฤดูร้อน

ปฏิทินการศึกษาที่นิยมจัดกันมากที่สุด คือ ระบบทวิภาค (semester) โดยแบ่งปีการศึกษาออกเป็น 2 ภาค โดยใช้เวลาในการเรียนการสอนภาคการศึกษาละ 16-18 สัปดาห์ ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่จะต้องช่วยผู้ปกครองทำงานในภาคฤดูร้อน ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยได้ใช้ระบบการจัดการการศึกษาแบบทวิภาคในการจัดปฏิทินการศึกษาเช่นกัน

2.5.1.2 ตารางเรียน (curricular clock) สามารถจัดได้หลายรูปแบบ คือ

- วันธรรมดาในเวลาราชการ ซึ่งเป็นเวลาปกติของผู้สอนและผู้เรียน ซึ่งช่วงเวลานี้จะอยู่ในช่วงเวลา 8:00-16:30 น. การจัดช่วงเวลาการเรียนการสอนดังกล่าว แม้จะเหมาะสมกับอาจารย์ประจำ และผู้เรียน แต่ก็ยังมีผู้ที่ประสงค์จะศึกษาต่อนอกเหนือจากช่วงเวลาดังกล่าว เช่น ผู้ที่ทำงาน ซึ่งมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น การจัดการเรียนการสอนในช่วงเวลาหลังเวลาทำงานน่าจะมีการพิจารณาให้มากขึ้น

- วันธรรมดา ช่วงเย็น ซึ่งบางสถาบันได้จัดตารางการเรียนการสอนในช่วงเย็นเพิ่มเติม ซึ่งถือว่าเป็นการขยายทางการศึกษาสำหรับผู้ใหญ่ และนักศึกษาที่ทำงานประจำ ซึ่งผลพลอยได้ คือ การเพิ่มจำนวนนักศึกษาที่รับเข้า และด้านการจัดการหลักสูตรที่สามารถจัดได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

- วันธรรมดา ช่วงเช้าและช่วงพักกลางวัน ในกรณีนี้เป็นการจัดการเรียนการสอนที่พิเศษขึ้นในช่วงเช้าเวลา 7:00-9:00 น. หรือในช่วงพักกลางวัน 12:00-13:00 น. ซึ่งเป็นการให้บริการสำหรับนักธุรกิจ หรือผู้ที่ทำงานบ้านที่สนใจศึกษาต่อ

- วันหยุดราชการ ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยหลายแห่งที่กำหนดการจัดการศึกษา โดยใช้เวลาช่วงวันหยุดราชการ ซึ่งในอนาคตเบอร์กวิสได้ กล่าวไว้ว่า แนวโน้มของการจัดการศึกษาในช่วงเวลาดังกล่าวจะมากขึ้น

- การจัดเฉพาะช่วงเวลา อาจเป็นช่วงฤดูร้อน โดยให้นักศึกษาได้เข้ามาใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นเวลาหลายสัปดาห์ และมีหลักสูตรประกอบ

ลักษณะการจัดเวลาตามปฏิทินการศึกษา และตารางเวลาเรียน ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาสามารถที่จะจัดได้หลากหลายนั้น จะมีประโยชน์ในการสนองต่อความต้องการของผู้ที่ศึกษาจากหลากหลายอาชีพ และจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เรียนในการเปิดโอกาสทางการศึกษามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ทำงานประจำ และต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาบัณฑิต และ/หรือระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งเป็นการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนรู้จักเรียนรู้ที่จะจัดการเวลา ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีอยู่อย่างจำกัดให้มีประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด และในส่วนของสถาบันการศึกษา หากปรับสภาพการเรียนการสอนให้ตอบสนองต่อความจำเป็นของผู้เรียนในด้านต่างๆ ก็จะเป็น โอกาสที่ดีที่จะนำทรัพยากรมาใช้ได้อย่างเหมาะสม และมีคุณค่าต่อการบริหารงานของสถาบัน

ในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนนั้น ในเรื่องของตารางเวลาเรียน ได้มีการปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสมตามความต้องการของผู้เรียนมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการเปิดดำเนินการเรียนการสอนในภาคค่ำ ระหว่างช่วงเวลา 17:00-21:00 น. ในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง ปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อให้ผู้ที่มิงานทำได้มีโอกาสศึกษาต่อ และบางสถาบันการศึกษาทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร เขตปริมณฑล และต่างจังหวัด ได้จัดเวลาการเรียนการสอน ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เพราะสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนต่างมีความต้องการบุคลากรพิเศษที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา ซึ่งบุคคลเหล่านี้ อาจจะไม่สามารถดำเนินการเรียนการสอนได้ในวันและเวลาราชการ ทางสถาบันศึกษานั้นๆ จึงได้กำหนดการจัดการเรียนในช่วงของวันหยุดราชการ ให้กับกลุ่มผู้เรียนดังกล่าว

2.5.2 สถานที่ (place) เป็นสิ่งที่บุคคลมักจะไม่นำมาถึงความสำคัญ (hidden dimension) ซึ่งในความเป็นจริงนั้นจะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนมาก หากได้รับความสนใจที่จะพัฒนา การบริหารด้านสถานที่ แบ่งได้ดังนี้

2.5.2.1 พื้นที่ที่ใช้ในการเรียนการสอน (instructional space) ซึ่งมีทั้งภายในและภายนอก โดยภายในสถาบันการศึกษาโดยทั่วไปจะจัดอาคารสถานที่ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ในบริเวณเดียวกัน เช่น อาคารเรียน ห้องสมุด ห้องทดลอง ห้องบันทึกเสียง และห้องอื่นๆ ซึ่งโครงสร้างและแบบอาคารนั้นเป็นแบบถาวร การจัดตำแหน่งของอาคารให้สอดคล้องกับสภาพการเรียนนั้น ในปัจจุบันมหาวิทยาลัยหลายแห่ง ได้เริ่มคำนึงถึงประโยชน์การใช้สอยพื้นที่มากขึ้น เช่น มีการจัด

ห้องเรียนขนาดใหญ่ หรือปรับเปลี่ยนเป็นห้องประชุม นอกจากนี้สถาบันการศึกษาหลายแห่งได้จัดขยายการเรียนออกไปภายนอก ในรูปของวิทยาเขตเพื่อจัดนักศึกษาที่เรียนเฉพาะสาขาวิชาไปเรียน และฝึกปฏิบัติงาน หรือใช้สถานการณ์ที่ภายนอกเพื่อจัดกิจกรรมเสริมการเรียนการสอน เช่น การพักผ่อน หรือการสัมมนาวิชาการ

2.5.2.2 พื้นที่ที่นอกเหนือจากการใช้ในการเรียนการสอน (non-instructional space) หมายถึง สถานที่เพื่อการพักผ่อน การสนทนาการภายในมหาวิทยาลัย เป็นต้น นอกจากนี้บางสถาบันได้จัดให้มีหอพักสำหรับผู้เรียน และจัดให้มีการจัดการศึกษาให้กับผู้เรียนในบริเวณหอพัก ในรูปแบบของศูนย์การเรียนการสอน (living learning center) ซึ่งการใช้พื้นที่ว่างในบริเวณนี้ให้เป็นประโยชน์ในด้านใดนั้นขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละสถาบัน ในสถาบันบางแห่งได้จัดหาประสบการณ์ในการทำงานให้กับนักศึกษาภายในบริเวณสถาบันการศึกษา เช่น ให้นักศึกษาเป็นผู้ช่วยอาจารย์ในคณะและภาควิชาต่างๆ เป็นนักศึกษาช่วยงานในห้องสมุด ศูนย์คอมพิวเตอร์ หรือฝ่ายทะเบียน และใช้บริเวณบางส่วนของสถาบันให้นักศึกษาจัดตั้งบริษัทจำลองเพื่อฝึกการทำและการบริหารธุรกิจในช่วงภาคฤดูร้อน การเรียนการสอนนอกห้องเรียนนั้น มีผลทำให้นักศึกษาสนใจการเรียนเพิ่มขึ้น การเรียนในชั้นเรียนปกติอาจนำไปสอนภายนอกห้องเรียนได้

สำหรับการเรียนการสอนภายนอกสถาบันนั้น เป็นการจัดหาประสบการณ์ให้กับนักศึกษาซึ่งอาจจะจัดโดยสถาบันการศึกษาโดยตรง หรือผู้เรียนเป็นผู้จัดประสบการณ์จริงที่นักศึกษาจะได้รับนั้นมีหลายรูปแบบ เช่น การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การฝึกงานอาชีพ การศึกษาดูงาน การหาประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริง การบริการแก่ชุมชน การมีส่วนร่วมทางการเมือง การฝึกภาคสนาม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการพัฒนาเจริญเติบโตทั้งทางร่างกาย สติปัญญา จิตใจ และความรับผิดชอบแก่นักศึกษา

2.5.2.3 พื้นที่การเรียนการสอนเคลื่อนที่ (mobile instructional space) เป็นการจัดพื้นที่การศึกษาที่สำคัญที่สุด คือห้องสมุด ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้ใช้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่ ที่นั่ง เวลาเปิด - ปิด เป็นต้น พื้นที่การเรียนการสอนเคลื่อนที่ทำได้หลายรูปแบบเช่น

- การบริการการศึกษาถึงที่อยู่ของนักศึกษา (mobile classroom laboratory) ซึ่งนักศึกษาและประชาชนจะมาศึกษาจากหน่วยบริการนี้ได้ ซึ่งจะให้บริการทั้งการเรียนของทฤษฎีในชั้นเรียน และการเรียนภาคปฏิบัติในห้องทดลอง

- การใช้สื่อการศึกษา (mobile based) โดยสื่อการศึกษาที่นิยมใช้ในปัจจุบันอย่างแพร่หลาย คือ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ซึ่งสื่อที่มีประสิทธิภาพที่สุด คือ โทรทัศน์ ซึ่งในที่นี้จะรวมถึงการใช้สื่อภาพทัศน์ และนักศึกษาก็จะมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ความรู้ทางสื่อ

ต่างๆของสถาบันด้วย ซึ่งเป็นการสร้างสถานการณ์จำลองให้กับนักศึกษา เบอร์กวิสได้ให้ทัศนะว่า การเรียนการสอนที่เน้นประสบการณ์การเรียนรู้ที่สำคัญที่สุด และการเรียนรู้ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้น นอกเหนือจากช่วงของเวลาการเรียนปกติ

2.5.3 ทรัพยากร (resources) แหล่งวิทยาการที่จะทำให้การเรียนการสอนดำเนินไปได้ นั่น ได้แก่ บุคลากร (people) และวัสดุอุปกรณ์ (materials and equipments) ตลอดจนสิ่งแวดล้อม (environment)

2.5.3.1 ทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย อาจารย์ วิทยากร ครอบครัวยุติที่น่อง เพื่อน และตัวผู้เรียนเอง

- อาจารย์ในสถาบันการศึกษา โดยปกติในการศึกษาระดับปริญญาตรี อาจารย์จะสอนร่วมกันมากกว่าที่จะสอนโดยลำพัง นอกจากนั้น จะใช้อาจารย์พิเศษจากสถาบันและหน่วยงานภายนอกอื่นมาร่วมสอน โดยจัดการเรียนการสอนร่วมกันเป็นทีม (team teaching) ซึ่งจะพบระบบการเรียนการสอนแบบนี้ในมหาวิทยาลัยและวิทยาลัย เลวิน (Levine, 1978) กล่าวว่าร้อยละ 47 ของหลักสูตรปริญญาตรีจะมีการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ทีมงาน ซึ่งการจัดการสอนเป็นทีมนี้ ถ้าจัดการสอนด้วยทีมงานที่มีคุณภาพแล้ว จะมีประสิทธิผลสูงสุดทั้งต่อตัวผู้เรียนและผู้สอน แต่โดยปกติแล้วการสอนแบบนี้อาจจะไม่ประสบความสำเร็จเสมอไป เพราะอาจารย์มักชอบทำการสอนเพียงคนเดียว และไม่สันทัดในการสอนในประเด็นอื่นๆที่นอกเหนือไปจากความสนใจและประเด็นที่ตนเองมีความถนัด ซึ่งจะพบว่าทีมงานสอนมักจะแตกแยก และเมื่อมีปริมาณผู้สอนในทีมมากเท่าใด ก็มีแนวโน้มที่จะทำงานได้อย่างไม่ราบรื่น หรือขาดการติดต่อสื่อสารในหมู่สมาชิกผู้สอน เมื่อทีมสอนมีขนาดที่เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มที่ผู้สอนจะลดความตั้งใจในการสอน รวมทั้งความรับผิดชอบในการสอนของรายวิชาที่ผู้สอนรับผิดชอบจะลดลง นอกจากนี้อาจารย์มักจะได้รับภาระที่นอกเหนือจากงานสอน คือ การเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งจะทำหน้าที่ในการแนะนำการเรียน หรือแนะนำการเลือกวิชาเอกให้กับนักศึกษาในที่ปรึกษา

- วิทยากรภายนอกสถาบัน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และเกิดความคิดที่เชี่ยวชาญมากขึ้น และเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างอาจารย์ประจำ ซึ่งในการใช้บุคลากรจากภายนอกนี้ จะเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชาจากการปฏิบัติงานจริงที่จะมาช่วยสอนเสริมในการให้ความรู้แก่นักศึกษา

- นักศึกษาหรือผู้เรียน มิใช่เพียงแต่ผู้ที่จะต้องรับรู้ แต่ผู้เรียนจะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการสร้างแบบแผนการเรียนรู้ ตลอดจนหลักสูตร อย่างไรก็ตาม เป็นเรื่องของประสบการณ์ในอดีตผนวกกับความรู้ในปัจจุบันและทักษะต่างๆ รวมถึงความเชี่ยวชาญ แต่เป็นองค์ประกอบและตัวเร่งที่สำคัญในการเรียนรู้ของนักศึกษา สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาจึงมักจัดให้มีการปฐมนิเทศแก่

ผู้เรียนที่จะเข้ามาศึกษาเพื่อที่จะให้ความรู้เกี่ยวกับสถาบัน อาจารย์ บุคลากร เพื่อนๆ และ
ประสบการณ์ต่างๆ ที่ควรที่จะแสวงหาระหว่างที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษา

2.5.3.2 ทรัพยากร วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยเอกสารสิ่งพิมพ์
คอมพิวเตอร์ สตูดิโอ ห้องทดลองต่างๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมของการเรียนรู้

- เอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น ตำรา หนังสือ วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แบบเรียน
โปรแกรมสำเร็จรูป เกมส์ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้สอนมากขึ้น

- คอมพิวเตอร์ ได้รับการพัฒนาเพื่อที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนการสอน และใน
ปัจจุบันคอมพิวเตอร์ ได้กลายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารงานด้านวิชาการและอาจารย์ที่จะใช้
ในการฝึกปฏิบัติการ โดยเฉพาะในส่วนของนักศึกษา มีความจำเป็นต้องรู้จักและใช้ประโยชน์ให้
เป็น เพราะในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้ถูกนำมาใช้ในการให้คำปรึกษา แนะนำ รวมทั้งการเก็บ
รวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ต่างๆ

- ห้องปฏิบัติการทดลอง และห้องปฏิบัติการต่างๆ โดยเฉพาะการเรียนการสอนทางด้าน
วิทยาศาสตร์ ห้องปฏิบัติการทางภาษา ห้องปฏิบัติการงานขายตรง ห้องปฏิบัติการธนาคารจำลอง
 เป็นต้น

- สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ วัดได้จากจำนวนของปริมาณหนังสือในห้องสมุด ขนาด
ของคอมพิวเตอร์ ขนาดและการออกแบบของห้องอัดเสียง หรือวัดจากทรัพยากรด้านบุคลากร วัสดุ
อุปกรณ์ เพื่อใช้ในการสนับสนุนการเรียนการสอนนั้น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายพิจารณาจากจำนวนเงินที่ใช้จ่าย
ไปเพื่อการนี้ หรือพิจารณาจากค่าใช้จ่ายด้านเวลาเท่านั้น แต่การพิจารณาจากการที่นักศึกษาสามารถใช้
ทรัพยากรเหล่านี้ได้อย่างคุ้มค่า และเป็นไปตามความสนใจอย่างแท้จริง

ในปัจจุบัน สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษามีปริมาณประชากรที่มีอายุมากขึ้น และมีความ
หลากหลาย ความจำเป็น และโอกาสที่จะเลือกจ้าง และเลือกใช้ผู้ร่วมกิจกรรมจากชุมชน
จะต้องมีมากขึ้น นอกจากนี้จะต้องสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันจากระบบศูนย์บริการการเรียนการ
สอนชุมชนได้ และสิ่งสำคัญที่สุด คือ จะต้องมีการเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาซึ่งมี
ระบบการเรียนการสอนที่เน้นทางด้านทฤษฎี ส่วนการปฏิบัติจริงซึ่งออกปฏิบัติในชุมชน หลักสูตร
ในลักษณะดังกล่าวจะกระตุ้นให้นักศึกษาในระดับอายุ หรือวัยต่างๆ ให้มีส่วนร่วมในการศึกษา
ตลอดชีวิตของตนเอง ทั้งการรับรู้ในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาหาความรู้จากชุมชนที่ตน
อาศัยอยู่

2.5.4 องค์กร (organization) การจัดการศึกษาเพื่อให้หลักสูตร และการเรียนการสอนเป็นไป
อย่างราบรื่น เบอร์ควิส ได้แสดงทัศนะว่า มีวิธีการอย่างน้อย 3 วิธี ที่จะต้องคำนึงถึงการดำเนินงาน
ในลักษณะองค์กร และจัดสายงานทางวิชาการให้มีอิทธิพลต่อความคล่องตัวในงานวิชาการ คือ

- วิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัย ต้องจัดหลักสูตรที่มีการประสาทปริญญาบัตรอย่างน้อย 1-2 โปรแกรมการศึกษา

- สถาบันต้องกำหนดวิธีการลำดับขั้นตอนหลักสูตรสำหรับปริญญาตรีที่จะมีการจัดบุคลากรในสถาบันให้เหมาะสมเพื่อดำเนินตามหลักสูตร

เมื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ดังกล่าวแล้วสามารถจัดแบ่งองค์ประกอบได้ 2 ส่วนใหญ่ คือ การจัดโปรแกรมการศึกษา และการจัดหน่วยงานบริหาร ดังนี้

2.5.4.1 การจัดโปรแกรมการศึกษา ซึ่งแบ่งออกเป็น

- โปรแกรมเฉพาะ และกำหนดไว้แน่นอนเช่น สถาบันเฉพาะทางที่ฝึกผู้เรียนไปใช้ประกอบอาชีพโดยเฉพาะ เช่น ทหาร พยาบาล ตำรวจ แพทย์ ทันตแพทย์ เป็นต้น

- โปรแกรมประกอบวิชาเอก วิชาศึกษาทั่วไป และวิชาเลือก

- โปรแกรมหลายวิชาเอก

- โปรแกรมที่นักศึกษาทำสัญญาการเรียน

2.5.4.2 การจัดหน่วยงานบริหาร มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการจัดการเรียนการสอน ซึ่งใช้วิธีการจัดหน่วยงานบริหารหลายแบบด้วยกันแล้วแต่ละสถาบันจะเลือกเพื่อความเหมาะสมกับธรรมชาติของสถาบันการศึกษานั้นๆ คือ

- เฉพาะศาสตร์ เช่น คณะและสาขาวิชา (disciplinary unit)

- พหุวิชา (multidisciplinary unit)

- สหสาขาวิชา (interdisciplinary unit)

- หน่วยงานผสม (matrix unit)

- สถาบันหรือศูนย์ (temporary unit)

ข้อคิดที่ควรนำมาปฏิบัติคือ การจัดองค์การต้องสามารถยืดหยุ่น คือ ปรับเปลี่ยนได้ การจัดหน่วยงานที่ยึดติดอยู่กับหน่วยเดิม จะไม่เหมาะกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การจัดองค์การในลักษณะหน่วยงานผสม จะช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวให้เข้ากับวิทยาการและความก้าวหน้าของโลกได้

2.5.5 กระบวนการ (procedure) กระบวนการจัดการเรียนการสอนแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ กระบวนการวางแผนการเรียนการสอน กระบวนการกำหนดหน่วยการเรียน กระบวนการสอนทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน และกระบวนการวัดผลการเรียน ดังนี้

2.5.5.1 กระบวนการวางแผนการเรียน (program planning) โดยส่วนใหญ่สถาบันหรือคณะเป็นผู้กำหนดหลักสูตรเนื้อหาวิชา และโครงสร้างหลักสูตรจัดทำโดยคณาจารย์ คณะหรือโดยกรรมการคณะ และนักศึกษาสามารถศึกษารายละเอียดได้จากคู่มือนักศึกษาซึ่งมีแผนการเรียนตลอด

หลักสูตร ความรับผิดชอบวางแผนการเรียนการสอนจึงขึ้นอยู่กับคณาจารย์มากกว่าผู้เรียน แต่ในบางสถาบันการศึกษา คณาจารย์และนักศึกษาร่วมกันจัดทำแผนการเรียน โดยคณาจารย์จะกำหนดวิชาบังคับส่วนนักศึกษากำหนดวิชาบังคับเลือก หรืออีกวิธีหนึ่ง คณาจารย์และนักศึกษาจะร่วมกันกำหนดรายวิชา และเรียน โดยทำสัญญาเรียนเป็นกลุ่มหรือรายบุคคล นอกจากนี้บางสถาบันการศึกษายินยอมให้นักศึกษากำหนดหลักสูตร นักศึกษาสามารถเลือกแผนการเรียนได้ตามความถนัด มีคณาจารย์ให้คำแนะนำบ้างหมกนักศึกษาต้องการ

2.5.5.2 การกำหนดหน่วยการเรียน (crediting) มีทางเลือกหลายประการ เช่น พิจารณาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแต่ละหน่วย นอกจากนี้ บางสถาบันการศึกษาก็มีการเทียบโอนหน่วยการเรียนเพื่อให้นักศึกษาที่ต้องการย้ายเข้ามาเรียนไม่ต้องเสียเวลาเรียนวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่นิยมให้มีการสอบคัดเลือกเข้าเรียน อาจจะโดยวิธีทดสอบหรือสอบสัมภาษณ์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณนักศึกษาที่มาสมัครและจำนวนนักศึกษาที่สถาบันการศึกษานั้นจะรับเข้าศึกษาได้และเมื่อรับเข้าศึกษาแล้วสถาบันการศึกษาอาจจะกำหนดให้เรียนบางวิชาเพิ่มเติม เพราะขาดพื้นฐานความรู้หรือเพื่อปูพื้นฐานความรู้ในบางระดับโดยไม่มีหน่วยการเรียนให้ แต่อยู่ในรูปของการสอบผ่านหรือไม่ผ่านนักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา หากสามารถพิสูจน์ได้ว่ามีประสิทธิภาพและความรู้เพียงพอในสาขาที่เลือกศึกษา

2.5.5.3 การสอน (teaching) การสอนเกิดขึ้นเมื่อมีส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ ผู้เรียน ผู้สอน และเนื้อหาวิชาที่จะสอนหรือเสริมประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียน วิธีการสอนอาจจะเน้นที่เนื้อหาวิชา ซึ่งอาจจะสอนโดยวิธีการบรรยาย ถามตอบ อ่านบทเรียนแบบโปรแกรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจจะสอนโดยผู้เรียนมีส่วนร่วม โดยวิธีการสัมมนา อภิปราย เข้าห้องปฏิบัติการ ถกเถียงปัญหา การสอนแบบทีม กรณีศึกษา การอภิปรายย่อย การสมมติสถานการณ์ ซึ่งเป็นวิธีการสอนที่กำลังนิยมและกล่าวถึงกันมาก ซึ่งให้นักศึกษาเรียนเป็นอิสระ

2.5.5.4 การวัดผล มีหลายวิธีด้วยกัน คือ วัดผลจากข้อสอบปิดที่นิยมกันที่สุดคือข้อสอบแบบปรนัย การวัดผลด้วยข้อสอบแบบปลายเปิด การวัดผลจากงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำการวัดผลจากการทดสอบพฤติกรรม การวัดผลจากการสังเกต

2.5.6 ผลผลิต คือ ผู้สำเร็จการศึกษา ซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ได้ว่าหลักสูตรประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เพียงใด มีข้อพิจารณา 3 ประการคือ

2.5.6.1 เป้าหมายการศึกษาพิจารณาจากตัวผู้สำเร็จการศึกษา เบอร์ควิส ให้แนวคิดของบัณฑิต 7 คุณลักษณะ ซึ่งยึดถือในการตั้งเป้าประสงค์การผลิตบัณฑิตมาจนปัจจุบันนี้ การที่สถาบันการศึกษาจะเน้นคุณลักษณะด้านใดให้เด่นชัดนั้นสถาบันจะกำหนดขึ้น โดยอาศัยปัจจัยภายนอก คือ ความต้องการของสังคมประกอบด้วยคุณลักษณะทั้ง 7 ประการ คือ ความเป็นผู้มี

ศักดิ์ศรี ความเป็นนักวิชาการ ความเป็นพลเมืองดี ความเป็นผู้รักความก้าวหน้าใฝ่หาความรู้ ความเป็นผู้เคร่งศาสนา ความเป็นผู้มีสุนทรีย์ ความเป็นผู้รักการค้นคว้าหาความรู้

2.5.6.2 คุณสมบัติของผู้สำเร็จการศึกษา การกำหนดคุณสมบัติของผู้สำเร็จการศึกษาที่ต่องานนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์จะเกี่ยวกับการเน้นความเชี่ยวชาญในสาขาที่ศึกษา ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีเหตุผล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถเผชิญกับปัญหาอุปสรรคและแก้ปัญหาได้ เบอร์ควิส ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของสถาบันการศึกษาที่นำไปกำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต ดังนี้

- คุณลักษณะบัณฑิต ตรงตามจุดมุ่งหมายพื้นฐานของสถาบันการศึกษา
 - ความรู้ ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญและทัศนคติที่ดี ซึ่งสถาบันศึกษาคาดหมายต่อบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา
 - สร้างความชำนาญพื้นฐานเพียงพอที่จะแสวงหาความรู้ หรือพัฒนาตนเองให้มีความสามารถมากขึ้น
 - ทรัพยากรพื้นฐานที่จะสามารถพัฒนาให้เกิดความสามารถเฉพาะตัว
 - คุณลักษณะทั่วไปของหลักสูตรที่จะจัดเตรียมคุณสมบัติให้แก่นักศึกษา
 - กิจกรรมต่างๆ ที่สถาบันการศึกษาจัดเป็นไปเพื่อให้นักศึกษามีคุณลักษณะที่กล่าวมานี้
- นำไปกำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต เพื่อให้บัณฑิตมีความรู้ความสามารถที่จะสร้างประโยชน์ต่อตนเอง สถาบันการศึกษา และส่วนรวมได้

- การประเมินผลผู้สำเร็จการศึกษา สถาบันการศึกษาจำเป็นต้องประเมินผลผู้สำเร็จการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าหลักสูตรต่างๆที่จัดนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

จากแนวทางการวางแผน และการบริหารหลักสูตร สามารถสรุปได้ว่า ในการวางแผนเพื่อบริหารหลักสูตรอุดมศึกษา เพื่อช่วยให้สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาสามารถวางแผนบริหารหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องประกอบด้วย ตัวแปร ด้านเวลา ด้านสถานที่ ด้านทรัพยากร ด้านองค์การ ด้านขบวนการ และด้านผลผลิต

2.6 การจัดการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตในประเทศไทย

การศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตได้เริ่มขึ้นในวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2483 โดยคำริของ จอมพล ป.พิบูลสงคราม ซึ่งดำรงตำแหน่งอธิการบดีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยการประกาศตั้งแผนกทันตแพทยศาสตร์ขึ้นเป็นแผนกอิสระ และได้มีคำสั่งแต่งตั้งให้ ศาสตราจารย์ พ.อ.หลวงวาทิตวัชฌน์เป็นหัวหน้าแผนกอิสระ และดำเนินการเรียนการสอนวิชาเฉพาะทาง ทันตแพทยศาสตร์โดยศาสตราจารย์ พ.อ.หลวงวาทิตวัชฌน์ ศาสตราจารย์สี สิริสิงห และ Dr.Matin Hanf ทันตแพทย์ชาวเยอรมัน ขณะที่การเรียนการสอนในวิชาวิทยาศาสตร์พื้นฐานของวิชาการแพทยนั้น นิสิตแผนกทันตแพทยศาสตร์ได้เรียนร่วมกับนิสิตคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราช โดยในปีนั้นมีนิสิตทันตแพทย์รุ่นแรกจำนวน 8 คน ต่อมาในปี พ.ศ. 2486 ได้มีพระราชบัญญัติจัดตั้งมหาวิทยาลัยแพทยศาสตร์ขึ้น โดยแยกคณะแพทยศาสตร์ แผนกเภสัชศาสตร์ และแผนกสัตวแพทยศาสตร์ ออกจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หลังจากนั้นมหาวิทยาลัยแพทยศาสตร์ได้จัดตั้งคณะทันตแพทย์แห่งที่ 2 ขึ้น คือ คณะทันตแพทยศาสตร์ พญาไท ดังนั้นในช่วงเวลานี้มหาวิทยาลัยแพทยศาสตร์จึงมีคณะทันตแพทย์ 2 คณะ ต่อมา จึงได้โอนคณะทันตแพทยศาสตร์ บริเวณที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กลับคืนให้แก่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และตัดสร้อยท้าย คำว่า “พญาไทย” ออก เป็นคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลรวมเป็นมหาวิทยาลัย และในปีการศึกษา 2486 นั้นเองได้มีพิธีประสาทปริญญาแก่ทันตแพทยศาสตรบัณฑิตรุ่นแรก จำนวน 6 คน ณ ห้องประชุมตึกอำนวยการคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราช ในวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2486

ในปีการศึกษา 2489 คณะทันตแพทยศาสตร์ ได้จัดแยกการสอนวิชา ชีวเคมี สรีรวิทยา และกายวิภาคศาสตร์ ออกจากคณะแพทยศาสตร์ มาจัดดำเนินการสอนเอง ต่อมาในปี พ.ศ. 2490 ได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งคณะทันตแพทยศาสตร์ ออกเป็น 12 แผนก ได้แก่ แผนกอำนวยการ แผนกทันตวิภาคศาสตร์ วิทยาฮิลโตกรรมและทันตพยาธิวิทยา แผนกเภสัชวิทยา มะเตเรียเมดิคะ และวิชาการรักษา แผนกทันตกรรมหัตถการ แผนกทันตกรรมประดิษฐ์ แผนกทันตกรรมจัดฟัน บัคตรี-พยาธิ และแผนกโรงเรียนทันตดามัย (ซึ่งโอนกิจการมาจากโรงเรียนทันตแพทย์ชั้น 2 ของกรมสาธารณสุข)

ในปี พ.ศ. 2494 คณะทันตแพทยศาสตร์ ได้พัฒนาความรู้ทางวิชาการทันตแพทยศาสตร์ กับต่างประเทศ โดยเฉพาะกับ Dr. Joseph F. Volker ซึ่งเป็นคณบดีของโรงเรียนทันตแพทย์ มหาวิทยาลัยยอลาบามา ประเทศสหรัฐอเมริกา

ต่อมามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้พิจารณาเห็นว่าประเทศไทยประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากรทางด้านสาขาทันตแพทยศาสตร์ จึงได้เสนอโครงการจัดตั้งคณะทันตแพทยศาสตร์ ขึ้น ได้รับอนุมัติให้จัดตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2539 โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่ม 113 ตอนที่ 39 ลงวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2539 ทั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตทันตแพทย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมในปัจจุบัน รวมทั้งเป็นแหล่งศึกษา ค้นคว้าวิจัย และให้บริการทางวิชาการด้านทันตแพทยศาสตร์ ด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ และด้านสาธารณสุข ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศโดยรวม

คณะทันตแพทยศาสตร์เปิดรับนักศึกษาทั้งจากผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีด้านวิทยาศาสตร์ทุกสาขา เพื่อให้ได้ผู้เรียนที่มีวุฒิภาวะสูง และผู้จบการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยจัดการศึกษาที่มีพื้นฐานบนหลักการ Community Oriented ให้นักศึกษาได้รับรู้ปัญหาสุขภาพรวมทั้งสุขภาพช่องปากของชุมชน ตั้งแต่เริ่มศึกษาในหลักสูตร ทั้งนี้เพื่อให้ได้บัณฑิตที่เข้าใจกับความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ และการจัดการเรียนการสอนเป็น “หน่วยการเรียน” (Block Or Module) ลักษณะวิชาที่จัดสอนมีลักษณะบูรณาการของเนื้อหาวิชาหลายๆวิชา รวมกัน โดยเป็นการศึกษาที่ใช้ปัญหาทางทันตแพทยศาสตร์และทันตสาธารณสุขเป็นหลัก (Problem Based Learning) เน้นการศึกษากาคนามและการฝึกปฏิบัติในชุมชน (Community Based Learning)

คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้เริ่มจัดตั้งเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2538 โดยในระยะแรกยังคงเป็นโครงการจัดตั้งคณะทันตแพทยศาสตร์ และมีสำนักงานของโครงการฯ อยู่ที่อาคารคณะเภสัชศาสตร์ ในปีการศึกษา 2540 โครงการจัดตั้งคณะทันตแพทยศาสตร์ ได้เริ่มรับนิสิตรุ่นแรกจำนวน 30 คน และในปีการศึกษาถัดมาจนถึงปัจจุบันได้เพิ่มเป็น 45 คนต่อปี ต่อมาในวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2543 โครงการจัดตั้งคณะทันตแพทยศาสตร์ได้รับอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยนเรศวรให้มีสถานภาพเป็นคณะทันตแพทยศาสตร์

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2548 มหาวิทยาลัยรังสิตได้ดำเนินการจัดตั้งคณะทันตแพทยศาสตร์ ขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นคณะทันตแพทยศาสตร์เอกชนแห่งแรก โดยคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิตได้จัดการเรียนการสอนหลักสูตรทันตแพทยศาสตร์แบบทวิภาษา (Bilingual)

ต่อมามหาวิทยาลัยเวสท์เทิร์น ได้จัดตั้งคณะทันตแพทยศาสตร์ขึ้น โดยเปิดรับนักศึกษา รุ่นแรกในปีการศึกษา 2552 นับได้ว่าเป็นคณะทันตแพทยศาสตร์ที่ดำเนินการเรียนการสอนโดย มหาวิทยาลัยเอกชนลำดับที่ 2 ของประเทศไทย

จากการพัฒนาการทางการบริหารหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตของมหาวิทยาลัย ต่างๆ จึงได้กำหนดให้หลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตเป็นหลักสูตร 6 ปี โดยใน 3 ปีแรกของการศึกษา นักศึกษาจะได้รับการศึกษาในกลุ่มวิชาการศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์พื้นฐาน การแพทย์ และใน 3 ปีการศึกษาหลัง นักศึกษาทันตแพทย์จะได้รับการศึกษาในกลุ่มวิชาชีพเฉพาะ ทั้งนี้ เพื่อให้ให้นักศึกษาทันตแพทย์มีความรู้ความสามารถ และทักษะในการประกอบวิชาชีพทันต แพทย์ภายหลังสำเร็จการศึกษา

ตารางที่ 2.2 โครงสร้างหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ประจำปีการศึกษา 2522

กลุ่มวิชา	จำนวนหน่วยการเรียน
กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป	30
กลุ่มวิชาเฉพาะ	201
- วิชาชีพพื้นฐาน	18
- วิชาชีพเฉพาะ	181
- วิชาเลือก	2
วิชาเลือกเสรี	6
รวม	237

ตารางที่ 2.3 โครงสร้างหลักสูตรทันตแพทยศาสตร์ หลักสูตรทันตแพทยศาสตร์บัณฑิต คณะทันต
แพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปีการศึกษา 2552

กลุ่มวิชา	จำนวนหน่วยการเรียน
กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป	39
กลุ่มวิชาก่อนคลินิก	68
- วิทยาศาสตร์พื้นฐานการแพทย์	49
- วิทยาศาสตร์พื้นฐานทางทันตแพทย์	19
กลุ่มวิชาคลินิก	127
- วิทยาศาสตร์การแพทย์	9
- วิชาชีพเฉพาะ	118
วิชาเลือกเสรี	3
รวม	237

ตารางที่ 2.4 โครงสร้างหลักสูตรทันตแพทยศาสตร์บัณฑิต (หลักสูตร 2 ภาษา) มหาวิทยาลัยรังสิต
ประจำปีการศึกษา 2552

กลุ่มวิชา	จำนวนหน่วยการเรียน
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	32
หมวดวิชาเฉพาะ	215
- กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ	70
- กลุ่มวิชาชีพ	145
วิชาเลือกเสรี	6
รวม	253

ตารางที่ 2.5 โครงสร้างหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ประจำปีการศึกษา 2552

กลุ่มวิชา	จำนวนหน่วยการเรียน
กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป	30
กลุ่มวิชาเฉพาะ	193
- วิทยาศาสตร์พื้นฐาน	17
- วิชาพื้นฐานวิชาชีพ	39
- วิชาชีพ	127
วิชาเลือกเสรี	6
รวม	229

ภายหลังการเปลี่ยนแปลงสภาพมหาวิทยาลัยของรัฐเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของ
รัฐบาล ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐของมหาวิทยาลัยต่างๆ ทำให้มหาวิทยาลัย
ในกำกับของรัฐเกิดการตื่นตัวปรับปรุงหลักสูตรเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการการใช้
บัณฑิตทันตแพทย์ทั้งภาครัฐและเอกชนยิ่งขึ้น

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิพย์พรรณ นพวงศ์ ณ อยุธยา (อ้างถึงในทรงวุฒิ วัฒนขจร, 2523, หน้า 16) กล่าวถึง
มูลเหตุที่จูงใจในการศึกษาว่าเหตุจูงใจในการศึกษาของบุคคลแต่ละระดับจะแตกต่างกันออกไปตาม
วัย ฐานะ และโอกาส ซึ่งในวัยเด็กส่วนใหญ่จะเรียนเพราะพ่อแม่อยากให้เรียน หรือเรียนไปตาม
เพื่อน ถ้าเป็นวัยรุ่นตอนปลาย หรือวัยที่ก้าวเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ตอนต้น คือ กลุ่มอายุ 16-25 ปี ก็อาจจะมี
ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับการเรียนไปอีกแบบหนึ่ง เพราะผู้ที่อยู่ในวัยนี้จะเริ่มมองเห็นแนวทางชีวิต
ของตน ซึ่งสามารถศึกษาได้จากบุคคลรอบข้างบางคนอาจจะต้องเริ่มมีความรับผิดชอบเกี่ยวกับ
ภาระของครอบครัวจากครอบครัวของตนเอง ครอบครัวของเพื่อน ญาติพี่น้องหรือผู้ที่อยู่ใกล้ชิด
อื่นๆความคิดเกี่ยวกับการเรียนนั้น อาจจะเริ่มหันเข้าสู่ผลทางเศรษฐกิจ เช่น การเลือกเรียนในคณะ
สาขา ที่สามารถหารายได้ง่าย มีรายได้ดี ไม่ต้องทำงานหนัก และที่สำคัญจะต้องเป็นงานที่ตนมีใจรัก
ในงานที่ทำ และชอบที่จะทำงานนั้นด้วย เป็นต้น บางครั้งการเลือกเรียนในสาขาวิชาต่างๆของเด็ก
วัยรุ่นนั้นมักจะขึ้นอยู่กับค่านิยมของพ่อแม่ พี่น้อง และเพื่อนๆ เพราะการอบรมเลี้ยงดูบุตรหลานใน
สังคมไทยนั้นไม่ค่อยเปิดโอกาสให้บุตรหลานได้สามารถที่จะตัดสินใจได้ด้วยตนเอง พ่อแม่ และ

ญาติพี่น้องบางคนมีค่านิยมแบบเก่าๆ ว่าการเรียนในระดับมหาวิทยาลัยเท่านั้นที่จะทำให้บุตรหลานของตนได้มีโอกาสทำงานที่ดี มีเงินเดือนประจำสูง ได้มีโอกาสเป็นเจ้าของคน เป็นที่เชิดหน้าชูตาของพ่อแม่และวงศ์ตระกูล โดยมีได้คำนึงถึงศักยภาพของผู้เรียน ในเรื่องของการสนับสนุนของครอบครัวนี้ ถ้าครอบครัวใดมีฐานะทางเศรษฐกิจดี ก็จะส่งเสียบุตรหลานให้ได้เรียนถึงระดับสูงเท่าที่สติปัญญาจะเอื้ออำนวย ให้สามารถเรียนได้ ซึ่งอาจจะเรียนจนถึงระดับปริญญาโทหรือปริญญาเอก ส่วนครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ค่อยดี ก็ไม่สามารถที่จะส่งบุตรหลานให้ถึงระดับอุดมศึกษาได้ก็จำเป็นต้องให้ออกไปประกอบอาชีพช่วยเหลือครอบครัวก่อน และเมื่อมีโอกาสภายหลัง อีกทั้งยังมีความสนใจจึงจะกลับเข้ามาศึกษาต่อใหม่ในการเข้าศึกษาของคนกลุ่มหลังนี้ มักจะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากกลุ่มแรก กล่าวคือ คนกลุ่มหลังนี้มักจะเลือกเรียนในสิ่งที่ตนให้ความสนใจและเพื่อเพิ่มพูนวิทยฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจด้วย

อักรชิต ทีฆะทิพย์สกุล (2530) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์มูลเหตุของนิสิตบัณฑิตศึกษาต่อการเข้าศึกษาในระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าแรงจูงใจของนิสิตบัณฑิตศึกษาต่อการเข้าศึกษาระดับปริญญาโท คณาจารย์มหาวิทยาลัย ที่สุด 3 ระดับ ระดับแรก คือ ความต้องการความสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท คณาจารย์มหาวิทยาลัย ต้องการความรู้ใหม่ๆ ไปใช้ในงานที่จะปฏิบัติต่อไปและต้องการความรู้วิชาการใหม่ๆ ที่ทันสมัย ตัวประกอบสำคัญที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนิสิตบัณฑิตศึกษาต่อการเข้าศึกษาในระดับปริญญาโท คณาจารย์มหาวิทยาลัย มี 8 ตัวประกอบคือ (1) คุณภาพของอาจารย์และการจัดการศึกษา (2) ความต้องการปริญญาโท (3) สาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของสังคม (4) ความรู้ (5) สาขาวิชาที่นิสิตสามารถเรียนสำเร็จได้ (6) สาขาวิชาที่มีความสามารถนำไปใช้ได้ (7) สาขาวิชาที่ตรงกับความถนัดของนิสิต และ (8) เกียรติภูมิของมหาวิทยาลัย

นิตยา วัฒนารณ (2531) ได้ศึกษาเหตุจูงใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ภาคพิเศษ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษา ลักษณะทั่วไป และเหตุจูงใจในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านการสนับสนุนของผู้อื่น และด้านความมุ่งหวังของผู้สมัครศึกษาต่อระดับปริญญาโท ภาคพิเศษ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ พบว่าเหตุจูงใจด้านสถาบันเป็นเหตุจูงใจสูงสุด รองลงมาคือ ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านความมุ่งหวัง และมีเหตุจูงใจด้านการสนับสนุนของผู้อื่นเป็นเหตุจูงใจที่ต่ำที่สุด

เจือจันทร์ จงสถิตอยู่ (อ้างถึงใน ทรงวุฒิ วัฒนขจร, 2533, หน้า 17) กล่าวถึงสาเหตุของการจูงใจในการศึกษาว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน
2. ทุนทรัพย์ที่ใช้ในการศึกษามากหรือน้อยกว่ากัน

3. คุณภาพของการจัดการเรียนการสอนที่แตกต่างกัน
4. สถานที่ตั้งของการศึกษาที่อยู่ในส่วนกลางหรือภูมิภาค
5. ความมีชื่อเสียงของสถานศึกษาที่แตกต่างกัน

ศุภรัตน์ มีหาร (2536) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยครูและการเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สายครุศาสตร์ โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางสังคมวิทยา ผลการวิจัยสรุปว่า นักศึกษาเลือกเรียนต่อที่วิทยาลัยครูเพราะชอบและต้องการเรียน และเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วจะประกอบอาชีพตามสาขาที่เรียนมา และต้องการประกอบอาชีพอื่น เช่น พนักงานรัฐวิสาหกิจและเอกชน รวมทั้งต้องการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น และการที่วิทยาลัยเปิดสอนหลายสาขาวิชาทำให้นักศึกษาเลือกเรียนต่อวิทยาลัยครู นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยครูของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะครุศาสตร์ ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา เพื่อน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สาขาวิชาที่เปิดสอน อาชีพ รายได้ และการศึกษาของบิดามารดาของนักศึกษา

สุรรัตน์ อนุกุลประเสริฐ (2538) ได้ศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจของนักศึกษามหาบัณฑิตวิทยาลัยต่อการศึกษาต่อปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจของนักศึกษามหาบัณฑิตวิทยาลัยต่อการเข้าศึกษาในระดับปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คือ ต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเอง รองลงมา คือ ต้องการศึกษาค้นคว้าความรู้ด้านวิชาการใหม่ๆ ที่ทันสมัย และลำดับสุดท้ายคือ ต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก เพื่อแสดงถึงความสามารถของตนเองและวงศ์ตระกูล ต้องการเสริมสร้างความมั่นใจในการทำงาน ต้องการเปลี่ยนสายงานอาชีพใหม่ ในด้านหลักสูตรและสาขาวิชา พบว่าปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญลำดับแรกคือ หลักสูตรหรือสาขาที่เปิดสอนสอดคล้องกับลักษณะงานที่ทำประจำ รองลงมาคือ หลักสูตรหรือสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความสามารถ และความถนัด และลำดับสุดท้ายคือ หลักสูตรหรือสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับสาขาวิชาที่เรียนมาในระดับปริญญาตรี คณะหรือมหาวิทยาลัยมีมาตรฐานและความพร้อมในการจัดการศึกษา มหาวิทยาลัยมีบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมน่าเรียนเคยเป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยแห่งนี้มาก่อน และในด้านอาจารย์ผู้สอน เช่น คณาจารย์มีผลงานวิชาการที่เป็นประโยชน์ และเป็นที่ยอมรับในวงการการศึกษา

จินตนา สายทองคำ (2539) ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านตัวนักศึกษา เศรษฐกิจและสังคม และสภาพแวดล้อมของสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อและไม่ศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีชั้นสูงของวิทยาลัยนาฏศิลป์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อและไม่ศึกษาต่อของนักศึกษาประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ ตัวนักศึกษา เศรษฐกิจและสังคม และสภาพแวดล้อมของสถาบัน จำนวน 6 องค์ประกอบ คือ ความผูกพันกับกลุ่มเพื่อน ความถนัดในการเรียนวิชาชีพ

นาฏศิลป์ การศึกษาสถาบันอื่นตามกลุ่มเพื่อน การสนับสนุนจากผู้ปกครองและค่าใช้จ่ายในการศึกษา ความพึงพอใจในการเรียนด้านนาฏศิลป์ และความมั่นใจในการประกอบอาชีพด้านนาฏศิลป์ ส่วนนักศึกษาที่ไม่ศึกษาต่อมีปัจจัยประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ คือ ความไม่พึงพอใจในการเรียนด้านนาฏศิลป์ และการศึกษาต่อสถาบันการศึกษาอื่นตามกลุ่มเพื่อน

ศุทธิยา จงสว่าง (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า กลุ่มปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ความพร้อมทางด้านพื้นฐานความรู้ของตนเอง ความต้องการของตนเอง สถานภาพส่วนตัว และความสะดวกในการเดินทาง กลุ่มปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ วิสัยทัศน์ในการประกอบอาชีพ ความเหมาะสมกับฐานะทางการเงิน และการได้รับแรงจูงใจของมหาวิทยาลัยเอกชน ส่วนปัจจัยที่สำคัญเป็นลำดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านการชี้แนะของผู้ปกครอง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแรงดึงดูดของแต่ละมหาวิทยาลัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนนั้น มีทั้งส่วนที่เหมือนกันและส่วนที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ส่วนที่เหมือนกัน ได้แก่

ด้านความพร้อมทางด้านพื้นฐานความรู้ของตนเอง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนมากที่สุด ในกลุ่มนักศึกษา 2 มหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ด้านความสะดวกในการเดินทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนมากที่สุด ในกลุ่มนักศึกษา 2 มหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยเกริก และมหาวิทยาลัยศรีปทุม

2. ส่วนที่แตกต่างกัน ได้แก่

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ นักศึกษาเลือกเข้าศึกษา โดยมีเหตุผลเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 อันดับ อันดับแรกคือ การได้รับแรงจูงใจของมหาวิทยาลัย (ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย) สถานภาพส่วนตัว (มีคณะที่สอดคล้องกับความต้องการและความถนัด) ความพร้อมทางด้านพื้นฐานความรู้ของตนเอง (การที่สามารถสอบผ่านการคัดเลือก) ความเหมาะสมกับฐานะทางการเงิน (ผู้ปกครองมีความสามารถสนับสนุนทางการเงินในการศึกษาระดับอุดมศึกษา) และการได้รับแรงจูงใจของมหาวิทยาลัย (การพอใจในภาพพจน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยนี้) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเกริก นักศึกษาเลือกเข้าศึกษา โดยมีเหตุผลเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 อันดับ อันดับแรก คือ ความต้องการของตนเอง (นักศึกษาต้องการได้รับปริญญาตรงกับคณะที่ตนเองชอบ) ความสะดวกในการเดินทาง (มหาวิทยาลัยอยู่ใกล้บ้านทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย) ความเหมาะสมกับฐานะทางการเงิน (ค่าใช้จ่ายของมหาวิทยาลัยนี้เหมาะสมกับฐานะของนักศึกษา)

ความสะดวกในการเดินทาง (การเดินทางระหว่างบ้านกับมหาวิทยาลัยไปมาสะดวก) และความพร้อมทางด้านพื้นฐานความรู้ของผู้เรียนเอง ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต นักศึกษาเลือกเข้าโดยมีเหตุผลเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ ความต้องการของตนเอง (นักศึกษาต้องการได้รับปริญญาตรงกับคณะที่ตนเองชอบ) ความเหมาะสมกับฐานะทางการเงิน (ผู้ปกครองมีความสามารถสนับสนุนทางการเงินในการศึกษาระดับอุดมศึกษา) ความพร้อมทางด้านพื้นฐานความรู้ของตนเอง (การที่สามารถสอบผ่านการคัดเลือก) ความสะดวกในการเดินทาง (การเดินทางระหว่างบ้านกับมหาวิทยาลัยไปมาสะดวก) และความต้องการของตนเอง ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาโดยมีเหตุผลเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ ความต้องการของตนเอง (นักศึกษาต้องการได้รับปริญญาตรงกับคณะที่ตนเองชอบ) ความเหมาะสมกับฐานะทางการเงิน (ผู้ปกครองมีความสามารถสนับสนุนทางการเงินในการศึกษาระดับอุดมศึกษา) สถานภาพส่วนตัว (มีคณะที่สอดคล้องกับความต้องการและความถนัด) ความสะดวกในการเดินทาง (การเดินทางระหว่างบ้านกับมหาวิทยาลัยไปมาสะดวก) และความเหมาะสมกับฐานะทางการเงิน (ค่าใช้จ่ายของมหาวิทยาลัยนี้เหมาะสมกับฐานะของนักศึกษา) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาโดยมีเหตุผลเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ ความพร้อมทางด้านพื้นฐานความรู้ของตนเอง (การที่สามารถสอบผ่านการคัดเลือก) การได้รับแรงจูงใจของมหาวิทยาลัย (ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นแรงจูงใจ) สถานภาพส่วนตัว (มีคณะที่สอดคล้องกับความต้องการและความถนัด) ความต้องการของตนเอง (นักศึกษาต้องการได้รับปริญญาตรงกับคณะที่ตนเองชอบ) และด้านการชี้แนะของผู้ปกครอง (ผู้ปกครองต้องการให้เข้าศึกษาที่นี่) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาโดยมีเหตุผลเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ สถานภาพส่วนตัว (มีคณะที่สอดคล้องกับความต้องการและความถนัด) ความพร้อมทางด้านพื้นฐานความรู้ของตนเอง (การที่สามารถสอบผ่านการคัดเลือก) วิสัยทัศน์ในการประกอบอาชีพ (ผู้ปกครองต้องการให้เข้าศึกษาที่นี่เพราะเมื่อสำเร็จการศึกษาและอาจจะมีโอกาสเข้าทำงาน และมีรายได้สูงจากความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย) ความต้องการของตนเอง (นักศึกษาต้องการได้รับปริญญาตรงกับคณะที่ตนเองชอบ) และได้รับแรงจูงใจของมหาวิทยาลัย (เพราะความมีชื่อเสียงด้านวิชาการของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ที่ได้ยินได้ฟังมาทำให้สนใจมาก) ตามลำดับ

สมพงษ์ จิตจรัสอำพัน (2540) ได้ทำการศึกษาและเปรียบเทียบองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อสายวิชาการบริหารธุรกิจของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานครทางด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

ด้านคุณลักษณะส่วนตัว ด้านลักษณะของงานที่เกี่ยวข้องกับงานที่ต้องการ และด้านคุณลักษณะของสถาบัน โดยจำแนกนักศึกษาตามวิทยาเขต สาขาวิชาชีพที่เลือกศึกษาต่อ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และอาชีพของบิดามารดา หรือผู้ปกครอง ผลการวิจัยสรุปได้ว่าองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อสาขาวิชาบริหารธุรกิจระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ได้แก่ องค์ประกอบด้านลักษณะของงานที่เกี่ยวข้องกับงานที่ต้องการ ด้านคุณลักษณะของสถาบัน ด้านคุณลักษณะส่วนตัว และด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง ส่วนนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในวิทยาเขต สาขาวิชาชีพ ผลสัมฤทธิ์ และที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพต่างกัน มีองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อสาขาวิชาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพมหานคร ทางด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เอกสิทธิ์ สนามทอง (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนด้วยตนเอง และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพฯ ได้แก่ ความมีภาพลักษณ์ทางด้านชื่อเสียงทางวิชาการของสถาบัน การเป็นสถาบันที่มีความทันสมัยทางด้านสื่อและเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ และสามารถรองรับนักศึกษาได้อย่างเพียงพอ การจัดให้มีทุนการศึกษาประเภทต่างๆ ตลอดจนสถาบันจะต้องมีอุปกรณ์การศึกษา อาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกสายต่างๆ การมีสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมแก่การศึกษา

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตรต่างๆ มีความแตกต่างกัน หากแต่มีองค์ประกอบของปัจจัยบางประการที่มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถนำมารวบรวมตามแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ทั้งนี้เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมในการบริหารหลักสูตร และสถานศึกษาได้อย่างเหมาะสม ซึ่งปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตรต่างๆ ที่มีความสอดคล้องกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านคณาจารย์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านความทันสมัยของสถานศึกษา เป็นต้น

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต
กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ” ได้
ดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 ระยะเวลาในการวิจัย
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในหลักสูตรทันต
แพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในหลักสูตรทันต
แพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ชั้นปีที่ 1-5 ในปีการศึกษา 2552
โดยผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane)

$$\begin{aligned}n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \\N &= \text{จำนวนประชากร} \\e &= \text{ความคลาดเคลื่อน ซึ่งผู้วิจัยให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ 10\%} \\ \text{ดังนั้น} \quad n &= \frac{N}{(1+Ne^2)} \\ &= \frac{455}{(1+455(0.1)^2)} \\ &= 82\end{aligned}$$

ฉะนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 82 ตัวอย่าง กำหนดกลุ่มตัวอย่าง
 สุ่ม 20% ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 100 ตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling)
 โดยมีลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างแบบ
 เฉพาะเจาะจงจากปีการศึกษาที่นักศึกษาเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันต
 แพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2548

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2549

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2550

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2551

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2552

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดโควตาสำหรับ
 จำนวนตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยกำหนดให้เก็บตัวอย่างจากนักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตร
 ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ดังนี้

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2548

จำนวน 20 ตัวอย่าง

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2549

จำนวน 20 ตัวอย่าง

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2550

จำนวน 20 ตัวอย่าง

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2551

จำนวน 20 ตัวอย่าง

นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2552

จำนวน 20 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดโควตาสำหรับ
 จำนวนตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยกำหนดให้เก็บตัวอย่างจากนักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตร
 ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ตามเพศ คือ เพศชาย 10
 ตัวอย่างและเพศหญิง 10 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 4 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยกำหนดให้เก็บตัวอย่าง
 จากนักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัย
 รังสิต ตามเพศ คือ เพศชาย 10 ตัวอย่างและเพศหญิง 10 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามของนักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ในปีการศึกษา 2548 ถึงปีการศึกษา 2552 ได้แก่ เพศ อายุ เกรดเฉลี่ยสะสมขณะศึกษาในระดับมัธยมศึกษาสถาบันที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สถานภาพทางครอบครัว อาชีพของบิดาและมารดา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังภายหลังการสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตของนักศึกษาแพทย์ที่เข้าศึกษาในหลักสูตรในแต่ละปีการศึกษา ทั้งทางด้านรายได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา สภาพความเป็นอยู่หลังสำเร็จการศึกษา การเคารพยกย่อง แรغبันศาลใจในการรับผิดชอบต่อสังคมก่อนเข้ารับการศึกษา ความต้องการประกอบอาชีพที่ทำภายหลัง

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่นักศึกษาทันตแพทย์ที่ศึกษาในหลักสูตรในแต่ละปีการศึกษารับรู้ ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ และส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งการสร้างแบบสอบถามมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

3.3.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต และหลักการแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดของหลักสูตรการศึกษา

3.3.2 กำหนดเนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้ในแบบสอบถามโดยพยายามให้มีขอบเขตครอบคลุมเนื้อหาของเรื่องที่ศึกษามากที่สุด รวมทั้งมีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อความเข้าใจและสามารถตอบคำถามได้ทุกตัวอย่าง

3.3.3 นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

3.3.4 การหาคุณภาพของเครื่องมือโดยหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยนำแบบสอบถาม ไปจัดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเนื้อหา ความถูกต้อง ความครอบคลุมของข้อความ เพื่อนำมาปรับปรุงให้เหมาะสม

3.3.5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกันแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3.3.6 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แบบอัลฟาของครอนบราค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งได้ค่าอัลฟาเท่ากับ 0.78

3.3.7 จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ทำหนังสือขอความร่วมมือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ส่งถึงรองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

3.4.2 นำแบบสอบถามไปให้นักศึกษาทันตแพทย์ที่เข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2548 ถึงปีการศึกษา 2552 เพื่อตอบแบบสอบถาม

3.4.3 นำแบบสอบถามที่ตอบเรียบร้อยแล้วจำนวน 100 ฉบับ มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.5 ระยะเวลาในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูล โดยทำแบบสอบถามจากนักศึกษาทันตแพทย์ที่เข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ในแต่ละปีการศึกษา จำนวน 100 คน โดยผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง วันที่ 10 เมษายน 2553 รวมเป็นระยะเวลา 10 วัน

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนแล้ว นำข้อมูลทั้งหมดมาจัดระเบียบข้อมูล ลงรหัส และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์สถิติข้อมูลสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สถานภาพของบิดาและมารดา แหล่งที่มาของ

ค่าใช้จ่ายระหว่างการศึกษ ทำการวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตารางและการพรรณนาความ

3.6.2 การวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และนำเสนอในรูปตารางและแปลผล

3.6.3 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และนำเสนอในรูปตารางและแปลผล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 100 ชุด จากนั้นได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สถานภาพทางครอบครัว อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา แหล่งที่มาของค่าใช้จ่ายในการศึกษา แหล่งที่มาของค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และการพักอาศัยขณะศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สถานภาพทางครอบครัว อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา แหล่งที่มาของค่าใช้จ่ายในการศึกษา แหล่งที่มาของค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน การพักอาศัยขณะศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต เสนอด้วยผลการรวบรวมข้อมูลด้วยคำร้อยละดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(N = 100)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	50	50
หญิง	50	50
รวม	100	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	17	17
18 ปี	19	19
19 ปี	22	22
20 ปี	21	21
21 ปี	15	15
22 ปี	6	6
รวม	100	100
3. ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย		
3.50 – 4.00	62	62
3.00 – 3.49	25	25
2.50 -2.99	13	13
รวม	100	100
4. สถานภาพทางครอบครัว		
บิดามารดาอยู่ด้วยกัน	80	80
บิดามารดาแยกทางกัน	15	15
บิดาถึงแก่กรรม	3	3
มารดาถึงแก่กรรม	2	2
รวม	100	100

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

(N = 100)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพของบิดา		
รับราชการ	3	3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	14
พนักงานบริษัท	22	22
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	58	58
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3	3
รวม	100	100
6. อาชีพของมารดา		
รับราชการ	9	9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	17
พนักงานบริษัท	12	12
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	40	40
อาชีพอื่นๆ	3	3
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	19	19
รวม	100	100
7. แหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษา		
บิดาและมารดา	75	75
บิดา	21	21
มารดา	3	3
ญาติ	1	1
เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา	0	0
ทุนการศึกษา	0	0
รวม	100	100

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

(N = 100)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
8. แหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในชีวิตประจำวัน		
บิดาและมารดา	74	74
บิดา	22	22
มารดา	3	3
ญาติ	1	1
เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา	0	0
ทุนการศึกษา	0	0
รวม	100	100
9. การพักอาศัยระหว่างศึกษาในหลักสูตรฯ		
บิดาและมารดา	15	15
พักบ้านญาติ	3	3
บ้านเช่าหรือหอพัก	82	82
รวม	100	100
10. ค่าใช้จ่ายเพื่อที่อาศัยระหว่างศึกษาในหลักสูตรฯ		
ไม่มีค่าใช้จ่าย	18	18
ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	0	0
1,000 – 2,000 บาทต่อเดือน	12	12
2,001 – 3,000 บาทต่อเดือน	18	18
มากกว่า 3,000 บาทต่อเดือน	52	52
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นชายและหญิงจำนวนเท่ากัน คือ เป็นชาย 50 คน (ร้อยละ 50) และเป็นหญิง 50 คน (ร้อยละ 50) มีอายุ 19 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 22 คน (ร้อยละ 22) รองลงมาคืออายุ 20 ปี จำนวน 21 คน (ร้อยละ 21) อายุ 18 ปี จำนวน 19 คน (ร้อยละ 19) อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 17 คน (ร้อยละ 17) อายุ 21 ปี จำนวน 15 คน (ร้อยละ 15) อายุ 22 ปี จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนปลายระหว่าง 3.50 – 4.00 จำนวน 62 คน (ร้อยละ 62) รองลงมาคือ ระหว่าง 3.00 – 3.49 จำนวน 25 คน (ร้อยละ 25) และระหว่าง 2.50 – 2.99 จำนวน 13 คน (ร้อยละ 13)

สถานภาพทางครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่บิดามารดาอยู่ด้วยกัน เป็นจำนวน 80 คน (ร้อยละ 80) รองลงมาคือ บิดามารดาแยกทางกัน จำนวน 15 คน (ร้อยละ 15) บิดาถึงแก่กรรม จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) และมารดาถึงแก่กรรม จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2)

ด้านอาชีพของบิดา ส่วนใหญ่บิดาของกลุ่มตัวอย่างประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 58 คน (ร้อยละ 58) รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 22 คน (ร้อยละ 22) เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 14 คน (ร้อยละ 14) รับราชการจำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) และไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3)

ด้านอาชีพของมารดา ส่วนใหญ่มารดาของกลุ่มตัวอย่างประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 40 คน (ร้อยละ 40) รองลงมาไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 19 คน (ร้อยละ 19) เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 17 คน (ร้อยละ 17) เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 12 คน (ร้อยละ 12) รับราชการ จำนวน 9 คน (ร้อยละ 9) และประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3)

แหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มาจากบิดาและมารดา จำนวน 75 คน (ร้อยละ 75) รองลงมาได้มาจากบิดา จำนวน 21 คน (ร้อยละ 21) จากมารดา จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) และจากญาติ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1)

แหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มาจากบิดาและมารดา จำนวน 74 คน (ร้อยละ 74) รองลงมาได้มาจากบิดา จำนวน 22 คน (ร้อยละ 22) จากมารดา จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) และจากญาติ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1)

ระหว่างศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยที่บ้านเช่าหรือหอพัก จำนวน 82 คน (ร้อยละ 82) รองลงมา คือ พักกับบิดาและมารดา จำนวน 15 คน (ร้อยละ 15) และพักบ้านญาติ จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเพื่อที่พักอาศัยระหว่างการศึกษามากกว่า 3,000 บาทต่อเดือน จำนวน 52 คน (ร้อยละ 52) รองลงมาอยู่ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาทต่อเดือน จำนวน 18 คน (ร้อยละ 18 ซึ่งเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีค่าใช้จ่ายจำนวน 18 คน ร้อยละ 18) และมีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,000 – 2,000 บาทต่อเดือน จำนวน 12 คน (ร้อยละ 12)

4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

การวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดความคาดหวังเป็น 7 ชนิด คือ รายได้ ความมั่นคงในวิชาชีพ การยกย่องจากสังคม การบรรลุตามความคาดหวังของตน การสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม ความท้าทายในวิชาชีพ และความสบายในวิชาชีพ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการเก็บรวบรวมมาข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษา หลักสูตร ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต	Mean	S.D.	ระดับ	อันดับ
รายได้	4.87	0.51	มากที่สุด	1
ความมั่นคงในวิชาชีพ	4.44	0.44	มาก	4
การยกย่องของสังคม	4.32	0.67	มาก	5
การบรรลุตามความคาดหวังของตนเอง	4.22	0.73	มาก	7
การสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม	4.45	0.57	มาก	3
ความท้าทายในวิชาชีพ	4.23	0.67	มาก	6
ความสบายในวิชาชีพ	4.55	0.59	มาก	2

จากตาราง 4.2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อรายเป็นจำนวนมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.87, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.51) รองลงมาคือ ความสบายในวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 4.55, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.59) การสร้างประโยชน์ต่อสังคม (ค่าเฉลี่ย = 4.45, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.57) ความมั่นคงในวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 4.44, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) การยกย่องของสังคม (ค่าเฉลี่ย = 4.32, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.67) ความท้าทายในวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 4.23, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

= 0.67) และการบรรลุความคาดหวังของตน (ค่าเฉลี่ย = 4.22, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.73) ตามลำดับ

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ผู้วิจัยได้กำหนดส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต เป็น 4 กลุ่ม คือ ส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมด้านราคา ส่วนประสมด้านสถานที่ และส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษา	Mean	S.D.	ระดับ	อันดับ
ส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์	4.08	0.65	มาก	1
ส่วนประสมด้านราคา	2.95	1.09	ปานกลาง	2
ส่วนประสมด้านสถานที่	3.32	0.97	ปานกลาง	3
ส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาด	2.76	1.09	ปานกลาง	4

จากตาราง 4.3 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต เป็นจำนวนมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.08, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.65) รองลงมาคือส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย = 3.32, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.97) ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 2.95, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.09) และส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 2.76, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.09)

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษา	Mean	S.D.	ระดับ	อันดับ
หลักสูตร	3.92	0.78	มาก	3
คณาจารย์	4.21	0.51	มาก	2
การจัดการเรียนการสอน	4.44	0.67	มาก	1
การบริหารจัดการ	3.78	0.62	มาก	4
ค่าเฉลี่ย	4.08	0.65		

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในมุมมองด้านการจัดการเรียนการสอน (ค่าเฉลี่ย = 4.44, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.67) รองลงมา คือ คณาจารย์ (ค่าเฉลี่ย = 4.21, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.51) หลักสูตร (ค่าเฉลี่ย = 3.92, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .078) และการบริหารจัดการ (ค่าเฉลี่ย = 3.78, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษา	Mean	S.D.	ระดับ	อันดับ
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษา	3.12	1.07	ปานกลาง	1
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา	2.78	1.11	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ย	2.95	1.09		

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ส่วนประสมการตลาดด้านราคาในมุมมองด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 3.21, ค่า

เบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.07) มากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 2.78, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.11)

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษา	Mean	S.D.	ระดับ	อันดับ
ความสะดวกในการเดินทาง	3.12	1.06	ปานกลาง	5
ความเหมาะสมของอาคารเรียนและห้องเรียน	3.55	0.78	มาก	2
ความทันสมัยของห้องปฏิบัติการ	3.69	0.94	มาก	1
จำนวนแหล่งค้นคว้าหาความรู้	3.22	1.12	ปานกลาง	4
ความสะดวกรวดเร็วในการบริการแหล่งข้อมูล	3.09	1.17	ปานกลาง	6
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ	3.27	0.77	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ย	3.32	0.97		

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ในมุมมองด้านความทันสมัยของห้องปฏิบัติการ (ค่าเฉลี่ย = 3.69, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.94) มากที่สุด รองลงมา คือ ความเหมาะสมของอาคารเรียนและห้องเรียน (ค่าเฉลี่ย = 3.55, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.78) ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย = 3.27, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.77) จำนวนแหล่งค้นคว้าหาความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 3.22, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.12) ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย = 3.12, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.06) และความสะดวกรวดเร็วในการบริการแหล่งข้อมูล (ค่าเฉลี่ย = 3.09, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษา	Mean	S.D.	ระดับ	อันดับ
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.92	1.12	มาก	1
ทุนการศึกษา	1.78	1.33	น้อย	5
การแบ่งชำระค่าเล่าเรียน	2.33	1.27	น้อย	3
การกู้ยืมเงินจากกองทุนเพื่อการศึกษา	1.92	0.99	น้อย	4
การแนะแนวการศึกษา	3.84	0.76	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	2.76	1.09		

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในมุมมองด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.92, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.12) เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ การแนะแนวการศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 3.84, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.76) การแบ่งชำระค่าเล่าเรียน (ค่าเฉลี่ย = 2.33, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.27) การกู้ยืมเงินจากกองทุนเพื่อการศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 1.92, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.99) และทุนการศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 1.78, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.33) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ภูมิศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต” เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ในด้านลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษา และส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาด โดยศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นกรณีศึกษา

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักศึกษาทันตแพทย์ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 5 คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ในปีการศึกษา 2552 จำนวนชั้นปีละ 20 คน รวมทั้งสิ้น 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สอบถามกลุ่มประชากรตัวอย่างเกี่ยวกับสภาพทั่วไป ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และนำเสนอผลสรุป

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต มีผลการวิจัย ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นชายและหญิงอย่างละเท่าๆกัน มีอายุ 19 ปี ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในช่วง 3.50 – 4.00 มีสถานภาพทางครอบครัวคือ บิดามารดาอยู่ด้วยกัน บิดาประกอบธุรกิจส่วนตัว มารดาประกอบธุรกิจส่วนตัว มีแหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษามาจากบิดาและมารดา มีแหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในชีวิตประจำวันมาจากบิดาและมารดา กลุ่มตัวอย่างพักอาศัยอยู่บ้านเช่าหรือหอพักระหว่างศึกษา โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อที่พักอาศัยระหว่างศึกษามากกว่า 3,000 บาทต่อเดือน

5.1.2 การวิเคราะห์ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่า ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

- 1) รายได้
- 2) ความสบายในวิชาชีพ
- 3) การสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม
- 4) ความมั่นคงในวิชาชีพ
- 5) การยกย่องของสังคม
- 6) ความท้าทายในวิชาชีพ
- 7) การบรรลุความคาดหวังของตน

5.1.3 ข้อมูลด้านการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต พบว่า

5.1.3.1 การรับรู้ส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ ดังนี้

- 1) การจัดการเรียนการสอน
- 2) คณาจารย์
- 3) หลักสูตร
- 4) การบริหารจัดการ

5.1.3.2 การรับรู้ส่วนประสมด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับ ดังนี้

- 1) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษา
- 2) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

5.1.3.3 การรับรู้ส่วนประสมด้านสถานที่ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับ ดังนี้

- 1) ความทันสมัยของห้องปฏิบัติการ
- 2) ความเหมาะสมของอาคารเรียนและห้องเรียน
- 3) ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ
- 4) จำนวนแหล่งค้นคว้าหาความรู้
- 5) ความสะดวกในการเดินทาง
- 6) ความสะดวกรวดเร็วในการบริการแหล่งข้อมูล

5.1.3.4 การรับรู้ส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับ ดังนี้

- 1) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- 2) การแนะแนวการศึกษา
- 3) การแบ่งชำระค่าเล่าเรียน
- 4) การกู้ยืมเงินจากกองทุนเพื่อการศึกษา
- 5) ทุนการศึกษา

โดยเมื่อนำมาเรียงลำดับ พบว่า การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตในอันดับ 1 รองลงมา คือ การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา และการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า แหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษามาจากบิดาและมารดา และแหล่งที่มาของเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ในชีวิตประจำวันมาจากบิดาและมารดา โดยไม่มีกลุ่มตัวอย่างใดเลยที่มีการกู้ยืมเงินจากกองทุนเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา ซึ่งมีความขัดแย้งกับสัดส่วนของผู้ขอกู้ยืมจากกองทุนเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาในสาขาวิชาอื่น

จากการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต พบว่า ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คือ รายได้ และรองลงมาคือความสบายในวิชาชีพ ซึ่งต่างจากการศึกษาของ ผลการันต์ มีหาร (2536) ว่าการตัดสินใจศึกษาเพราะความชอบและต้องการเรียน และการศึกษาของ สุธารัตน์ อนุกุลประเสริฐ (2538) ว่าปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจของนักศึกษา คือ ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในปัจจุบันความคาดหวังของนักศึกษามีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมที่

เปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งผู้วิจัยมองว่าประเด็นความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังเรื่องรายได้เป็นอันดับแรกเป็นประเด็นที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง ทั้งนี้เนื่องจากหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต เป็นหลักสูตรที่มุ่งผลิตบัณฑิตทันตแพทย์ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีความเสียสละและมุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคม ดังนั้นความคาดหวังเรื่องรายได้ภายหลังการสำเร็จการศึกษาจะแสดงให้เห็นว่านักศึกษาทันตแพทย์ยังมุ่งตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของตนเอง โดยมีได้มุ่งที่จะตอบสนองต่อการสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคมและมุ่งตอบสนองต่อความประจักษ์ในตนเอง

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต พบว่าส่วนประกอบทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต อยู่ในอันดับที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธิยา จงสว่าง (2540) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่าชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย หลักสูตร ความสะดวกการเดินทาง และความเหมาะสมด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย นอกจากนี้จากการศึกษาของ เอกสิทธิ์ สนามทอง (2547) ที่พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่สำคัญที่สุดคือ ภาพลักษณ์ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาดแล้วพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน เป็นปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือด้านคณาจารย์ นั่นคือ การสร้างแรงจูงใจในการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ต้องมุ่งพัฒนาการเรียนการสอนและคณาจารย์

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

ผลการศึกษาที่ปรากฏจากการศึกษาพบว่าความคาดหวังด้านรายได้ภายหลังสำเร็จการศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตในอันดับแรก ดังนั้นควรส่งเสริมและปรับทัศนคติของนักศึกษาทันตแพทย์ให้มุ่งที่สร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมมากกว่าเพื่อสนองความต้องการส่วนตัว อาทิ เรื่องรายได้ ด้านความมั่นคงในอาชีพ เป็นต้น โดยการปรับแนวทางการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ให้นักศึกษาทันตแพทย์

ได้เรียนรู้ที่จะเสียสละ และมุ่งที่จะตอบสนองต่อการสร้างประโยชน์ต่อสังคม และการบรรลุความคาดหวังของตน มากกว่าที่จะมุ่งตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิตมนุษย์

ผลการศึกษาที่ปรากฏจากการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตในอันดับแรก ดังนี้

1. ผู้บริหารหลักสูตรควรดำเนินการพัฒนาและให้ความสำคัญกับการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งการพัฒนาและสร้างความโดดเด่นให้แก่หลักสูตร การสรรหาคณาจารย์ที่มีความรู้ ความสามารถ มีความหลากหลาย และมีชื่อเสียงในสาขาวิชาชีพ รวมทั้งผู้บริหารหลักสูตรยังต้องมุ่งพัฒนาการบริหารจัดการภายในหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนด้วย

2. ผู้บริหารหลักสูตรต้องมุ่งพัฒนาสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานศึกษา ทั้งความพร้อมและความทันสมัยของห้องปฏิบัติการ ความเหมาะสมของอาคารเรียนและห้องเรียน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เรียน ย่อมจะทำให้ผู้เรียนสามารถตัดสินใจในการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

3. ผู้บริหารหลักสูตรควรมุ่งบูรณาการส่วนประสมทางการตลาดทั้งส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่เข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขวางมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ที่สามารถอ้างอิงกับนักศึกษาทันตแพทย์ ทั้งที่ศึกษาในคณะทันตแพทยศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตของนักศึกษาทันตแพทย์ที่ศึกษาในคณะทันตแพทยศาสตร์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กรมอาชีวศึกษา. (2542). การพัฒนาสื่อการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา
- คุณทลี เวชสาร. (2542). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- โกวิทย์ สิงสนันท์. (2529). กระบวนการตัดสินใจด้านบริหารและกรอบความคิดทั่วไป. กรุงเทพฯ: สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- คณะกรรมการศึกษาแห่งชาติ. (2540). แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549). กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด, ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นิยะดา ชุมวงศ์. (2543). พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บางกอกการพิมพ์
- ทพวงมหาวิทยาลัย สำนักงานปลัด. (2540). แผนแนวการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา. กรุงเทพฯ: ที.พี.พริน.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2536). องค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วุฒิชัย จ้านง. (2522). พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่, ปรับปรุงใหม่ล่าสุด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- แสวง รัตนมงคลมาศ. (2537). องค์กร การนำ การตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วิทยานิพนธ์

กันยรัตน์ แสนอาทิตย์. (2544). ความคิดเห็นของนิสิตรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต.

ปัญหาพิเศษหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป , บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

โกวิทย์ สิงสนันท์. (2529). กระบวนการตัดสินใจด้านบริหารและกรอบความคิดทั่วไป. กรุงเทพฯ:

สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

จินตนา สายทองคำ. (2539). การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อและไม่ศึกษาต่อของ

นักเรียนวิทยาลัยนาฏศิลป์.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาอุดมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผการัตน์ มีหาร. (2536). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยครู: ศึกษา

เฉพาะกรณีนักศึกษาสาย ครุศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ในสวิทยาลัยอีสานเหนือ . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิตยา วัฒนภรณ์. (2531). เหตุจูงใจของการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ภาคพิเศษ คณะ

รัฐประศาสนศาสตร์. ภาคนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขา รัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ทรงวุฒิ วัฒนขจร. (2533). องค์ประกอบที่จูงใจในการมาเรียนของนัศึกษานอกโรงเรียนสายสามัญ

ระดับปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต . ปริญญานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการศึกษา มหาบัณฑิต สาขาการศึกษาผู้ใหญ่, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธงชัย สันติวงษ์. (2536). องค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ปานศิริ ไพศาลนันท์. (2544). การประเมินผลโครงการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สำหรับผู้บริหาร สาขานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยบูรพา ศึกษากรณีนักศึกษา ร.ป.ม. รุ่นที่ 3. ปัญหาพิเศษหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุธารัตน์ อนุกุลประเสริฐ. (2538). ศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจของนักศึกษาบัณฑิตวิทยาลัยต่อ

การศึกษาในระดับปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุทธิยา จองสว่าง. (2540). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนของ

นักศึกษาระดับปริญญาตรี.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขานโยบายและการวางแผน

สังคม, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.

สมพงษ์ จิตจรัสอำพัน. (2540). **องค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อสายวิชา**

บริหารธุรกิจของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง (ปวส.) สถาบันเทคโนโลยี

ราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา

ธุรกิจศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เอกสิทธิ์ สนามทอง. (2547). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันศึกษาเอกชน**

ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขานโยบายและการวางแผน ,

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ภาษาต่างประเทศ

Books

Kotler Phillip, (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control.** 9th Edition, New Jersey: Prantice Hall International, Inc.

ด

พ

ภาคผนวก

๕



ภาคผนวก ก
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ

1. ศาสตราจารย์คลินิก พลเรือตรีหญิงสุชาดา วุฒตถกนก

ตำแหน่ง คณบดี

คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

อ.เมือง จ.ปทุมธานี

2. ศาสตราจารย์ ละอองทอง วัชรภักย์

ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการวิจัย

คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

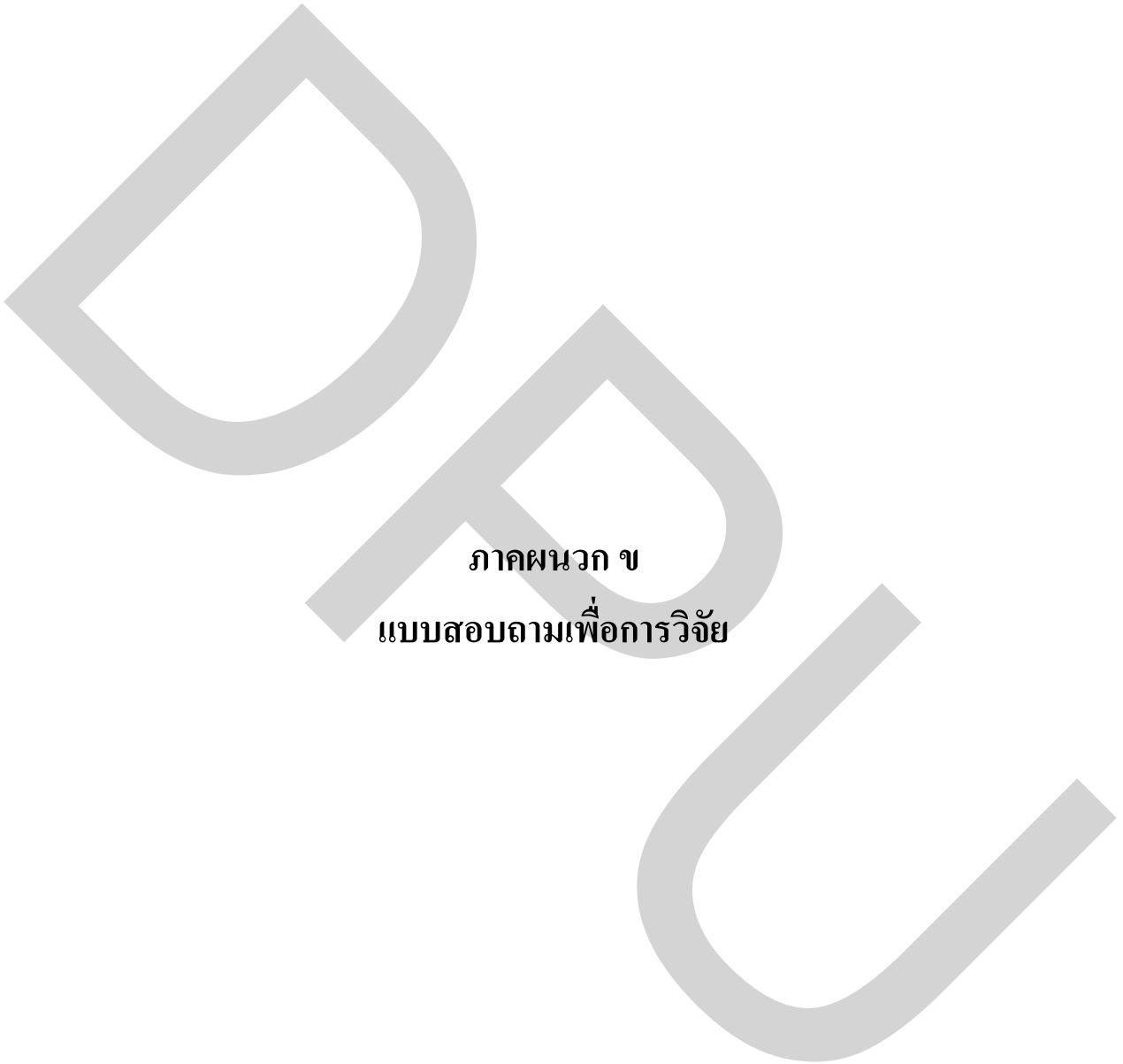
อ.เมือง จ.ปทุมธานี

3. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยรัตน์ อภิวัฒนกุล

ตำแหน่ง หัวหน้าสาขาวิชาทันตกรรมจัดฟัน

คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

อ.เมือง จ.ปทุมธานี



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม**เรื่อง บัณฑิตที่ตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต****กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต****คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต****คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการบริหารจัดการหลักสูตรต่อไป

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางด้านความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทางด้านความรู้ด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม คำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและใช้สำหรับเป็นข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวม ดังนั้นคำตอบของท่านจะไม่มีผลเสียหายต่อท่านแต่ประการใด

ในโอกาสนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณทุกท่านอย่างสูง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในโอกาสนี้

(นายวัชรินทร์ จงกลสถิต)

นักศึกษาปริญญาโท

สาขาการจัดการการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจาก
โรงเรียน
จังหวัด
4. คะแนนเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
5. ปีการศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
6. สถานภาพทางครอบครัว
 - บิดามารดาอยู่ด้วยกัน
 - บิดามารดาแยกทางกัน
 - อาศัยอยู่กับบิดา
 - อาศัยอยู่กับมารดา
 - อาศัยอยู่กับญาติ ระบุ
 - บิดาถึงแก่กรรม
 - มารดาถึงแก่กรรม
 - บิดาและมารดาถึงแก่กรรม
7. อาชีพของบิดา
 - รับราชการ
 - พนักงานบริษัท
 - อาชีพอื่นๆ ระบุ
 - พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - ธุรกิจส่วนตัว
 - ไม่ได้ประกอบอาชีพ
8. อาชีพของมารดา
 - รับราชการ
 - พนักงานบริษัท
 - อาชีพอื่นๆ ระบุ
 - พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - ธุรกิจส่วนตัว
 - ไม่ได้ประกอบอาชีพ
9. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากแหล่งใด เช่น ค่าหน่วยกิต ค่าเครื่องมือ ค่าตำราเรียน เป็นต้น
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - บิดาและมารดา
 - บิดา
 - มารดา
 - ญาติ
 - เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา
 - ทุนการศึกษา
 - อื่นๆ ระบุ

10. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่ท่านใช้ในชีวิตประจำวันได้มาจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บิดาและมารดา บิดา มารดา ญาติ
 เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทุนการศึกษา อื่นๆ ระบุ

11. ขณะศึกษาท่านพักอาศัยอยู่กับใคร

- บิดาหรือมารดา
 พักบ้านญาติ เสียค่าใช้จ่ายโดยประมาณเดือนละ บาท
 บ้านเช่าหรือหอพัก เสียค่าใช้จ่ายโดยประมาณเดือนละ บาท
 อื่นๆ เสียค่าใช้จ่ายโดยประมาณเดือนละ บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางด้านความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

คำชี้แจง ความคาดหวังภายหลังสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตมีผลต่อการตัดสินใจในหลักสูตรทันตแพทยศาสตร์มากน้อยเพียงใด

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำแน่นอน					
2. เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีรายได้ที่สูงกว่าสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรอื่น					
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วได้รับการยกย่องจากสังคม					
4. เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถบรรลุตามความคาดหวังของตนเองได้					
5. เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมได้					
6. เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วได้ทำงานที่ท้าทาย					
7. เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วได้ทำงานที่ไม่ลำบาก					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทางการรับรู้ด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

คำชี้แจง ปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจใช้เลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิตของท่านมากน้อยเพียงใด

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 ด้านหลักสูตร					
1.1.1 เป็นหลักสูตรที่น่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับ					
1.1.2 เป็นหลักสูตรที่มีความเป็นเอกลักษณ์					
1.1.3 เป็นหลักสูตรสองภาษา					
1.2 ด้านคณาจารย์					
1.2.1 คณาจารย์มีชื่อเสียงในวงการทันตแพทยศาสตร์					
1.2.2 คณาจารย์มีความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย					
1.2.3 จำนวนคณาจารย์มีเพียงพอกับจำนวนนักศึกษา					
1.2.4 คณาจารย์มีความเป็นกันเอง อธิบายดี					
1.2.5 คณาจารย์มีความพร้อมด้านคุณวุฒิ					
1.3 ด้านการจัดการเรียนการสอน					
1.3.1 สื่อในการเรียนการสอนมีความทันสมัย					
1.3.2 มหาวิทยาลัยมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม					
1.4 ด้านการบริหารจัดการ					
1.4.1 มหาวิทยาลัยมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม					
1.4.2 มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง					
1.4.3 มหาวิทยาลัยได้รับการรับรองมาตรฐานจาก สมศ.					

2. ส่วนประสมด้านราคา					
2.1 ค่าใช้จ่ายในการศึกษา (ค่าหน่วยกิตเหมาะสม)					
2.2 ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น ค่าเครื่องมือ เหมาะสม					
3. ส่วนประสมด้านสถานที่					
3.1 มีความสะดวกในการเดินทางมาศึกษา					
3.2 อาคารเรียนและห้องเรียนมีความเหมาะสม					
3.3 ห้องปฏิบัติการมีความทันสมัย					
3.4 มีสถานที่ค้นคว้าหาความรู้ เช่น ห้องสมุด อินเทอร์เน็ต เพียงพอ					
3.5 มีการบริการแหล่งข้อมูลที่มีความสะดวกและรวดเร็ว					
3.6 สถานที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ					
4. ส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์หลักสูตร เช่น กิจกรรม Open house แผ่นพับ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น					
4.2 มีการให้ทุนการศึกษา					
4.3 ค่าเล่าเรียนสามารถแบ่งชำระได้					
4.4 สามารถกู้ยืมเงินจากกองทุนเพื่อการศึกษาได้					
4.5 มีการแนะแนวการศึกษา					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับหลักสูตรทันตแพทยศาสตรบัณฑิต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายวัชรินทร์ จงกลสถิต

ที่อยู่ 88/175 หมู่ 2 ถนนติวานนท์ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

ประวัติการศึกษา พ.ศ.2545 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์

คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จังหวัดสงขลา

พ.ศ.2552 ศึกษาต่อระดับปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการการศึกษา

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร

ประวัติการทำงาน พ.ศ.2545-2546 ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์การแพทย์

บริษัท ควินไทล์ (ประเทศไทย) จำกัด

พ.ศ.2546-2548 ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์

บริษัท บริสตอล-ไมเยอร์ส สควิบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

พ.ศ.2548-2549 ผู้จัดการฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ทันตกรรม

บริษัท แอคคอร์ดี คอร์ปอเรชั่น จำกัด

พ.ศ.2549-2550 ผู้จัดการฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ทันตกรรม

บริษัท เดนทัสพลาย (ประเทศไทย) จำกัด

พ.ศ.2550-ปัจจุบัน รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา

คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต