



การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ

สุภาวดี นุ่มแก้ว

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการศึกษาวิทยาลัยครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

พ.ศ. 2557

**The Decision to Opt for a Career in Vocational Certificate Level in Commerce
at Varatip Business College**

SUPAVADEE NUMKAEW

**A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Education Administration Program
Department of Education Management
College of Education Science, Dhurakij Pundit University**

2014



ใบรับรองสารนิพนธ์

วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อสารนิพนธ์ การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปบริหารธุรกิจ

เสนอโดย สุภาวดี นุ่มแก้ว

สาขาวิชา การจัดการการศึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อาจารย์ ดร. ไซติ แยมแสง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ สีนลารัตน์)

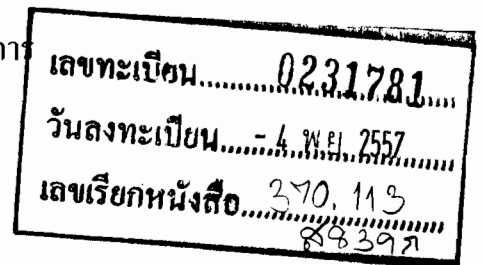
..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(อาจารย์ ดร. ไซติ แยมแสง)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร. ดวงใจ ช่วยตระกูล)

วิทยาลัยครุศาสตร์รับรองแล้ว

..... คณบดีวิทยาลัยครุศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ สีนลารัตน์)

วันที่ ... ๖ ... เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. ... ๒๕๕๗



[๒๕๕๗]

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ
ชื่อผู้เขียน	สุภาวดี นุ่มแก้ว
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. โสดี แฉ่มแสง
สาขาวิชา	การจัดการการศึกษา
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียน 2. เพื่อศึกษาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ระดับชั้นปีที่ 1-3 วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามมาตราส่วนการประเมินค่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านวิชาการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานศึกษามีสื่อและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อาคารเรียนและบริเวณสถานศึกษามีความปลอดภัย ด้านการบริการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอนตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปีอย่างมีคุณภาพ ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานศึกษาจัดกิจกรรมบริการวิชาชีพสู่ชุมชน ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานศึกษาผลิตนักเรียน-นักศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการ รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน จากการแนะนำของเพื่อนสูงที่สุด รองลงมาคือ จากการเข้าแนะแนวศึกษาต่อ ไปปลิวแผ่นพับ เว็บไซต์ของสถาบัน ป้ายโฆษณา ผู้ปกครองแนะนำตามลำดับ

3

Thematic Paper Title	The Decision to Opt for a Career in Vocational Certificate Level in Commerce Varatip Business College.
Author	Supavadee Numkaew
Thematic Paper Advisor	Dr. ChotiYamsang
Department	Education Management
Academic Year	2013

ABSTRACT

The purpose of this study was two-fold : 1. To study the various factors that influence student's decisions to continue study at Vocational Certificate Level in Commerce at Varatip Business College. 2. To study the distribution channels and the publicity that the students received from private vocational institutions. The data was collected from a random sample of 100 students level 1,2 and 3 at Varatip Business College. Rating - scale questionnaires were used to collect data. Used to analyze the obtained data by percentage mean standard deviation. T-test and F-test were used for hypothesis testing.

The results showed that the factors that influenced student's decision to continue study in all aspects were overall high. For the academic aspect , the colleges that continuously developed its technical instruments , moodle and maintained high quality have received the highest mean. For the building and environmental aspects , the colleges that maintained security around the buildings received the highest mean. Further, for service , the colleges that support and promote the government 15 year-free education program received the highest mean. As for community-schools relationships, the colleges that have activities for professional service that serves the community had received highest mean. For school's image the efficiency outcomes of graduated students that are demanded for business organization had received the highest mean.

The distribution channels and the publicity that students received from private vocational institutions , friends scored the highest mean , education consultants came second. Flyers, leaflets, college's Web site , billboards and parents guidance respectively.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ สินลารัตน์ ประธานกรรมการการสอบและรองอธิการบดีฝ่ายวิจัย และรักษาการคณบดี วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ดร.ดวงใจ ช่วยตระกูล และ ดร.โชติ แยมแสง อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง ทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้ความเข้าใจและได้รับคำแนะนำที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้จนงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบของพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้บริหาร ครู-อาจารย์ นักเรียน วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปบริหารธุรกิจ ที่ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่ง

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณ
ทุก ๆ ท่าน

สุภาวดี นุ่มแก้ว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	3
1.2 คำถามการวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.4 กรอบแนวคิด.....	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 นิยามศัพท์.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 ความเป็นมาของสถาบันอาชีวศึกษา.....	7
2.2 วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปบริหารธุรกิจ.....	11
2.3 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษา เอกชน.....	26
2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	39
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
3. วิธีดำเนินการศึกษา.....	57
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	57
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	57
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
4.1 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทวิชาพาณิชยกรรมระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในวิทยาลัย เทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ.....	60
4.2 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจาก สถาบันอาชีวศึกษา.....	68
4.3 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	69
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	70
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	70
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	72
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	73
บรรณานุกรม.....	74
ภาคผนวก.....	81
ประวัติผู้เขียน.....	89

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม.....	60
4.2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียน ด้านภาพรวม.....	62
4.3 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี ด้านวิชาการ.....	63
4.4 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม.....	64
4.5 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี ด้านบริการ.....	65
4.6 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน.....	66
4.7 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา.....	67
4.8 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจาก สถาบันอาชีวศึกษาเอกชน.....	68
4.9 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	69

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสภาพวิกฤตทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรง ได้สร้างความกดดันให้เกิดความจำเป็นอย่างยิ่งในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการจัดการศึกษาของไทย ให้สามารถผลิตผู้ที่มีความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมและจริยธรรม อีกทั้งยังรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีคุณภาพ ในโลกที่มีความรู้และเทคโนโลยีเกิดขึ้นมากและเป็นไปอย่างรวดเร็ว มนุษย์ไม่สามารถจดจำทุกอย่าง อีกทั้งความรู้ไม่ได้อยู่นิ่งหรือเกิดขึ้นอย่างช้าพอที่จะเรียนรู้ผ่านผู้รู้คนใดคนหนึ่งอีกต่อไป มนุษย์จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้สามารถเติบโตและเรียนรู้ได้ตลอดชีวิตและต้องเริ่มตั้งแต่แรกเกิด โดยปลูกฝังให้เด็กมีเจตคติที่ดีต่อการรับรู้ เรียนรู้ และมีความสามารถในการแสวงหาความรู้ กลั่นกรองข้อมูล เลือกใช้และนำมาใช้ในสถานการณ์ที่ตนต้องการได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้มนุษย์ยังจำเป็นต้องมีความสามารถในการเรียนรู้จากผู้อื่นและมีลักษณะที่ทำให้ผู้อื่นยินดีที่แบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ตลอดจนหยิบยื่นโอกาสในการเรียนรู้ ให้คุณสมบัติที่เอื้อต่อการเจริญงอกงามตลอดชีวิตดังกล่าวจำเป็นต้องปลูกฝังตั้งแต่ปฐมวัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนสามารถประกอบอาชีพได้ (ลาวัลย์ พินิจจันทร์, 2550)

จากการขยายตัวของชุมชนเมืองจากกรุงเทพฯ ขึ้นในสู่ชั้นนอกและจังหวัดใกล้เคียง ทำให้มีจำนวนครอบครัวที่มีบุตรหลานที่อยู่ในวัยการศึกษาเพิ่มจำนวนมากขึ้นด้วย ประกอบกับผู้ปกครองยังมีความต้องการส่งเสริมบุตรหลานให้ได้รับการศึกษาที่ดี และสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ โดยโรงเรียนที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่จะเป็นโรงเรียนเก่าแก่ที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ ชั้นใน การส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนในโรงเรียนดังกล่าวจึงทำได้ยากขึ้น ด้วยปริมาณนักเรียนที่มีมากกว่าการแข่งขันในการเข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงทำได้ยากขึ้น ตลอดจนการคมนาคมที่ไม่สะดวกในการเดินทางของนักเรียนและผู้ปกครอง ดังนั้นธุรกิจการศึกษาของเอกชนจึงได้มีการขยายตัวกระจายเข้าสู่พื้นที่ชุมชนที่มีการขยายตัวออกไปด้วยเช่นกัน แนวโน้มในปัจจุบันการจัดการศึกษาของสถาบันทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะการจัดการศึกษาในระดับอาชีวศึกษามีการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัย และเหมาะสมตามสถานการณ์ปัจจุบัน

นอกจากนี้ยังพบว่าการจัดการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา มีการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น ที่เห็นได้เด่นชัดคือ มีการแข่งขันด้านคุณภาพของการจัดการเรียนการสอน ด้านหลักสูตร ด้านคณาจารย์ ด้านสถานที่และการให้บริการ มีการแข่งขันด้านการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการจัดการศึกษาระดับอาชีวศึกษากำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร และมีผู้สำเร็จประกาศนียบัตรวิชาชีพ เป็นจำนวนมากที่ต้องการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานในอนาคต เพราะองค์กรบางองค์กร ผู้ที่มีความรู้ตรงกับงานที่ทำ จากความต้องการดังกล่าว ทำให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการทำงาน เพื่อให้การจัดการศึกษาระดับอาชีวศึกษา มีคุณภาพและสามารถสู้กับคู่แข่งได้ จากการศึกษาที่นักเรียนที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษา มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษา ด้วยเหตุผลแตกต่างกัน เช่น เข้าศึกษาเพราะเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงที่สามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ หลักสูตรน่าสนใจทันสมัย และตรงตามสายงาน เข้าศึกษาเพราะชื่อเสียงของคณาจารย์ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือความสะดวกสบายในการเดินทาง รวมทั้งอาจมีเหตุผลมาจากค่าธรรมเนียมการเรียนที่ไม่สูงมากนัก ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทุกสถาบันอาชีวศึกษารวมทั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ตระหนักดีในเรื่องเหล่านี้ และมีความมุ่งมั่นยกระดับคุณภาพของสถาบันรวมทั้งเร่งรับขยายโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึง (สาวิตรี พิงงา, 2550)

สถาบันศึกษาต่าง ๆ ได้จัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของการพัฒนาประเทศโดยเปิดสอนสาขาวิชาเพิ่มขึ้น เพื่อให้ นักเรียนสามารถเลือกศึกษาได้เพิ่มมากขึ้นจนบางครั้งทำให้ผู้ปกครองและนักเรียนได้รับข้อมูลไม่เพียงพอ จึงทำให้เกิดความสับสน ตัดสินใจไม่ถูกว่าควรจะเลือกเรียนสาขาใดที่เหมาะสมกับตนเอง ซึ่งการตัดสินใจในเรื่องการศึกษาต่อมีผลต่ออนาคตของนักเรียนและสาเหตุที่นักเรียนเลือกศึกษาในระดับอาชีวศึกษา เกิดจากการตัดสินใจด้วยเหตุผลของตนเองหรือไม่ เพราะหากเป็นระดับการศึกษาที่ต่ำกว่านี้ การตัดสินใจส่วนใหญ่จะมาจากพ่อแม่ พี่น้อง หรือผู้ปกครอง และเพื่อนเป็นสำคัญดังนั้นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนจึงเป็นการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างโรงเรียนกับนักเรียนและชุมชน ซึ่งสามารถทำได้โดยการประชุมผู้ปกครอง เพื่อชี้แจงการปฏิบัติงานของโรงเรียน การทำจุลสาร หรือสิ่งพิมพ์เผยแพร่ การจัดทำป้ายประกาศข่าวสารของโรงเรียน การพบปะเยี่ยมเยียนผู้ปกครองในวาระที่เหมาะสม นับเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกส่งนักเรียนเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, 2552)

จากสภาพดังกล่าวเป็นปัญหาของการบริหารจัดการสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน โดยเฉพาะสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนขนาดเล็ก อีกทั้งนโยบายของภาครัฐส่งเสริมการศึกษาของรัฐอย่างเต็มที่ทำให้นักเรียนและผู้ปกครองตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมากขึ้น ทำให้กระทบถึงความอยู่รอดของโรงเรียนโดยตรง โดยเฉพาะที่วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ซึ่งเป็นสถาบันอาชีวศึกษาขนาดเล็ก มีนักเรียน ประมาณ 300 คน และมียอดนักเรียนลดลง และปัญหาการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ และช่องทางการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบริหารจัดการ การให้บริการวิชาชีพแก่นักเรียนอาชีวศึกษาต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชนประเภทวิชาพาณิชยกรรมระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจเป็นอย่างไร
2. ช่องทางที่นักเรียนรับทราบข่าวสาร การประชาสัมพันธ์จากสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนมีช่องทางใดบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

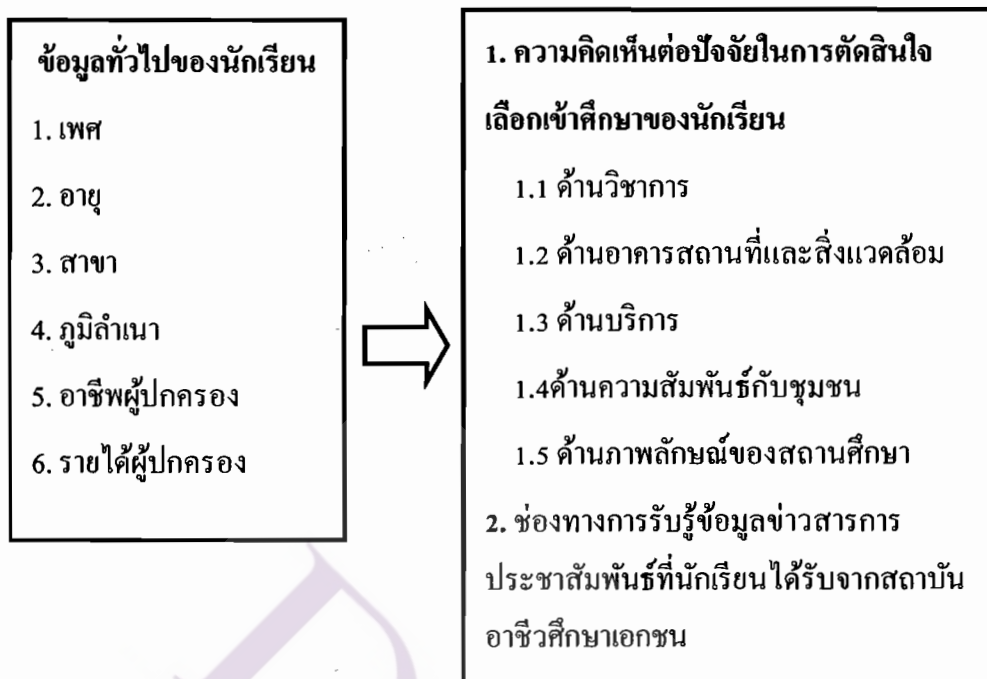
1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชนประเภทวิชาพาณิชยกรรมระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน

1.4 กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมากำหนดกรอบแนวคิด ได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยที่นักเรียนตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันต่าง ๆ ประกอบด้วยการบริหารงาน ด้านวิชาการด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านบริการด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา และช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน

2. ด้านประชากร คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ระดับชั้นปีที่ 1-3วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปบริหารธุรกิจ มีจำนวนทั้งสิ้น 300 คนโดยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ระดับชั้นปีที่ 1-3วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปบริหารธุรกิจ โดยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 100 คน

3. ด้านเวลา ปีการศึกษา 2556

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรมในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิป บริหารธุรกิจ

2. ทำให้ทราบถึงการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิป บริหารธุรกิจ

3. ผลที่ได้รับจากการวิจัยจะสามารถใช้เป็นแนวทางในการนำไปวางแผนการจัดการศึกษาของสถาบันอาชีวศึกษาอื่น ๆ ต่อไป

1.7 นิยามศัพท์

การตัดสินใจหมายถึง เทคนิคหรือวิธีการของแต่ละบุคคลที่ใช้กระบวนการใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล เพื่อพิจารณาเลือกทางปฏิบัติจากหลายทางเลือก โดยผู้ตัดสินใจประเมินค่าทางเลือกนั้นว่าเป็นทางเลือกที่ปฏิบัติแล้วสามารถบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ได้มากที่สุด

การตัดสินใจเลือก หมายถึง กระบวนการเลือกแนวทางที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่บุคคลคาดหวังหรือต้องการ โดยพิจารณาจากปัจจัยเปรียบเทียบถึงข้อดี ข้อเสีย ที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจศึกษาต่อไม่ตัดสินใจศึกษาต่อ หรือการตัดสินใจที่ยังไม่แน่ใจอย่างมีเหตุผล และรอบคอบแล้วจึงตัดสินใจเลือกแนวทางที่คิดว่าดีที่สุดสำหรับตนเอง

นักเรียน หมายถึง นักเรียนของวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปบริหารธุรกิจระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารหมายถึง หนทางหรือวิถีทางที่ผู้รับข้อมูลได้รับข้อมูลข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งมาสู่ผู้รับ ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ เช่น สื่อบุคคลสื่อมวลชนและสื่อสิ่งพิมพ์

ด้านวิชาการหมายถึงการบริหารกิจกรรมทุกชนิดในสถานศึกษา หรือ โรงเรียนเกี่ยวกับการปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้ได้ผลดี และมีประสิทธิภาพที่สุด เพราะเป็นหน้าที่ของสถานศึกษาทุกแห่ง คือ การให้ความรู้ทางวิชาการแก่ผู้เรียน

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมหมายถึงการกำหนดแนวทาง วางแผนการบริหารจัดการอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมของโรงเรียน โดยมีการดูแลและพัฒนาอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมของโรงเรียนให้อยู่ในสภาพที่มั่นคง ปลอดภัย เหมาะสมพร้อมที่จะใช้ประโยชน์ มีการติดตามตรวจสอบการใช้อาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมของโรงเรียน เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและเอื้อประโยชน์ต่อการเรียนรู้

ด้านบริการหมายถึงหมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุขและความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น

ด้านความสัมพันธ์กับชุมชนหมายถึง การดำเนินงานของกลุ่มบุคคลในสถานศึกษาในการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เช่น ครอบครัว องค์กรชุมชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ สถานที่ราชการ องค์กรเอกชนและสถาบันอื่น

ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษาหมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้นๆ อาจจะได้มากจากทั้งประสบการณ์โดยตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตนเองโดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียนคือผลจากความเชื่อถือ การยอมรับ และศรัทธาที่บุคคลมีต่อโรงเรียน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 ความเป็นมาของสถาบันอาชีวศึกษา
- 2.2 วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชน

ในด้าน

- 2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความเป็นมาของสถาบันอาชีวศึกษา

2.1.1 ความหมายและความเป็นมาของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน

การอาชีวศึกษา หมายถึง การมุ่งผลิตกำลังคนโดยมุ่งให้สำเร็จการศึกษาทางด้านอาชีวศึกษาที่เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ชาติ การอาชีวศึกษาเป็นการศึกษาที่แตกต่างจากการศึกษาทั่วไปในแง่ที่ว่าเป็นการศึกษาเพื่อทำงานและการประกอบอาชีพ ในการจัดการศึกษาจึงต้องจัดเพื่อพัฒนาทักษะวิชา ความสามารถ ความเข้าใจและเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ รวมทั้งการสร้างอุปนิสัยที่ดีและจำเป็นในการทำงาน ความหมายของการอาชีวศึกษาจึงครอบคลุมระดับกว้างจนถึงแคบ ดังนี้

ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์(2546) ได้กล่าวถึงการอาชีวศึกษา ไว้ว่า

1. นักบริหารอาชีวศึกษา จะให้ความหมายของการอาชีวศึกษาในด้านการจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตในด้านอาชีพและการทำงาน
2. บริหารโรงเรียนอาชีวศึกษา ก็จะให้ความหมายของอาชีวศึกษาในด้านการมุ่งผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพในการประกอบอาชีพสาขาวิชาต่าง ๆ

3. ครูอาชีพศึกษาจะมองอาชีพศึกษาในการให้ความรู้แก่ผู้เรียน โดยมุ่งความรู้และทักษะที่จำเป็นไปประกอบอาชีพ รวมทั้งการพัฒนาเจตคติที่ดีต่อการทำงาน

4. ส่วนนักเรียนหรือผู้เรียนด้านอาชีพศึกษามองการอาชีพศึกษาในด้านการศึกษาวชิราภิป ในสาขาวิชาต่าง ๆ ตามความต้องการและความถนัดของตน เพื่อจะได้นำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพและทำงานได้ นอกจากนี้ (พนม พงษ์ไพบูลย์, 2547) ยังได้ให้ความหมายการอาชีพศึกษาไว้ว่า อาชีพศึกษาเป็นการศึกษาที่มุ่งให้ผู้เรียนมีทักษะ มีฝีมือ ซึ่งจะประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองได้ ตลอดจนสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาและดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข ต้องพัฒนาผู้เรียนทั้งทางด้านชีวิต ผู้เรียนสามารถเรียนได้ตลอดเวลาไม่มีข้อจำกัดเรื่องวัย กลุ่มเป้าหมายควรเป็นคนทุกคนที่สนใจมุ่งเสริมทักษะเพื่อเข้าสู่งานการอาชีพที่หลากหลายก็คงต้องการคนที่มีความกล้าถึงทางทักษะและความรู้ความสามารถที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ระดับเบื้องต้นจนถึงระดับสูงยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่าการอาชีพศึกษา หมายถึง การมุ่งผลิตกำลังคนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมประเทศชาติโดย จัดการศึกษาเพื่อมุ่งการทำงานและประกอบอาชีพ โดยเน้นพัฒนาทักษะวิชาชีพในสาขาต่าง ๆ ที่มีคุณภาพในการประกอบอาชีพ

การอาชีพศึกษาของไทยนั้น จากหลักฐานพบว่ามีการพัฒนาการตั้งแต่ในอดีต ด้วยประเทศไทยนั้นเป็นสังคมเกษตรกรรม ครอบครัวและชุมชนได้ทำหน้าที่เป็นฐานของการฝึกอาชีพด้านเกษตร นอกจากนี้แล้วมีการเรียนรู้ ถ่ายทอดความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น การทอผ้า การจักสาร การก่อสร้าง ช่างโลหะ ฯลฯ มาก่อน

ต่อมาเมื่อมีการจัดตั้งการศึกษาแบบระบบโรงเรียนขึ้นมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 การเรียนรู้เกี่ยวกับอาชีพจึงจัดไว้ในส่วนของการอาชีพศึกษาที่เปิดสำหรับนักเรียนที่สนใจการเรียนสายอาชีพที่เป็นระยะเวลาที่ไม่แน่นอนและเน้นการประกอบอาชีพ หรือมีโอกาสได้งานทำเมื่อจบการศึกษาไปแล้ว ซึ่งสนองตอบต่อความต้องการของผู้เรียนที่ไม่ประสงค์เรียนต่อในสายสามัญ หรือมีผลการเรียนที่ไม่ค่อยดี และผู้ปกครองที่ต้องการให้บุตรหลานได้เรียนต่อในระยะเวลาที่ไม่แน่นอนเกินไปและค่าใช้จ่ายในการเรียนไม่สูงเกินไปหรือเป็นการระของครอบครัว เมื่อนักเรียนจบแล้วสามารถมีงานทำ

อย่างไรก็ตามเมื่อประเทศไทยได้มีการปฏิรูปการศึกษาทั้งประเทศขึ้นในปี พ.ศ. 2542 มีการจัดรวมการศึกษา ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน การอาชีพศึกษา การอุดมศึกษาไว้ด้วยกันในกระทรวงศึกษาธิการ เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 และโครงสร้างใหม่นี้ได้แยกการอาชีพศึกษาและให้ความชัดเจนออกเป็นหนึ่งหน่วยงานจากทั้งหมด 5 หน่วยงาน หรือที่เรียกว่า “แห่งอาชีพศึกษา” (เพ็ชรี ฐะปะนวิเชตร, 2550)

นโยบายของกระทรวงศึกษาธิการและกรมอาชีวศึกษา เปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามา มีบทบาทในการจัดการศึกษาระดับอาชีวศึกษาผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเชี่ยวชาญใน สาขาวิชาชีพที่จัดบริการให้การศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เพื่อผลิตบุคลากรเฉพาะวิชาชีพ ซึ่งโดยกฎหมายบังคับให้เข้าร่วมเป็นสถาบันสมทบกับสถาบันอุดมศึกษาสถานศึกษาอาชีวศึกษา เอกชนรับผิดชอบการศึกษาด้านวิชาชีพ ผลิตบุคลากรระดับช่างฝีมือในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ เพื่อ สนองความต้องการของตลาดแรงงาน ได้จัดการเรียนการสอนทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ เพื่อให้เกิด ทักษะความชำนาญจนสามารถประกอบอาชีพได้ตลอดจนปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมและลักษณะ นิสัยที่ดีในการทำงานดังปรัชญาของกรมอาชีวศึกษาว่า “ทักษะเยี่ยม เปี่ยมคุณธรรม ถ้าเลิศวิชา ใช้ เวลาให้เกิดคุณ” (บุญเทียม เจริญยิ่ง, 2553, น.26)

ในสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษาเอกชนพัฒนานักเรียนในด้านสติปัญญา สังคม อารมณ์ ร่างกาย และจิตใจ ให้รู้จักเป็นผู้นำและผู้ตาม สำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม ส่งเสริมทักษะในทางสังคมและวัฒนธรรม ให้นักเรียนรู้จักระดับความสามารถของ ตนเองในด้านสติปัญญา ใช้เป็นแนวทางพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น ในด้านทักษะวิชาชีพและคุณธรรม ในวิชาชีพ มีความรู้ทางด้านการปกครองในระบอบประชาธิปไตย โดยมีวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. ฝึคนักเรียนให้มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี
2. ฝึกการทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ฝึกวิถีชีวิตแบบประชาธิปไตย มีการยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นยอมรับมติของ กลุ่ม
4. สร้างบุคลิกภาพลักษณะที่พึงปรารถนาในตัวเองที่จะได้ชื่อว่าบัณฑิต
5. ฝึกทักษะในการทำกิจกรรมที่ตนมีความชอบหรือมีความถนัด พัฒนาทัศนคติ ค่านิยมที่ดีเหมาะสม อันจะส่งผลต่อพฤติกรรมที่พึงปรารถนา

สรุปได้ว่า เอกชนเป็นผู้บุกเบิกการจัดการศึกษาในระบบโรงเรียนในประเทศ และมีความสำคัญต่อการจัดการศึกษาควบคู่กับการจัดการศึกษาของรัฐมาโดยตลอด มีส่วนช่วยลดภาระ ด้านงบประมาณของชาติในการศึกษา ได้ปีละหลายหมื่นล้านบาท ด้วยเหตุที่งบประมาณของประเทศมีอยู่อย่างจำกัดและจำเป็นต้องนำไปใช้ในการพัฒนาอื่น ๆ จึงทำให้รัฐไม่สามารถที่จะ จัดการศึกษาให้แก่เยาวชนในวัยเรียนได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นการที่เอกชนได้เข้ามา มีบทบาทในด้าน การจัดการศึกษาจึงนับว่าเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระการจัดการศึกษาของรัฐ ทำให้รัฐสามารถนำเงิน ส่วนนี้ไปใช้ในการขยายการศึกษาภาคบังคับในชนบทได้มากขึ้น เป็นการเพิ่มโอกาสทางการศึกษา ให้แก่ผู้ด้อยโอกาสอีกทางหนึ่ง

2.1.2 การบริหารสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน

โรงเรียนเอกชนได้นำแนวคิดของนักการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ มากำหนดเป็น ขอบข่ายในการบริหาร โรงเรียน เพื่อให้บรรลุคุณลักษณะของโรงเรียนที่มีคุณภาพ เรียกว่า มาตรฐานคุณภาพโรงเรียนเอกชน ซึ่ง ครอบคลุมงาน 6 ด้าน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา เอกชน,2541) คือ

1. งานวิชาการ
2. งานกิจการนักเรียน
3. งานบริหารงานบุคคล
4. งานธุรการการเงิน
5. งานความสัมพันธ์กับชุมชน
6. งานบริหารอาคารสถานที่

ในแต่ละด้านสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนได้จำแนกรายละเอียดลักษณะ ของงานที่จะต้องปฏิบัติ ดังนี้

1. งานวิชาการ เป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานของโรงเรียนไปสู่จุดหมายที่ ต้องการซึ่งหมายถึงการจัดกิจกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ให้กับนักเรียน เพื่อให้ นักเรียนมีการ พัฒนาทุกด้านครบถ้วนตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตรให้เหมาะสมกับสภาพโรงเรียนและชุมชน การจัดทำแผนการสอนและบันทึกการสอน การจัดการเรียนการสอน การผลิตสื่อการเรียน การสอนซ่อมเสริม การวัดและประเมินผล การนิเทศภายใน การจัดการห้องสมุด

2. งานกิจการนักเรียน หมายถึง งานบริการและกิจกรรมนักเรียน การจัดบริการให้ นักเรียนเพื่อให้เกิดความสะดวก ปลอดภัยและให้ผลเต็มที่ต่อการเพิ่มพูนความสมบูรณ์และประสบ การชีวิตโดยตรงต่อนักเรียนเป็นอย่างดีและทั่วถึง อีกทั้งเป็นไปในทิศทางที่สังคมปรารถนา สอดคล้องกับการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตร ประกอบด้วย การจัดการบริการเพื่อเสริม สุขภาพ การรักษาความปลอดภัย การจัดบริการแนะแนว การจัดสวัสดิการช่วยเหลือนักเรียน การ จัดกิจกรรมนักเรียน

3. งานบุคลากร หมายถึงการจัดและดำเนินการเกี่ยวกับนโยบายระเบียบข้อบังคับ เกี่ยวกับบุคลากรในโรงเรียน ซึ่งประกอบด้วยผู้ทำหน้าที่สอนและผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการสอน เป็น การปฏิบัติเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความสามารถและคุณภาพเหมาะสมมาปฏิบัติงานในโรงเรียนให้ บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ประกอบด้วย การจัดโครงสร้างผู้บริหาร การ จัด บุคลากรทำงานตามความสามารถและพัฒนาบุคลากร

4. งานธุรการและการเงิน เป็นกลไกสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้โรงเรียนดำเนินไปได้สำเร็จลุล่วงตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ประกอบด้วย การจัดระบบของเอกสาร การจัดงานครุภัณฑ์และการจัดทำงบประมาณ บัญชีการเงินและการควบคุมตรวจสอบ

5. งานความสัมพันธ์กับชุมชน เป็นงานที่ช่วยส่งเสริมในการจัดการศึกษาในโรงเรียน ให้สอดคล้องและสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เป็นการร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างชุมชน ประกอบด้วย การช่วยเหลือ การบริการชุมชน การได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากชุมชนการติดต่อสื่อสารระหว่างกันและการเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน

6. งานอาคารสถานที่ เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมและเกื้อกูลด้านอื่น ๆ ของโรงเรียนโดยเฉพาะการเรียนการสอนให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพบรรลุผลตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการได้เป็นอย่างดี ประกอบด้วย การดูแลบริเวณโรงเรียน การจัดสภาพห้องเรียนและการจัดอาคารสถานที่

สรุปได้ว่า การบริหารงานสถานศึกษาเอกชน จำแนกได้เป็น 6 ด้าน คือ งาน วิชาการ งานกิจการนักเรียน งานบุคลากร งานธุรการและการเงิน งานความสัมพันธ์กับชุมชน และงานอาคารสถานที่ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นสิ่งที่สำคัญในการบริหารสถานศึกษาเป็นอย่างยิ่งโดยสถานศึกษาจะต้องมีการพัฒนาทุกด้านอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมาตรฐานที่ดีของสถานศึกษา

2.2 วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ

วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2500 ในฐานะโรงเรียนเอกชนสามัญ ชื่อโรงเรียนประชาชื่นวัฒนา เปิดสอนระดับอนุบาล ต่อมาในปีการศึกษา 2523 โรงเรียนได้เปลี่ยนมาจัดการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทช่างอุตสาหกรรม สาขาช่างเทคนิคสถาปัตยกรรม ในชื่อโรงเรียนเทคโนโลยีประชาชื่น

ในปีการศึกษา 2545 ทางโรงเรียนได้ขออนุญาตเปลี่ยนแปลงการจัดการศึกษาใหม่อีกครั้งหนึ่งโดยขอยกเลิกหลักสูตรเดิม และได้เปลี่ยนชื่อเป็นโรงเรียนวราธิปไตยบริหารธุรกิจ เปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ประเภทวิชาพาณิชยกรรม สาขาวิชาพาณิชยกรรม สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาการขาย และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาการตลาด และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ปัจจุบันได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นวิทยาลัย ตามพระราชบัญญัติการศึกษาเอกชน พ.ศ.2550 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2554 โดยใช้ชื่อว่าวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ

2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.3.1.1 ความหมายของการตัดสินใจ

Simon Herbert A. (1976) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และการเลือกจากทางเลือกจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่

Harrison (1988) ได้สรุปนิยามของการนำไปของการตัดสินใจว่าเป็นขบวนการ ประเมินผลที่เกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย การคาดคะเน ผลที่เกิดจากการปฏิบัติต่าง ๆ บังคับให้มีผู้ตัดสินใจดังกล่าวเลือกทางปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายมากที่สุด

Moody Paul (1991) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือว่า เมื่อใด ถึงจะตัดสินใจควรหยุดหาข้อเท็จจริง ข้อยุติ (Solution) จะแปรเปลี่ยนไปตามปัญหาที่ต้องการ แก้ไข ซึ่งการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายและการใช้เวลา

Moorhead and Griffin (1992) เสนอคำนิยามว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางเลือกจากการเลือกหลาย ๆ อย่าง

วุฒิ นวลยศรี (2546) นิยามว่า การตัดสินใจหมายถึงกระบวนการเลือกแนวทางปฏิบัติ ที่คิดว่ามีความเหมาะสมมาใช้ในสถานการณ์ การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับสติปัญญา เป็นเรื่องของการไตร่ตรอง มีเหตุผล ฉะนั้นการเลือกแนวทางที่ดีที่สุดนั้นต้องพิจารณาถึงความเสี่ยง ความประหยัด เวลาที่ใช้และข้อจำกัดจากแหล่งต่าง ๆ ให้รอบคอบ

สรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง เทคนิคหรือวิธีการของแต่ละบุคคลที่ใช้กระบวนการใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล เพื่อพิจารณาเลือกทางปฏิบัติจากหลายทางเลือก โดยผู้ตัดสินใจประเมินค่าทางเลือกนั้นว่าเป็นทางเลือกที่ปฏิบัติแล้วสามารถบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ได้มากที่สุด

2.3.1.2 ประเภทของการตัดสินใจ

ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) ได้จำแนกประเภทของการตัดสินใจออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การตัดสินใจที่สามารถกำหนดไว้ล่วงหน้า จะเกิดขึ้นกับสถานการณ์ที่มักจะเกิดขึ้นบ่อยและมีโครงสร้างที่ชัดเจน ซึ่งมักจะเป็นปัญหา สามารถจะเตรียมการในการตัดสินใจ โดยกำหนดเป็นกฎระเบียบและขั้นตอนต่าง ๆ ไว้แน่นอนเป็นรูปธรรม หลังจากที่มีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ และมีโครงสร้างที่เหมือนกันหลาย ๆ ครั้งแล้วสามารถพัฒนาแนวทางในการวิเคราะห์

ปัญหาและการตัดสินใจในเรื่องนั้น ๆ เพื่อแก้ปัญหาในอนาคต โดยอาจจะเปลี่ยนสมมติฐานและข้อมูลได้บ้างตามความเหมาะสมเพราะการตัดสินใจมิได้เหมือนกันในทุก ๆ ครั้ง

2. การตัดสินใจที่ไม่สามารถกำหนดไว้ล่วงหน้า เป็นการตัดสินใจที่ไม่กำหนดล่วงหน้าจะเหมาะสมกับสถานการณ์ที่ไม่สามารถกำหนดกฎระเบียบ หรือขั้นตอนการปฏิบัติที่ได้กำหนดไว้ เพราะสถานการณ์จะเกิดขึ้นไม่บ่อยนักและมีลักษณะที่เฉพาะเจาะจง หรือไม่ได้มีโครงสร้างที่แน่นอน ดังนั้นผู้ตัดสินใจจึงไม่สามารถพัฒนาวิธีการปฏิบัติและแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้เป็นมาตรฐานสำหรับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ มักจะเป็นการตัดสินใจในเรื่องสำคัญโดยเฉพาะการตัดสินใจเรื่องของอนาคตและกลยุทธ์ด้านธุรกิจ หรือการแก้วิกฤตที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน

ศรีสุรางค์ ชีระกุล และคณะ (2551) ได้แบ่งประเภทการตัดสินใจเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่ผู้ทำการตัดสินใจทราบแน่นอนว่าสภาวะการณ์ใดจะเกิดขึ้นและจะกระทำการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์นั้น

2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนเป็นการตัดสินใจที่ผู้ทำการตัดสินใจทราบเพียงแต่ว่า มีสถานการณ์ใดที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่กำลังตัดสินใจที่อาจจะเกิดขึ้นได้บ้าง โดยไม่ทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นของแต่ละสถานการณ์ได้ โดยพิจารณาในเชิงจิตพิสัยหรืออาศัยข้อมูลจากการทดลองที่เคยทำมาแล้วหรืออาศัยข้อสนเทศจากตัวอย่าง

3. การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง เป็นการกระทำการตัดสินใจที่นอกจากผู้ทำการตัดสินใจจะทราบว่า มีสภาวะการณ์ใดที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่กำลังตัดสินใจเกิดขึ้นบ้างแล้วและยังทราบถึงความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นของแต่ละสภาวะการณ์ด้วย

สรุปได้ว่า ประเภทของการตัดสินใจสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ การตัดสินใจที่สามารถกำหนดไว้ล่วงหน้าภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน และการตัดสินใจที่ไม่สามารถกำหนดไว้ล่วงหน้าได้ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนและจำเป็น

2.3.1.3 กระบวนการตัดสินใจและขั้นตอนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ

อนันต์ บินรามัน (2552) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ เป็นหลักของการวางแผน การนำกระบวนการไปสู่การตัดสินใจ เป็นความคิดเกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้ คือ

1. การกำหนดข้อสมมติ
2. การกำหนดทางเลือก
3. การประเมินทางเลือกเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
4. การเลือกทางเลือก หรือการตัดสินใจนั่นเอง

กระบวนการตัดสินใจเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้หลักเชิงเหตุผลเป็นลักษณะของการหาทางออกที่ดีที่สุดเป็นพื้นฐาน ซึ่งนักวิชาการได้แบ่งขั้นตอนการตัดสินใจโดยถือแนวพิจารณาการแก้ปัญหา เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาโดยแบ่งเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากว่าปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นย่อมมีสาเหตุ การเสาะหาข่าวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา คือ การเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุนั้นเพื่อมาเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจ จะต้องกระทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ ทั้งแง่ของการเก็บรวบรวมข้อมูล (Collective) และในแง่การวิเคราะห์ (Analysis) ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการวิจัย

2. ขั้นตอนการกำหนดทางเลือก เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจ เป็นการพยายามจะครอบคลุมวิถีทางที่แก้ปัญหาได้หลาย ๆ วิธี ต้องกำหนดให้ได้ในรูปธรรมหลัก ข้อเท็จจริงหลัก เป็นอย่างไรบ้างและในทางปฏิบัติต้องสร้างฉาก ขึ้นมาก่อนว่า เรื่องนี้มีทางเลือกอะไรบ้าง ในทางเลือกนั้นมีข้อเท็จจริงรูปธรรมหลัก ๆ อะไรบ้าง

3. ขั้นตอนการวิเคราะห์ทางเลือก การวิเคราะห์ทางเลือกควรใช้ความเป็นจริงที่เป็นภาวะวิสัย พยายามหลีกเลี่ยงการนำค่า (Value) ทั้งหลายมาเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์

4. ขั้นตอนการเปรียบเทียบค่าทางเลือก (Value Comparison) ขั้นตอนนี้เป็นการเปรียบเทียบโดยนำค่า (Value) มาเกี่ยวข้อง นำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่นที่ปลอดภัยแล้วมาพิจารณาทางเลือกอีกทีหนึ่ง

5. ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดี ขั้นตอนนี้เป็นการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

Simon (1976 อ้างถึงใน จิรพรรัตนสุนทรากุล, 2545) นักวิทยาศาสตร์ได้อธิบายว่าการตัดสินใจเป็นขบวนการ (process) ขบวนการหนึ่งที่เป็นขั้นตอนและมีหลายระดับ โดยสามารถแยกขั้นตอนของการตัดสินใจออกเป็น 3 ขั้น ได้แก่

1. เป็นกิจกรรมทางด้านความสามารถหรือปัญหา หมายความว่าเมื่อเกิดสถานการณ์ที่เรา รู้สึกว่าอัดอั้นตันใจ หรือว่าคิดไม่ออก อยาจะหาทางออกที่เหมาะสม ก็จะเริ่มกระบวนการทางสมองที่จะค้นหาว่าเรากำลังเผชิญปัญหาอะไร และมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง เพื่อที่จะดำเนินการแก้ไขความรู้สึกไม่สบายใจนั้น

2. เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการออกแบบ หมายความว่า ความพยายามที่จะกำหนดทางเลือก พัฒนาทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือก ว่ามีทางเลือกอะไรบ้างที่เป็นไปได้

3. เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการเลือก หมายความว่า ในขั้นที่ 3 นี้จะเป็นการเลือกที่แท้จริง คือ ทางเลือกที่คิดว่าจะเป็นไปได้ และเหมาะสมที่จะนำไปดำเนินการ

สำหรับนักวิชาการไทย ได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจไว้เหมือนกัน ดังต่อไปนี้ (บรรจง รัตนพรหมณ์, 2541)

การแยกแยะตัวปัญหาเป็นการค้นหาข้อเท็จจริงในตัวปัญหาออกมาได้ การแก้ปัญหานั้นเมื่อได้รู้ตัวปัญหาที่แท้จริงก็เท่ากับว่าแก้ปัญหานั้นได้ครั้งหนึ่งแล้ว ซึ่งหมายความว่าในหลายกรณีที่มีผู้แก้ปัญหามาไม่ทราบถึงตัวปัญหาแน่นอน เพราะฉะนั้นก็อาจจะดำเนินการแก้ปัญหานั้นทุกอย่าง โดยไม่ทราบปัญหาที่แท้จริงก็เป็นได้

1. ขั้นตอนแรกของการตัดสินใจนั้น เป็นเรื่องของสร้างเชื่อมั่น มั่นใจโดยการค้นหาทำความเข้าใจกับตัวปัญหาที่แท้จริง ที่กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วตัวปัญหานี้จะเรียกร้องความสนใจหรือความตั้งใจที่จะแก้ปัญหานั้น การตัดสินใจนั้นอยู่ที่การแยกแยะปัญหาที่แท้จริงออกมาให้ได้นั่นเอง

2. การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น ในขั้นที่ 2 ของขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ ก็เป็นเรื่องของข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหา กล่าวคือ ในปัญหาต่าง ๆ นั้นเราจะทราบได้แน่นอนว่า การที่จะเกิดปัญหาใด ๆ ขึ้นมาจำเป็นต้องมีสาเหตุหรือสิ่งทีก่อให้เกิดตัวปัญหานั้น ซึ่งอาจจะไม่ใช่สาเหตุโดยตรงก็เป็นได้ ความสามารถที่จะหาข่าวสารข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุด หรือที่กล่าวว่าเป็นข่าวสารที่สมบูรณ์ นั้นอาจจะเป็นไปได้ แต่ในข้อเสนอในขั้นตอนตัดสินใจประการที่ 2 นี้เป็นเรื่องของการเสาะหาตลอดจนมีความเพียงพอต่อการแก้ปัญหานั้น ซึ่งการเสาะแสวงหาที่ให้ได้ละเอียดถี่ถ้วนด้วยความช่วยเหลือของเครื่องกลบางชนิด ที่มีความรวดเร็ว และสามารถที่จะดำเนินการเก็บข้อมูล เพื่อค้นหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับปัญหาได้ถูกต้องแน่นอนมากยิ่งขึ้น

3. การประเมินค่าข่าวสาร ในบรรดาข่าวสารที่เสาะแสวงหานั้นก็ต้องยอมรับความจริงประการหนึ่งว่า มิได้หมายความว่าข่าวสารทุกชนิดที่หาได้นั้นเกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้นอย่างจริงเสมอไป ทั้ง ๆ ที่ขณะทำการเสาะหาที่ได้ตั้งใจเช่นกัน เพราะฉะนั้นก็จำเป็นต้องมีการประเมินค่าข่าวสารแล้วว่า เกี่ยวข้องกับตัวปัญหา ที่จะทำการแก้ปัญหานั้นหรือตัดสินใจนั้น

1. การกำหนดทางเลือก ในขั้นนี้เองที่โดยทั่ว ๆ ไปมักจะเห็นว่าเป็นขั้นสำคัญมากของการตัดสินใจ คือ การกำหนดทางเลือกมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่ได้กล่าวไว้ในกระบวนการตัดสินใจตามขั้นตอนการกำหนดทางเลือก หรือทางเลือกใดนั้นเป็นการพยายามครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหานั้นได้หลาย ๆ วิธี จริงอยู่ถ้ามีข่าวสารสมบูรณ์และสำหรับปัญหาแต่ละเรื่องราวอาจจะกำหนดทางเลือกได้เหมาะสมและครอบคลุมอย่างแท้จริงว่า ในบรรดาทางเลือกที่ทางเลือกหลาย ๆ ทางนั้น ทางเลือกทุกทางอาจจะช่วยแก้ปัญหานั้น แต่อาจจะมีผลสำคัญหรือจำเป็นตลอดจนความเหมาะสมในหลาย ๆ ระดับด้วยกัน คือ ทางเลือกแต่ละทางอาจช่วยแก้ปัญหานั้นได้ถูกต้องเหมาะสมใน

ระดับต่าง ๆ กัน เพราะฉะนั้นความจำเป็นอีกอีกอย่างหนึ่งก็คือ การกำหนดที่มีระดับความสำคัญของการแก้ปัญหาเพื่อที่จะสรุปในการจะเลือกขั้นตอนต่อไป

2. การเลือกทางเลือก เมื่อได้กำหนดทางเลือกต่าง ๆ ออกมาแล้วพร้อมทั้งกำหนดลำดับความสำคัญ และความเหมาะสมในการแก้ปัญหาแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการเลือกทางเลือกที่จะปฏิบัติการต่อไป ขั้นนี้เองเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปเป็นการตัดสินใจโดยแท้จริง ความจริงแล้วขั้นนี้ก็เพียงอีกขั้นหนึ่งที่อยู่ในขั้นตอนของการตัดสินใจ ซึ่งยังไม่สามารถที่จะกล่าวได้ว่าสมบูรณ์ตามที่ตั้งใจ เพราะเหตุว่าจำเป็นต้องมีขั้นตอนขั้นหนึ่ง ซึ่งอย่างน้อยจะสร้างความสมบูรณ์ให้กับการตัดสินใจตามขั้นตอนเหล่านี้ได้

3. การปฏิบัติตามการตัดสินใจ เมื่อทางเลือกได้ถูกเลือกขึ้นมาแล้ว ก็เป็นการปฏิบัติตามผลการตัดสินใจหรือทางเลือกนั้น เราจะทราบว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงใดหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจนั้น หมายถึงว่า สามารถที่จะแก้ไขปัญหาก็ได้แยกแยะออกมาได้ตามขั้นตอนแรกได้หรือไม่ ซึ่งในหลายกรณีการสอดแทรกขั้นตอนว่าเมื่อเริ่มปฏิบัติการตามผลของการตัดสินใจแล้วจะมีวิธีการประเมินผลของการตัดสินใจได้อย่างไร ในการที่จะตรวจสอบว่าผลของการตัดสินใจที่ได้ถูกปฏิบัติว่าเหมาะสมกับการแก้ปัญหาที่ต้องการจะแก้หรือไม่

จากที่กล่าวมาแล้วพอสรุปได้ว่า การตัดสินใจหมายถึง กระบวนการเลือกแนวทางที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่บุคคลคาดหวังหรือต้องการ โดยพิจารณาจากปัจจัยเปรียบเทียบถึงข้อดีข้อเสียที่จะเกิดขึ้นอย่างมีเหตุผลและรอบคอบแล้วจึงตัดสินใจเลือกแนวทางที่คิดว่าดีที่สุดสำหรับตนเอง

ขั้นตอนการตัดสินใจ

การตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหา เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากได้มีการศึกษาสภาพของปัญหาและได้มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของปัญหานั้น ๆ ขึ้นมากำหนดเป็นปัญหาแล้วผู้ตัดสินใจได้กำหนดทางเลือกขึ้นมาหลาย ๆ วิธี ขั้นตอนการตัดสินใจประกอบด้วยลำดับขั้นตอน 8 ขั้นตอนอธิบายความสำคัญได้ดังนี้ (สก็ดซ์ชัช ภูเจริญ, 2553)

ขั้นที่ 1 ขั้นกำหนดปัญหา

ก่อนการดำเนินการใด ๆ ผู้ตัดสินใจต้องศึกษาข้อมูลอย่างรอบคอบและเข้าใจในสภาพของปัญหาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะกำหนดขึ้นเป็นปัญหา จึงจะสามารถกำหนดขึ้นเป็นปัญหาได้อย่างชัดเจน ปัญหาที่ต้องตัดสินใจคืออะไร สาเหตุของปัญหาคืออะไร และมีความจำเป็นต่อการตัดสินใจมากน้อยเพียงใด ข้อมูลต่าง ๆ ถูกรวบรวมไว้ครบถ้วนหรือยัง ค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนเป็นอย่างไร จุดคุ้มทุนอยู่ที่จุดใด วัตถุประสงค์ แรงงานมีเพียงพอหรือยัง ควบนับสินค้านี้ค้างคลังแล้วหรือยัง ปริมาณการสั่งซื้อตลอดจนสิ่งแวดล้อมและภาวะเศรษฐกิจขณะนั้นเป็นอย่างไร เช่น ปัญหา

ขอขยายค้ำข้อมูลต่างๆที่ต้องรวบรวมได้แก่ ขอขยายในแต่ละวงวนั้น ต้นทุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ราคาสินค้าของคู่แข่ง เกมการแข่งขันต่าง ๆ พฤติกรรมการบริโภค เป็นต้น แล้วจึงกำหนดตัวแปร ที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้นๆ สิ่งที่ต้องตระหนักคือการกำหนดปัญหาเหตุผลเสียที่ตามมาจะเพิ่มขึ้น อย่างมากมายเช่น เกิดปัญหาใหม่พอกพูนมากขึ้นในขณะที่เดิวกั้นปัญหาเดิมก็ยังคงมีอยู่ต่อไป หาก แก้ปัญหาไม่ตรงประเด็นจะปรากฏแนวของปัญหาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ช่างยากและวุ่นวายมากขึ้น

ขั้นที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหา

เมื่อทราบปัญหาแล้วผู้ตัดสินใจต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของการแก้ปัญหาครั้งนี้ออกมา ให้ชัดเจน เช่น ต้องการผลตอบแทนสูงสุด หรือต้องการส่วนครองตลาดมากที่สุด ต้องการขยาย ตลาด ต้องการลดต้นทุน ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพและปริมาณการผลิต เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทาง ในการนำไปกำหนดตัวแปรและสร้างเป็นตัวแบบในการตัดสินใจ การกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อ ต้องการให้เกิดสภาพที่เป็นจริงตามความต้องการภายหลังจากที่ได้มีการแก้ไขปัญหา

ขั้นที่ 3 การกำหนดทางเลือกที่หลากหลาย

ผู้ตัดสินใจจะต้องรวบรวมทางเลือกต่างๆ ตามลักษณะของปัญหานั้นออกมาหลายๆ ทาง เช่น กำหนดทางเลือกของการลงทุนว่าจะลงทุนขนาดเล็กหรือขนาดกลาง หรือ ขนาดใหญ่ กำหนดทางเลือกขายสินค้าว่าจะขายผลไม้ หรือ เสื้อผ้า หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น การกำหนด ทางเลือกต้องสอดคล้องกับการกำหนดปัญหาและทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการแก้ปัญหานั้น ๆ การตัดสินใจในขั้นตอนนี้ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทางเลือกที่หลากหลายก็ไม่ได้หมายความว่าทุกทางเลือกเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดหรือเหมาะสมที่สุด ทางเลือกที่ตัดสินใจเลือกจะเป็นฐานนำไป กำหนดตัวแปรและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 4 การกำหนดเหตุการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

ปัญหาที่ต้องการการตัดสินใจ ส่วนใหญ่มีความไม่แน่นอนเข้ามาเกี่ยวข้องและเป็นการ ตัดสินใจล่วงหน้าจึงต้องกำหนดเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นหลาย ๆ เหตุการณ์ตามสภาพของปัญหา พร้อมทั้งสามารถกำหนดความน่าจะเป็นที่เป็นไปได้ในเหตุการณ์นั้นได้ เช่น ปัญหาเกี่ยวกับ ขอขยายอาจกำหนดเหตุการณ์ความต้องการของลูกค้าออกเป็นเปอร์เซ็นต์ เช่น ความต้องการมาก 20% ความต้องการปานกลาง 40% หรือความต้องการน้อย 40% : ค่าเหล่านี้เป็นเพียงค่าประมาณ การเท่านั้น หรืออาจเป็นปัญหาเกี่ยวกับกำไร กำหนดเหตุการณ์ความต้องการกำไรออกเป็นความ ต้องการสูง 40% ความต้องการปานกลาง 50% หรือความต้องการอย่างต่ำ 10% เป็นต้น การกำหนด เหตุการณ์หรือผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเป็นเพียงการคาดหมายตามหลักการ กฎเกณฑ์ หรือ ทฤษฎี ต่างๆ เท่านั้น

ขั้นที่ 5 การศึกษาสภาพการณ์ของปัญหา

1. สภาพของปัญหาที่มีลักษณะที่แน่นอน หมายถึง ปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนั้นมองเห็นได้ชัดเจนและสอดคล้องกับสิ่งที่เป็นอยู่และมีเพียงเหตุการณ์เดียว และผู้ตัดสินใจเองมีข้อมูลที่แน่นอนชัดเจนจึงสามารถที่จะคาดคะเนถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่ต้องการตัดสินใจได้แน่นอน และอย่างถูกต้อง

2. สภาพของปัญหาที่มีลักษณะไม่แน่นอน หมายถึง ปัญหาที่นำมาประกอบการตัดสินใจไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนเพียงพอที่จะเชื่อถือได้ ผู้ตัดสินใจจึงไม่สามารถที่จะคาดคะเนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นภายหลังการตัดสินใจได้แน่นอนและถูกต้อง ด้วยเหตุนี้ผลของการตัดสินใจจึงอาจเกิดขึ้นได้หลายลักษณะอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านั้น วิธีที่คิดและเหมาะสมที่สุดจึงต้องใช้การประมาณค่าความน่าจะเป็นเข้าช่วยในการคาดคะเนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเป็นไปได้

3. สภาพปัญหาที่มีลักษณะเสี่ยง หมายถึง ผู้ตัดสินใจทราบถึงทางเลือกต่าง ๆ ของการตัดสินใจครั้งนั้นและมีข้อมูลเพียงพอ แต่ไม่ทราบถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากแต่ละทางเลือกได้อย่างชัดเจนแน่นอน อันเนื่องมาจากมีสาเหตุบางประการที่ทำให้ผู้ตัดสินใจไม่สามารถประมาณการได้ว่าความรุนแรงจะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด เช่น การตัดสินใจลงทุนโดยในภาวะน้ำท่วม การเกิดสงคราม ภาวะเงินเฟ้อ เป็นต้น แต่ก็มิ้นการบริหารหลายท่านกล่าวว่าความเสี่ยงคือความไม่แน่นอน

ขั้นที่ 6 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสม

การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมภายหลังจากที่ได้มีการการประเมินสถานการณ์หรือเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือผลตอบแทนของแต่ละทางเลือกให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการหรือเป็นไปตามเป้าประสงค์ขององค์กร หมายความว่า เป็นการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการแก้ปัญหาต่างๆ (อาจไม่ใช่ทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด) ผู้ตัดสินใจจึงจะนำไปใช้เป็นเครื่องมือ ในการดำเนินการแก้ปัญหาต่อไป ดังนั้นต้องตระหนักไว้เสมอว่า การตัดสินใจเลือกทางเลือกใดนั้นอาจก่อให้เกิดผลได้น้อย 2 ประการ คือความล้มเหลว หรือความสำเร็จ โดยทั่วไปการตัดสินใจเลือกทางเลือกผู้ตัดสินใจมักจะเลือกใช้วิธีตัดสินใจแบบมีหลักเกณฑ์ เช่น ใช้วิธีทดลอง สังเกตการณ์ วิจัย หรือใช้ข้อมูล ค่าความน่าจะเป็น หรืออาจจะเลือกตัดสินใจแบบไม่มีหลักเกณฑ์ ใช้ประสบการณ์ ความชำนาญพิเศษ หรือการใช้จิตสำนึก เป็นต้น ทางเลือกที่เหมาะสมควรเป็นทางเลือกที่ง่ายต่อการปฏิบัติ มีความยืดหยุ่นได้บ้าง ต้นทุนต่ำ มีความเสี่ยงน้อย มีความพร้อมของทรัพยากรและสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว

ขั้นที่ 7 การสร้าง ตัวแบบการตัดสินใจ

การสร้าง ตัวแบบการตัดสินใจ หมายถึง การสร้างเครื่องมือหรือตัวแบบเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจะถูกนำมาคิดแปลงเป็นตัวแปรตัดสินใจ การนำการวิเคราะห์เชิงปริมาณมา

ช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่ต้องมีการรวบรวมข้อมูลหรือตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจไว้ให้ได้ทั้งหมด แต่ในทางปฏิบัติเป็นเรื่องยากที่จะมีการรวบรวมข้อมูลได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นการสร้างตัวแบบในการตัดสินใจจึงอยู่ในรูปแบบของการจำลอง (Models) กล่าวคือเป็นการสร้างตัวแทนของสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้นภายใต้ข้อสมมติและข้อจำกัดต่าง ๆ ของเหตุการณ์ หรือสถานการณ์จริงที่คาดคะเนขึ้นมาเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ การสร้างตัวแบบการตัดสินใจ เป็นขั้นตอนการวางแผนปฏิบัติ

การวางแผนการปฏิบัติ คือ การกำหนดขั้นตอนในการแก้ปัญหาหรือการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ เช่นการกำหนดงาน ผู้รับผิดชอบ ทรัพยากรที่ต้องใช้ ระยะเวลางบประมาณ การควบคุมการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

ขั้นที่ 8 การติดตามผล และการประเมินผล

การติดตามผลและประเมินผลที่ได้รับจากการปฏิบัติวัตถุประสงค์ของการติดตามผล เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าได้มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและเพื่อนำข้อมูลไปกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมต่อไป การติดตามผลของกระบวนการปฏิบัติงานแม้จะมีการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างเคร่งครัดผลที่ได้อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายเพราะการแก้ปัญหาที่ขาดประสิทธิภาพไม่สามารถขจัดปัญหาที่แท้จริงได้ ทั้งนี้เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลเดิมอาจจะไม่สอดคล้องการนำมาใช้ในปัจจุบัน ดังนั้นจึงต้องมีการติดตามผลและการประเมินผลที่ได้รับอย่างต่อเนื่องโดยกำหนดตัวผู้รับผิดชอบคอยตรวจสอบว่างานในแต่ละขั้นตอนในแผนปฏิบัติมีอุปสรรคอย่างไรหรือมีผลสำเร็จลุล่วงภายในระยะเวลา ทรัพยากร และงบประมาณที่ได้กำหนดไว้ มีการรายงานผลจากผู้ปฏิบัติเป็นระยะ ๆ การประเมินผลนิยามกำหนดออกเป็นตัวชี้วัดในเชิงปริมาณมากกว่าเชิงคุณภาพ

สรุปได้ว่า ขั้นตอนในการตัดสินใจมี 8 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นวิเคราะห์และกำหนดปัญหา กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาคำหนดทางเลือกที่หลากหลายการกำหนดเหตุการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตการศึกษาสภาวะการณของปัญหาการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมการสร้าง ตัวแบบการตัดสินใจการติดตามผล และการประเมินผล

2.3.1.4 ทฤษฎีการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ทฤษฎีนี้จำแนก การตัดสินใจออกไปตามประเภทของสถานการณ์ที่ผู้ตัดสินใจเผชิญอยู่ และใช้สถานการณ์นั้นเป็นพื้นฐานพิจารณาที่ควรจะได้รับ สถานการณ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจตามแนวของ Star, Jr. and Render (1990) แบ่งออกได้ 3 สถานการณ์ คือ

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน (Decision under certainty) เป็นการตัดสินใจที่ผู้ตัดสินใจทราบถึงผลที่จะได้รับและผลที่จะตามมาชัดเจนแน่นอน กรณีดังกล่าวผู้ตัดสินใจเลือกจะเลือกทางที่ดีที่สุด และผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุดอย่างเช่น การที่บุคคลจะนำเงินฝากที่ธนาคารใด เขาต้องศึกษาอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารแต่ละแห่งจ่ายให้ก่อนแล้วจึงตัดสินใจว่าควรจะฝากธนาคารไหนในการนำเงินไปฝากนั้น ทราบชัดเจนว่า ณ คาบเวลาหนึ่งเขาจะได้รับดอกเบี้ยเท่าใด

2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง (Decision under Risk) การตัดสินใจตั้งอยู่บนพื้นฐานที่มีความแน่นอนน้อยกว่า แต่ยังคงคาดคะเนถึงผลที่อาจเกิดขึ้นจากทางเลือกบ้าง กล่าวคือ ผู้ตัดสินใจจะทราบผลที่ได้จากการเลือกต่าง ๆ แน่แน่นอน เช่น ในฤดูฝน ก่อนออกจากบ้านเราควรจะไปหรือไม่ ในกรณีนี้เราไม่ทราบได้ว่าฝนจะตกหรือไม่ แต่เรารู้จากรายงานว่าโอกาสที่จะมีฝนตกร้อยละเท่าใด

3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (Decision under Uncertainty) การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ผู้ตัดสินใจไม่อาจทราบถึงความเป็นไปได้ของผลที่จะเกิดขึ้นแต่ละทางเลือก อันเนื่องมาจากการมีข้อมูลไม่เพียงพอหรือตัวแปรอื่นไม่สามารถควบคุมได้ การตัดสินใจในสถานการณ์นี้ จึงไม่อาจเลือกใช้ทางเลือกที่ให้ผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุดได้ ผู้ตัดสินใจจะต้องใช้ดุลพินิจและวิจารณญาณเข้ามาช่วยมาก ยกตัวอย่างเช่น การที่ผู้บริหารโรงเรียนให้เด็กคนหนึ่งเข้าเรียน ผู้บริหารคนนั้นไม่มีโอกาสทราบได้เลขการเรียนและผลการเรียนของเด็กคนนั้นเป็นอย่างไร

สรุปได้ว่า ทฤษฎีการตัดสินใจแบ่งออกได้เป็น 3 สถานการณ์ คือ 1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน 2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง และ 3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

2.3.1.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะจัดสิ่งที่จะกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่ง

ที่กระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือน กล่องคำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้งานของผู้ขายหรือผู้ประกอบการก็คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับผู้ขายหรือผู้ประกอบการ คือ ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าและใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ประสบความสำเร็จกระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ลักษณะของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกันวัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้ค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้น จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวกับครอบครัว และสถาบันต่าง ๆ โดยสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกัน มีพฤติกรรมซื้อที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่ม และชั้นทางสังคม

ปัจจัยด้านสังคม (Social Class) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับ กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล กลุ่มอ้างอิงสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ

กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อสนิท

กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อร่วมอาชีพ และเพื่อร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านพฤติกรรม การดำเนินชีวิต ทศนคติ และแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงต้องปฏิบัติตาม และยอมรับความคิดเห็นต่างๆ จากกลุ่มอิทธิพล

ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติความคิด และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมครอบครัว

- บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลต่างๆ ได้แก่ อายุ อาชีพ ฐานะ รายได้ หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารสนิยม รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics) การเชื่อของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากกระบวนการจิตวิทยา 5 อย่าง คือ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ และทัศนคติ การจูงใจ (Motivation) เป็นวิธีการชักนำพฤติกรรมบุคคล โดยอาศัยสิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ และตอบสนองออกมาในรูปแบบพฤติกรรมการบริโภค

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลตีความ และรับรู้ข้อมูล เริ่มจากบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับ

- ลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้าต่าง ๆ นั้น
- ความสัมพันธ์ของสิ่งเร้าแวดล้อมในขณะนั้น
- เจือใจของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคคลมีความต้องการทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งจูงใจ

แตกต่างกัน

การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล การตอบสนองจะเกิดขึ้นจากการเรียนรู้ของบุคคลที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นได้รับสิ่งกระตุ้น

ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

ทัศนคติ (Attitude) เป็นภาวะทางจิตใจซึ่งแสดงถึงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น ทัศนคติก่อตัวขึ้นจากประสบการณ์และส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือชี้แนะต่อพฤติกรรมซึ่งเป็นการประเมินความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในแนวทางที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจ หรือไม่พอใจ ต่อสินค้า และบริการ ขณะเดียวกันก็เกิดมาจากการจัดระเบียบของแนวความคิดที่มาจากการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ ความเชื่อ และอุปนิสัยของผู้บริโภคที่ได้รับมาจากกระบวนการที่บุคคลเข้าไปสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

พอสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจประกอบด้วยปัจจัยด้านวัฒนธรรม ซึ่งมาจากวัฒนธรรมพื้นฐาน พฤติกรรมย่อยหรือชั้นทางสังคม ปัจจัยด้านสังคม คือ กลุ่มอ้างอิง กลุ่มปฐมภูมิ กลุ่มทุติยภูมิ และครอบครัว ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา คือ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ และทัศนคติ

2.3.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเหตุจูงใจในการศึกษา

Lovell (1980) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่าเป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ

Brown (1980) กล่าวว่าแรงจูงใจเป็นความคิดซึ่งเป็นแรงขับอยู่ภายใน ซึ่งประกอบไปด้วยอารมณ์ ความปรารถนา จึงเป็นเหตุให้คนแสดงออกมาเป็นปริมาณมากหรือน้อยไม่เท่ากันซึ่งสอดคล้องกับ Hilgard (1983) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า เป็นองค์ประกอบที่ไปกระตุ้นบุคคลให้เกิดพลังและนำไปสู่การกระทำ

ประสาธ อิศรปริดา (2547) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า หมายถึงพลังทางจิต ซึ่งเป็นภาวะภายในที่ถูกกระตุ้น กำหนดทิศทางและคงสภาพพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์หรือเป้าหมาย แรงจูงใจที่ปรากฏมักเป็นผลร่วมระหว่างคุณลักษณะ (Traits) และสภาพการณ์แวดล้อม (States)

สรุปได้ว่าแรงจูงใจเป็นแรงกระตุ้นจากภายในหรือจิตใจ ทำให้คนโดยแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมที่ปรารถนาเพื่อตอบสนองความต้องการหรือเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนเองต้องการ

2.3.2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีการจูงใจของ Maslow (1970 อ้างถึงใน สุรางค์ โค้วตระกูล, 2544) นักจิตวิทยาชาวอังกฤษ เป็นคนแรกที่ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับแรงจูงใจไว้ และเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย ทฤษฎีดังกล่าวมีสาระดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการและเป็นความต้องการที่ไม่มีวันสิ้นสุด ขณะที่ความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ ไม่มีวันสิ้นสุด
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป
3. ความต้องการของมนุษย์ มีลำดับขั้นตอนความสำคัญ คือ เมื่อเราต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการในระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

ทฤษฎี ERG

Alfred Adler (อ้างถึงใน พล เหลืองรังสี, 2546) กล่าวว่า ทฤษฎี ERG เป็นทฤษฎีการจูงใจอีกทฤษฎีหนึ่งที่มีความสำคัญกับความต้องการ อัลเฟรด แอคเคเลอร์ เป็นผู้ตั้งทฤษฎีนี้ขึ้น โดย E มาจาก Existence, R มาจาก Relatedness และ G มาจาก Growth เขาแบ่งความต้องการของมนุษย์เป็น 3 ประเภท คือ

1. ความต้องการเกี่ยวกับการดำรงชีวิต (Existence needs) เป็นความต้องการทางวัตถุ และสามารถตอบสนองให้เพียงพอได้ โดยปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เช่น อาหาร น้ำ เงินเดือน รายได้อื่น ๆ นอกเหนือจากค่าจ้างและสภาพการทำงาน

2. ความต้องการเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Relatedness needs) เป็นความต้องการมีสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ ผู้บังคับบัญชา ครอบครัว เพื่อร่วมงานและเพื่อฝูง

3. ความต้องการพัฒนา (Growth needs) ความต้องการนี้เกี่ยวข้องกับความสามารถที่จะพัฒนาความเป็นตัวของตัวเอง ความต้องการดังกล่าวจะเกิดขึ้นจากการพัฒนาความสามารถ ความเฉลียวฉลาด ความมีอำนาจที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งมีความสำคัญต่อบุคคล

2.3.2.2 ประเภทของแรงจูงใจ

นักจิตวิทยาได้แบ่งลักษณะของแรงจูงใจออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1

แรงจูงใจฉับพลัน (Aroused Motive) คือแรงจูงใจที่กระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมออกมาทันทีทันใด แรงจูงใจสะสม (Motivational Disposition หรือ Latent Motive) คือแรงจูงใจที่มีอยู่แต่ไม่ได้แสดงออกทันที จะค่อย ๆ เก็บสะสมไว้รอการแสดงออกในเวลา ใดเวลาหนึ่งต่อ

กลุ่มที่ 2

แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive) คือแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าภายในตัวของบุคคลผู้นั้น

แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motive) คือแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าภายนอก

กลุ่มที่ 3

แรงจูงใจปฐมภูมิ (Primary Motive) คือแรงจูงใจอันเนื่องมาจากความต้องการที่เห็นพื้นฐานทางร่างกาย เช่น ความหิวโหย, กระจายเหือด แรงจูงใจทุติยภูมิ (Secondary Motive) คือแรงจูงใจที่เป็นผลต่อเนื่องมาจากแรงจูงใจขั้นปฐมภูมิ

แรงจูงใจภายในและภายนอก (Intrinsic and Extrinsic Motivation) นักจิตวิทยาหลายท่านไม่เห็นด้วยกับทฤษฎีพฤติกรรมนิยมที่อธิบายพฤติกรรมด้วยแรงจูงใจทางสรีระและแรงจูงใจทางจิตวิทยาโดยใช้ทฤษฎีการลดแรงขับ เพราะมีความเชื่อว่า พฤติกรรมบางอย่างของมนุษย์เกิดจากแรงจูงใจภายใน

แรงจูงใจภายใน หมายถึง แรงจูงใจที่มาจากภายในตัวบุคคล และเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมภายนอก

ความมีสมรรถภาพ (Competence) ไวท์ ได้อธิบายว่าความมีสมรรถภาพเป็นแรงจูงใจภายใน ซึ่งหมายถึงความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไวท์ถือว่ามนุษย์เราต้องการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่วัยทารกและพยายามที่จะปรับปรุงตัวอยู่เสมอความต้องการมีสมรรถภาพจึงเป็นแรงจูงใจภายใน

ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) ความอยากรู้อยากเห็นเป็นแรงจูงใจภายในที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่อยากรู้ว่าสำรวจสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากเด็กวัย 2-3 ขวบจะมีพฤติกรรมที่ต้องการจะสำรวจสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยไม่รู้จักเห็นคเห็น้อย

แรงจูงใจภายนอก หมายถึง แรงจูงใจที่มาจากภายนอก เป็นต้นว่าคำชมหรือรางวัล

MAW and MAW (1964) ได้เสนอแนะเครื่องชี้ (Indicators) ของความกระตือรือร้นของเด็กจากพฤติกรรมต่อไปนี้

1. เด็กจะมีปฏิริยาบวกต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสิ่งใหม่ แปลกและตึกกลับคือมีการเคลื่อนไหว หาสั่งเหล่านั้น

2. เด็กแสดงความอยากรู้เกี่ยวกับตนเองและสิ่งแวดล้อม

3. เด็กจะเสาะแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ โดยสำรวจสิ่งแวดล้อมรอบตัว

4. เด็ก จะแสดงความเพียรพยายามอย่างไม่ทอดอຍในการสำรวจค้นพบสิ่งแวดล้อม(วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี www.th.wikipedia.org)

เหตุจูงใจที่ส่งผล หรืออิทธิพลโดยตรงต่อการศึกษา ต่อเหตุจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) ซึ่งเป็นเหตุจูงใจที่มีอยู่ในมนุษย์ทุกคน เป็นความต้องการทางจิตใจของมนุษย์ที่จะเอาชนะอุปสรรค ฝ่าฟันกระทำสิ่งที่ยาก ๆ ทำให้ประสบความสำเร็จเป็นความปรารถนาที่จะทำสิ่งใด ๆ ให้สำเร็จโดยเร็วและได้ผลดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ผู้ที่มีเหตุจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จะบรรลุผลสำเร็จในการศึกษาและมีความพยายามที่จะศึกษาในระดับสูงขึ้นไป

ทิพย์วรรณ นพวงศ์ ณ อยุธยา (อ้างถึงใน นงลักษณ์ รุ่งวิฑิตยาร, 2544) กล่าวถึงเหตุจูงใจในการศึกษาว่า เหตุจูงใจในการศึกษาของบุคคลในแต่ละระดับจะแตกต่างกันออกไปตามวัยฐานะ และโอกาส ในวัยเด็กส่วนใหญ่จะเรียนเพราะพ่อแม่ให้เรียนหนังสือ หรือเรียนตามเพื่อนถ้าเป็นวัยรุ่นตอนปลายและวัยที่กำลังย่างเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ตอนต้น คือ อายุระหว่าง 16-25 ปี ก็อาจจะมีความรู้สึกรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับการเรียนไปอีกแบบหนึ่ง เพราะผู้ที่อยู่ในวัยนี้เริ่มจะมองเห็นแนวชีวิตซึ่งเห็นได้จากบุคคลรอบข้าง บางคนอาจจะต้องเริ่มมีความรับผิดชอบต่อตนเอง และอาจได้พบเห็นปัญหาชีวิตครอบครัวของตนเอง ครอบครัวของเพื่อน ญาติพี่น้อง หรือผู้ใกล้ชิดอื่น ๆ ความคิดเกี่ยวกับการเรียนอาจจะเริ่มหันเข้าสู่ผลได้ทางเศรษฐกิจ เช่น จะเรียนในสาขาที่หางานทำได้งาน มีรายได้ดี ไม่ต้องทำงานหนักและที่สำคัญคือ ต้องเป็นงานที่ตนมีใจรักและชอบที่จะทำด้วย เป็นต้น บางครั้งการเลือกเรียนสาขาวิชาต่างๆของเด็กวัยรุ่นขึ้นอยู่กับค่านิยมของพ่อแม่ พี่ น้อง และเพื่อน เพราะการเลี้ยงดูบุตรหลานของคนไทยไม่ค่อยจะเปิดโอกาสให้บุตรหลานได้ตัดสินใจด้วยตนเอง พ่อแม่ ญาติพี่น้อง บางคนมีค่านิยมเก่า ๆ ว่าการเรียนระดับมหาวิทยาลัยเท่านั้นที่จะทำให้บุตรหลานมีโอกาสได้งานดี ๆ ทำ มีเงินเดือนสูง เป็นเจ้าคนนายคน เป็นที่เชิดหน้าชูตาของพ่อแม่วงศ์

ตระกูล โดยไม่คำนึงถึงความสามารถของผู้เรียน ในเรื่องการสนับสนุนของครอบครัวนี้ ครอบครัวใดมีฐานะทางเศรษฐกิจดี มักจะพยายามส่งเสริมลูกหลานให้ได้เรียนถึงระดับสูงสุดเท่าที่สติปัญญาจะเอื้ออำนวยได้ อาจเรียนจนถึงปริญญาโท ปริญญาเอก ส่วนครอบครัวใดที่มีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดี ไม่อาจส่งบุตรหลานให้เรียนถึงระดับอุดมศึกษาได้ ก็จำเป็นต้องให้ออกไปประกอบอาชีพช่วยเหลือครอบครัวก่อน เมื่อมีโอกาสภายหลังและถ้ามีความสนใจจึงกลับไปศึกษาต่อใหม่ ในการศึกษาของคนกลุ่มหลังนี้ มักจะมีลักษณะแตกต่างไปจากกลุ่มแรก กล่าวคือ คนกลุ่มหลังนี้มักจะเลือกเรียนในสิ่งที่ตนสนใจ และเพิ่มพูนวิทยฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจด้วย

พจน์ สะเพียรชัย (อ้างถึงใน นงลักษณ์ รุ่งวิฑาร, 2549) ได้กล่าวถึงเหตุจูงใจในการศึกษาระดับต่าง ๆ โดยเฉพาะในระดับอาชีวศึกษา ว่านับวันจะมีแนวโน้มสูงขึ้นตามลำดับ ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการมีงานทำ และไม่มีการพิจารณาการศึกษาที่ผ่าน ๆ มา ปรากฏชัดอย่างหนึ่งคือ การศึกษาได้รับการยอมรับให้เป็นปัจจัยพื้นฐานอีกประการหนึ่งที่จะทำให้ชีวิตเป็นชีวิตที่สมบูรณ์ เช่นเดียวกับปัจจัยด้านอาหาร ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัย เมื่อทุกคนเห็นคุณค่าและความสำคัญของการศึกษาเช่นนี้ทุกคนจึงต้องการและใฝ่หา

จากที่กล่าวมาแล้ว พอสรุปได้ว่า เหตุจูงใจนั้นเกิดมาจากเหตุผลหลายอย่างไม่ว่าจะเป็นเหตุที่เกิดจากตัวเอง บุคคลรอบข้าง เช่น บิดามารดา พี่น้อง หรือไม่ว่าจะเป็นสิ่งแวดล้อม ซึ่งเหตุจูงใจเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจทั้งสิ้น

2.4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชน

การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษา ผู้ปกครองมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจ โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจจากหลายด้าน ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ 5 ด้าน ทั้งนี้เลือกเฉพาะด้านที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญหรือแสดงความคิดเห็นได้ชัดเจน ดังต่อไปนี้

2.4.1 ด้านวิชาการ

เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันว่า งานวิชาการเปรียบเหมือนเป็นหัวใจของโรงเรียน เพื่อเป็นการเสนอความต้องการในผลงานวิชาการ จุดมุ่งหมายของงานวิชาการอยู่ที่การสร้างนักเรียนให้มีคุณภาพ ให้มีความรู้ มีจริยธรรม เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) กล่าวไว้ว่า ความสำคัญของงานวิชาการในสถานศึกษา งานวิชาการเป็นงานหลักของสถานศึกษา ไม่ว่าสถานศึกษาจะเป็นประเภทใด มาตรฐานและคุณภาพของสถานศึกษาจะพิจารณาได้จากผลงานด้านวิชาการ เนื่องจากงานวิชาการเกี่ยวข้องกับหลักสูตรการจัดโปรแกรมการศึกษา และการจัดการเรียนการสอน ซึ่งเป็นหัวใจของ

สถานศึกษาและเกี่ยวข้องกับผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรทุกระดับของสถานศึกษา ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องทางตรงหรือทางอ้อมก็อยู่ที่ลักษณะของงานนั้น

งานวิชาการเป็นงานที่สำคัญสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา เนื่องจากงานวิชาการจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทุกชนิดในสถานศึกษา โดยเฉพาะเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอน ซึ่งจุ่มงหมายหลักของสถานศึกษาและเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จและความสามารถของผู้บริหาร

งานวิชาการถ้ามองในด้านกระบวนการดำเนินงานแล้ว หมายถึง กระบวนการของกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงการเรียนการสอนให้ดีขึ้น ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การวางแผน การปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอน ตลอดจนการประเมินผลการเรียนการสอน เพื่อให้เป็นไปตามจุ่มงหมายของหลักสูตรและจุ่มงหมายของการศึกษา เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เรียน

งานวิชาการถ้ามองในด้านของงานสถานศึกษา งานวิชาการ ได้แก่ งานการควบคุมดูแล หลักสูตรการสอน อุปกรณ์การสอน การจัดแบบเรียน คู่มือครู การจัดชั้นเรียน การจัดครูเข้าสอน การปรับปรุงการเรียนการสอน การฝึกอบรมครู การนิเทศการศึกษา การเผยแพร่ งานวิชาการ การวัดผลการศึกษา การศึกษาวิจัย การประเมินมาตรฐานสถานศึกษาเพื่อปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพของสถานศึกษา เป็นต้น

สรุปได้ว่า งานวิชาการ หมายถึง การจัดกิจกรรมทุกอย่างของสถานศึกษาที่เกี่ยวกับการปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้ได้ผลดีและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เรียน

ขั้นตอนการบริหารงานวิชาการ

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) ได้กล่าวถึง การบริหารงานวิชาการ การบริหารงานวิชาการเป็นงานหลักของสถานศึกษาและมีขอบข่ายค่อนข้างกว้างขวาง หลักการบริหารงานวิชาการจะแบ่งเป็นขั้นตอนของกระบวนการบริหารงานวิชาการ ดังนี้

1. ขั้นก่อนดำเนินการ จะเป็นการกำหนดนโยบายและวางแผนงานด้านวิชาการ โดยมีงานต่อไปนี้

- 1.1 จัดทำแผนงานวิชาการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร
- 1.2 จัดสภาพงานวิชาการและวิธีการทำงาน
- 1.3 จัดครู อาจารย์เข้าสอน
- 1.4 จัดทำโครงการสอน

1.5 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน

1.6 จัดตารางสอน

1.7 ปฐมนิเทศนักเรียน

1.8 การลงทะเบียนเรียน

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่จัดและดำเนินงาน รวมทั้งควบคุมดูแลให้ปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ ดังนี้

2.1 การดำเนินการสอนตามหลักสูตร โดยการดูแลให้การสอนเป็นไปตามโครงการสอนในแต่ละวิชา เป็นการนำหลักสูตรไปสู่การปฏิบัติ

2.2 การดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรทางด้านวิชาการ ได้แก่ การจัดโครงการสอนซ่อมเสริม โครงการส่งเสริมเด็กเรียนดี โครงการส่งเสริมการค้นคว้าด้วยตนเอง การจัดชุมนุมต่าง ๆ มีการแนะแนวการศึกษาและอาชีพ ตลอดจนการให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จัดให้มีห้องสมุดของโรงเรียนเพื่อเป็นแหล่งการศึกษาค้นคว้า

2.3 งานเกี่ยวกับงานบริการ การส่งเสริมให้มีการบริการเกี่ยวกับสื่อการสอน เพื่อช่วยเหลือครูในด้านการสอนและอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการจัดรวบรวมเอกสารการสอน คู่มือครู รวมทั้งการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น อาคารสถานที่ การจัดอุปกรณ์ เป็นต้น

3. ขั้นส่งเสริมและติดตามผลในด้านวิชาการ เพื่อให้ได้มาตรฐานของงานวิชาการ ผู้บริหารควรมีการส่งเสริม ปรับปรุง พัฒนา และประเมินผลงานด้านวิชาการ ดังนี้

3.1 ส่งเสริมให้ครู อาจารย์ได้ปรับปรุงตนเองด้านวิชาการ

3.2 สนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามมาตรฐานทางวิชาการ ได้แก่ การกำหนดจุดมุ่งหมายและนโยบายที่เหมาะสมกับสถานศึกษา และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

3.3 ริเริ่มและสร้างสรรค์ในการปรับปรุงงานด้านวิชาการ

3.4 จัดบรรยากาศทางวิชาการในสถานศึกษา เช่น การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมทางด้านวิชาการจัดให้มีคณะกรรมการที่ปรึกษาทางวิชาการ

3.6 จัดตั้งคณะทำงานทางวิชาการขึ้น ลักษณะของคณะอาจจัดรวมกันเป็นคณะครูในแผนกเดียวกัน มาร่วมกันทำงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

3.7 ส่งเสริมให้จัดตั้งชุมชนหรือชมรมทางวิชาการ เพื่อจัดกิจกรรมและเผยแพร่ผลงานด้านวิชาการ

3.8 ส่งเสริมให้มีการเข้าร่วมประชุมสัมมนาฝึกอบรม เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้และเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการส่งเสริมให้การศึกษาต่อเพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ

สรุปได้ว่า หัวใจของการบริหารสถานศึกษา คือ งานด้านวิชาการ ทั้งนี้เพราะ จุดมุ่งหมายของสถานศึกษาก็คือ การจัดการศึกษา คุณภาพและมาตรฐานของสถานศึกษา จึงอยู่ที่ งานด้านวิชาการ ซึ่งจะประกอบด้วยงานด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน การจัด บุคลากรที่เกี่ยวข้อง การจัดส่งเสริมงานด้านวิชาการ รวมถึงงานด้านการวัดและประเมินผล

เยวพา เคชะคุปต์, (2542) ได้เสนอแนวความคิดว่า การบริหารงานวิชาการเป็นงาน หลักของสถานศึกษาทุกแห่ง เป็นการจัประสพการณ์เพื่อเตรียมผู้เรียนให้พัฒนาด้วร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งการจัดนั้น ๆ ต้องครอบคลุมขอบข่ายงานวิชาการ ทุกด้ว

1. งานด้วหลักสูตร (กิติมา ปรีดีคิลก, 2542) กล่าวว่า หลักสูตร คือ เอกสารที่ กำหนดโครงการศึกษาของผู้สอน โดยกำหนดความมุ่งหมายของการศึกษา เนื้อหาความรู้และ ประสพการณ์ที่จะจัดให้กับผู้เรียน ระยะเวลาการเรียนการสอนและการประเมินผล

งานด้วหลักสูตรอาชีวศึกษาเป็นการจัประสพการณ์ด้วการอาชีพ เป็นหลักสูตรที่ มุ่งให้ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถขั้นพื้นฐานในการประกอบอาชีพ สถานศึกษาควรจัหลักสูตร ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและชุมชน

จากความหมายดังกล่าว หลักสูตรจึงเป็นเครื่องมือกำหนดทิศทางของการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณภาพที่ดีของชุมชนและสังคม สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข

2. งานด้วการนำแผนการสอนไปใช้ แผนการสอนเป็นแนวทางที่จะสอนหรือ จักกิจกรรมให้แก่ผู้เรียน โดยทั่วไปแผนการสอนจะครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการ เรียนรู้ มโนคติหรือแนวคิด เนื้อหา อุปกรณ์ การประเมินผล เนื่องจากถือกันว่าการจั ประสพการณ์ให้แก่ผู้เรียนนั้นจะไม่เป็นการสอนหนังสืออย่างเดี่ยว แต่เป็นการเตรียมความพร้อม ให้ผู้เรียนได้มีประสพการณ์ทางอาชีพอยู่ในบทเรียนนั้น ๆ

3. งานสื่อการเรียนการสอน การจัหาสื่อ และการผลิตสื่อ สื่อด้วการศึกษา นักเรียน หากจะกำหนดตามลักษณะการใช้งานอาจแบ่งได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

3.1 สื่อด้วการสอนของครู สื่อประเภทนี้ ได้แก่ คู่มือ หนังสือ เทปภาพยนตร์ เป็นต้น สื่อประเภทนี้บางอย่างสถานศึกษาอาจจัหาได้โดยการซื้อ เช่น เทปเสียง เทปวิดีโอ ภาพยนตร์ ซีดี แต่บางอย่างก็อาจผลิตได้ เช่น การจัทำคู่มือ เป็นต้น

3.2 สื่อด้วประกอบการสอน ในการสอนนักเรียนนั้น การจะร้ให้ผู้เรียนมี ความสนใจในสิ่งที่ครูสอน ควรใช้สื่อเข้าช่วยจะทำให้การเรียนมีชีวิตชีวน่าสนใจยิ่งขึ้น สื่อ ประเภทนี้ ได้แก่ สื่อที่ได้มาโดยการจัหา และสื่อที่ได้มาโดยการประดิษฐ์

3.3 สื่อสำหรับการจัดสภาพแวดล้อมให้นักเรียน หากจัดได้เหมาะสมก็จะช่วยให้ผู้เรียนได้พัฒนาด้านสติปัญญา สื่อเหล่านี้ได้มาจากการจัดหาทางหนึ่ง และโดยการผลิตอีกทางหนึ่ง

3.4 กิจกรรมวิชาการ เป็นสื่อประเภทหนึ่ง เนื่องจากกิจกรรมวิชาการเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนทางด้านวิชาการ หรือเป็นกิจกรรมส่งเสริมวิชาการต่าง ๆ ในหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ

4. งานด้านนิเทศการศึกษา เป็นการนิเทศภายในโรงเรียน โดยผู้บริหารโรงเรียนหรือบุคลากรภายในโรงเรียน ทั้งนี้เพื่อให้การจัดประสบการณ์บรรลุวัตถุประสงค์ และหมายความถึงวิธีการที่ผู้มีหน้าที่พยายามที่จะช่วยพัฒนาครู ให้ครูได้ปรับปรุงวิธีการสอน ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะที่จะพัฒนานักเรียนให้ได้ตามจุดประสงค์ของหลักสูตร

5. งานวัดผลและประเมินผลเป็นการประเมินผลว่าผู้เรียนมีความพร้อมด้านประสบการณ์ สติปัญญาเพียงใด ครูอาจทำการประเมินผู้เรียนตลอดเวลา เพื่อพัฒนานักเรียนส่วนที่บกพร่องอยู่ ส่วนการวัดนั้นเป็นการวัดเพื่อดูว่าการจัดการเรียนการสอนให้แก่ผู้เรียน บรรลุเป้าหมายมากเพียงใดมิใช่ตัดสินว่าได้หรือดกการเลือกใช้วิธีวัดผลย่อมขึ้นอยู่กับความเหมาะสม

งานวัดผลและประเมินผลถือว่ามีมีความสำคัญมาก เพื่อแจ้งให้ผู้ปกครองทราบความก้าวหน้าในการเรียนของบุตรหลาน ซึ่ง นิพนธ์ กินาวงศ์ (2549) ได้กล่าวถึง จุดมุ่งหมายของการประเมินผลในโรงเรียนว่า การประเมินในโรงเรียนมีจุดมุ่งหมาย 2 ประการ คือ การประเมินผลเพื่อปรับปรุงการเรียนการสอนและประเมินผลเพื่อการตัดสินผลการเรียนการสอน

โดยสรุปข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อด้านวิชานั้น จะเกี่ยวกับการบริหารจัดการจัดการด้านวิชาการของสถานศึกษาให้มีความพร้อมและเกิดประสิทธิภาพ ได้แก่ งานด้านหลักสูตร การนำแผนการสอนไปใช้ การจัดหาและผลิตสื่อ การนิเทศการศึกษา และการวัดผลและประเมินผล

2.4.2 ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

การจัดการเรื่องอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม มีความปลอดภัย ความสะดวกสบาย เป็นเหตุผลที่สำคัญในการตัดสินใจที่ผู้ปกครองจะส่งบุตรหลานเข้าเรียน

อุไรวรรณ ศรีถนัด(2552) กล่าวว่าอาคารสถานที่ หมายถึง ตัวอาคาร สนาม ตลอดจนสิ่งก่อสร้างต่างๆภายในโรงเรียน มีความสำคัญทำให้การศึกษาภายในโรงเรียนดำเนินไปตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2546) ได้กล่าวว่า การจัดสภาพแวดล้อมในสถานศึกษามีความสำคัญต่อเด็ก เนื่องจากธรรมชาติของเด็กสนใจที่จะเรียนรู้

ค้นคว้า ทดลอง และต้องการสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมรอบๆตัว ดังนั้นการจัดเตรียมสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม จึงมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการเรียนรู้ของเด็ก ดังนั้นจึงต้องจัดสิ่งแวดล้อมในสถานศึกษาให้สอดคล้องกับสภาพและความต้องการของหลักสูตร เพื่อส่งผลให้บรรลุจุดหมายในการพัฒนาเด็ก ซึ่งค่านึงถึงดังต่อไปนี้

1. ความสะอาดความปลอดภัย โดยดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในภายนอกโรงเรียน มีระบบป้องกันการเกิดไฟไหม้ เช่น ถังดับเพลิงขนาดเล็ก ติดไว้ตามอาคารทุกชั้น

2. ความมีอิสระอย่างมีขอบเขตควรจัดขอบเขตให้ผู้เรียนได้มีอิสระในการทำกิจกรรมภายนอกห้องเรียนอย่างเป็นอิสระ แต่อยู่ในการดูแลและควบคุมได้ง่าย

3. ความสะดวกในการทำกิจกรรมควรจัดให้มีห้องประกอบการที่สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

4. ความพร้อมของอาคารสถานที่ ตัวอาคารมีความมั่นคงแข็งแรง มีจำเพียงพอต่อการใช้งาน เช่น ห้องเรียน ห้องน้ำ ห้องส้วม สนาม ฯลฯ

5. ความเพียงพอเหมาะสมในเรื่องขนาด จำนวน สีของสื่อ ควรจัดหาสื่อที่สามารถเอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ มีจำนวนมากพอที่จะให้ผู้เรียนได้มีโอกาสค้นคว้าด้วยตนเอง มีเนื้อหา ขนาด สี ที่เหมาะสมกับวัย และระดับชั้นของผู้เรียน

6. บรรยากาศในการเรียนรู้ การจัดสถานที่และมุมประสบการณ์ต่างๆควรจัดสถานที่โดยรอบและห้องต่าง ๆ ซึ่งการตกแต่งอาคารสถานที่ควรพิจารณาถึงสภาพของพื้นที่ขนาด ทิศทาง สภาพความเหมาะสมทั่วไป การตกแต่งบริเวณให้ดูสวยงาม เช่นการจัดทำสวนดอกไม้ การปลูกไม้ยืนต้น การจัดทำสวนหย่อม การจัดทำสนามหญ้า การตกแต่งบริเวณให้ดูกลมกลืนกับอาคารสถานที่ และสิ่งแวดล้อมองค์ประกอบสำคัญในการตกแต่ง คือต้นไม้ถือว่าเป็นองค์ประกอบหลักต้นไม้ในโรงเรียนเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ เพราะต้นไม้ช่วยสร้างความสดชื่นความสวยงามแก่โรงเรียน การเลือกต้นไม้มาปลูกในโรงเรียนจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมที่จะใช้งานเป็นหลักสำคัญ

สรุปได้ว่า การจัดสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน ควรมีการจัดอาคารที่มีความมั่นคงแข็งแรง มีระบบป้องกันไฟเพื่อความปลอดภัยเบื้องต้น มีห้องเรียนเพียงพอต่อการจัดกิจกรรม รักษาความสะอาด ความสวยงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีห้องน้ำห้องส้วมที่ถูกสุขลักษณะ สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนการสอน

2.4.3 ด้านการบริการ

การให้บริการเป็นสิ่งจำเป็นที่ทางโรงเรียนจะต้องจัดให้กับนักเรียนเพราะภายใต้สภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ผู้ปกครองจะต้องประกอบอาชีพหาเลี้ยงครอบครัว การบริการส่วนใหญ่จะเป็น

เรื่องเกี่ยวกับรถรับ-ส่ง บริการด้านอาหารกลางวัน การจัดบริการห้องสมุด ด้านความปลอดภัย และ บริการด้านสุขภาพ เป็นต้น

การจัดบริการห้องสมุด

อุไรวรรณ ศรีถนัด (2552) ได้กล่าวว่า ห้องสมุดเป็นทรัพยากรที่จำเป็น และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษา ทั้งนี้เพื่อการส่งเสริมให้นักศึกษารู้จักค้นคว้าด้วยตัวเอง ห้องสมุดควรจัดบริการในลักษณะต่างๆ ที่กระตุ้นความสนใจของนักเรียนให้เข้าใช้บริการ ตั้งแต่การจัดสภาพบรรยากาศของห้องสมุด การจัดแผ่นป้ายแสดงตำแหน่งทิศทางเพื่อสะดวกในการค้นหา การจัดบริการพิเศษต่างๆ และการแนะนำปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุดแก่นักศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ (2551) ได้กล่าวว่า โรงเรียนควรจัดให้มีห้องสมุดที่ได้มาตรฐาน มีหนังสือเพียงพอกับจำนวนผู้เรียน มีการจัดหมวดหมู่ของหนังสือตามหลักสากลแบบทศนิยม Dewey มีระบบการยืม การคืนที่สะดวก โดยมีเจ้าหน้าที่บรรณารักษ์คอยให้บริการอย่างทั่วถึง จัดมุมส่งเสริมการอ่าน เช่น มุมรักการอ่าน มุมเล่านิทาน มุมหนังสือเล่มโปรด และมีการให้บริการห้องสมุดเคลื่อนที่ทั้งภายในโรงเรียนและในชุมชน

ด้านความปลอดภัย

อุไรวรรณ ศรีถนัด (2552) ได้กล่าวว่า โรงเรียนเป็นที่รวมของคนหมู่มากแห่งหนึ่งในชุมชน ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ในโรงเรียน คือ นักเรียน จึงสมควรได้รับความคุ้มครองจากโรงเรียน ให้ปลอดภัยจากอุบัติเหตุต่างๆ ความมุ่งหมายเบื้องต้นของการบริการด้านความปลอดภัยในโรงเรียน เพื่อต้องการให้ทุกคนในโรงเรียนมีความปลอดภัยทั้งร่างกายและทรัพย์สิน จึงอาจกล่าวได้ว่าการจัดบริการด้านความปลอดภัยในโรงเรียนเป็นส่วนสนับสนุนการจัดกิจกรรมทางการศึกษาที่สำคัญยิ่ง

กรมอนามัย (2550) กล่าวว่า ไว้ว่า การจะดูแลสุขภาพสุภาพให้ดีเหมาะสมกับวัยอยู่ตลอดเวลา นั้น ควรหมั่นออกกำลังกาย รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ สะอาดปลอดภัยจากสารเจือปน ล้างมือก่อนรับประทานอาหาร แปรงฟันหลังรับประทานอาหารจะเป็นการช่วยดูแลสุขภาพสุภาพฟันได้ดี ดูแลร่างกายให้รับกับสภาพอากาศที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งการดูแลสุขภาพตนเองให้มีสุขภาพคืออยู่เสมอ

สรุปได้ว่า โรงเรียนเป็นที่รวมของคนหมู่มากประชากรส่วนใหญ่คือนักเรียน จึงสมควรได้รับความคุ้มครองจากโรงเรียนให้ปลอดภัยจากอุบัติเหตุและอุบัติเหตุต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคนในโรงเรียนปลอดภัยทั้งทางร่างกายและทรัพย์สิน การบริการด้านความปลอดภัยมีความสำคัญเป็นเหตุผลหนึ่งที่จะทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในสถานศึกษา

ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 (2545) กล่าวว่าตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วย ค่าธรรมเนียมการเรียน และค่าธรรมเนียมการเรียนอื่นของโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนจึงกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขการอนุญาตเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าธรรมเนียมอื่น สำหรับปีการศึกษา 2551 ไว้ดังนี้การเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนโรงเรียนที่ได้รับเงินอุดหนุนให้ขอเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนได้ดังนี้

1. โรงเรียนที่ได้รับเงินอุดหนุนในอัตราไม่เกินร้อยละ 40 ของค่าใช้จ่ายรายหัว นักเรียนภาครัฐในแต่ละระดับการศึกษา ปี 2545 ให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียนได้ไม่เกินร้อยละ 60 ของค่าใช้จ่ายรายหัว
2. โรงเรียนที่ได้รับเงินอุดหนุนในอัตราไม่เกินร้อยละ 60 ของค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียนภาครัฐในแต่ละระดับการศึกษาปี 2545 ให้เก็บค่าธรรมเนียมได้ไม่เกินร้อยละ 40 ของค่าใช้จ่ายรายหัว
3. โรงเรียนที่ได้รับเงินอุดหนุนในอัตราไม่เกินร้อยละ 100 ของค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียนภาครัฐในแต่ละระดับการศึกษา ปี 2545 ในชั้นเรียนใด ไม่เก็บค่าธรรมเนียมการเรียนในชั้นนั้น

สุทธิธ แก้วใจ (2542) กล่าวว่า เหตุผลการเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนของโรงเรียนเอกชนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีผลต่อการพิจารณาตัดสินใจของผู้ปกครองเป็นอย่างมาก เพราะโรงเรียนเอกชนที่จัดการศึกษาคี มีชื่อเสียง สื่อการเรียนการสอนครบครันมีความจำเป็นที่ต้องใช้งบประมาณดำเนินการมาก การเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนย่อมจะมากตามไปด้วย ดังนั้น ผู้ปกครองจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบว่า การจัดการเรียนการสอน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความคุ้มค่ากับเงินค่าธรรมเนียมที่ชำระไปหรือไม่

สรุปได้ว่า การเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนโรงเรียนจัดเก็บค่าเล่าเรียนไม่แพง สามารถผ่อนชำระ ค่าลงทะเบียนหรือค่าใช้จ่ายเป็นงวด ๆ มีบริการทุนการศึกษาหรือกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนการเรียน ตำราเรียน เอกสารประกอบการเรียนไม่แพง และด้านการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานศึกษา เช่น บริการ รถ-รับส่ง บริการอาหารกลางวัน การจัดบริการห้องสมุดที่ได้มาตรฐาน ด้านความปลอดภัยและด้านสุขภาพ เช่นการตรวจร่างกายประจำปีรวมถึงการประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น

**ศูนย์สนทนาคณะและหอสมุด
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์**

2.4.4 ด้านความสัมพันธ์ชุมชน

โรงเรียนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และเป็นองค์การในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาชุมชน ดังนั้น โรงเรียนกับชุมชนจึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด จะต้องพึ่งพาอาศัยกันอย่างใกล้ชิด จะต้องพึ่งพาอาศัยกันทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อประโยชน์ร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อร่วมกันพัฒนาการศึกษาในโรงเรียน และชุมชนให้ก้าวหน้าและเข้มแข็ง

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2552) กล่าวว่า โรงเรียนกับชุมชนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนมีลักษณะเป็นความสัมพันธ์ 2 ทาง คือทั้งทั้งโรงเรียนโรงเรียนและชุมชนจึงเกี่ยวกับการดำเนินการ เพื่อให้โรงเรียนแสดงบทบาทการให้และการรับความร่วมมือ สนับสนุน และความช่วยเหลือได้อย่างเต็มที่ โดยทั่วไปจะมีขอบข่ายครอบคลุมงานทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ซึ่งพิจารณาจากกิจกรรม ดังนี้

1.1 การประชุมผู้ปกครอง เพื่อชี้แจงการปฏิบัติงานของโรงเรียน

1.2 การทำจุลสาร หรือสิ่งพิมพ์เผยแพร่

1.3 การจัดป้ายประกาศข่าวสารของโรงเรียน

1.4 การพบปะเยี่ยมเยียนของผู้ปกครองในวาระที่เหมาะสม

2. การให้บริการแก่ชุมชน หมายถึง การให้บริการด้านต่าง ๆ แก่ชุมชนตามกำลังตามความสามารถที่ทางโรงเรียนจะดำเนินการได้ ได้แก่

2.1 การให้บริการทางวิชาการ

2.2 การให้คำปรึกษาในกิจกรรมของชุมชน

2.3 การให้บริการอาคาร สถานที่หรือวัสดุอุปกรณ์

3. การร่วมกิจกรรมของชุมชน หมายถึง การเข้าร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของชุมชน ได้แก่

3.1 การเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประเพณีท้องถิ่น

3.2 มีส่วนร่วมในกิจกรรมระดับท้องถิ่นหรือร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์

3.3 ร่วมงานอื่น ๆ ของท้องถิ่น

4. การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน หมายถึง การเปิดโอกาสและเชิญชวนให้บุคคลในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมของโรงเรียน ได้แก่ การเชิญประชาชนร่วมในกิจกรรมวันแม่ หรือวันสำคัญอื่น ๆ ของโรงเรียน เช่น งานวิชาการเนื่องในโอกาสครบรอบของโรงเรียน นำชุมชนเข้าโรงเรียนหรือนำกิจกรรมออกสู่ชุมชน การออกเยี่ยมชุมชน ร่วมศึกษาปัญหาและแก้ไข

ให้ชุมชน โรงเรียนเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของนักเรียนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้น ๆ หรือสังคม นั้น ๆ บางครั้งจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อกับประชาชนในชุมชนหรือสังคม ไม่ว่าจะเป็น ผู้ปกครองของนักเรียนหรือหน่วยงานอื่น ๆ ดังนั้นจึงต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เข้ามาเกี่ยวข้อง เสมอ

นงศ์ลักษณ์ รุ่งวิทยากร (2544) ได้กล่าวว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน กับชุมชนทำได้โดยการนำชุมชนมาสู่โรงเรียน ดังนี้

1. จัดทำแหล่งวิทยาการในชุมชนนั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษานักเรียน ซึ่งจัดได้หลายแนวทาง เช่น

1.1 จัดเชิญแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และทันตแพทย์มาบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยแก่นักเรียน

1.2 จัดเชิญผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับอาชีพที่สำคัญของชุมชนนั้นมาบรรยาย และสาธิต ให้แก่นักเรียนในโรงเรียน

1.3 จัดพานักเรียนไปทัศนศึกษา สถานที่สำคัญในท้องถิ่น เช่น โบราณสถานต่าง ๆ หรือไปทัศนศึกษาสถานที่โรงงานอุตสาหกรรม

1.4 นำนักเรียนศึกษาทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น พืชต่าง ๆ สัตว์ป่า แร่ หิน ดิน เป็นต้น

2. จัดตั้งสมาคมต่าง ๆ เช่น สมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งกรรมการสถานศึกษา กรรมการโรงเรียนกรรมการโครงการสุขภาพของโรงเรียน โดยเชิญประชาชนเข้าร่วมเป็นกรรมการบริหารงานร่วมกับทางโรงเรียน

3. จัดนิทรรศการแสดงผลงานของโรงเรียนหรือจัดงานประจำปีของทางโรงเรียนแล้วเชิญผู้ปกครองและประชาชนมาร่วมกับทางโรงเรียน

4. จัดการแข่งขันระหว่างชุมชนกับโรงเรียน

5. จัดให้นักเรียนแสดงละคร และนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาท้องถิ่น

กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ เช่น การทำความสะอาดบริเวณวัด ถนนในหมู่บ้าน กิจกรรมทางศาสนา และประเพณีท้องถิ่น ได้แก่ งานแห่เทียนพรรษา ทำบุญตักบาตร และเวียนเทียนในวันสำคัญทางศาสนา

สรุปได้ว่า การสร้างความสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ข่าวสารของโรงเรียน ด้วยการนำเสนอเป็นเอกสาร วารสาร หรือการให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน ในโอกาสที่โรงเรียนจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในรูปของสมาคม ผู้ปกครองและครู หรือในฐานะส่วน

บุคคล นับเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีงามซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชน

2.4.5 ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา

"ภาพลักษณ์" (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจาก การได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

"ภาพลักษณ์ขององค์การ" (Corporate Image) หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดขององค์การที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ หรือมีความรู้ความประทับใจตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบัน โดยการกระทำหรือพฤติกรรมขององค์การ การบริหาร ผลิตภัณฑ์การบริหาร และการประชาสัมพันธ์ จะเข้ามามีบทบาทต่อภาพลักษณ์ขององค์การด้วย

โดยพื้นฐานของการทำงานแล้ว การรู้เขา - รู้เรา เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์การได้เป็นอย่างดี การรู้เราคือการรู้สิ่งที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานทั้งหมดเพื่อที่เราจะรู้ว่าปัจจุบันองค์การของเราเป็นอย่างไร ซึ่งจะได้จากการสำรวจสภาพองค์การ ส่วนการรับรู้เขานับเป็นจุดที่สำคัญยิ่งในการสร้างภาพลักษณ์ ที่เราจะต้องรู้ให้ได้ว่าบุคคลอื่นหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การนั้นมององค์การอย่างไรเพื่อที่จะได้รับทราบข้อมูลความต้องการ เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการ ถ้าเปรียบเทียบกับทางธุรกิจจะมีคำพูดว่า " ลูกค้าต้องการอะไร " ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นในองค์การ สิ่งแรกที่จะต้องพิจารณาคือต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เขามององค์การอย่างไร วิธีการที่จะทราบภาพลักษณ์ขององค์การในสายตาของกลุ่มเป้าหมายของเรานั้นอาจจะได้จากการสำรวจความคิดเห็นการทำวิจัยการสอบถามสัมภาษณ์ การรับฟังข้อมูลจากหลายๆ ฝ่ายซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการที่จะนำมากำหนดภาพลักษณ์ขององค์การต่อไปภาพลักษณ์ขององค์การมีความสำคัญ สามารถทำให้สถาบัน หน่วยงานมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับเชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและจะทำให้้องค์การหน่วยงานสถาบันนั้น ๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้ในส่วนของหน่วยงานอื่น ๆ เช่น โรงเรียน วิทยาลัย สำนักงาน อาจนำแนวคิดภาพลักษณ์ขององค์การที่ได้นำเสนอไปปรับประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม เช่น การสำรวจความคิดเห็นการจัดประชุมอภิปราย การจัดสัมมนา การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็นเสมือนกระจกที่ส่ององค์การให้เราเห็นองค์การในแง่มุมต่าง ๆ ที่หลากหลาย เพื่อที่จะได้รู้จุดแข็ง จุดอ่อน สามารถนำมาพัฒนาองค์การให้มีชื่อเสียงได้รับความเชื่อถือศรัทธาต่อหน่วยงานในที่สุด

ความหมาย IMAGE หรือภาพลักษณ์ นั้นมีที่มาที่ไปที่สำคัญของคำต่างๆ ดังต่อไปนี้

I = Institution สถาบัน คือ ภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือขององค์กรที่เป็นสถาบันจะต้องมีตึกอาคารใหญ่และมีเพลง สถาบันมีโครงสร้าง การจัดการที่มีความเป็นปึกแผ่นดูยิ่งใหญ่ มีโลโก้ขององค์กร ที่งามสง่า และ สร้างศรัทธาได้ในระยะยาว

M = Management คณะผู้บริหารต้องมีความฉลาดมีความดีความงามและมีผลงานเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จะเห็นว่าองค์กรระดับโลกเราจะคิดถึงคนที่ เป็นเบอร์หนึ่ง เบอร์สอง หรือ เบอร์สามได้อย่างดี สิ่งที่ทำให้ดีก็เป็นเพราะว่าผู้บริหารทุกท่านมีประสบการณ์และ Profile เป็นที่รู้จัก ขอมรับ เช่น เป็นอาจารย์รับเชิญมหาวิทยาลัย เป็นนักปราชญ์ ทางด้านวิชาการที่เขียน หนังสือ ออกมามากมายหลายเล่มจนเป็นที่ที่ทุกคนยอมรับในฝีมือ กลับกันถ้าองค์กรนั้นมีผู้บริหารที่ทุกคน ร้องยี้ รับรองภาพลักษณ์นั้น ก็สะท้อนมาในแง่ลบแน่นอน

A = Action หรือการกระทำต่อประชาชนหรือผู้บริโภค จากสิ่งที่เราโฆษณาว่าดีที่สุดในของโทรศัพท์มือถือ ยอดเยี่ยมในการ บริการ ครอบคลุมพื้นที่โดยทั่ว ในกรณีนี้ผู้บริโภคถือมาก ว่า คนขายของอาจจะไม่ อาจจะไม่ได้จริงตามคำโฆษณาของผู้ผลิต ถือว่าเป็นการหลอกลวงโดยสิ้นเชิง ฉะนั้นการกระทำของเจ้าของสินค้ามักจะกลับมาฆ่าตัวเจ้าของเอง เพราะทุกคนไม่เชื่อถือองค์กร หรือ บริษัทนั้นๆ อีกต่อไป ถ้ามุ่งเน้นในการให้บริการที่ดี โดยมีการลงทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อหนี คู่แข่ง เช่น AIS ทำกับสินค้าของเขา และใช้ชื่อใหม่ว่า “ADVANCE GSM” ทำให้เขาหนีจาก “Killing Field” ในเรื่องราคาแต่มาเล่นในคุณภาพสินค้าเครื่อง ดัดง่าย หลุดยาก ครอบคลุมพื้นที่เป็น ตัวอย่าง Action ที่ควรเอาเยี่ยงอย่าง G = Goodness ความดี ความงาม เป็นเรื่องขององค์กรที่เป็น คนคืออยู่ในสังคม เช่น ตรงไปตรงมา จ่ายภาษีรัฐเต็มจำนวน มีการจ้างงานคนไทยมากมาย หรือเป็น องค์กรต่างชาติแต่มีการถ่ายทอดทักษะให้คนไทยอย่างต่อเนื่อง หรือทำประโยชน์ให้แก่สังคม ไม่ เอาไรด์เอาเปรียบผู้บริโภค ไม่โจมตีคู่แข่งอย่างไม่ถูกกติกา ตลอดจนเป็นคนดีในภาพรวมของ องค์กร สะท้อนภาพลักษณ์ได้อย่าง มีประสิทธิภาพ

E = Employee พนักงานขององค์กรเปรียบเหมือนทูตองค์กร ที่จะเสริมความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์กับลูกค้า และกับสังคม พนักงานเปรียบเหมือนกระบอกเสียงที่สำคัญในการกระจาย ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าขาด การสื่อสารกับพนักงานที่ดี ขาด ความเข้าใจต่างกัน ภาพลักษณ์ก็จะกลับกลายเป็นภาพลบ และถ้าภาพลบออกจากพนักงาน จะเป็น สิ่งที่ทุกคนจะฟัง เพราะเขาเหล่านั้นอยู่ใกล้ชิดกับองค์กรมากกว่าเพื่อน

จะเห็นว่า IMAGE หรือภาพลักษณ์องค์กร นั้นไม่ใช่เรื่องที่ทำวันเดียวได้ จะต้องค่อยๆ ขัดให้เงา โดยมีการวางแผนในทุกรูปแบบอย่างมีอาชีพ หลายบริษัทๆ อาจจะหาคนช่วยทำ เช่น

Outsource เรื่อง PR และภาพลักษณ์ให้พวกชำนาญ PR ทำ ซึ่งก็เป็นความคิดที่ดี เพราะเขาเหล่านั้นมี Network กับสื่อมากกว่า 10 ปี และมีฐานข้อมูลที่ดีเอามาใช้ได้อย่างดีมีประสิทธิภาพ ข้อสำคัญการทำ PR เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่เขาทำให้มีสีสันและการสร้างลักษณ์ (การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ครูบ้านนอก, Blog www.kroobannok.com)

กล่าวโดยสรุปด้านภาพลักษณ์ของโรงเรียนมีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้ผู้ปกครอง ส่งบุตรหลานเข้าเรียน เนื่องจากปัจจุบันข่าวสารสามารถรับรู้ได้อย่างรวดเร็วผ่านทางสื่อต่างๆ ดังนั้น สถานศึกษาควรมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการและหน่วยงานราชการ สถานศึกษาผ่านการประเมินมาตรฐานจากองค์กรภายนอก มีกิจกรรมเสริม นอกเหนือการเรียนการสอน มีห้องอินเตอร์เน็ตไว้บริการ สามารถเรียนผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตได้ และมีความพร้อมด้านสื่อการสอนและอุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย มีนักเรียนสามารถสอบเข้าเรียนใน สถานศึกษาที่มีชื่อเสียงได้

ในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษา นอกจากตัวผู้เรียน ผู้ปกครองมีส่วนสำคัญและมีบทบาทอย่างยิ่งในการตัดสินใจ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่เกี่ยวข้อง คือ ด้านวิชาการ ในการบริหารจัดการด้านวิชาการให้เกิดความพร้อมและเกิดประสิทธิภาพ โดย ได้แก่ งานด้านหลักสูตร การนำแผนการสอนไปใช้ การจัดหาและผลิตสื่อ การนิเทศการสอนและการวัดผลและประเมินผลการศึกษา ด้านอาคารสถานที่ที่มีความแข็งแรงปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมที่มีความเหมาะสม ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีความเป็นระเบียบ มีระบบสาธารณูปโภคที่ดีถูก สุขลักษณะ รวมถึงบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนการสอนที่ดี เป็นสิ่งสำคัญที่สถานศึกษาจะต้องบริหารจัดการให้ได้คุณภาพ ด้านงานบริการต่าง ๆ ฝ่ายสนับสนุนการศึกษา เช่น การบริการ ห้องสมุด การบริการด้านความปลอดภัย ชุกรการ-การเงิน โดยสถานศึกษาจะต้องพัฒนา ปรับปรุง เพื่อให้บริการแก่ผู้เรียนอย่างเหมาะสมและเพียงพอ สิ่งสำคัญอีกประการคือ สถานศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน สถานศึกษาจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสถานศึกษาและชุมชน โดยการร่วมมือ สนับสนุนช่วยเหลือ เช่น การบริการทางวิชาการ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ตลอดจนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานศึกษา เพื่อเป็นสานสัมพันธ์ภาพที่ดีและเป็นการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ของสถานศึกษา โดยจะส่งผลในด้านภาพลักษณ์ที่ดี ในด้านภาพลักษณ์ ในการบริหารสถานศึกษา ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ควรตระหนักและให้ความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในทุกด้านต่อสาธารณชน สถานศึกษาควรมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของหน่วยงาน สถานประกอบการและสถาบันอื่น ๆ

จากที่ได้กล่าวมา การบริหารจัดการในทุกด้านเป็นสิ่งสำคัญและเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาในทุกสถาบันการศึกษา โดยสถานศึกษาควรให้

ความสำคัญในการบริหารงานในทุกด้านให้มีประสิทธิภาพ คุณภาพที่ได้มาตรฐาน เป็นสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง สร้างความเชื่อมั่น ความพอใจและประทับใจให้แก่ผู้ปกครอง นักเรียน – นักศึกษา ตลอดจนองค์กร หน่วยงาน และสถาบันต่าง ๆ

2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

ราชบัณฑิตยสถาน (2546) ให้ความหมาย ประชาสัมพันธ์คือ การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

ไพโรจน์ กุลละวณิชย์ (2551) ได้ให้ความหมาย การประชาสัมพันธ์ หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสาร ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็น จากสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจถูกต้อง อันเป็นการสร้างเสริมและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีตลอดจนเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี อันนำไปสู่การสนับสนุนและการได้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546) ได้อธิบาย “การประชาสัมพันธ์” เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” โดยแปลคำว่า “Public” เป็นภาษาไทยว่า “ประชา” หมายถึง หมู่คน และแปลคำว่า “Relations” เป็นภาษาไทยว่า “สัมพันธ์” หมายความว่า การผูกพัน ดังนั้น คำว่า การประชาสัมพันธ์ ถ้าแปลตามตัวอักษรก็จะได้ความหมายว่า “การเกี่ยวข้องกับผูกพันกับหมู่คน” วิชาการประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิชาที่เกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คนหรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานสถาบันกลุ่มประชาชน

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความเข้าใจ สร้างความสัมพันธ์อันดี สร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยมีการวางแผนงาน การกำหนดวัตถุประสงค์ และการดำเนินงานเพื่อสร้างเสริมและรักษาสัมพันธ์ที่ดีตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่การยอมรับ บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้

2.5.1 ประเภทของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็นประเภทต่าง ๆ ตามหลักเกณฑ์ที่ยึดถือแต่โดยหลักแล้วจะแบ่งเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ (วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูนความดี, 2543; วิมลพรรณ อภาวาท, 2553)

1. แบ่งตามกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระหว่างสถาบัน กับบุคลากรภายใน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์ที่ดีและเพิ่มความ เคลื่อนไหวขององค์กรให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ

1.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มี กลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลนอกองค์กร ซึ่งอาจจะเป็นประชาชนที่มาใช้บริการหรือแม้แต่สื่อมวลชน

2. แบ่งตามยุทธวิธีการดำเนินงาน คือ

2.1 การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างสรรคหรือเพื่อ การสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกให้แก่องค์กร ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การรณรงค์ให้ความรู้ การสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

2.2 การประชาสัมพันธ์เชิงรับ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้การเข้าใจที่ คลาดเคลื่อน หรือเกิดปัญหาวิกฤตต่าง ๆ

3. แบ่งตามประเภทของหน่วยงาน คือ

3.1 การประชาสัมพันธ์ของรัฐ หน่วยงานที่เป็นส่วนราชการต่าง ๆ มีความจำเป็นที่ จะต้องทำการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ไปสู่ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจกับประชาชน ตลอดจนเป็นการขังประชามติเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบาย หรือนำมาปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.2 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ ดำเนินงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัท ธุรกิจหรือโรงงานอุตสาหกรรม กับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้วิธีบอกกล่าว เผยแพร่และชี้แจงเกี่ยวกับ นโยบายการดำเนินงาน

3.3 การประชาสัมพันธ์องค์กรสาธารณกุศล นอกจากมีเป้าหมายในการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี แะ รวมถึงการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ในการหารายได้มาใช้ในการดำเนินงานขององค์กร

วิช ฤทธิตนกุล (2546) แบ่งประเภทของการประชาสัมพันธ์แบ่งดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (internal public relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มคนภายในสถาบันเอง อันได้แก่กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถ ภายในองค์การสถาบันให้เกิดมีความรักใคร่ สามัคคีกันในหมู่เพื่อร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญและความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดีต่อ หน่วยงานการประชาสัมพันธ์ภายในจึงมีความสำคัญมาก องค์กรสถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการ ประชาสัมพันธ์ภายในขององค์การสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายใน

หน่วยงาน จะมีผลสะท้อนความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายใน หน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์การสถาบันเป็นไปด้วยความ รวดเร็ว คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ถูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจ นโยบายและการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพ แก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา แบบซึ่งหน้า หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การช่วย เช่น หนังสือเวียน จดหมายข่าวภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (external public relations) คือการสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนนอกกลุ่มต่างๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไปและประชาชนที่ องค์การสถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำท้องถิ่น ลูกค้าผู้บริโภค รวมทั้งชุมชน ละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี และโดยที่การประชาสัมพันธ์ภายนอกจะต้องเกี่ยวข้องกับประชาชน กลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือสื่อสาร ต่างๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่ กระจายข่าว ผู้สาธารณชนด้วยกัน ได้แก่ สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันองค์การสถาบันต่าง ๆ ก็นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการ ประชาสัมพันธ์ภายนอกอย่างแพร่หลาย

โรงเรียนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และเป็นองค์กรในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาชุมชน ดังนั้นโรงเรียนกับชุมชนจึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด จะต้องพึ่งพาอาศัยกันทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อ ประโยชน์ร่วมกัน การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการบอกเล่าการดำเนินงานของโรงเรียน โดยทั่วไปจะมีขอบข่ายครอบคลุมงานทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, 2552)

1. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน ของโรงเรียน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ซึ่งพิจารณาจากกิจกรรม ดังนี้
 - 1.1 การประชุมผู้ปกครอง เพื่อชี้แจงการปฏิบัติงานของโรงเรียน
 - 1.2 การทำจุลสาร หรือสิ่งพิมพ์เผยแพร่
 - 1.3 การจัดป้ายประกาศข่าวสารของโรงเรียน
 - 1.4 การพบปะเยี่ยมเยียนของผู้ปกครองในวาระที่เหมาะสม
2. การให้บริการแก่ชุมชน หมายถึง การให้บริการด้านต่างๆ แก่ชุมชนตามกำลัง ตามความสามารถที่ทางโรงเรียนจะดำเนินการได้ ได้แก่
 - 2.1 การให้บริการทางวิชาการ

2.2 การให้คำปรึกษาในกิจกรรมของชุมชน

2.3 การให้บริการอาคาร สถานที่หรือวัสดุอุปกรณ์

3. การร่วมกิจกรรมของชุมชน หมายถึง การเข้าร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของชุมชน ได้แก่

3.1 การเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประเพณีท้องถิ่น

3.2 มีส่วนร่วมในกิจกรรมระดับท้องถิ่นหรือร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์

3.3 ร่วมงานอื่น ๆ ของท้องถิ่น

4. การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน หมายถึง การเปิดโอกาสและเชิญชวนให้บุคคลในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมของโรงเรียน ได้แก่ การเชิญประชาชนร่วมในกิจกรรมวันแม่ หรือวันสำคัญอื่น ๆ ของโรงเรียน เช่น งานวิชาการเนื่องในโอกาสครบรอบของโรงเรียน นำชุมชนเข้าโรงเรียนหรือนำกิจกรรมออกสู่ชุมชน การออกเยี่ยมชุมชน ร่วมศึกษาปัญหาและแก้ไขให้ชุมชน โรงเรียนเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของนักเรียนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้น ๆ หรือสังคมนั้น ๆ บางครั้งจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อกับประชาชนในชุมชนหรือสังคม ไม่ว่าจะเป็นผู้ปกครองของนักเรียนหรือหน่วยงานอื่น ๆ ดังนั้นจึงต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ

2.5.2 ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

เครื่องมือหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสาร ดังนั้นการจะศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์จึงต้องเข้าใจทฤษฎีการสื่อสารเบื้องต้นและทฤษฎีพื้นฐานสำหรับงานประชาสัมพันธ์ โดย (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) มีรายละเอียดดังนี้

ทฤษฎีว่าด้วยองค์ประกอบของการสื่อสาร (theory component in communication) มีองค์ประกอบดังนี้

1. สัญลักษณ์ (symbol) คือ สิ่งต่าง ๆ ที่มองเห็นและเข้าใจตรงกัน เช่น ตัวเลข ตัวหนังสือ สี เครื่องหมาย เช่น ไฟเขียว ลูกศร คำพูด ข้อเขียน ตลอดจนเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่แทนความหมาย เพื่อใช้ในการสื่อสารเข้าใจง่ายชัดเจนและรวดเร็วขึ้น นักประชาสัมพันธ์มักให้ความสำคัญต่อสัญลักษณ์ อันเป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้แทนความหมาย (meaning) ความคิด (thought) ข่าวสาร (message) ข้อมูลข่าวสาร (information) สุนทรพจน์ (speech) ความคิดสร้างสรรค์ (idea) ดังนั้น การเลือกสัญลักษณ์ได้เหมาะสมที่สุด ครบถ้วนที่สุดก็เท่ากับเป็นทางเลือกทางภาษา คำพูด ข้อเขียน ข้อความ ตัวอักษรเพื่อการสื่อสารนั้น ๆ ได้เหมาะสมและครบข้อความซึ่งทำให้การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ เกิดความเข้าใจบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางไว้ ปัจจัยที่ไม่ควรมองข้ามคือ ปัจจัยทางด้านการเลือกและใช้สัญลักษณ์ที่

มนุษย์ใช้เป็นพาหนะของความหมาย เนื้อหา ข่าวสารที่ต้องการสื่อสารแก่ผู้อื่นหรือกลุ่มเป้าหมาย อาจเป็นไปได้ว่าสัญลักษณ์ไม่สามารถสื่อความหมายได้ ไม่ครอบคลุมเนื้อหาสาระที่ต้องการจะสื่อ หรือเมื่อถูกถอดความแล้วไม่ตรงกับสาระที่ต้องการจะสื่อหรืออาจมีสาเหตุมาจากสัญลักษณ์ที่ใช้นั้น ยากเกินกว่ากลุ่มเป้าหมายจะถอดความ มีความคลุมเครือ ผู้ใช้ขาดทักษะในการใช้สัญลักษณ์ หรือ ทักษะในการเลือกคำพูด ดังนั้นการใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ จำเป็นต้องเลือกภาษาอันเป็นสัญลักษณ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับเดียวกับ กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนใช้ทักษะในการใช้คำพูดเพื่อให้ภาษามีพลัง เข้าใจง่าย เพื่อเกิดการจดจำ และประทับใจ

2. การสื่อสารต้องมีความเข้าใจในสัญลักษณ์หรือภาษาให้ตรงกัน (understanding) การสื่อสารคือกระบวนการที่เกิดขึ้นเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งสาร (ผู้ทำการประชาสัมพันธ์) และผู้รับสาร (กลุ่มเป้าหมาย) หรืออย่างน้อยเพื่อผู้รับสารได้เข้าใจเนื้อหา สาระที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อ หากการสื่อสารหรือการทำประชาสัมพันธ์ขาดองค์ประกอบของ ความเข้าใจที่ตรงกัน กระบวนการประชาสัมพันธ์ หรือกระบวนการสื่อสารนั้นถือว่าล้มเหลวต้อง ถูกปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงใหม่

3. การสื่อสารจะต้องมีการปฏิสัมพันธ์ (interaction) การสื่อสารเป็นการเชื่อมคนให้ อยู่ร่วมกัน หรือทำให้คนอยู่ร่วมกันได้เพราะมีการพูดจา และได้ตอบกันตลอดจนมีกิจกรรม ระหว่างกัน เชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน และมีจุดหมายสูงสุดให้คิดเหมือนกันเข้าใจตรงกัน ปฏิบัติ อย่างเดียวกัน เชื่อในสิ่งเดียวกัน ซึ่งจุดมุ่งหมายสูงสุดจะเกิดขึ้นได้ต้องมาจากความเข้าใจอันดีที่มี ต่อกันทั้งสองฝ่ายและความเข้าใจอันดีที่มีต่อกันทั้งสองฝ่ายต้องมีการปฏิสัมพันธ์ คือ การได้ตอบ กันระหว่างผู้รับสารและกับผู้ส่งสาร

4. การลดความไม่แน่ใจ (uncertainty) การสื่อสารจะช่วยลดความไม่แน่ใจให้กับผู้ส่ง ข่าวสาร โดยจะสร้างความเชื่อมั่นในตัวเองและลดความเสี่ยงในการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพราะในขณะที่สื่อสารกันนั้นจะทำให้รู้ข้อมูล หรือข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องที่ต้องตัดสินใจ มากขึ้น ความมั่นใจจะเกิดขึ้น การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ ของการลดความไม่แน่ใจ ตลอดจนข้อมูลเชิงบวก ซึ่งเป็นข้อมูลที่ก่อให้เกิดความมั่นใจและเชื่อถือ

5. กระบวนการ (process) กระบวนการสื่อสารจะมีจุดเริ่มต้นที่ผู้ส่งสาร มีการ ออกแบบข่าวสาร แล้วส่งข่าวสารผ่านช่องทางหรือสื่อ โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดผล คือ ผู้รับสาร เกิดความรู้ความเข้าใจ เกิดความรู้สึกที่ดี หรือเกิดพฤติกรรมที่ผู้ส่งสารต้องการจะให้เกิดขึ้น การ พูดหรือเขียนจะต้องคิดก่อน ใช้ภาษาที่เหมาะสมและถูกใจที่สุด ผ่านสื่อช่องทางใด ช่องทางหรือ สื่อใดให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด เหมาะสมกับเหตุการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

6. การแลกเปลี่ยนระหว่างกัน (interchange) การสื่อสาร คือ การให้และการรับจะไม่มีฝ่ายใดเป็นผู้รับฝ่ายเดียวหรือผู้ให้ฝ่ายเดียว ฉะนั้นการสื่อสารที่ดีจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน และในการสื่อสารก็มิได้หมายความว่าจำเป็นต้องเป็นการพูดเพียงอย่างเดียว แม้กระทั่งการแสดงสีหน้าท่าทางต่างๆ ก็ถือว่าเป็นการสื่อสารด้วยการแลกเปลี่ยน เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นักประชาสัมพันธ์ต้องสังเกตทัศนคติของผู้รับสาร ทั้งก่อนหรือหลังการรับสาร ตลอดจนหลังแก้ไขข้อมูลข่าวสารใหม่

7. ช่องทางของการสื่อสาร (channel) เป็นเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วย 6 ช่องทาง คือ การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชน การสื่อสารแบบสองชั้นตอนคือใช้ทั้งคนและสื่อรวมกัน การจัดกิจกรรมพิเศษ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารต่าง ๆ ดังนั้นต้องตระหนักถึงความเหมาะสมของช่องทางการสื่อสารที่จะนำสาระข้อความข่าวสารของงานประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เนื่องจากช่องทางการสื่อสารมีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไป ความเหมาะสมในการใช้สื่อหนึ่งจะถูกกำหนดขึ้นโดยประเภทของสาระ ข่าวสารสถานการณ์และจำนวนของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะเข้าถึง

8. การเชื่อมโยง (linking) การสื่อสาร คือ กระบวนการเชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกันโดยจัดสิ่งทีขาดหายของแต่ละคนออกไป นอกจากนี้การสื่อสารยังเป็นการเชื่อมโยงประสบการณ์ของบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยการบอกเล่าประสบการณ์ของบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งซึ่งบุคคลที่ถูกถ่ายทอดไม่ได้ประสบกับเหตุการณ์นั้นก็จะกลายเป็นคนที่ไม่ม่ประสบการณ์ร่วมกัน จากผู้ไม่รู้เป็นผู้รับรู้ จากผู้ไม่เห็นเป็นผู้ร่วมเห็น ข้อมูล ข่าวสาร สาระ ความรู้ ข้อเท็จจริง ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่แต่ละคนมีต่างกัน ขาดหายในส่วนที่ต่างกันก็ถูกถ่ายทอดแลกเปลี่ยนให้กัน ด้วยกระบวนการสื่อสาร

9. ความเหมือน (commonality) การสื่อสารคือกระบวนการลดความแตกต่างทางด้านความคิด การรับรู้ ทัศนคติ การแสดงออก ความเชื่อ ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งสาระที่ถูกใส่รหัสจากผู้ส่งสารผ่านช่องทางการสื่อสารและถูกถอดรหัสโดยผู้รับสารนั้นถือเป็นการลดช่องว่างทางด้านความคิด การรับรู้ ทัศนคติ มุมมอง การแสดงออก ความเชื่อ ของทั้งสองฝ่ายโดยมีวัตถุประสงค์คือ มุ่งให้มีความคล้ายคลึงกัน คิดรับรู้เหมือนกัน มีทัศนคติมีมุมมอง ตลอดจนการแสดงออกที่เหมือนกัน

10. การลอกเรียนความทรงจำ (memory) การสื่อสารคือกระบวนการสร้างหรือเรียกถึงความสนใจของผู้ส่งสารที่มีต่อผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารมีเป้าหมายที่จะให้ผู้รับสารลอกเลียนความทรงจำ ด้วยการจำสาระที่ผู้ส่งสารส่งมายังผู้รับสารได้คิดเหมือนสาระนั้น ๆ ขอมรับและกระทำตามสาระที่อยู่ในความทรงจำของผู้รับสารซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาจากผู้ส่งสาร

11. เลือกวิธีการที่จะตอบโต้ (discriminative response) ในกาสื่อสารสามารถที่จะเลือกวิธีการตอบโต้แตกต่างกัน กระบวนการประชสัมพันธ์มีทางเลือกของปฏิบัติการตอบโต้ การเลือกวิธีที่จะตอบโต้หรือตอบสนองกับผู้รับสารขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของวิธีการกับสถานการณ์ สาระนั้น ๆ กลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ เวลา ขณะเดียวกันผู้รับสารก็มีทางเลือกวิธีการที่จะตอบโต้ หรือตอบสนองต่อข่าวสารสาระที่ได้รับเช่นเดียวกัน

12. สิ่งเร้า (stimuli) การสื่อสารนั้นต้องใช้สิ่งจูงใจ เพื่อให้ผู้รับข่าวสารเกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะรับข่าวสาร ซึ่งจะมีผลทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล เช่น คนที่อ่านข่าวหรือเป็นพิธีกร ทางสถานีจะต้องคัดเลือกคนที่มีเสียงไพเราะและหน้าตาดีจะทำให้ดึงดูดผู้ชมได้ ด้านการประชสัมพันธ์ ถ้าฝากข่าวด้วยรูปถ่ายที่ชัดเจน มีบุคคลสำคัญอยู่ในภาพและเขียนบรรยายได้ภาพด้วยภาษาที่ถูกต้อง เข้าใจง่าย ตลอดจนร้อยเรียงเป็นสารอย่างสมเหตุสมผลผูกส่งผ่านช่องทางทางการสื่อสารที่เหมาะสม ย่อมมีโอกาสมากในการที่จะได้รับการคัดเลือกให้ตีพิมพ์ในสื่อเพื่อเผยแพร่แก่กลุ่มเป้าหมาย

13. ความตั้งใจ (intention) การสื่อสารผู้ส่งสารมีความตั้งใจหรือมีวัตถุประสงค์ในการส่งสาร 3 ระดับ คือ

13.1 ต้องการให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความเข้าใจ (cognitive) เป็นวัตถุประสงค์อันดับแรกและเป็นการสื่อสารที่ง่ายที่สุดเพราะเป็นการให้ข้อมูลเพื่อแจ้งให้คนทั่วไปรับรู้เรื่องต่าง ๆ

13.2 ต้องการให้เกิดความรู้สึก (affective) เป็นการสื่อสารที่ต้องการผลทางด้านความรู้สึกของผู้รับสาร เช่น ต้องการเปลี่ยนใจจากคนชอบน้อยให้ชอบมากขึ้น จากไม่ชอบเป็นชอบ จากรักกลายเป็นเกลียด เป็นการสื่อสารที่ยากขึ้นเพราะไม่ใช่เป็นเพียงการส่งข่าวสารอย่างเดียวเท่านั้นแต่ต้องเป็นทัศนคติเปลี่ยนความรู้สึกของผู้รับสารด้วย ซึ่งเป็นเรื่องยาก

13.3 ต้องการให้เกิดพฤติกรรม (behavioral) มีวัตถุประสงค์ให้ประพฤติปฏิบัติ โดยเน้นการให้คำแนะนำหรือคำสอน ตลอดจนเป็นความต้องการที่จะให้ผู้รับสารเกิดการปฏิบัติได้ เกิดการทำเป็นและเกิดความชำนาญขึ้น

14. กาลเทศะ (time and situation) การสื่อสารนั้นต้องมีกาลเทศะ เรื่องเดียวกันถ้าพูดในสถานที่หรือเวลาที่ต่างกันก็จะได้รับผลต่างกัน กาลเทศะเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่นักประชสัมพันธ์ให้ความสำคัญ แผนงานประชสัมพันธ์ต้องถูกส่งผ่านช่องทางสื่อสารอย่างทันกาล สาระนั้นหาต้องสอดคล้องกับสถานการณ์

15. อำนาจ (power) กลไกของการสื่อสารเป็นกลไกที่แฝงด้วยอำนาจ เช่น คำสั่ง คำเรียกร้อง ขณะที่ปฏิสังสรรค์นั้นก็พยายามที่จะมีอำนาจเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง คือ พยายามให้เห็นด้วย

ต้องการแสดงภูมิปัญญา ต้องการรู้ความรู้สึกและทัศนคติ แสวงหาความรู้ ข้อมูลจากอีกฝ่าย ชักจูง โน้มน้าว วัตถุประสงค์เหล่านี้ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของผู้ที่ทำการสื่อสารที่ต้องการความมีอำนาจต่ออีกฝ่ายหรืออำนาจที่มีต่อกันและกัน กลไกการประชาสัมพันธ์ต้องการสร้างภาพพจน์ที่ดี เสริมภาพพจน์ที่ดีให้เห็นชัดเจนขึ้น หรือเปลี่ยนการรับรู้จากภาพพจน์เชิงลบมาเป็นเชิงบวก โดยการให้ข้อมูลข่าวสารตอกย้ำข่าวสารสาระที่ยังไม่ชัดเจนมากขึ้น เปลี่ยนระบบความคิดของผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ชักจูงให้เชื่อและเกิดพฤติกรรมหรือการกระทำตามที่ผู้กระทำการประชาสัมพันธ์ต้องการในที่สุด

ทฤษฎีระบบ(system theory)

เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยโครงสร้างและหน้าที่ มีความเชื่อว่าโลกมีโครงสร้างที่สามารถมองเห็นได้ รับรู้และรู้สึกรู้ได้ ทุกอย่างในโลกลงตัวและสามารถอธิบายได้ด้วยโครงสร้าง การปฏิสังสรรค์ โครงสร้างเป็นตัวกำหนดหนทางและวิธีการสื่อสารของมนุษย์ จะแตกต่างกันในด้านคำพูด การใช้คำ น้ำเสียง ท่าทาง ทั้งนี้เพราะโครงสร้างของสังคมเป็นตัวกำหนดวิธีการสื่อสารต่างๆ

แผนงานทางด้านประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์ต่าง ๆ ต้องอาศัยระบบอันเป็นผลพวงจากโครงสร้างของแผนงานต่าง ๆ และหน้าที่ของแผนแต่ละแผน กิจกรรมแต่ละกิจกรรม เพื่อมุ่งสู่เป้าประสงค์หลักของความเป็นระบบ คือ มุ่งไว้ซึ่งความคงอยู่ ดำรงอยู่ขององค์กรในสังคม นั่นคือสภาพของความเข้าใจอันดีที่ได้รับสัญญาณการปรับตัวจากสาธารณชนตลอดจนคนในองค์กรด้วยกันเอง

องค์ประกอบของระบบประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้

1. กลุ่มขององค์ประกอบหลายประการ (a set of object) ระบบทุกระบบมีองค์ประกอบที่มีความเกี่ยวข้องกันซึ่งกันและกัน
2. คุณสมบัติ (attributes) เนื่องจากคุณสมบัติเป็นตัวกำหนดว่าองค์ประกอบต่าง ๆ เปรียบเหมือนองค์ประกอบหลาย ๆ องค์ประกอบในระบบ ซึ่งองค์ประกอบหลายองค์ประกอบจำเป็นต้องมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันทำหน้าที่ต่างกันแต่มุ่งเป้าประสงค์เดียวกัน
3. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ (relationship) ระบบประกอบด้วยระบบย่อยที่มีความเกี่ยวข้องกันมีการทำงานประสานกันและมีผลกระทบร่วมกัน
4. ระบบได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อม (environment) ในองค์กรหนึ่งย่อมได้รับอิทธิพลและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร สภาพแวดล้อมมีทั้งสิ่งมีชีวิตและสิ่งไม่มีชีวิต

ลักษณะของระบบ มีดังนี้ คือ

1. มีความเป็นหนึ่งเดียวและเกี่ยวกันพัน (wholeness and interdependence) ระบบย่อยหลายระบบนั้นจะมีโครงสร้างรวมเป็นหนึ่งเดียวและแต่ละระบบย่อยจะมีความเกี่ยวข้องกัน เครื่องมือทางการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เลือกใช้ต้องมีความสัมพันธ์กัน ประสานกันเป็นระบบ มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน มุ่งสู่จุดหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ

2. มีระดับชั้น (hierarchy) ทุกระบบต้องมีระดับชั้นหรือขั้นตอนจากระดับสูงไปหาต่ำ คำว่าลำดับชั้นยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการลำดับแผนก่อนหลัง ปฏิบัติการเริ่มต้น แล้วต่อด้วยแผนไหน จะใช้เครื่องมือทางการประชาสัมพันธ์ใดก่อนหลัง หรือส่วนใดสำคัญที่สุด และสำคัญรองลงมา

3. มีกฎเกณฑ์ของตนเองและมีการควบคุม (self regulation and control) งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ถูกควบคุมโดยเกณฑ์อันเกิดจากกลยุทธ์และกลวิธีของแผนงานหรือกลยุทธ์และกลวิธีเป็นตัวนำทิศทางการทำงานที่ทีมงานในระบบต้องรับรู้อย่างทั่วถึง

4. มีผลกระทบและได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อม (interchange with the environment) การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นับเป็นระบบเปิดที่ทั้งรับและส่งอิทธิพลสู่สภาพแวดล้อม ก่อนทำการประชาสัมพันธ์สภาพแวดล้อมจะเป็นตัวบ่งชี้ให้ข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นสำหรับการวางแผน

5. มีความสมดุล (homeostasis) ระบบจะต้องคงสภาพของตัวเองไว้ให้ได้ เพื่อให้กิจกรรมในระบบดำเนินไป ถ้ามีสิ่งหนึ่งสิ่งใดเบี่ยงเบนจากบรรทัดฐาน ก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนสิ่งที่เบี่ยงเบนนั้น เนื่องจากสังคมในปัจจุบันเป็นระบบที่โครงสร้างมีระดับชั้นและมีความสัมพันธ์กัน จึงทำให้การสื่อสารถูกกำหนดด้วยระบบ

6. การเปลี่ยนแปลงและปรับตัว (change and adaptability) ในระบบจะต้องมีการคงสภาพให้กิจกรรมในระบบดำเนินต่อไปถ้ามีการเบี่ยงเบนขึ้นก็จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้ได้ เพื่อให้เกิดความสมดุลหรือปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

7. มีหลายช่องทางสู่ความสำเร็จได้หลายทาง (equifinality) ระบบจะประกอบด้วยวิธีการที่แตกต่างกันเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ หมายความว่าระบบจะต้องมีความยืดหยุ่นมีการเตรียมการไว้ หากมีอุปสรรคหรือรอบข้างมีการเปลี่ยนแปลง จะต้องมีความยืดหยุ่นมารองรับ เพื่อให้ระบบสามารถดำรงอยู่และมุ่งสู่ความสำเร็จได้

8. สัญญาณเพื่อการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อม (cybernetics) หมายความว่าระบบจะมีการปรับตัว (ตอบโต้) ซึ่งถือว่าการป้อนกลับจากสภาพแวดล้อม

**ทฤษฎีโครงสร้างในสมองหรือข้อมูลสะสมในสมองและพฤติกรรมของมนุษย์
(cognitive and behavioral theories)**

เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกภายนอกของมนุษย์ ซึ่งผู้รับข่าวสารจะต้องเกิดความรู้ความเข้าใจในข่าวสารก่อนแล้วจึงมีพฤติกรรมตามมา มีความเชื่อดังนี้

1. สิ่งเร้า (stimulus) หมายถึง สิ่งที่มากระตุ้นให้คนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง

2. ทฤษฎีนี้เชื่อว่าสิ่งเร้านำไปสู่กระบวนการตอบสนอง (response) หมายถึง ปฏิกิริยาของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งบอกเหตุเฉพาะอย่าง แต่ก่อนที่สิ่งเร้าจะนำไปสู่การตอบสนอง จะมีกระบวนการทางความคิดในสมองของมนุษย์ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ หรือกระบวนการของความคิดที่เกิดขึ้นในสมอง

3. ทฤษฎีนี้มองการทำงานของคนเหมือนการมองคอมพิวเตอร์ คือ สิ่งที่ได้ยินได้เห็น ได้สัมผัส หรือลิ้มรสนั้นเปรียบเสมือนการได้รับข้อมูล แต่ในตัวเครื่องจะมีโปรแกรมที่จะนำข้อมูลไปจัดการอยู่ในตัว ซึ่งในที่นี้คือสมองของมนุษย์นั่นเองและจะเกิดเป็นพฤติกรรมของมนุษย์แสดงออกมา

4. ทฤษฎีนี้เชื่อว่าความคิดเป็นผู้กำหนดภาษาและการแสดงออกของมนุษย์ สิ่งที่สะสมไว้ในสมองที่แตกต่างกัน การได้ยินได้ฟังสิ่งที่สอดคล้องกับความคิดทัศนคติและความเชื่อเดิมที่มีอยู่ย่อมทำให้คล้อยตามได้ง่าย

ทฤษฎีว่าด้วยความเกี่ยวพันส่วนตัวและการประเมินสิ่งรอบตัว (ego – involvement and social judgement)

การที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับในสังคมหนึ่ง บุคคลก็จะมีลักษณะบุคลิกภาพซึ่งภายใต้การควบคุมของจิตใต้สำนึกของแต่ละคน มีความเชื่อดังนี้

1. มนุษย์ประเมินสิ่งต่าง ๆ รอบตัวโดยอัตโนมัติ
2. มนุษย์จะใจแคบหรือกว้างอยู่ที่ความเกี่ยวพันกับตัวเองหลักสำคัญของทฤษฎีนี้ คือ การมีจุดกึ่งกลางที่พอดี ถ้าน้อยไปจะไม่สร้างความสัมฤทธิ์ผล หรือถ้ามากเกินไปก็ไม่สร้างสัมฤทธิ์ผลเช่นกัน แต่จะมีจุด ๆ หนึ่งซึ่งเป็นจุดพอดี

ทฤษฎีความไม่กลมกลืนของระบบความคิดในสมอง (cognitive Dissonance)

เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดความวิตกกังวล หรือความเข้าใจด้านต่าง ๆ ที่ไม่สอดคล้องกัน มีผลเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การตัดสินใจ (decision making) มีปัจจัยเกี่ยวข้องกับการไม่กลมกลืนได้แก่ ความสำคัญของปัญหา ทางเลือก ความน่าสนใจของทางเลือกที่ไม่ได้เลือก และความคล้ายคลึงของผลของทางเลือก

2. การยินยอม (forced compliance) สภาวะที่ถูกบังคับ การจำยอม ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้ความกดดันโดยการลงโทษหรือการให้รางวัล

3. ความพยายาม (effort) เป็นความพยายาม ทุ่มเท หรือลงทุนลงแรงในการทำงาน ซึ่หนึ่งหรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เสร็จ

4. การเข้ากลุ่ม (initiation to group) เป็นการคล้อยตาม หรือการยอมรับเพราะความไม่กล้า ซึ่งจะทำให้เป็นคนที่เคร่งครัดต่อระเบียบหรือวัฒนธรรมของกลุ่ม

5. การได้รับแรงสนับสนุนทางสังคม (social support) ซึ่งการกระทำที่ได้รับการยอมรับหรือได้รับการสนับสนุนจากสังคมยังมีมากยิ่งขึ้นทำให้แรงกดดันทำให้เชื่อว่าความคิณั้นถูกต้อง

ทฤษฎีแห่งความสมดุล (balance theory) มีแนวความคิดที่สำคัญคือ

1. ความรู้ ทศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม รวมตัวเป็นโครงสร้างอยู่ด้วยกัน เรียกว่า โครงสร้างของความเข้าใจ

2. โครงสร้างทางความคิดนี้จะต้องอยู่ในสภาพแห่งความสมดุล ไม่ควรขัดแย้งกัน

3. เมื่อเกิดความไม่สมดุลหรือความขัดแย้งจะทำให้เกิดความเครียด หรือความไม่สบายทางจิตวิทยา

ทฤษฎีว่าด้วยการชักจูงใจ การโน้มน้าวใจ (theory of persuasion) ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่าการที่จะชักจูงใจบุคคลใดบุคคลหนึ่งเหมือนการกระตุ้น เพื่อให้เกิดการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการให้เป็น และในกระบวนการสื่อสารจะมีช่องว่างหรือตัวกลางระหว่างการกระตุ้นและการตอบสนองซึ่งเรียกว่าพื้นเพเดิมของบุคคล ถือว่าเป็นตัวกลางที่สำคัญมากในการสื่อสาร ทฤษฎีนี้จะสามารถทำให้ออกแบบข้อมูลข่าวสารได้อย่างเหมาะสมและเลือกเวลาในการทำการประชาสัมพันธ์ ได้ถูกต้อง แบ่งคนออกเป็น 4 ลักษณะดังนี้

1. กลุ่มเชื่อ (believer) เป็นกลุ่มที่ง่ายที่สุดในการทำการประชาสัมพันธ์ หรือชักจูงให้ปฏิบัติตามที่ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ต้องการ

2. กลุ่มสงสัย (skeptic) เป็นกลุ่มที่ได้รับข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งที่จะสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ทั้งในทางบวกและด้านลบ คนกลุ่มนี้จึงเกิดความสงสัยในเรื่องนั้น ๆ

3. กลุ่มเฉื่อย (apathetic) เป็นกลุ่มที่ไม่สนใจ ไม่ได้ตอบ หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ประชาสัมพันธ์ เนื่องจากรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง

4. กลุ่มปรปักษ์ (hostile) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ขาคที่สุดในการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารและพยายามต่อต้าน

2.5.3 ขอบเขตของงานประชาสัมพันธ์

รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2546) กล่าวถึงขอบเขตของงานประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ให้เกิดความสัมพันธ์ ความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง งานประชาสัมพันธ์จึงมีขอบเขตของกิจกรรม ดังนี้

1. Publicity คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหน่วยงานในด้านต่าง ๆ เช่น การดำเนินงาน การบริการ ผลิตภัณฑ์ ความคิด กิจกรรม ฯลฯ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นการส่งข้อมูลให้สื่อมวลชน การบริการข้อมูลข่าวสาร การบริการติดต่อสอบถาม การสารสนเทศ การจัดทำป้ายประกาศ การจัดทำโบปลิวิ การจัดทำแผ่นพับ การจัดทำสมุดเล่มเล็ก การแสดงผลงานของหน่วยงานในที่ต่าง ๆ เป็นต้น

2. Public opinion คือ การสำรวจและการสร้างประชามติ การสำรวจประชามติทำให้สถาบันได้ทราบเท่าที่ ความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อนโยบาย การดำเนินงาน ตลอดจนผลงานของสถาบัน นอกจากการสำรวจประชามติแล้วสิ่งที่สำคัญคือ การสร้างประชามติให้เกิดขึ้นในทางที่เป็นผลดีต่อหน่วยงาน ซึ่งต้องเข้าใจถึงกระบวนการก่อตัวของประชามติและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประชามติ

3. Public attitude คือ การเสริมสร้างให้ประชาชนมีทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อสถาบัน เพื่อให้ประชาชนให้ความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบัน แนวทางการหนึ่งคือ การทำให้หน่วยงานมีภาพลักษณ์ที่ดี

4. Public affairs คือ การทำกิจกรรมสาธารณะเป็นการทำกิจกรรมเพื่อให้ประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งเป็นการแสดงว่าหน่วยงานนั้น ๆ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคมมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การจัด โครงการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม การบริจาคเงินเพื่อสาธารณกุศล การจัดทำโครงการสวัสดิภาพเด็ก เป็นต้น

5. Public development คือ การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคม สามารถดำเนินการได้ในหลายลักษณะ เช่น การให้ทุนสนับสนุนการศึกษาวิจัย การส่งเสริมการวิจัย การฝึกอบรม การสนับสนุนด้านกีฬา เป็นต้น

6. Public advertising คือ การโฆษณาสถาบัน เป็นการโฆษณาที่มีได้มุ่งขายสินค้าหรือบริการแต่อย่างใด แต่มุ่งเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณให้แก่สถาบัน โดยอาจทำได้ในแนวทางต่าง ๆ

กัน เช่น การเน้นให้เห็นว่าสถาบันมีความเจริญก้าวหน้าเป็นลำดับ สถาบันเห็นคุณค่าของบุคคล (บุคลากรภายในตลอดจนประชาชนทั่ว ๆ ไป) สถาบันห่วงใยและมีความรับผิดชอบต่อสังคม สถาบันตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ฯลฯ

2.5.4 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

เสรี วงษ์มณฑา (2546) ได้มีการแยกขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ 7 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการทำวิจัยสาธารณสมบัติ
2. ขั้นตอนการวางแผนนโยบาย กำหนดแนวทาง
3. ขั้นตอนการวางแผน
4. ขั้นตอนการสื่อสารภายใน
5. ขั้นตอนการดำเนินการตามโครงการ
6. ขั้นตอนการประเมินผล
7. ขั้นตอนการปรับปรุงแก้ไข

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2546) กล่าวว่า การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร นั้น มีแนวทางหรือหลักการพื้นฐานที่วางไว้ 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการวิจัย – การรับฟัง (research-listening)
2. ขั้นตอนการวางแผนตัดสินใจ – เตรียมปฏิบัติงาน (planning-decision making)
3. ขั้นตอนการติดต่อสื่อสาร – การปฏิบัติการ (communication-action)
4. ขั้นตอนการประเมินผล (evaluation)

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ข่าวสารของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ด้วยการนำเสนอเป็นเอกสาร วารสาร ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ในเว็บไซต์ของสถาบัน หรือการให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน ในโอกาสที่โรงเรียนจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในรูปของสมาคม ผู้ปกครองและครู หรือในฐานะส่วนบุคคล นับเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีงาม ตลอดจนการเข้าร่วมกิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อในโรงเรียนเป้าหมาย สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนและผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนทั้งสิ้น

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 ผลงานวิจัยในประเทศ

นงลักษณ์ รุ่งวิทยากร (2544) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในระบบการศึกษาทางไกลของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช จำนวน 284 คน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในระบบการศึกษาทางไกล โดยแยกวิเคราะห์เป็นปัจจัยเฉพาะที่มาจากแรงผลักดันภายในตัวบุคคล และปัจจัยเฉพาะในส่วนของการบุคคล มีดังนี้ 1) ด้านความต้องการของบุคคล 2) ด้านความคาดหวังในอนาคต และ 3) ด้านความต้องการในการเรียนรู้ ปัจจัยทั้ง 2 สามารถอธิบายเหตุผลในการตัดสินใจได้ร้อยละ 52.783 ลำดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะในส่วนของการบริหารจัดการของ มสธ. มีดังนี้ 1) รูปแบบการจัดการศึกษาของ มสธ. 2) แนวคิดการศึกษาทางไกล 3) ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และ 4) หลักสูตรการศึกษา ปัจจัยทั้ง 4 สามารถอธิบายเหตุผลในการตัดสินใจได้ร้อยละ 61.572 ในขณะที่ปัจจัยด้านรูปแบบการจัดการศึกษาของ มสธ. ด้านเดียวสามารถอธิบายเหตุผลในการตัดสินใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาได้ร้อยละ 40.539

ภักดี ศรีอรุณ (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง ทุกปัจจัยมีผลในระดับดีมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านการสร้างปัจจัยด้านบุคลากรและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลจากการเลือกศึกษาของนักศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย รองลงมาคือมีอาคารเรียนที่สะดวกสบายและเพียงพอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการศึกษาตามลำดับ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาของนักศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ มีกระบวนการสอนและเทคนิคการสอนที่ทันสมัย รองลงมาคือระยะเวลาการศึกษาตามหลักสูตรและขั้นตอนในการให้บริการต่าง ๆ รวดเร็วตามลำดับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาของนักศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ ความน่าเชื่อถือและการยอมรับของสถานประกอบการที่มีต่อสถาบัน รองลงมาคือ วุฒิการศึกษาที่ผู้เรียนจะได้รับและรายวิชาที่ต้องศึกษาตามหลักสูตรตามลำดับ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาของนักศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ ความเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านของ

อาจารย์ที่สอน รองลงมาคือ ระดับการศึกษาหรือวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้สอน และจำนวนของอาจารย์ที่สอนในสถาบัน ตามลำดับ ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ มีบริการทุนการศึกษา หรือเงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา รองลงมาคือ ระดับราคาของค่าลงทะเบียนหรือค่านายกิต และสามารถผ่อนชำระค่าลงทะเบียน หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ได้ตามลำดับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และมีวิทยาเขตให้เลือกศึกษาได้หลายแห่งตามลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก คือ มีการให้โควตาเพื่อการศึกษาต่อเป็นกรณีพิเศษ รองลงมาคือ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยแนะแนวของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ มาให้ข้อมูล ตามลำดับ

เบญจมาศ เหมือนสุทธีวงศ์ (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลได้จำแนกเป็น 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยเชิงคุณและปัจจัยสนับสนุน สำหรับปัจจัยเชิงคุณพบว่า ความชอบของนักเรียนเองเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ชื่อเสียงของโรงเรียน ทำเลที่ตั้งของโรงเรียน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การชักชวนจากศิษย์เก่า และการแนะนำจากครู ตามลำดับ ส่วนปัจจัยสนับสนุนพบว่า ผลการเรียนเดิมในระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ การแนะนำจากเพื่อน การแนะนำจากบิดามารดา และการแนะนำจากญาติพี่น้อง สำหรับปัจจัยด้านความรับผิดชอบของนักเรียนเองเกิดจากความคาดหวังว่าจะสามารถหางานทำได้ง่าย มีความได้เปรียบในการสมัครงาน และสามารถกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาได้ สำหรับปัจจัยสนับสนุน เกิดจากได้รับการสนับสนุนจากบิดามารดาซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง มีฐานะปานกลาง สภาพการจัดการศึกษา พบว่า โปรแกรมคอมพิวเตอร์มีความทันสมัย มีให้เลือกหลากหลายและมีโปรแกรมครบตามความต้องการใช้ ด้านหลักสูตรพบว่า มีการจัดหลักสูตรได้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน มีการวางแผนเป็นระบบ ด้านครูผู้สอนพบว่า มีคุณวุฒิตรงกับสาขาที่สอนนักเรียนได้รับความสะดวกในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเรียนและมีการเตรียมความพร้อมที่จะสอนล่วงหน้า

รุ่งระวี อภิบาลญาติ (2542) ได้วิจัยเรื่อง เหตุผลในการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน กรณีศึกษาโรงเรียนประดิษฐ์ศึกษา อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลในการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนประดิษฐ์ศึกษา อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรีมี 9 ด้าน คือ ด้านการบริหารโรงเรียน

ผู้ปกครองใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่อง โรงเรียนมีการบริหารวิชาการเห็นผลเด่นชัด เช่น การสอนอ่านเขียนชัดเจน ด้านการเรียนการสอน ผู้ปกครองใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่อง โรงเรียนมีการสอนภาษาอังกฤษ ด้านการจัดสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนผู้ปกครองใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่อง โรงเรียนมีสนามเด็กเล่น ด้านบทบาทของครู ผู้ปกครองใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่อง ครูมีการเอาใจใส่นักเรียนอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการบ้านเป็นประจำ ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ผู้ปกครองใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่อง โรงเรียนเก็บอัตราค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม ด้านการบริการรับ-ส่งนักเรียน ผู้ปกครองใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่องการจัดให้ครูประจำรถคอยดูแลความปลอดภัยในการขึ้น ลงรถ ของนักเรียน ด้านการบริการอาหารกลางวันผู้ปกครองใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่อง โรงเรียนมีบริการอาหารกลางวัน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ผู้ปกครองใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่อง โรงเรียนมีเอกสารติดต่อกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ และด้านภาพลักษณ์ของโรงเรียนผู้ปกครองใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่อง มีประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของรัฐบาล และรับการรับรองวิทยฐานะจากกระทรวงศึกษาธิการ

วิโรจน์ มุอำหัมด (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนกรุงเทพมหานครพิเศษ ผลการวิจัย พบว่า

1. ด้านโรงเรียนที่ดี ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของโรงเรียนต้องสะดวกในการรับส่งนักเรียน เป็นเส้นทางผ่านของผู้ปกครอง มีการจัดสถานที่ภายในโรงเรียนเป็นสัดส่วนถูกสุขลักษณะ
2. ด้านวิชาการ ได้แก่ โรงเรียนเปิดสอนตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งไม่เป็นภาระของผู้ปกครองในการหาที่เรียนใหม่ให้กับบุตรหลาน นอกจากนี้ โรงเรียนมีกิจกรรมเสริมสร้างความเป็นผู้นำให้นักเรียนกล้าแสดงออกและโรงเรียนมีการรายงานผลความก้าวหน้าเรื่องการเรียนรู้ของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ
3. ด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อม ได้แก่ จำนวนห้องปฏิบัติการ ห้องเรียนเพียงพอ ปลอดภัย ไม่มีเสียงรบกวน อบอุ่นและทันสมัย
4. ด้านบริการ ได้แก่ การปลูกฝังให้นักเรียนมีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อการใช้และรักษาทรัพย์สินของโรงเรียน นอกจากนี้โรงเรียนมีการจัดการดูแลเรื่องความปลอดภัยให้กับนักเรียน โดยจัดพยาบาลไว้บริการตลอดเวลาทำการจัดให้มีครูเวรและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด
5. ด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ได้แก่ การช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันของศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน บุคคลในวงสังคมและการเมืองให้การยอมรับ

6. ด้านตัวครู ได้แก่ คุณวุฒิและประสบการณ์ของครู รับผิดชอบครูที่สอนในแต่ละระดับชั้น ตลอดจนความเหมาะสมในเรื่องของการแต่งกาย บุคลิกภาพของครูชายและครูหญิง

7. ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ได้แก่ การที่โรงเรียนให้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมของโรงเรียน ผ่านทางสื่อมวลชนและนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียน

สาวิตรี พังงา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนอนุบาลปราโมชพัฒนา พบว่า ผู้ปกครองมีความคาดหวังต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียน ดังนี้

1. คุณลักษณะบทบาทและหน้าที่ของครู คาดหวังให้ครูเอาใจใส่เด็ก เข้าใจธรรมชาติ และความต้องการของเด็ก ครูใจดี รัก และเมตตาต่อเด็ก และครูควรมีความรู้เกี่ยวกับจิตวิทยาเด็ก วิธีการใช้สื่อรวมถึงวิธีการสอนในระดับก่อนประถมศึกษา

2. การจัดประสบการณ์ และกิจกรรมการเรียนการสอน คาดหวังให้เน้นการจัดประสบการณ์ที่มุ่งพัฒนาให้นักเรียนมีความเจริญเติบโตทั้งทางร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา และการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และมุ่งให้นักเรียนกล้าแสดงออก ส่วนกิจกรรมเสริมทักษะ เน้นการเรียนภาษาอังกฤษกับชาวต่างประเทศ คอมพิวเตอร์ และการวาดภาพระบายสี

3. สื่อการเรียนการสอน คาดหวังให้เน้นสื่อที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ สื่อที่นักเรียนสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง และใช้ร่วมกับผู้อื่น สื่อที่โรงเรียนควรจัด ได้แก่ เกมฝึกสมองชนิดต่าง ๆ หนังสือนิทาน และอุปกรณ์วิทยาศาสตร์ที่ใช้ได้ง่าย

4. การประเมินผล คาดหวังให้ทำการประเมินผลเดือนละครั้ง โดยวิธีการสังเกต การตรวจผลงานรวมทั้งการใช้แบบทดสอบ และนำผลการประเมินไปพัฒนานักเรียนให้ดีขึ้น

5. การจัดสภาพแวดล้อม คาดหวังให้โรงเรียนมีอาคาร สถานที่มั่นคง แข็งแรง มีสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกที่เหมาะสมกับนักเรียน

6. การจัดบริการให้แก่ นักเรียน คาดหวังให้มีการจัดครู คอยดูแลความปลอดภัยขณะนั่งรถรับ – ส่งนักเรียนจากผู้ปกครอง มีการบริการอาหารกลางวัน อาหารว่างที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ

7. ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง คาดหวังให้โรงเรียนมีการแจ้งข่าวสารให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ มีการจัดแสดงผลงานนักเรียน ให้บริการรับฟังความคิดเห็นของผู้ปกครอง

เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวัง และความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อสภาพจริงของโรงเรียนพบว่า มีความแตกต่างในเรื่องการจัดการเรียนเสริมทักษะให้แก่ นักเรียน สื่อการเรียนการสอนที่โรงเรียนควรจัด และความถี่ของการประเมินผลพัฒนาการเรียน

ลาวัลย์ พินิจจันทร์ (2550) ได้วิจัยเรื่อง การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า

1) ผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยรวมแล้ว รายได้อยู่ในระดับมาก

2) ผู้ปกครองมีวุฒิการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านการเอาใจใส่ของครู

2.6.2 ผลงานวิจัยต่างประเทศ

Joyce (1992) ได้วิจัยหาเหตุผลของผู้ปกครองที่เลือกโรงเรียนชั้นประถมศึกษาของรัฐ 2 รัฐ โดยกลุ่มผู้ปกครอง 2 กลุ่ม ของโรงเรียนสแตนเบนวิก ในรัฐโอไฮโอ และโรงเรียนเซนปอล ในรัฐมินเนโซตา สรุปความเห็นสอดคล้องกันว่าการเลือกโรงเรียนให้แก่บุตรหลานอาศัยปัจจัยการตัดสินใจจากมากไปน้อย ดังนี้

1. คุณภาพคุณครู
2. ระเบียบของโรงเรียน
3. วินัยของโรงเรียน
4. หลักสูตรพิเศษ
5. จริยธรรมของครู
6. การประเมินความสามารถของครู
7. ความรับผิดชอบของโรงเรียน
8. มีแนวการสอนหลากหลาย

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ ด้านวิชาการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านการบริการ ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน และ ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยที่สำคัญ โดยในสภาวะด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ที่มีการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงมาก ทั้งนี้ผู้บริหารสถานศึกษาคควรตระหนักและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สถานศึกษามีการพัฒนาให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานผลิตนักเรียน – นักศึกษา ที่มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรมในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรมในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ เพื่อศึกษาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ประกอบด้วย ขั้นตอนการดำเนินงานการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ระดับชั้นปีที่ 1-3วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจจำนวน 300 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ระดับชั้นปีที่ 1-3วิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ โดยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 100 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่มีคำถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ 5 ด้าน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต(Likert Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน

การสร้างแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมขอบเขตเนื้อหาที่กำหนด
2. สร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องทั้งด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้
4. ปรับปรุงแบบสอบถามตามการพิจารณาของอาจารย์ที่ปรึกษา
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยนำแบบสอบถามไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยตนเองด้วยการสอบถามจากนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1-3 ของวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมเอกสาร งานวิจัย บทความ แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ศึกษา เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการกำหนดรายละเอียดของการศึกษาวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติประกอบด้วย การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เกณฑ์การให้ระดับการตัดสินใจของนักเรียนนั้น ลักษณะของคำตอบแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด โดยหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5	ระดับความเห็น	มากที่สุด
4	ระดับความเห็น	มาก
3	ระดับความเห็น	ปานกลาง

2 ระดับความเห็น น้อย

1 ระดับความเห็น น้อยที่สุด

การจัดระดับค่าเฉลี่ย คือ การประเมินความสำคัญของระดับค่าเฉลี่ย ผู้ศึกษาได้แบ่งระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น ซึ่งจะได้ช่วงของระดับการประเมินของคะแนนดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2534)

4.21 – 5.00 หมายถึงมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึงมาก

2.61 – 3.40 หมายถึงปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึงน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึงน้อยที่สุด



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรมในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรมในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ เพื่อศึกษาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอ ดังนี้

4.1 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชนประเภทวิชาพาณิชยกรรมระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	49	49
หญิง	51	51
รวม	100	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	93	93
20 ปีขึ้นไป	7	7
รวม	100	100
3. สาขา		
งานคอมพิวเตอร์	30	30
งานการบัญชี	32	32

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
งานการชาย	38	38
รวม	100	100
4. ภูมิลำเนา		
กรุงเทพมหานคร	83	83
จังหวัดอื่น	17	17
รวม	100	100
5. อาชีพผู้ปกครอง		
พนักงานบริษัทเอกชน	10	10
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	10
ข้าราชการ	21	21
รับจ้างทั่วไป/ค้าขาย	43	43
อื่นๆ.....	16	16
รวม	100	100
6. รายได้ผู้ปกครอง		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	14	14
10,000 – 20,000 บาท	41	41
20,001 - 30,000 บาท	25	25
30,001 – 40,000 บาท	9	9
มากกว่า 40,000 บาท	11	11
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุต่ำกว่า 20 ปีมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 20 ปีขึ้นไป เรียนสาขางานการชายมากที่สุด รองลงมาคืองานการบัญชี ผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด ผู้ปกครองมีอาชีพรับจ้างทั่วไป/ ค้าขาย มากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ และผู้ปกครองมีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทมากที่สุด รองลงมาคือรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

4.1.2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ รายละเอียดตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียน ด้านภาพรวม

ด้านภาพรวม	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านวิชาการ	4.03	0.56	มาก	2
2. ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	3.86	0.68	มาก	4
3. ด้านบริการ	4.03	0.70	มาก	2
4. ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน	3.95	0.53	มาก	3
5. ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา	4.08	0.59	มาก	1
รวม	3.99	0.49	มาก	

จากตารางที่ 4.2 นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงที่สุดรองลงมา คือ ด้านวิชาการและด้านบริการและด้านที่มีผลต่ำที่สุดคือด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 4.3 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ด้านวิชาการ

ด้านวิชาการ	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. สถานศึกษามีการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาตาม พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ	4.06	0.72	มาก	2
2. การเรียนการสอนมุ่งเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรม อันดีงามให้แก่นักเรียน – นักศึกษา	3.96	0.76	มาก	4
3. สถานศึกษามีการพัฒนางานด้านวิชาการอย่างต่อเนื่อง	3.95	0.82	มาก	5
4. สถานศึกษามีสื่อและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	4.16	0.95	มาก	1
5. สถานศึกษาจัดกิจกรรมการสอนที่หลากหลาย	4.04	0.95	มาก	3
รวม	4.03	0.56	มาก	

จากตารางที่ 4.3 นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ด้านวิชาการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ สถานศึกษามีสื่อและอุปกรณ์ที่ทันสมัย รองลงมา คือ สถานศึกษามีการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาตาม พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ และข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ สถานศึกษามีการพัฒนางานด้านวิชาการอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.4 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. อาคารเรียนและบริเวณสถานศึกษามีความปลอดภัย	4.00	0.91	มาก	1
2. สถานศึกษามีห้องพิเศษสำหรับจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเหมาะสม	3.99	0.87	มาก	2
3. สถานศึกษามีการพัฒนาอาคารเรียนและบริเวณภายในและภายนอกให้เหมาะแก่การเรียนการสอนอย่างสม่ำเสมอ	3.76	0.92	มาก	4
4. สถานศึกษาห้องสุขาเพียงพอ	3.68	1.07	มาก	5
5. ท่าเลที่ตั้งของสถานศึกษาเหมาะสมในการเดินทาง	3.89	1.04	มาก	3
รวม	3.86	0.68	มาก	

จากตารางที่ 4.4 นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ อาคารเรียนและบริเวณสถานศึกษามีความปลอดภัยรองลงมา คือ สถานศึกษามีห้องพิเศษสำหรับจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ สถานศึกษาห้องสุขาเพียงพอ

ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ด้านบริการ

ด้านบริการ	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1.สถานศึกษามีการบริการห้องสมุดที่ได้มาตรฐาน	3.99	0.96	มาก	3
2.ส่งเสริมให้นักเรียนมีสุขภาพที่ดีในการตรวจสอบสุขภาพประจำปีเป็นประจำทุกปีการศึกษา	3.98	0.90	มาก	4
3.ระบบธุรการ-การเงินรวมถึงระบบตรวจเช็คข้อมูลสารสนเทศที่รวดเร็วแม่นยำ	3.90	0.96	มาก	5
4.จัดทำประกันอุบัติเหตุให้นักเรียน-นักศึกษา ทุกปีการศึกษา	4.03	0.97	มาก	2
5.ส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอนตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปีอย่างมีคุณภาพ	4.26	0.97	มากที่สุด	1
รวม	4.03	0.70	มาก	

จากตารางที่ 4.5 นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม มีความเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ด้านบริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอนตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปีอย่างมีคุณภาพ รองลงมา คือ จัดทำประกันอุบัติเหตุให้นักเรียน-นักศึกษา ทุกปีการศึกษาและข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ ระบบธุรการ-การเงินรวมถึงระบบตรวจเช็คข้อมูลสารสนเทศที่รวดเร็วแม่นยำ

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน

ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1.สถานศึกษาจัดกิจกรรมบริการวิชาชีพสู่ชุมชน เช่น วิชาชีพคอมพิวเตอร์ วิชาชีพด้านการบัญชี วิชาชีพด้านการขายและการตลาด	4.03	0.85	มาก	1
2.สถานศึกษาจัดเชิญผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับอาชีพ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาบรรยายให้ความรู้แก่นักเรียน	4.02	0.80	มาก	2
3. สถานศึกษาจัดกิจกรรมแสดงผลงานของสถาบัน โดยเชิญผู้ปกครอง ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถาบัน	3.87	0.86	มาก	4
4.สถานศึกษาจัดตั้งสมาคมต่าง ๆ เช่น สมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า กรรมการสถานศึกษา คณะกรรมการโรงเรียน	3.82	0.92	มาก	5
5.สถานศึกษาจัดทำสิ่งพิมพ์เผยแพร่ข่าวสารของสถาบัน เช่น เอกสารใบปลิว วารสาร	3.99	0.89	มาก	3
รวม	3.95	0.53	มาก	

จากตารางที่ 4.6 นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ด้านความสัมพันธ์กับชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ สถานศึกษาจัดกิจกรรมบริการวิชาชีพสู่ชุมชน เช่น วิชาชีพคอมพิวเตอร์ วิชาชีพด้านการบัญชี วิชาชีพด้านการขายและการตลาด รองลงมา คือ สถานศึกษาจัดเชิญผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับอาชีพ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาบรรยายให้ความรู้แก่นักเรียนและข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ สถานศึกษาจัดตั้งสมาคมต่าง ๆ เช่น สมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า กรรมการสถานศึกษา คณะกรรมการโรงเรียน

ตารางที่ 4.7 ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา

ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1.สถานศึกษามีชื่อเสียงด้านวิชาการ กิจกรรมและระบบดูแลนักเรียน ที่มีคุณภาพ	4.03	0.85	มาก	3
2.สถานศึกษาได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการประกันคุณภาพการศึกษาจากหน่วยงานอื่น เช่น สมศ. เป็นต้น	4.13	0.78	มาก	2
3.สถานศึกษาได้รับรางวัลจากการแข่งขันทักษะวิชาชีพจากภายนอกสถานศึกษา	3.96	0.93	มาก	4
4.สถานศึกษาก่อตั้งมาเป็นระยะเวลายาวนาน เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	3.94	0.94	มาก	5
5.สถานศึกษาผลิตนักเรียน-นักศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการ	4.32	0.74	มากที่สุด	1
รวม	4.08	0.59	มาก	

จากตารางที่ 4.7 นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาพาณิชยกรรม มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ สถานศึกษาผลิตนักเรียน-นักศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการ รองลงมา คือ สถานศึกษาได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการประกันคุณภาพการศึกษาจากหน่วยงานอื่น เช่น สมศ. เป็นต้น และข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ สถานศึกษาก่อตั้งมาเป็นระยะเวลา ยาวนาน เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

4.2 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบันอาชีวศึกษา
รายละเอียดตามตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบัน
อาชีวศึกษาเอกชน

ด้านภาพรวม	ได้รับ (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
1. ป้ายโฆษณา	18	18	5
2. ใบปลิว แผ่นพับ	42	42	3
3. เว็บไซต์ของสถาบัน	36	36	4
4. การเข้าแนะแนวศึกษาต่อ	46	46	2
5. เพื่อนแนะนำ	50	50	1
6. ผู้ปกครองแนะนำ	13	13	6
รวม	100		

จากตารางที่ 4.8 นักเรียนรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากสถาบันจากการ
แนะนำของเพื่อนสูงที่สุด รองลงมาคือ จากการเข้าแนะแนวศึกษาต่อ และช่องทางที่มีนักเรียนรับรู้
ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ต่ำที่สุด คือ ผู้ปกครองแนะนำ

4.3 การทดสอบทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ก่อนวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยนำแบบสอบถาม ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ปรากฏดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

รายการ	จำนวนข้อที่ถาม	ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha)
1. ด้านวิชาการ	5	0.7914
2. ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม	5	0.8301
3. ด้านบริการ	5	0.8565
4. ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน	5	0.7311
5. ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา	5	0.8207
รวม	25	0.8059

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 จากผลการทดสอบ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.7311 ถึง 0.8301 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรมในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรมในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ เพื่อศึกษาศึกษาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชนประเภทวิชาพาณิชยกรรมระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจพบว่า

1) ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุต่ำกว่า 20 ปีมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 20 ปีขึ้นไป เรียนสาขาวิชาการขายมากที่สุด รองลงมาคืองานการบัญชี ผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด ผู้ปกครองมีอาชีพรับจ้างทั่วไป/ ค้าขาย มากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ และผู้ปกครองมีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทมากที่สุด รองลงมาคือรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

2) ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ด้านภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านวิชาการและด้านบริการและด้านที่มีผลต่ำที่สุดคือด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านวิชาการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ สถานศึกษามีสื่อและอุปกรณ์ที่ทันสมัย รองลงมา คือ สถานศึกษามี

การพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาตาม พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ และข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ สถานศึกษามีการพัฒนางานด้านวิชาการอย่างต่อเนื่อง

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ อาคารเรียนและบริเวณสถานศึกษามีความปลอดภัยรองลงมา คือ สถานศึกษามีห้องพิเศษสำหรับจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ สถานศึกษาห้องสุขาเพียงพอ

ด้านบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ ส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอนตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปี อย่างมีคุณภาพ รองลงมา คือ จัดทำประกันอุบัติเหตุให้นักเรียน-นักศึกษา ทุกปีการศึกษาและข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ ระบบธุรการ-การเงินรวมถึงระบบตรวจเช็คข้อมูลสารสนเทศที่รวดเร็วแม่นยำ

ด้านความสัมพันธ์กับชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ สถานศึกษาจัดกิจกรรมบริการวิชาชีพสู่ชุมชน เช่น วิชาชีพคอมพิวเตอร์ วิชาชีพด้านการบัญชี วิชาชีพด้านการขายและการตลาด รองลงมา คือ สถานศึกษาจัดเชิญผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับอาชีพ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาบรรยายให้ความรู้แก่นักเรียนและข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ สถานศึกษาจัดตั้งสมาคมต่าง ๆ เช่น สมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า กรรมการสถานศึกษา คณะกรรมการโรงเรียน

ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ สถานศึกษาผลิตนักเรียน-นักศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการ รองลงมา คือ สถานศึกษาได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการประกันคุณภาพการศึกษาจากหน่วยงานอื่น เช่น สมศ. เป็นต้น และข้อที่นักเรียนมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ สถานศึกษาก่อตั้งมาเป็นระยะเวลายาวนาน เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

5.1.2 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบันอาชีวศึกษา

นักเรียนรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากสถาบันจากการแนะนำของเพื่อนสูงที่สุดรองลงมาคือ จากการเข้าแนะแนวศึกษาต่อ ใบปลิวแผ่นพับ เว็บไซต์ของสถาบัน ป้ายโฆษณา ผู้ปกครองแนะนำตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในแต่ละประเด็นได้ดังต่อไปนี้

5.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ ปรากฏว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากทุก ๆ ด้าน ดังนั้น วิทยาลัยฯ จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญปัจจัยทั้ง 5 ด้าน เท่า ๆ กัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะเห็นว่า

1) ด้านวิชาการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานศึกษามีสื่อและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสาวิตรี พงษา (2545) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนอนุบาลปราโมชพัฒนา ซึ่งพบว่า ผู้ปกครองมีความคาดหวังที่เน้นการเรียนการสอนที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ สื่อที่นักเรียนสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเองและใช้ร่วมกับผู้อื่น

2) ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ อาคารเรียนและบริเวณสถานศึกษามีความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสาวิตรี พงษา (2545) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนอนุบาลปราโมชพัฒนา ซึ่งวิจัยพบว่า ผู้ปกครองมีความคาดหวังในด้านการจัดสภาพแวดล้อม คาดหวังให้โรงเรียนมีอาคารสถานที่มั่นคง แข็งแรงมีสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเหมาะสมกับนักเรียน และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของวิโรจน์ มูฮำหมัด (2542) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนในด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อม ได้แก่ จำนวนห้องปฏิบัติการ ห้องเรียนเพียงพอ ปลอดภัย ไม่มีเสียงรบกวน โอ้อ่างและทันสมัย

3) ด้านบริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอนตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปี อย่างมีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลซึ่งเป็นนโยบายที่ทุกโรงเรียนต้องยึดถือและปฏิบัติตามระเบียบที่รัฐบาลได้กำหนดไว้

4) ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานศึกษาจัดกิจกรรมบริการวิชาชีพสู่ชุมชน เช่น วิชาชีพคอมพิวเตอร์ วิชาชีพด้านการบัญชี วิชาชีพด้านการขายและการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินคุณภาพทางการศึกษาของสำนักงานประเมินคุณภาพ

ทางการศึกษา (สมศ.) ด้านการพัฒนาความรู้ผู้ชุมชนที่สถาบันการศึกษาจะต้องให้บริการวิชาการ และวิชาชีพบริการผู้ชุมชน

5) ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือสถานศึกษาผลิตนักเรียน นักศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายและพันธกิจของวิทยาลัยเทคโนโลยีวาริชบริหารธุรกิจ ในการผลิตนักเรียน นักศึกษา ที่มีคุณภาพ ความสามารถความชำนาญด้านวิชาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ

สำหรับช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจากสถาบันอาชีวศึกษาออกชนพบว่านักเรียนรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากสถาบันจากการแนะนำของเพื่อนสูงที่สุด เนื่องมาจากตามหลักจิตวิทยาวัยรุ่นนักเรียนในช่วงวัยนี้จะให้ความสำคัญและเชื่อตามเพื่อนในวัยเดียวกันมากกว่าการเชื่อฟังผู้ปกครอง โดยวัยนี้ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมที่ตามเพื่อนเป็นวัยที่ให้ความเชื่อและไว้วางใจให้ความสำคัญกับเพื่อนในวัยเดียวกันมากกว่า โดยเป็นไปตามผลการวิจัยที่พบว่าช่องทางที่มีนักเรียนรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ต่ำที่สุด คือ ผู้ปกครองแนะนำ

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบในผลการวิจัย มีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

สถาบันการศึกษาทุกสถาบันควรทำการวิจัยในเรื่องนี้เพื่อเป็นประโยชน์ และเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารงานด้านต่าง ๆ และใช้เป็นข้อมูลในการกระตุ้นความสนใจให้นักเรียนเข้าศึกษาต่อในสถาบันของตน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำวิจัยในกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ นอกเหนือจากกลุ่มนักเรียน เช่น เรื่องความคิดเห็นของผู้ปกครองในการตัดสินใจให้บุตรหลานเข้าศึกษาต่อในสถาบัน เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการวิทยาลัยฯ ในแต่ละด้านและเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนาวิทยาลัยฯ ในด้านต่าง ๆ ให้ดีขึ้น



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กรมอนามัย. (2550). *คู่มือวิชาการระบบการจัดการบริการอาหารกลางวันในโรงเรียน*. กรุงเทพฯ: *คุรุสภา*.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *แนวปฏิบัติของสถานศึกษาเอกชนเพื่อการปฏิรูปการเรียนรู้*
พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: *คุรุสภา*.
- กิติมา ปรีดีดิลก. (2542). *การบริหารและการนิเทศการศึกษาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : *อักษรวิวัฒน์*.
- จิรพร รัตนสุนทรากุล. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้า
ศึกษาในโรงเรียน: กรณีศึกษาโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย (ภาคนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: *สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*.
- ณัฐรพนธ์ เขจรนันท์และฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). *การจัดการ*. กรุงเทพฯ: *ซีเอ็ดยูเคชั่น*
- ทิพย์วรรณ นพวงศ์ ณ อยุธยา. (ม.ป.ป.). *ก้าวต่อไปของการปฏิรูปการศึกษาไทย*. กรุงเทพฯ: *ม.ป.ป.*
- นงศ์ลักษณ์ รุ่งวิทยาธร. (2544, พฤษภาคม-สิงหาคม). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระบบ
การศึกษาทางไกลของนักเรียนระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*.
วารสารสุโขทัย ธรรมาธิราช, 14(2).
- บรรจง รัตนพราหมณ์. (2541). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกบำนาญบำนาญ
ข้าราชการ (กบข.) : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดอำนาจเจริญ (ภาคนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: *สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*.
- บุญเทียม เจริญยิ่ง. (2553). *การแนะแนวผู้ปกครองของเด็กปฐมวัย*. กรุงเทพฯ : *ดวงกมล*.
- เบญจมาศ เหมือนสุทธีวงศ์. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาเอกชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต)*.
เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประสาธ อิศรปรีดา. (2547). *สารัตถะจิตวิทยาการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. มหาสารคาม : *ภาควิชา
จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2546). *การจัดการและการบริหารอาชีวศึกษา*. กรุงเทพฯ: *ศูนย์สื่อ
เสริมกรุงเทพฯ*.

- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). *การบริหารงานวิชาการ*. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.
- พจน์ สะเพียรชัย. (ม.ป.ป.). *ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารการศึกษา*. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- พนม ไพบูลย์. (2547). *วารสารข้าราชการครู*. กรุงเทพฯ: การอาชีวศึกษา.
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ*.
- พล เหลืองรังสี. (2546). *ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกศึกษาคณะระดับปริญญาตรีของนักศึกษา
ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2546 สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์ (การวิจัยการศึกษา
ปริญญาโท)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เพ็ชร ฐประวิเชตร์. (2550, มกราคม - ธันวาคม). *สัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา ทักษะ และ
สมรรถนะ*. ศึกษาศาสตร์สาร, ปีที่ 1-2, หน้า 33 - 53.
- ไพโรจน์ กุลละวณิชย์. (2551). *ปกเปลือกร*. กรุงเทพฯ : เฟิร์นข้าหลวง.
- ภักดี ศรีอรุณ. (2546). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับ
ปริญญาตรี ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงสาขาบัญชีในจังหวัดลำปาง
(การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เขาวภา เดชะคุปต์. (2542). *การบริหารและการนิเทศการศึกษาปฐมวัย*. กรุงเทพฯ: แม็ค.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. (2546). *การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ:
นามมีบุ๊กส์พับลิเคชันส์.
- รุ่งระวี ภิบาลญาติ. (2542). *การศึกษาเหตุผลในการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้า
เรียนในโรงเรียนเอกชน กรณีศึกษาโรงเรียนประดิษฐ์ศึกษา อำเภอท่าใหม่ จังหวัด
จันทบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ลาวัลย์ พินิจจันทร์. (2550). *การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าในโรงเรียนเอกชน
อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. ปทุมธานี:
มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี. (2543). *การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ของรัฐและธุรกิจ*.
กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- วิมลพรรณ อาภาเวท. (2553). *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2534). *การแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS*.
กรุงเทพฯ: ชมรมผู้สนใจงานวิจัยทางการศึกษา.
- วิรัช ลภรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์ : Public relations (ฉบับสมบูรณ์ ปรับปรุงเพิ่มเติม
ใหม่)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิโรจน์ มุอำหัมด. (2542). *ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนกรุงเทพคริสเตียน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วุฒิ ฉลวยศรี. (2546). *การบริหารงานวิชาการกรณีศึกษาแนวทางการเพิ่มจำนวนการเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทช่างอุตสาหกรรมในวิทยาลัยเทคนิคเชียงราย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. เชียงราย: สถาบันราชภัฏเชียงราย.
- วุฒิพงษ์ ถายะพิงค์. (2546). *สื่อสารอย่างไรให้ครองใจลูกค้า: การสื่อสารเพื่อบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีสุรางค์ ชีรกุลและคณะ. (2551). *ทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา*. กรุงเทพฯ: บั๊ก.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: วิถีพัฒนา.
- สาวิตรี พงษ์งา. (2545). *ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนอนุบาลปราโมชพัฒนา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2551). *คู่มือหลักสูตรการศึกษา*. กรุงเทพฯ: กุรุสภาลาดพร้าว.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2541). *การประกันคุณภาพและการรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2552). *หลักการจัดอาชีวศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน.
- สุรสิทธิ์ แก้วใจ. (2542). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรางค์ ไคว่ตระกูล. (2544). *จิตวิทยาการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2546). *การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2546). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ไคมอนด์ อิน บิสเนส เวิร์ด.

- อนัน บินรามัน. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตทุ่งครุ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ศูนย์อิสลามแห่งประเทศไทย.
- อุไรวรรณ ศรีถนัด. (2552). *ปัจจัยการตัดสินใจผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอำนวยการปรีณบุรี เขตบางแค กรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ครูบ้านนอก Blog. *การสร้างภาพลักษณ์โรงเรียน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2556, จาก [http:// www.Kroobannok.com](http://www.Kroobannok.com)
- ครูอินเตอร์.คอม บทความ 4 ต.ค.2553 ดร.ศักดิ์ชัย ภูเจริญ. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม. 2556, จาก [http:// www.Kruinter.com](http://www.Kruinter.com)
- วิกิพีเดีย (สารานุกรมเสรี). สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2556, จาก [http:// www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

- Brown, H. Douglas. (1980). *Principles of language learning and teaching*. Englewood Cliffs. New Jersey : Prentice-Hall.
- Harrison, F.F. (1981). *The Managerial Decision-Making Process*. Boston: Smithsonian Institution.
- Hilgard, Ernest R. (1983). *Introduction to Psychology* (8th ed). San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.
- Joyce, C.F., Jr. (1992, October). *Parental Choice in Public Elementary School : Who Chooses and Why (School Choice)*. Dissertation Abstracts International, 30.
- Lovell, R.B. (1980). *Adult Learning*. New York : John Wiley & Son, Inc.
- Moody, Paul. (1983). *Decision Making : Proven Methods for Better Decisions*. Singapore : McGraw-Hill.

- Moorhead, Gregory & Griffin, Ricky. (1992). *Decision Making and Creativity*. London : Houghton Mifflin.
- Simon, Herbert A. (1976). *Administrative Behavior*. New York : Macmillan.
- Simon, H.A. (2008). *The New Science of Managerial Decision*. New York: Happy and Rew.
- Stair, Ralph M., Jr. & Render, Barry. (1990). *Production and Operations Management : A Self-Correcting Approach* (3rd ed). Boston : Allyn and Bacon.





แบบสอบถาม

เรื่อง การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชา

พาณิชยการ ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ

คำชี้แจงแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ตอน

ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ประเภทวิชาพาณิชยการ ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ

ตอนที่ 3 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจาก สถาบัน
อาชีวศึกษาเอกชน

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม (นักเรียน-นักศึกษา)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัว
ท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ..... ปี

3. สาขา

() งานคอมพิวเตอร์

() งานการบัญชี

() งานการขาย

4. ภูมิลำเนา () กรุงเทพฯ

() จังหวัดอื่น โปรดระบุ.....

5. อาชีพผู้ปกครอง

() พนักงานบริษัทเอกชน

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() ข้าราชการ

() รับจ้างทั่วไป/ค้าขาย

() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ผู้ปกครอง

() ต่ำกว่า 10,000 บาท

() 10,000 - 20,000 บาท

() 20,001 - 30,000 บาท

() 30,001 - 40,000 บาท

() มากกว่า 40,000 บาท

ตอนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวราธิปไตยบริหารธุรกิจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \checkmark ในช่องที่ตรงตามระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

- 5 = มีผลมากที่สุด
4 = มีผลมาก
3 = มีผลปานกลาง
2 = มีผลน้อย
1 = มีผลน้อยที่สุด

การตัดสินใจของนักเรียน - นักศึกษา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านวิชาการ					
1. สถานศึกษามีการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาตาม พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ					
2. การเรียนการสอนมุ่งเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมอันดีงามให้แก่นักเรียน - นักศึกษา					
3. สถานศึกษามีการพัฒนางานด้านวิชาการอย่างต่อเนื่อง					
4. สถานศึกษามีสื่อและอุปกรณ์ที่ทันสมัย					
5. สถานศึกษาจัดกิจกรรมการสอนที่หลากหลาย					
ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม					
1. อาคารเรียนและบริเวณสถานศึกษามีความปลอดภัย					
2. สถานศึกษามีห้องพิเศษสำหรับจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเหมาะสม					
3. สถานศึกษามีการพัฒนาอาคารเรียนและบริเวณภายในและภายนอกให้เหมาะแก่การเรียนการสอนอย่างสม่ำเสมอ					
4. สถานศึกษาห้องสุขาเพียงพอ					
5. ท่าเลที่ตั้งของสถานศึกษาเหมาะสมในการเดินทาง					
ด้านบริการ					
1. สถานศึกษามีการบริการห้องสมุดที่ได้มาตรฐาน					
2. ส่งเสริมให้นักเรียนมีสุขภาพที่ดีในการตรวจสุขภาพประจำปีเป็นประจำทุกปีการศึกษา					

3. ระบบธุรการ-การเงินรวมถึงระบบตรวจเช็คข้อมูลสารสนเทศที่รวดเร็วแม่นยำ					
4. จัดทำประกันอุบัติเหตุให้นักเรียน-นักศึกษา ทุกปีการศึกษา					
5. ส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอนตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปีอย่างมีคุณภาพ					
ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน					
1. สถานศึกษาจัดกิจกรรมบริการวิชาชีพสู่ชุมชน เช่น วิชาชีพคอมพิวเตอร์, วิชาชีพด้านการบัญชี, วิชาชีพด้านการขายและการตลาด					
2. สถานศึกษาจัดเชิญผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับอาชีพ ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาบรรยายให้ความรู้แก่นักเรียน					
3. สถานศึกษาจัดกิจกรรมแสดงผลงานของสถาบัน โดยเชิญผู้ปกครอง ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถาบัน					
4. สถานศึกษาจัดตั้งสมาคมต่าง ๆ เช่น สมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า กรรมการสถานศึกษา คณะกรรมการโรงเรียน					
5. สถานศึกษาจัดทำสิ่งพิมพ์เผยแพร่ข่าวสารของสถาบัน เช่น เอกสาร ใบปลิว วารสาร					
ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา					
1. สถานศึกษามีชื่อเสียงด้านวิชาการ กิจกรรมและระบบดูแลนักเรียน ที่มีคุณภาพ					
2. สถานศึกษาได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการประกันคุณภาพการศึกษาจากหน่วยงานอื่น เช่น สมศ. เป็นต้น					
3. สถานศึกษาได้รับรางวัลจากการแข่งขันทักษะวิชาชีพ จากภายนอกสถานศึกษา					
4. สถานศึกษาก่อตั้งมาเป็นระยะเวลายาวนาน เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป					
5. สถานศึกษาผลิตนักเรียน-นักศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของสถานประกอบการ					

ตอนที่ 3 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจาก สถาบันอาชีวศึกษา
เอกชน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงที่ท่านได้รับรู้ข้อมูล
ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับจาก สถาบันอาชีวศึกษาเอกชน
ได้แก่

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา | <input type="checkbox"/> ใบปลิว แผ่นพับ |
| <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ของสถาบัน | <input type="checkbox"/> การเข้าแนะแนวศึกษาต่อ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อนแนะนำ | <input type="checkbox"/> ผู้ปกครองแนะนำ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล
ประวัติการศึกษา

นางสาวสุภาวดี นุ่มแก้ว
พ.ศ. 2538 วุฒิปริญญาตรี
บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการเงิน)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

อาจารย์ผู้สอน
วิทยาลัยเทคโนโลยีวาริชปบริหารธุรกิจ

