

ตำราเรียนพระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ
ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1
คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2548



65583

2549

1165522

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาสถิติประยุกต์
คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ
ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1
คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2548



ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาสถิติประยุกต์
คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**Influential factors for choosing King Mongkut's Institute
of Technology Ladkrabang in the entrance Examination
of Bachelor freshman Faculty of Science
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang**



**Nareeroj Srithumapong
Pruksa Sittipan
Arporn Anupack**

**A Special Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of
Bachelor of Science
Department of Applied Statistics
Faculty of Science
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
Academic Year 2005**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาพิเศษเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2548

นักศึกษา นางสาวนรีโรจน์ ศรีธรรมพงษ์

นายพฤกษา สิทธิพันธ์

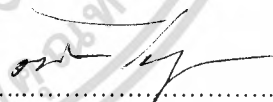
นางสาวอาภรณ์ อนุภาพ

ภาควิชา สถิติประยุกต์

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.น้อมจิต กิตติโชติพานิชย์

ภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

คณะกรรมการตรวจสอบ	ลายมือชื่อ
ประธานกรรมการ ดร.น้อมจิต กิตติโชติพานิชย์	
กรรมการ ดร.รุจิเรข บุศราวังศ์	
กรรมการ อาจารย์สุจิตรา สุคนธมัต	


.....
(ผศ.ดร. มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ)
หัวหน้าภาควิชา

ลิขสิทธิ์ของภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาพิเศษเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2548

นักศึกษา นางสาวนรีโรจน์ ศรีธรรมพงษ์
 นายพุกยา สิทธิพันธ์
 นางสาวอาภรณ์ อนุภาพ
 ภาควิชา สถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์
 สาขาวิชา สถิติประยุกต์
 ปีการศึกษา 2548
 อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.น้อมจิต กิตติโชติพาณิชย์

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของปัญหาพิเศษ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของคณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 414 คน จากทั้งหมด 830 คน โดยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และในแต่ละชั้นภูมิทำการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบและใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

ผลการศึกษาปรากฏดังนี้ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง(ร้อยละ56.50) มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล(ร้อยละ56.00) และก่อนที่นักศึกษาจะเลือกศึกษาต่อที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ส่วนใหญ่ได้ศึกษาข้อมูลคณะวิทยาศาสตร์มาก่อน(ร้อยละ52.40) แต่ไม่เคยมาดูสถานที่คณะวิทยาศาสตร์มาก่อน (ร้อยละ63.30) และเหตุผลส่วนตัวในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังคือชอบสถาบัน(ร้อยละ35.00)

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง นักศึกษากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญในด้านค่านิยมมากที่สุด และเมื่อพิจารณาจำแนกตามเพศ ภูมิลำเนา วิธีผ่านการสอบคัดเลือก การศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์และการมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง นักศึกษากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญในด้าน

ลักษณะของสถาบันมากที่สุด และเมื่อพิจารณาตามเพศ ภูมิลำเนา วิธีผ่านการสอบคัดเลือก การศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์และการมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Special Problem Title	Influential factors for choosing King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang in the entrance Examination of Bachelor freshmen Faculty of Science King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
Name	Miss Nareeroj Srithumapong Mr. Pruksa Sittipan Miss Arporn Anupap
Department	Applied Statistics Faculty of Science
Program	Applied Statistics
Academic Year	2005
Special Problem Advisor	Dr. Nomchit Kittichotipanit

Abstract

The purpose of this special problem is to study the influential factors that affect the decision of choosing to study at King Mongkut's Institute of Technology, Ladkrabang - KMITL. This study selects 410 of 830 first-year students from the faculty of science, KMITL by using stratified sampling method and using systematic random sampling in each stratum. All the data in this study are collected by questionnaire.

The result of the study indicates that 56.50 % of all samples are female, 56.00 % of all natively reside in Bangkok and suburban area of Bangkok, 52.40 % of all assert that they had read the information of the faculty of science at KMITL before they applied to the KMITL, 63.30 % of all accept that they had never been to the KMITL before applying, and 35.00 % of all show that they applied to the KMITL due to personal admiration in the institution.

For the factors in social and cultural aspects which have an effect on students to apply to the KMITL, a large portion of the samples concern about a social value, and when we consider

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

about sex, native address, applying method, faculty information awareness, and faculty location awareness, we can find that these data are not significantly difference that is 5.00 %.

For the factors in marketing that influence the student, majority of the samples concerns about the type of the institution, and when we consider about sex, native address, applying method, faculty information awareness, and faculty location awareness, we also find that these data are not significantly difference that is 5.00 %.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ปัญหาพิเศษนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาของบุคคลหลาย ๆ ฝ่ายที่ให้ความร่วมมือ ซึ่งคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณทุก ๆ ท่านมาไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ดร.น้อมจิต กิตติโชติพาณิชย์อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษที่กรุณาติดตามผลงานตลอดทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน โดยให้คำปรึกษา คำแนะนำต่าง ๆ ตลอดจนตรวจสอบ และแก้ไข ทำให้ปัญหาพิเศษเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ตรงตามเวลาที่กำหนด

ดร.รุจิเรข นุศรวางศ์และอาจารย์สุจิตรา สุคนษมัต อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำข้อบกพร่อง ตลอดจนแก้ไขข้อผิดพลาดเพิ่มเติม

คณาจารย์ภาควิชาสถิติประยุกต์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และให้คำแนะนำต่าง ๆ มาโดยตลอด

บิดามารดาของผู้จัดทำปัญหาพิเศษที่ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจเสมอมา ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ของภาควิชาสถิติประยุกต์ ที่ประสานงานและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้จัดทำปัญหาพิเศษตลอดการดำเนินงาน

นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่เป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด นับตั้งแต่เข้ามาศึกษาในสถาบันแห่งนี้

และผู้ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของปัญหาพิเศษนี้ ซึ่งไม่ได้กล่าวนามไว้ทุกท่าน

นางสาวนรีโรจน์	ศรีธรรมพงษ์
นายพฤชา	สิทธิพันธ์
นางสาวอาภรณ์	อนุภาพ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	2
1.5 สมมติฐานของการศึกษา	3
1.6 ตัวแปรและนิยาม	3
1.7 ขั้นตอนการดำเนินงาน	4
บทที่ 2 เอกสารและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.2 ทฤษฎีทางสถิติที่เกี่ยวข้อง	8
2.2.1 แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ	8
2.2.2 การหาขนาดตัวอย่างแบบมีระบบ	8
2.2.3 การหาขนาดตัวอย่าง	9
2.2.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	10
2.2.4.1 สถิติที่ใช้ในการแจกแจงความถี่	10
2.2.4.2 สถิติที่ใช้ในการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง	10
2.2.4.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	10
2.2.5 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 แบบสอบถาม	16
2.3.1 ชนิดแบบสอบถาม	16
2.3.2 ลักษณะของแบบสอบถามที่ดี	16
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากร	18
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	18
3.2.1 แผนการสุ่มตัวอย่าง	18
3.2.2 การหาขนาดตัวอย่าง	18
3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	19
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.4 การทดสอบแบบสอบถาม	20
3.5 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	21
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	21
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาแสดงความถี่และร้อยละ	22
4.2 ข้อมูลส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา แสดงความถี่และร้อยละ	25
4.3 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามภาควิชา	28
4.4 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามเพศ	38
4.5 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามภูมิภาค	44
4.6 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามวิธีการสอบคัดเลือก	50
4.7 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามการศึกษาข้อมูล คณะวิทยาศาสตร์	59
4.8 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามการมาดูสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์	66

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	74
5.2 ผลการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ	75
5.3 ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. การทดสอบสมมติฐาน	81
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	100
ภาคผนวก ค. ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน	106
ภาคผนวก ง. การเปรียบเทียบเชิงซ้อน	111
ประวัติคณะผู้จัดทำ	114

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและคำร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชาและเพศ	22
4.2 แสดงจำนวนและคำร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชาและภูมิภาค	23
4.3 แสดงจำนวนและคำร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชาและวิธีการสอบคัดเลือก	24
4.4 แสดงจำนวนและคำร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลส่วนตัวและภาควิชา	25
4.5 แสดงจำนวนและคำร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา	26
4.6 แสดงจำนวนและคำร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมาคู่สถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา	27
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชา	28
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชา	31
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	38
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	40
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิภาค	44
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค	46
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการสอบคัดเลือก	50

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการสอบคัดเลือก	53
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาข้อมูล คณะวิทยาศาสตร์	59
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาข้อมูล คณะวิทยาศาสตร์	62
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมาคูดสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์	66
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมาคูดสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์	69
1 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักศึกษา ระหว่างนักศึกษาเพศชายและหญิง	82
2 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักศึกษา ระหว่างภูมิลำเนาต่างกัน	85
3 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักศึกษา ระหว่างวิธีการสอบคัดเลือก ต่างๆ	88
4 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักศึกษา ระหว่างการทราบและไม่ทราบข้อมูลคณะวิทยาศาสตร์ สจล.	92
5 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักศึกษา ระหว่างการเคยมาคูดและไม่เคยมาคูดสถานที่คณะวิทยาศาสตร์ สจล.	96
1 ค ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในด้านค่านิยม	107
2 ค ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในด้านกลุ่มบุคคล	107
3 ค ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในด้านลักษณะของสถาบัน	107
4 ค ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา	108

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
5 ค	ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด	108
6 ค	ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในด้านบุคลากรของสถาบัน	108
7 ค	ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน	109
8 ค	ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน	109
9 ค	ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม	109
10 ค	ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน ในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม	110
1 ง	แสดงค่า MEAN DIFFERENCE และค่า P-VALUE ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ ในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม	112
2 ง	แสดงค่า MEAN DIFFERENCE และค่า P-VALUE ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ ในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม	112
3 ง	แสดงค่า MEAN DIFFERENCE และค่า P-VALUE ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ ในด้านบุคลากรของสถาบัน	113
4 ง	แสดงค่า MEAN DIFFERENCE และค่า P-VALUE ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน	113

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เพราะการศึกษาเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีบทบาทโดยตรงต่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพและเป็นกระบวนการถ่ายทอดความรู้ สถาบันอุดมศึกษาซึ่งมีบทบาทในการผลิตบัณฑิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสังคม ถ้าสถาบันอุดมศึกษามีระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ และประชากรได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง ย่อมทำให้ประชากรของประเทศได้รับการพัฒนาอย่างมีศักยภาพในด้านความรู้ ความสามารถ และสติปัญญา ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่อไป ซึ่งจะสอดคล้องกับนโยบายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2549) ที่เกี่ยวกับการพัฒนาประชากรให้มีคุณภาพ

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพทางการศึกษา เพื่อที่จะรองรับนักเรียนที่จะเข้าศึกษาต่อ โดยนักเรียนจะตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่คิดว่าเหมาะสมกับตนเอง และในปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ จึงต้องใช้กลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักเรียนที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในแต่ละสถาบัน นอกจากหลักสูตร และ สาขาวิชาที่นักเรียนได้ให้ความสนใจแล้ว ปัจจัยอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น ค่าธรรมเนียมการเรียน สถานที่ตั้งของสถาบันอุดมศึกษา ระยะเวลา การเดินทาง ความสามารถของอาจารย์ที่มีประสิทธิภาพ เครื่องมือ สื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ อาคารสถานที่ ตลอดจนปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น สังคม ภูมิปัญญา บุคคลอื่นๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียน จึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนต่อในสถาบันอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นมหาวิทยาลัย ตามพระราชบัญญัติ สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง พ.ศ.๒๕๒๘ มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้การศึกษา การค้นคว้าวิจัย และการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยี เพื่อความก้าวหน้า ทางอุตสาหกรรม และ เศรษฐกิจของประเทศ

คณะวิทยาศาสตร์เป็นคณะหนึ่งของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งมุ่งเน้นผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์สาขาต่างๆ โดยเปิดหลักสูตรรับนักศึกษา โดยรับนักศึกษา 3 ประเภท ได้แก่ 1. นักศึกษาที่ผ่านการสอบคัดเลือกจากทบวงมหาวิทยาลัย

(นักศึกษาเอนทรานซ์) 2. นักศึกษาที่ผ่านการสอบคัดเลือกโดยแต่ละคณะจัดสอบขึ้นเองก่อนสอบคัดเลือก โดยทบวงมหาวิทยาลัย (นักศึกษาโควตา) 3. นักศึกษาที่ทางแต่ละคณะจัดสอบขึ้นเอง หลังจากประกาศผลการสอบของทบวงมหาวิทยาลัย (นักศึกษาสมทบพิเศษ) และการเปิดรับนักศึกษาของ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประจำปีการศึกษา 2548 นี้ มีผู้ที่ได้ให้ความสนใจที่จะเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นจำนวนมาก จึงได้เป็นแรงจูงใจให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ และผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปวางแผนเพื่อพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพของสถาบันให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามคาดหวังของนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการทำการตลาด แผนการดำเนินงาน การบริหารและการวางกลยุทธ์ของสถาบันให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. เพื่อจะได้เป็นแนวทางสำหรับคณะอื่นๆ ที่สนใจนำไปศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ได้จากการวิจัยมาปรับใช้ภายในคณะของตน
4. เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

นักศึกษปริญาตรีคณะวิทยาศาสตร์ชั้นปีที่1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังในปีการศึกษา 2548 ภาคเรียนที่ 2

1.5 สมมติฐาน

1. นักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังแตกต่างกัน
2. นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังแตกต่างกัน
3. เพศต่างกัมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังแตกต่างกัน
4. ภูมิลำเนาต่างกัมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังแตกต่างกัน
5. วิธีการสอบคัดเลือก ต่างกัมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังแตกต่างกัน

1.6 ตัวแปรและนิยาม

1.6.1 ตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา วิธีการสอบคัดเลือกฯ การศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มาก่อนและการมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.6.2 นิยาม

1. ปัจจัยด้านการตลาดหมายถึง ลักษณะของสถาบัน ค่าธรรมเนียม สถานที่ตั้งของสถาบัน การประชาสัมพันธ์และสวัสดิการต่างๆ บุคลากรของสถาบันสภาพแวดล้อมของสถาบัน
2. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมหมายถึง ค่านิยมในการศึกษาต่อ กลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อเจตคติ
3. นักศึกษาหมายถึง นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในปีการศึกษา 2548
4. ผู้ปกครองหมายถึง บิดา มารดา หรือ ผู้อุปการะนักศึกษา
5. ข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์หมายถึง หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน บุคลากร

ประวัติ ผลงาน และข่าวสารต่างๆ ของคณะ

6. วิธีการสอบคัดเลือกหมายถึง วิธีการรับนักศึกษาของคณะวิทยาศาสตร์ โดยแบ่งเป็น 3 วิธี ได้แก่ 1. การสอบคัดเลือกดำเนินการโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (หลักสูตรปกติ) 2. การสอบคัดเลือกดำเนินการโดยสถาบัน ซึ่งคณะดำเนินการสอบเอง(โควต้า) 3. การสอบคัดเลือกดำเนินการโดยสถาบันซึ่งคณะดำเนินการสอบเอง(ภาคพิเศษ)

1.7 ขั้นตอนในการดำเนินงาน

1. เลือกหัวข้อเรื่อง
2. ศึกษาความสำคัญของปัญหา ลักษณะของปัญหา และค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. กำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตของการศึกษา
4. ตั้งสมมติฐานของการศึกษา
5. เก็บรวบรวมข้อมูล
6. สร้างแบบสอบถาม
7. ทดสอบแบบสอบถาม
8. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม
9. เลือกกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษา
10. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาโดยใช้แบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว
11. วิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผล และสรุปผลข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
12. จัดทำรูปเล่มรายงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเสริฐ รัตนอำพลย์ (2547) ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ปกครอง ในการเลือกสถานศึกษาเอกชนระดับอนุบาลในเขตสาทร การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกสถานศึกษาเอกชนในระดับอนุบาลของผู้บริโภคในเขตสาทรและปัจจัยทางส่วนผสมทางตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกสถานศึกษาในด้านการบริการของสถานศึกษา ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดตลอดจนเปรียบเทียบปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกสถานศึกษาของผู้บริโภคในเขตสาทรในด้านค่านิยม กลุ่มอ้างอิง และโครงสร้างครอบครัว

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 46.3 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.8 โดยส่วนใหญ่ อายุอยู่ในช่วง 35-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพประกอบมีธุรกิจส่วนตัว รายได้ครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท
2. ผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าผู้ปกครองที่มีเพศต่างกันจะมี พฤติกรรมการเลือกสถานศึกษาต่างกันคือด้านค่าใช้จ่ายและเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.01 ส่วนด้านอื่นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ผู้บริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม โดยรวมพบว่า มีพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่ากิจกรรมในการสนับสนุน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ผู้บริโภคจำแนกตามอาชีพแบ่งเป็น 5 กลุ่ม โดยรวมพบว่า มีพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าปัจจัยด้านส่วนเหตุผลในการเลือกกิจกรรมในการสนับสนุนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนในด้านค่าใช้จ่ายแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
5. ผู้บริโภคจำแนกตามรายได้ต่อครอบครัวโดยรวมพบว่า มีพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านได้แก่ปัจจัยด้านพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายเหตุผลในการเลือกกิจกรรมในการสนับสนุนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. ผู้บริโภครวมโดยจำแนกตามอายุโดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มอายุ โดยรวมพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยด้านส่วนเหตุผลในการเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านค่าใช้จ่ายและด้านกิจกรรมมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ส่วนผสมทางการตลาดด้านรูปแบบการบริการกับพฤติกรรมด้านเหตุผลในการเลือกสถานศึกษาของผู้บริโภคพบว่าส่วนผสมทางการตลาดด้านรูปแบบการบริการของสถานศึกษามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r) มีค่าเท่ากับ 0.13

8. ส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมด้านกิจกรรมของสถานศึกษาของผู้บริโภคพบว่าส่วนผสมทางการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r) มีค่าเท่ากับ 0.18

9. ส่วนผสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจำหน่ายกับพฤติกรรมด้านเหตุผลในการเลือกของผู้บริโภคพบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 0.00 แสดงว่าด้านช่องทางการจำหน่ายมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r) มีค่าเท่ากับ 1.00 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับสูงในทิศทางเดียวกัน

10. ส่วนผสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมด้านกิจกรรมของสถานศึกษาของผู้บริโภคพบว่าส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดของสถานศึกษามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r) มีค่าเท่ากับ 0.28

11. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางสังคมและวัฒนธรรม ด้านรูปแบบ ค่านิยมกับพฤติกรรมโดยรวมของผู้บริโภคพบว่า ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมด้านรูปแบบ ค่านิยมกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

12. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางสังคมและวัฒนธรรม ด้านรูปแบบค่านิยมกับพฤติกรรมโดยรวมของผู้บริโภคพบว่ากลุ่มบุคคลอ้างอิงกับพฤติกรรมโดยรวมของผู้บริโภคพบว่ากลุ่มบุคคลอ้างอิงกับพฤติกรรมโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรวิศ เตชวัฒน์นนท์ (2545) ได้ทำรายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนประเภทพาณิชยกรรมในจังหวัดสกลนคร การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนประเภทพาณิชยกรรม ในจังหวัดสกลนคร

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 81.60) มีผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 67.20) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า (ร้อยละ 70.00) สำหรับนักเรียนจะได้รับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 1,500 บาท หรือต่ำกว่า (ร้อยละ 59.60) ส่วนใหญ่ นักเรียนมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสกลนคร (ร้อยละ 75.60) โดยอยู่ในอำเภอเมืองมากที่สุด (ร้อยละ 23.80) นักเรียนจะตัดสินใจเลือกโรงเรียนที่จะเรียนด้วยตนเอง (ร้อยละ 68.00) โดยแหล่งเงินทุนในการจ่ายค่าธรรมเนียมการเรียนมาจากการกู้ยืมกองทุนการศึกษา (ร้อยละ 58.40) สาเหตุที่นักเรียนเลือกเรียนในสายอาชีวศึกษาเนื่องจากเมื่อเรียนจบสามารถหางานทำได้ทันที (ร้อยละ 71.20) และนักเรียนมีความคิดเห็นว่า โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนยังมีค่าธรรมเนียมการเรียนที่แพงเกินไป (ร้อยละ 79.60)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางด้านค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าธรรมเนียมอื่นๆ และปัจจัยทางด้านระบบการเรียนและสื่อการสอน โดยนักเรียนให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับ คือ การออกแนะแนวโดยอาจารย์จากโรงเรียน มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา และมีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักเรียน และปัจจัยทางด้านระบบการเรียนและสื่อการสอนที่นักเรียนให้ความสำคัญน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีห้องสหนาการสำหรับจัดกิจกรรมของนักเรียน การที่บัตรประจำตัวนักเรียนสามารถใช้เป็นบัตร ATM ได้ และอาจารย์ต่างประเทศมาสอนในภาษานั้นๆ โดยเฉพาะ

นอกจากนี้เพศของนักเรียน รายได้ของผู้ปกครองและรายได้ของนักเรียนที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของนักเรียนเฉพาะบางปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

2.2 ทฤษฎีทางสถิติที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

เป็นแผนการสุ่มตัวอย่างที่แบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มตามลักษณะที่สำคัญบางอย่างที่เราสนใจของประชากรก่อน ซึ่งแต่ละกลุ่มเรียกว่า ชั้นภูมิ (Stratum) โดยที่หน่วยตัวอย่างที่อยู่ในชั้นภูมิเดียวกันจะมีลักษณะที่สนใจคล้ายกัน (Homogeneity within stratum) แต่ถ้าอยู่ต่างชั้นภูมิกันจะมีลักษณะต่างกัน (Heterogeneity between stratum) และจะทำการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละชั้นภูมิอย่างเป็นอิสระกัน แผนแบบการสุ่มตัวอย่างนี้เหมาะสำหรับประชากรที่มีลักษณะที่สนใจจะศึกษาแตกต่างกันจนสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มได้

การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิมีข้อดีคือ จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรเพราะได้มีการแบ่งกลุ่มย่อยแล้วสุ่มจากแต่ละกลุ่มย่อย ดังนั้น โอกาสที่จะได้ตัวแทนที่มีลักษณะที่สนใจจะศึกษาทุกประการของประชากร

สำหรับข้อที่ควรคำนึง คือลักษณะที่ใช้ในการแบ่งกลุ่มนั้นเมื่อแบ่งประชากรเป็นชั้นภูมิแล้วแต่ละชั้นภูมิจะต้องแตกต่างกันอย่างชัดเจน และในการแบ่งประชากรออกเป็นชั้นภูมินั้นไม่ควรให้มีจำนวนชั้นภูมิมากเกินไป เพราะจะทำให้ไม่สะดวกในการวิเคราะห์ทางสถิติ

2.2.2 แผนการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ(Systematic Sampling)

เป็นแผนการสุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจะใช้ในกรณีที่หน่วยตัวอย่างของประชากรถูกจัดเรียงไว้อย่างเป็นระบบอยู่แล้ว เช่น รายชื่อหนังสือในตู้บัตรรายการในห้องสมุด รายชื่อนักเรียนในบัญชีเรียกชื่อที่เรียงตามตัวอักษร การเรียงคำในพจนานุกรม เป็นต้น ซึ่งแผนการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบนี้จะต้องรู้กรอบตัวอย่าง (Sampling frame) ของประชากรและให้หมายเลขหน่วยตัวอย่างของประชากรทุกหน่วย จากนั้นจะหาช่วงสุ่ม (Sampling interval) โดย

$$\text{ช่วงสุ่ม } (k) = \frac{N}{n}$$

เมื่อ N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดตัวอย่าง

การหาช่วงของการสุ่มแบ่งได้เป็น 2 กรณีคือ

1. ถ้า $\frac{N}{n}$ ลงตัว ช่วงของการสุ่ม คือ ผลลัพธ์เลขจำนวนเต็มที่ได้จาก $\frac{N}{n}$
2. ถ้า $\frac{N}{n}$ ไม่ลงตัว ช่วงของการสุ่มคือ เลขจำนวนเต็มที่อยู่ใกล้เคียงผลลัพธ์ที่ได้จาก $\frac{N}{n}$

มากที่สุด

ขั้นต่อไปคือหาหน่วยเริ่มต้นซึ่งเป็นหน่วยตัวอย่างที่ตกเป็นตัวอย่างหน่วยแรกโดยการสุ่มจากประชากรในลำดับที่ 1 ถึง ลำดับที่ k โดยการใช้ตารางเลขสุ่ม (Table of random number) หรือใช้การจับสลากก็ได้ สมมุติว่าได้หน่วยเริ่มต้นเป็น a โดยที่ $1 \leq a \leq k$ และหน่วยตัวอย่างที่ตกเป็นตัวอย่างต่อไป คือ $a + k, a + 2k, a + 3k$ ไปเรื่อยๆ จนได้หน่วยตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ

2.2.3 การหาขนาดตัวอย่าง

การหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในกรณีที่ทำกรสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิสามารถที่จะคำนวณหาได้จากสูตร

$$n = \frac{N \sum_{h=1}^L N_h S_h^2}{N^2 B + \sum_{h=1}^L N_h S_h^2}$$

ที่ระดับความเชื่อมั่น $(1 - \alpha)100\%$ ภายใต้การแจกแจงปกติ

n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากรที่ทำการศึกษา

N_h คือ ขนาดประชากรในชั้นภูมิที่ h ; $h = 1, 2, \dots, L$

S_h^2 คือ ค่าความแปรปรวนของตัวอย่างในชั้นภูมิที่ h

B คือ ขอบเขตของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

โดย $B = \frac{d^2}{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2}$ เมื่อ d คือ ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

$$Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 = 1.96^2$$

และ $\alpha = 0.05$

2.2.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2.4.1 สถิติที่ใช้ในการแจกแจงความถี่

ในการหาค่าร้อยละ (Percentage) สามารถที่จะคำนวณหาได้จากสูตร

$$\text{ร้อยละ} = \frac{X}{n} \times 100$$

เมื่อ X คือ จำนวนหน่วยตัวอย่างที่มีลักษณะที่สนใจในตัวอย่าง
 n คือ ขนาดตัวอย่าง

2.2.4.2 สถิติที่ใช้ในการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง

ค่าเฉลี่ย (Mean) คำนวณหาได้จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{ค่าเฉลี่ย} &= \sum_{h=1}^L W_h \bar{y}_h \\ &= \frac{1}{N} \sum_{h=1}^L N_h \bar{y}_h \end{aligned}$$

เมื่อ W_h คือ น้ำหนักของชั้นภูมิโดยที่ $W_h = \frac{N_h}{N}$
 N คือ ขนาดประชากรที่ทำการศึกษา
 N_h คือ ขนาดประชากรในชั้นภูมิที่ h ; $h = 1, 2, \dots, L$
 \bar{y}_h คือ ค่าเฉลี่ยในชั้นภูมิที่ h ; $h = 1, 2, \dots, L$

2.2.4.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

2.2.4.3.1 การทดสอบของ Lilliefors (The Lilliefors test)

Lilliefors ได้ปรับปรุงการทดสอบของ Kolmogorov-Smirnov ในกรณีที่ต้องการทดสอบเกี่ยวกับการแจกแจงแบบปกติที่ไม่ได้ระบุค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อาจเรียกได้ว่าเป็น “การทดสอบสำหรับการแจกแจงแบบปกติ” (A Test for Normality) แม้ว่าจะมีนักสถิติหลาย ๆ ท่านได้คิดค้นวิธีการทดสอบนี้ อาทิ Conover แต่การหาค่าวิกฤตค่อนข้างยาก รวมทั้งการทดสอบของ Shapiro-Wilk ซึ่งต้องใช้ตารางค่าวิกฤตที่เฉพาะ แต่การทดสอบของ Lilliefors มีลักษณะคล้ายการทดสอบของ Kolmogorov-Smirnov เพียงแต่ตารางค่าวิกฤตจะต่างกัน และ Lilliefors ได้ชี้ให้เห็นว่า

การทดสอบของเขามีประสิทธิภาพสูงกว่าการทดสอบไคสแควร์(สถิติที่ไม่ใช้พารามิเตอร์.

2542:257)

การทดสอบของ Liilefors จะเหมือนกับการทดสอบของ Kolmogorov-Smimov เกือบทุกประการยกเว้นการใช้คะแนนมาตรฐาน (Normolized value) แทนคะแนนดิบ ดังนี้ สมมติฐาน ในการทดสอบมีดังนี้

H_0 : ประชากรมีการแจกแจงแบบปกติ

H_1 : ประชากรไม่มีการแจกแจงแบบปกติ

วิธีการทดสอบ

จากข้อมูลตัวอย่างเรียงลำดับข้อมูลจากน้อยไปหามาก แล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดย

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

$$S = \sqrt{\frac{1}{(n-1)} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}$$

และแปลงค่า X_i เป็น Z_i โดย $Z_i = \frac{X_i - \bar{X}}{S}$, $i = 1, \dots, n$ การ

คำนวณค่าสถิติทดสอบจะคำนวณจากค่า Z_i แทน X_i ซึ่งเป็นข้อมูลดิบ นั่นคือ หาค่า

$S(Z_i) = \frac{k}{n}$ เมื่อ $k =$ จำนวนข้อมูลค่า Z ที่มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ Z_i และคำนวณค่า $F_0(Z_i)$

จากความน่าจะเป็นสะสมของการแจกแจงปกติมาตรฐาน

2.2.4.3.2 การทดสอบความแปรปรวนประชากร a กลุ่ม

วิธีทดสอบของเลวิน (Levene's Test) เป็นวิธีทดสอบความแปรปรวน ประชากรมากกว่า 2 ค่า ว่ามีค่าเท่ากัน มีข้อสมมติว่าตัวอย่างสุ่มเป็นอิสระกัน วิธีของเลวินทำดังนี้ สมมติฐาน ในการทดสอบมีดังนี้

$$H_0: \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \dots = \sigma_a^2$$

H_1 : มีความแปรปรวนอย่างน้อย 1 คู่ไม่เท่ากัน

ให้ X_{ij} แทนค่าสังเกตที่ j ในตัวอย่างที่ i

m_i แทนค่ามัธยฐานของตัวอย่างที่ i

$$Z_{ij} = |X_{ij} - m_i|$$

สถิติทดสอบ คือ $F = \frac{\text{ความแปรปรวนระหว่างตัวอย่าง}}{\text{ความแปรปรวนภายในตัวอย่าง}}$

$$= \frac{s_a^2}{s_e^2}$$

จะปฏิเสธ H_0 เมื่อ $F > F_{[1-\alpha; a-1, N-a]}$

2.2.4.3.3 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระกัน

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มมาจากกลุ่มประชากรที่มีการแจกแจงแบบปกติ
2. กลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มนี้ต้องเป็นอิสระกัน

สมมติฐาน ในการทดสอบมีดังนี้

$$\text{สมมติฐาน } H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

ถ้า $n_1 \geq 30, n_2 \geq 30$ แล้วสถิติทดสอบ คือ

$$Z = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} \sim N(0, 1)$$

ซึ่งจะปฏิเสธ H_0 ถ้า $Z \geq Z_{\frac{\alpha}{2}}$ และ $Z \leq -Z_{\frac{\alpha}{2}}$

2.2.4.3.4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (ONEWAY ANOVA)

เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระกันตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไปพร้อม ๆ กัน

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. กลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ต้องสุ่มมาจากประชากรที่มีการแจกแจงแบบปกติ อย่างเป็นอิสระกัน
2. กลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ต้องสุ่มมาจากประชากรที่มีความแปรปรวนเท่ากัน
3. กลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ต้องมีความเป็นบวก (Additive Effects)

สมมติฐาน

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_i \neq \mu_j, \text{ สำหรับ } i \neq j \text{ บางค่า}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ

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

ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

แหล่งความผันแปร	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	SS_b	$k - 1$	MS_b	MS_b/MS_w
ภายในกลุ่ม	$SS_w = SS_t - SS_b$	$n - k$	MS_w	
รวม	SS_t	$n - 1$		

$$SS_b = n \sum_{i=1}^k (\bar{x}_i - \bar{x}_{..})^2, \quad SS_t = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_{..})^2$$

$$MS_b = \frac{SS_b}{k-1}, \quad MS_w = \frac{SS_w}{n-k}$$

การตัดสินใจ ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่า F ที่ได้จากการเปิดตารางที่ $df = (k-1, n-k)$ และที่ระดับนัยสำคัญ α จะทำการปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อย 1 คู่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2.4.3.5 การทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison)

การเปรียบเทียบเชิงซ้อน หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ เพื่อหาว่ากลุ่มตัวอย่างคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันซึ่งก็คือ วิธีทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยต่าง ๆ วิธีการที่ใช้ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อนมีหลายวิธีที่นิยมใช้ ได้แก่

1. LSD
2. NMRT
3. T-METHOD
4. S-N-K
5. DUNNETT

ปัญหาพิเศษฉบับนี้เลือกใช้การทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อน LSD

LSD ย่อมาจาก Least Significant Difference หรือวิธีผลต่างน้อยที่สุด เป็นวิธีของ Fisher วิธีนี้เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นคู่ ๆ โดยกำหนดค่าน้อยที่สุดขึ้นมาค่านึงเพื่อใช้เป็นตัวเปรียบเทียบ ถ้าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างคู่ใดมีค่าเกินกว่าค่าที่กำหนดแล้ว ก็ถือว่ากลุ่มตัวอย่างคู่นั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ค่าที่กำหนดขึ้นนี้เรียกว่าค่า LSD

$$LSD = t_{\alpha/2, (n-k)} S_{\bar{d}} = t_{\alpha/2} \sqrt{\frac{2S^2}{r_i}}$$

โดย $t_{\alpha/2, (n-k)}$ เป็นค่าที่เปิดจากตารางที่ระดับนัยสำคัญ α และใช้ df ของความคลาดเคลื่อนจากการทดลอง

$S_{\bar{d}}$ คือ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 2 ค่า

S^2 คือ MSE

r_i คือ จำนวนซ้ำหรือจำนวนค่าสังเกตในแต่ละกลุ่มตัวอย่างที่ i

การใช้ LSD ก็คือการทดสอบสมมติฐาน $H_0 : \mu_1 = \mu_2$ และ $H_0 : \mu_1 \neq \mu_2$ ที่สมมติให้ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ และเป็นการทดสอบแบบสองทางด้วย

วิธีการทำ LSD มีดังนี้

1. เรียงลำดับค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจากน้อยไปหามาก หรือจากมากไปหาน้อยก็ได้
2. ใช้ LSD ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทั้งหมดทุกคู่ได้เมื่อการทดลองนั้นมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่เกิน 5 ถ้ามี t กลุ่มตัวอย่าง จำนวนคู่ในการเปรียบเทียบเท่ากับ C_2 ไม่ควรใช้ LSD ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทั้งหมดทุกคู่เมื่อการทดลองมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 5 ขึ้นไป คือ มีค่าเฉลี่ยที่จะเปรียบเทียบมากกว่า 10 คู่ขึ้นไป เรานิยมใช้เปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยที่อยู่ติดกันทีละคู่เมื่อค่าเฉลี่ยทั้งหมดถูกเรียงลำดับ เช่น เรียงลำดับค่าเฉลี่ยของ 3 ทริทเม้นท์ได้ $\bar{X}_2, \bar{X}_1, \bar{X}_3$ เราจะเปรียบเทียบ \bar{X}_2 กับ \bar{X}_1, \bar{X}_1 กับ \bar{X}_3 เป็นต้น การใช้ LSD จะมีประสิทธิภาพต่อเมื่อการทดลองนั้นวางแผนไว้ล่วงหน้าว่า ต้องการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างใด เช่น มีกลุ่มตัวอย่างมาตรฐานอยู่ด้วย เรานิยมเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ กับกลุ่มตัวอย่างมาตรฐาน ถ้ามีทั้งหมด t กลุ่มตัวอย่างจะเปรียบเทียบ $(t-1)$ คู่

3. คำนวณค่า LSD
4. หาผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างของทุกคู่ที่ต้องการตรวจสอบความแตกต่าง
5. เปรียบเทียบผลต่างกับค่า LSD

– ถ้าในการคำนวณ F ใช้ $\alpha = 0.05$ ได้ผลว่ากลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ให้เปรียบเทียบผลต่างกับ LSD ที่ใช้ $\alpha = 0.05$

– ถ้าในการคำนวณ F ใช้ $\alpha = 0.01$ ได้ผลรวมกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ให้เปรียบเทียบผลต่างกับ LSD ที่ใช้ $\alpha = 0.05$ ซึ่งหากมากกว่าก็ให้ เปรียบเทียบต่อไปว่า ผลต่างนั้นมากกว่า LSD ที่ใช้ $\alpha = 0.01$ หรือไม่ ในกรณีที่ ผลต่างมากกว่า LSD ที่ใช้ $\alpha = 0.05$ เท่านั้น ก็แสดงว่าค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มตัวอย่างนั้นแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญมีนัยสำคัญ 0.05 เท่านั้น แต่ถ้าผลต่างมากกว่า LSD ที่ใช้ $\alpha = 0.01$ ด้วย ก็แสดงว่า ค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มตัวอย่างนั้นแตกต่างกันที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.01 ด้วย

6. จัดกลุ่มของค่าเฉลี่ยตามความแตกต่างโดยขีดเส้นใต้ ค่าเฉลี่ยซึ่งไม่ได้ขีดเส้นใต้ติดต่อกันด้วยเส้นเดียวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนค่าเฉลี่ยที่ขีดเส้นต่อโยงกันแสดง ความแตกต่างไม่มีนัยสำคัญ

2.2.5 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะสามารถหาความเชื่อมั่นได้หลายวิธี และในปัญหาพิเศษครั้งนี้เลือกใช้วิธีของ Cronbach ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่หาโดยวิธีนี้เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient)” โดยวิธีการคำนวณของครอนบัก (Cronbach) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งมีสูตรที่ตัดแปลงจากสูตร KR_{20} โดยสูตรในการหาความเชื่อมั่นมีดังนี้

$$\text{สัมประสิทธิ์แอลฟา} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

α คือ ค่าความเชื่อมั่น

k คือ จำนวนข้อของเครื่องมือวัด

$\sum S_i^2$ คือ ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_T^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

2.3 แบบสอบถาม

แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถาม หรือ ข้อคำถามที่เป็นคำถามชุดหนึ่ง เพื่อให้ผู้ที่ถูกถามตอบคำถาม ส่วนมาเกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทักษะคติ หรือความรู้สึกของผู้ตอบ

2.3.1 ชนิดของแบบสอบถาม แบบสอบถามที่นิยมใช้ทั่วไปมี 2 ชนิด คือ แบบสอบถามปลายปิด (Closed – form) และ แบบสอบถามปลายเปิด (Open – form)

แบบสอบถามปลายปิด (Closed – form) เป็นแบบสอบถามที่จำกัดให้ผู้ถูกถามตอบ โดยอาจจะให้ตอบเพียง ใช่ ไม่ใช่ ถูก ผิด หรือเขียนสัญลักษณ์สั้น ๆ เท่านั้น ทำให้กรอกข้อมูลง่าย ๆ และวิเคราะห์ง่าย เพราะคำถามที่ได้จะได้อยู่ในขอบเขตที่กำหนดไว้ทุกอย่าง

แบบสอบถามปลายเปิด (Open – form) เป็นแบบสอบถามที่ผู้ตอบมีอิสระในการตอบและใช้คำพูดของตนเอง จะเห็นได้ว่าแบบสอบถามชนิดนี้ไม่มีแนวทางในการตอบแต่อย่างใด ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างอิสระทั้งในแนวกว้าง และแนวลึก ซึ่งบางครั้งก็ทำให้ได้คำตอบที่เลื่อนรางไม่ชัดเจน ทำให้ยุ่งยากในการตีความหมาย การจัดทำตาราง และเขียนการสรุปการวิจัย

แบบสอบถามโดยทั่วไปมักจะประกอบไปด้วยทั้งแบบปิด และแบบเปิดซึ่งแต่ละแบบก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย นักวิจัยต้องตัดสินใจว่า จะใช้แบบสอบถามแบบใดที่สามารถให้ข้อมูลที่ต้องการได้

2.3.2 ลักษณะข้อแบบสอบถามที่ดี ควรมีลักษณะดังนี้

1. ควรเขียนด้วยภาษาง่าย ๆ ใช้ภาษาที่คนทั่วไปเข้าใจ โดยเฉพาะภาษาหรือคำพูดที่ผู้ตอบทุกคนเข้าใจได้ดี ไม่ควรใช้คำศัพท์เฉพาะ คำศัพท์วิชาการที่รู้จักกันเฉพาะกลุ่มและคำแปลก ๆ รวมทั้งอักษรย่อต่างๆ เว้นแต่เป็นอักษรย่อที่รู้จักกันทั่วไป
2. ควรเขียนด้วยประโยคสั้นๆ กระชับรัดกุม จะมีความชัดเจนดีกว่าเขียนประโยคยาวๆ ที่มีคำและวลีเพิ่มเติม
3. ควรเขียนให้เฉพาะเจาะจง ต้องการอย่างไรก็ให้ตามอย่างนั้น โดยเฉพาะคำถามเกี่ยวกับใคร อะไร ที่ไหน เมื่อไรและชนิดแยกประเภท เช่นอายุ การศึกษารายได้ อาชีพ เป็นต้น เมื่อกำหนดตัวชี้วัดได้อย่างไรก็ถามให้ชัดให้ตรงตัวชี้วัดนั้นเลยไม่จำเป็นต้องถามอ้อมแล้วนำไปเทียบกลับ อายุชี้วัดกำหนดไว้เป็นเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ ก็ถามตัวชี้วัดนี้โดยตรงไม่จำเป็นต้องถามว่าอายุเท่าไร แล้วนำมาเทียบกลับว่าอยู่ในวัยใด
4. คำถามแต่ละข้อต้องเขียนให้มีคำถามเดียวอย่าให้คำถามซ้อนในประโยคเดียวกัน เพราะจะทำให้สับสนในการตอบและสรุปผล
5. ควรหลีกเลี่ยงคำถามที่เป็นคำถามหรือใช้คำที่มีน้ำหนักไปในทางใดทางหนึ่ง ทางใด ประกอบอยู่ด้วยเพราะคำถามลักษณะนี้จะเป็นการชี้แนะคำตอบว่าผู้ถามต้องการตอบอย่างไร

6. ควรหลีกเลี่ยงคำถามที่เกี่ยวกับความลำเอียงของผู้ตอบ เช่นถามว่า “ท่านแปร่งฟันวัน
ตะกี้ครั้ง” คำถามในลักษณะนี้ผู้ตอบมักจะเข้าข้างตัวเองเสมอ เพราะไม่ต้องการให้ใครรู้ข้อบกพร่อง
หรือการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องของตนเอง

7. ควรหลีกเลี่ยงคำถามปฏิเสธ โดยคำถามปฏิเสธซ่อนห้ามใช้เด็ดขาด



65533

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การดำเนินงาน

3.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ในปีการศึกษา 2548 ซึ่งประกอบด้วย 5 ภาควิชา และมีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 830 คน ดังมีรายละเอียดดังนี้

ภาคคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์	159	คน
ภาคเคมี	277	คน
ภาคชีววิทยาประยุกต์	176	คน
ภาคฟิสิกส์ประยุกต์	116	คน
ภาคสถิติประยุกต์	102	คน
รวม	830	คน

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 แผนการสุ่มตัวอย่าง

สำหรับวิธีการเลือกตัวอย่าง ผู้ทำการวิจัยได้ใช้วิธีเลือกแผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิตามภาควิชา จำนวน 5 ชั้นภูมิ ในแต่ละชั้นภูมิจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling)

3.2.2 การหาขนาดตัวอย่าง

จากประชากรทั้งหมดที่ทำการศึกษา จำนวน 830 คน

ขนาดตัวอย่างหาได้จากสูตร

$$n = \frac{N \sum_{h=1}^5 N_h S_h^2}{N^2 B + \sum_{h=1}^5 N_h S_h^2}$$

โดยที่

$$N = 830$$

$$B = \frac{d^2}{Z_{\alpha/2}^2}, d = 0.05, Z_{\alpha/2}^2 = 1.96^2, \alpha = 0.05$$

$$B = \frac{0.05^2}{2^2} = 0.0006$$

$$N_1 = 159, N_2 = 277, N_3 = 176, N_4 = 116, N_5 = 102$$

$$S_1^2 = 0.67359, S_2^2 = 0.48724, S_3^2 = 0.2932, S_4^2 = 0.63911, S_5^2 = 0.30585$$

$$n = \frac{830 \times 399.003}{413.34 + 399.003} = 407.675 \approx 408$$

จาก n ที่คำนวณได้เท่ากับ 408

3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1. จำแนกนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ตามภาควิชา 5 ชั้นภูมิ คือ ภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ ภาควิชาสถิติประยุกต์ ภาควิชาเคมี ภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ และภาควิชาชีววิทยาประยุกต์

2. นำรายชื่อของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 แต่ละภาควิชามาทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบอย่างเป็นอิสระกัน

2.1 หาช่วงการสุ่ม (Sampling Interval) หาช่วงการสุ่มในแต่ละภาควิชา

$$k = N_h / n_h$$

ภาควิชา	N_h	N_h / N	$n_h = \frac{N_h}{N} n$	ช่วง $k = N_h / n_h$
คณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์	159	0.67359	78.15904 \approx 78	2.03
เคมี	277	0.48724	136.1639 \approx 136	2.03
ชีววิทยาประยุกต์	176	0.2932	86.51566 \approx 87	2.02
ฟิสิกส์ประยุกต์	116	0.63911	57.02169 \approx 57	2.03
สถิติประยุกต์	102	0.30585	50.13976 \approx 50	2.04

ช่วง $k_1 \cong 2, k_2 \cong 2, k_3 \cong 2, k_4 \cong 2, k_5 \cong 2$

2.2 กำหนด หมายเลขให้นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ตามรายชื่อของแต่ละภาควิชา

2.3 สุ่มตัวอย่างเริ่มต้นในแต่ละภาควิชา

2.4 หาหน่วยตัวอย่างต่างๆไป ตามช่วงการสุ่มในแต่ละภาควิชา จนครบตามจำนวนที่ต้องการ คือ 408 ตัวอย่าง แต่เนื่องจากการปิดช่วงการสุ่มไม่เป็นเลขจำนวนเต็ม จึงทำการปิดจุดทศนิยมขึ้นและมีผลทำให้ขนาดตัวอย่างเพิ่มเป็น 414 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามมีส่วนประกอบดังนี้

1. คำชี้แจงและข้อแนะนำในการตอบคำถาม ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่ศึกษา ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ วิธีการตอบแบบสอบถาม เป็นต้น

2. คำถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนตัวที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจที่ให้นักศึกษาเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ให้นักศึกษาเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

ตอนที่ 4 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจที่ให้นักศึกษาเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

3.4 การทดสอบแบบสอบถาม

ในการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) ได้นำแบบสอบถามไปทดลองสอบถามกับนักศึกษา ชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2548 จำนวน 50 คน เพื่อหาข้อผิดพลาดของแบบสอบถาม และนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความถูกต้องเหมาะสม ก่อนที่จะนำไปใช้กับตัวอย่างจริง

3.5 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ได้ทำการเลือกใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ซึ่งได้ตัดแปลงมาจากวิธีของ Kuder – Richardson ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา คือ 0.92 ซึ่งหมายความว่าแบบสอบถาม ฉบับนี้ มีความเชื่อมั่น เท่ากับ 92.90 เปอร์เซนต์

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การทำงานวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีส่วนประกอบของแบบสอบถามดังนี้

1. คำชี้แจงและข้อแนะนำในการตอบคำถาม ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่ศึกษา ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ วิธีการตอบแบบสอบถาม เป็นต้น
2. คำถามในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษา
 - ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
 - ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
 - ตอนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

หลังจากที่ได้รายชื่อของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่ตกเป็นตัวอย่างแล้ว นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปแจกให้นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่ตกเป็นตัวอย่างทำการตอบจนครบตามขนาดตัวอย่างที่ต้องการ จากนั้นนำแบบสอบถามมาลงรหัส และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลทางสถิติต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาแสดงความถี่และร้อยละ

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษาซึ่ง ได้แก่ เพศ ภาควิชา ภูมิภาค วิถีผ่านการสอบคัดเลือก โดยแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ดังตารางที่ 4.1-4.3

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชาและเพศ

ภาควิชา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
คณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์	55 (69.60)	24 (30.40)	79 (100.00)
เคมี	48 (34.50)	91 (65.50)	139 (100.00)
ชีววิทยาประยุกต์	26 (29.50)	62 (70.50)	88 (100.00)
ฟิสิกส์ประยุกต์	38 (65.50)	20 (34.50)	58 (100.00)
สถิติประยุกต์	13 (26.00)	37 (74.00)	50 (100.00)
รวม	180 (43.50)	234 (56.50)	414 (100.00)

จากตารางที่ 4.1 พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.50 และ 43.50 ตามลำดับ โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาภาควิชาเคมี ภาควิชาชีววิทยาประยุกต์และภาควิชาสถิติประยุกต์ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศหญิงในคิดเป็นร้อยละ 65.50 70.50 และ 74.00 ตามลำดับ และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการ

คอมพิวเตอร์ และภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศชายคิดเป็นร้อยละ 69.60 และ 65.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชาและ ภูมิภาค

ภาควิชา	ภูมิภาค		รวม
	กรุงเทพ และ ปริมณฑล	ต่างจังหวัด	
คณิตศาสตร์และวิทยาการ คอมพิวเตอร์	49 (62.00)	30 (38.00)	79 (100.00)
เคมี	85 (61.20)	54 (38.80)	139 (100.00)
ชีววิทยาประยุกต์	46 (52.30)	42 (47.70)	88 (100.00)
ฟิสิกส์ประยุกต์	28 (48.30)	30 (51.70)	58 (100.00)
สถิติประยุกต์	24 (48.00)	26 (52.00)	50 (100.00)
รวม	232 (56.00)	182 (44.00)	414 (100.00)

จากตารางที่ 4.2 พบว่าส่วนใหญ่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพและปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 56.00 โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ ภาควิชา เคมี และภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา อยู่ในกรุงเทพ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 62.00 61.20 และ 52.30 ตามลำดับและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์และภาควิชาสถิติประยุกต์ ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 51.70 และ 52.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชาและวิธีการสอบคัดเลือก

ภาควิชา	วิธีการสอบคัดเลือก			รวม
	จาก ทบวงมหาวิทยาลัย	โควต้า	สมทบพิเศษ	
คณิตศาสตร์และวิทยาการ คอมพิวเตอร์	25 (31.90)	21 (26.60)	33 (41.80)	79 (100.00)
เคมี	60 (43.20)	28 (20.10)	51 (36.70)	139 (100.00)
ชีววิทยาประยุกต์	26 (29.50)	23 (26.10)	39 (44.30)	88 (100.00)
ฟิสิกส์ประยุกต์	33 (56.90)	11 (19.00)	14 (24.10)	58 (100.00)
สถิติประยุกต์	16 (32.00)	19 (38.00)	15 (30.00)	50 (100.00)
รวม	160 (38.60)	102 (24.60)	152 (36.70)	414 (100.00)

จากตารางที่ 4.3 พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมาคือ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 36.70 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต่าน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.60 และเมื่อพิจารณาในแต่ละภาควิชาจะเห็นว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ และภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ ส่วนใหญ่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 41.80 และ 44.30 ตามลำดับ และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมีและภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ ส่วนใหญ่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 43.20 และ 56.90 ตามลำดับ แต่สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ ส่วนใหญ่มาจากการสอบโควต้า คิดเป็นร้อยละ 38.00

4.2 ข้อมูลส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาแสดงความถี่และร้อยละ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลส่วนตัวและภาควิชา

เหตุผลส่วนตัว	ภาควิชา					รวม
	คณิตศาสตร์ และ วิทยาการ คอมพิวเตอร์	เคมี	ชีววิทยา ประยุกต์	ฟิสิกส์ ประยุกต์	สถิติ ประยุกต์	
คะแนนสอบ	15	40	22	19	12	108
เอ็นทรานซ์ถึงเกณฑ์	(19.00)	(28.80)	(25.00)	(32.80)	(24.40)	(26.10)
ผู้ปกครองเลือกให้	4	14	8	3	5	34
	(5.10)	(10.10)	(9.10)	(5.20)	(10.00)	(8.20)
มาศึกษาตามเพื่อน	5	10	7	4	1	27
	(6.30)	(7.20)	(8.00)	(6.90)	(2.00)	(6.50)
มีความรู้และ ความสามารถที่จะ ศึกษาที่นี้จนจบได้	15	29	9	7	1	61
	(19.00)	(20.90)	(10.20)	(12.10)	(2.00)	(14.70)
ชอบสถาบัน เทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	34	32	33	19	27	145
	(43.30)	(23.30)	(37.50)	(32.80)	(54.00)	(35.00)
อื่น ๆ	6	14	9	6	4	39
	(7.60)	(10.10)	(10.20)	(10.30)	(8.00)	(9.40)
รวม	79	139	88	58	50	414
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

จากตารางที่ 4.4 พบว่าเหตุผลส่วนตัวที่นักศึกษาเลือกมากที่สุดคือชอบสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือคะแนนสอบเอ็นทรานซ์ถึงเกณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 26.10 และเหตุผลส่วนตัวที่กลุ่มตัวอย่างเลือกน้อยที่สุดคือมาศึกษาตามเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และเมื่อพิจารณาในแต่ละภาควิชาจะเห็นว่าเหตุผลส่วนตัวที่

นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ ชีววิทยาประยุกต์ และ สถิติประยุกต์เลือกมากที่สุดคือชอบสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง คิด เป็นร้อยละ 43.30 37.50 และ 54.00 ตามลำดับ สำหรับเหตุผลส่วนตัวที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของ ภาควิชาเคมีเลือกมากที่สุดคือคะแนนสอบเอนทรานซ์ถึงเกณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 28.80 และเหตุผล ส่วนตัวที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์เลือกมากที่สุดคือชอบสถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง และคะแนนสอบเอนทรานซ์ถึงเกณฑ์ คิดเป็น ร้อยละ 32.80เท่ากัน

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาข้อมูล ของคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามา ศึกษา

ภาควิชา	การศึกษาข้อมูล		รวม
	เคยศึกษาข้อมูล	ไม่เคยศึกษาข้อมูล	
คณิตศาสตร์และวิทยาการ คอมพิวเตอร์	44 (55.70)	35 (44.30)	79 (100.00)
เคมี	62 (44.60)	77 (55.40)	139 (100.00)
ชีววิทยาประยุกต์	45 (51.10)	43 (48.90)	88 (100.00)
ฟิสิกส์ประยุกต์	31 (53.40)	27 (46.60)	58 (100.00)
สถิติประยุกต์	35 (70.00)	15 (30.00)	50 (100.00)
รวม	217 (52.40)	197 (47.60)	414 (100.00)

จากตารางที่ 4.5 จะพบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ มากกว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ คิดเป็น ร้อยละ 52.40 และ 47.60 ตามลำดับ โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการ คอมพิวเตอร์ ภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ ภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ และ ภาควิชาสถิติประยุกต์ เคย

ศึกษาข้อมูลมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 55.70 51.10 53.40 และ 70.00 ตามลำดับ แต่ส่วนใหญ่ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมี ไม่เคยศึกษาข้อมูลมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 55.40

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมาดูสถานที่ ของคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามา ศึกษา

ภาควิชา	การมาดูสถานที่		รวม
	เคยมาดูสถานที่	ไม่เคยมาดูสถานที่	
คณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์	26 (32.90)	53 (67.10)	79 (100.00)
เคมี	39 (28.10)	100 (71.90)	139 (100.00)
ชีววิทยาประยุกต์	33 (37.50)	55 (62.50)	88 (100.00)
ฟิสิกส์ประยุกต์	24 (41.40)	34 (58.60)	58 (100.00)
สถิติประยุกต์	30 (60.00)	20 (40.00)	50 (100.00)
รวม	152 (36.70)	262 (63.30)	414 (100.00)

จากตารางที่ 4.6 จะพบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ มากกว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ คิดเป็น ร้อยละ 63.30 และ 36.70 ตามลำดับ โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ ภาควิชาเคมี ภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ และ ภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ ส่วนใหญ่ไม่เคยมาดูสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 67.10 71.90 62.50 และ 58.60 ตามลำดับ และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ส่วนใหญ่เคยมาดูสถานที่มาก่อนคิดเป็นร้อยละ 60.00

4.3 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามภาควิชา

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชา

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	ภาควิชา					รวม
	คณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์	เคมี	ชีววิทยาประยุกต์	ฟิสิกส์ประยุกต์	สถิติประยุกต์	
คำนิยาม						
- ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน	3.96	3.86	3.84	4.05	4.14	3.97
- เป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่วงศ์ตระกูล	3.65	3.64	3.52	3.83	3.82	3.69
- มีโอกาสที่จะได้เข้าทำงานในหน่วยงาน บริษัทที่มีชื่อเสียง	3.87	3.73	3.64	3.88	3.80	3.78
- อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ	3.49	3.34	3.32	3.50	3.36	3.40
- สังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง	3.92	3.84	3.95	3.88	4.10	3.94
- มีความรู้และสามารถไปพัฒนาธุรกิจครอบครัวได้	3.70	3.56	3.48	3.72	3.88	3.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามภาควิชา

ปัจจัยด้านสังคมและ วัฒนธรรม	ภาควิชา					รวม
	คณิตศาสตร์ และวิทยาการ คอมพิวเตอร์	เคมี	ชีววิทยา ประยุกต์	ฟิสิกส์ ประยุกต์	สถิติ ประยุกต์	
คำนิยาม (ต่อ)						
-ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความ ชำนาญเพื่อจะเตรียมตัว ประกอบวิชาชีพ สามารถ ปฏิบัติงานได้จริง	3.82	3.84	3.85	3.78	4.10	3.88
รวม	3.77	3.68	3.65	3.88	3.88	3.77
กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจ						
-เพื่อน	3.27	3.88	3.00	3.16	2.78	3.22
-ตัดสินใจด้วยตัวเอง	4.30	4.27	4.22	4.12	4.39	4.26
-รุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่	2.77	2.75	2.74	2.84	2.82	2.78
-รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้ว	2.77	2.57	2.63	3.03	2.88	2.78
-อาจารย์แนะแนวในโรงเรียน เดิม	2.86	2.41	2.80	2.67	2.98	2.74
-บุคคลที่ใกล้ชิดประสบ ผลสำเร็จ	3.05	2.84	2.93	2.98	3.16	2.99
รวม	3.23	3.16	3.12	3.20	3.23	3.18
รวมทุกด้าน	3.49	3.35	3.38	3.50	3.55	3.43

จากตารางที่ 4.7 พบว่าสำหรับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในปัจจัยโดยรวมทุกด้าน
เมื่อพิจารณานักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและ
วัฒนธรรมโดยรวม มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมาคือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชา
ฟิสิกส์ประยุกต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และ
วิทยาการคอมพิวเตอร์ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมน้อยที่สุดคิดเป็น

ค่าเฉลี่ย 3.49 นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ในด้านค่านิยมมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 และถ้าพิจารณาในแต่ละภาควิชาและรายละเอียดของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมจะพบว่ามีผลดังนี้

ในด้านค่านิยม นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์และภาควิชาสถิติประยุกต์ให้ความสำคัญในด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมาคือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ให้ความสำคัญในด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของด้านนี้จะเห็นว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.97 และรองลงมาคือเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายและเป็นกันเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.94 และให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40

แต่เมื่อพิจารณาตามภาควิชาพบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ ภาควิชาเคมี ภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์และภาควิชาสถิติประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.96 3.86 4.05 และ 4.14 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 3.34 3.50 และ 3.36 ตามลำดับ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 และให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเงินเดือนเริ่มต้น โดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32

ในด้านกลุ่มบุคคล นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ และภาควิชาสถิติประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.23 รองลงมาคือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.20 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.12

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะเห็นว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการตัดสินใจด้วยตัวเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.22 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิมน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.74

แต่เมื่อพิจารณาตามภาควิชาพบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างของทุกภาควิชาให้ความสำคัญในเรื่องตัดสินใจด้วยตัวเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.30 4.27 4.22 4.12 และ 4.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาควิชา

ปัจจัยด้านการตลาด	ภาควิชา					รวม
	คณิตศาสตร์ และวิทยาการ คอมพิวเตอร์	เคมี	ชีววิทยา ประยุกต์	ฟิสิกส์ ประยุกต์	สถิติ ประยุกต์	
ลักษณะของสถาบัน	4.14	4.22	4.17	4.31	4.24	4.22
-สถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐ						
-สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยมนิยม	4.0	3.96	3.91	4.12	4.22	4.04
- สถาบันได้รับรางวัลต่าง ๆ	3.54	3.42	3.75	3.86	3.74	3.66
- เปิดสอนในสาขาวิชาที่เป็นที่ ต้องการของตลาดแรงงาน	3.91	3.78	3.81	3.95	3.82	3.85
- ชื่อเสียงด้านความสำเร็จของ นักศึกษาที่จบไป	3.90	3.76	4.09	4.03	3.90	3.94
- ชื่อเสียงเรื่องความประพฤติ ของนักศึกษา	3.35	3.35	3.45	3.38	3.58	3.42
รวม	3.80	3.74	3.86	3.94	3.91	3.85
ค่าธรรมเนียมการศึกษา						
- ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่ เหมาะสม	3.34	3.50	3.57	3.59	3.46	3.49
- สามารถผ่อนชำระ ค่าธรรมเนียมการศึกษาได้	3.09	3.02	3.10	3.34	3.12	3.13
- มีความสะดวกในการชำระ ค่าธรรมเนียมการศึกษา เช่น จ่ายผ่านธนาคาร	3.48	3.42	3.26	3.53	3.86	3.51

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละด้าน

ปัจจัยด้านการตลาด	ภาควิชา					รวม
	คณิตศาสตร์ และวิทยาการ คอมพิวเตอร์	เคมี	ชีววิทยา ประยุกต์	ฟิสิกส์ ประยุกต์	สถิติ ประยุกต์	
ค่าธรรมเนียมการศึกษา(ต่อ)						
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอุปกรณ์ การเรียนและชุดนักศึกษา	3.10	3.12	3.26	3.40	3.32	3.24
รวม	3.25	3.27	3.30	3.46	3.44	3.34
การส่งเสริมการตลาด						
- การประชาสัมพันธ์ของ สถาบันตามสื่อต่าง	3.10	2.98	3.02	3.36	3.38	3.17
- การออกแนะแนวโดย นักศึกษาของสถาบัน	2.97	2.82	2.94	3.28	3.04	3.01
- มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	3.46	3.20	3.24	3.64	3.42	3.39
- มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษา ที่ยากจนและเรียนดี	3.48	3.34	3.23	3.57	3.54	3.43
- มีประกันสุขภาพและ อุบัติเหตุให้กับนักศึกษา	3.52	3.21	3.18	3.50	3.60	3.40
- มีหอพักนักศึกษาแยกชาย หญิง	3.14	3.37	3.18	3.64	3.62	3.39
รวม	3.27	3.15	3.13	3.49	3.43	3.29
บุคลากรของสถาบัน						
- อาจารย์จบจาก สถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง	3.78	3.63	3.60	3.91	3.88	3.76
- อาจารย์มีประสบการณ์ใน การสอน	3.94	3.66	3.72	4.07	3.78	3.83

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ภาควิชา

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย					รวม
	คณิตศาสตร์ และวิทยาการ คอมพิวเตอร์	เคมี	ชีววิทยา ประยุกต์	ฟิสิกส์ ประยุกต์	สถิติ ประยุกต์	
บุคลากรของสถาบัน (ต่อ)						
- อาจารย์มีประสบการณ์ ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน	3.86	3.63	3.78	3.93	3.88	3.82
รวม	3.86	3.64	3.70	3.97	3.85	3.80
สถานที่ตั้งของสถาบัน						
- การคมนาคมสะดวก	3.40	3.48	3.67	3.59	3.69	3.57
- อยู่ไกลจากแหล่งมอมเมา ต่าง ๆ เช่น สถานที่บันเทิง	2.97	3.46	3.33	3.35	3.46	3.31
รวม	3.86	3.64	3.70	3.97	3.85	3.80
สภาพแวดล้อมของสถาบัน						
- อาคาร สถานที่ มีความ กว้างขวาง สะอาดและ สวยงาม	3.63	3.46	3.63	3.47	3.66	3.57
- มีห้องเรียนที่ทันสมัยและคิด เครื่องปรับอากาศ	3.49	3.56	3.47	3.35	3.74	3.52
- มีห้องสมุดที่ทันสมัย	3.74	3.52	3.58	3.53	4.00	3.67
- มีโรงอาหารที่สะอาดถูก สุขอนามัย	3.23	3.37	3.19	3.26	3.40	3.29
- มีสถานที่ออกกำลังกายและ สนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน	3.49	3.60	3.47	3.53	3.69	3.56
- มีสวนหย่อมและที่นั่งพัก อ่านหนังสือที่ร่มรื่น	3.14	3.42	3.28	3.35	3.51	3.34
- มีสถานที่จัดกิจกรรมและ สันทนาการ	3.23	3.63	3.23	3.15	3.57	3.36
รวม	3.42	3.51	3.41	3.38	3.65	3.47

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดที่ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ภาควิชา

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย					รวม
	คณิตศาสตร์ และวิทยาการ คอมพิวเตอร์	เคมี	ชีววิทยา ประยุกต์	ฟิสิกส์ ประยุกต์	สถิติ ประยุกต์	
รวมทุกด้าน	3.52	3.43	3.46	3.65	3.64	3.51

จากตารางที่ 4.8 พบว่าสำหรับปัจจัยด้านการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชา
ฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาด โดยรวม มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65
รองลงมาก็คือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมีให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาด โดยรวม น้อยที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านลักษณะของสถาบันมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาก็คือในด้านบุคลากรของสถาบันคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80 และให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.29 และถ้าพิจารณาในแต่ละภาควิชาและรายละเอียดของปัจจัยด้านการตลาดจะพบว่ามีผลดังนี้

ในด้านลักษณะของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาก็คือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.91 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมีให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของด้านนี้ พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องสถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาก็คือสถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับคามนิยม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.04 และให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของทุกภาควิชาให้ความสำคัญในเรื่องสถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.14 4.22 4.17 4.31 และ 4.24 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 3.35 3.45 3.38 และ 3.58 ตามลำดับ

ในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมาคือ ภาควิชาสถิติประยุกต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ และให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของด้านนี้ พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษามากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 และให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.13

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ภาควิชาสถิติประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษามากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48 และ 3.86 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.09 และ 3.12 ตามลำดับ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมี ภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ และภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 3.57 และ 3.59 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.02 3.10 และ 3.34 ตามลำดับ

ในด้านการส่งเสริมการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาคือ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.13

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของด้านนี้ พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องมีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมาคือเรื่องมีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40 และให้ความสำคัญในเรื่อง การออกแนะแนวโดยนักศึกษากองสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.01

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ให้ความสำคัญมีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษามากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 และให้ความสำคัญในเรื่อง การออกแนะแนวโดยนักศึกษากองสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.97 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมีให้ความสำคัญมีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิงมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 และให้ความสำคัญในเรื่องการประชาสัมพันธ์ของสถาบันตามสื่อต่างน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.98 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ให้ความสำคัญมีกองทุน

ผู้เยี่ยมชมเพื่อการศึกษามากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.24 และให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะแนวโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.94 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญมีกองทุนผู้เยี่ยมชมเพื่อการศึกษาและมีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิงมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64 และให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะแนวโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.28 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ให้ความสำคัญมีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิงมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 และให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะแนวโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.04

ในด้านบุคลากรของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมีให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของด้านนี้ พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ในการสอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์และภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ในการสอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.94 และ 4.07 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.78 และ 3.91 ตามลำดับ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมีให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ในการสอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงและอาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.78 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.60 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงและอาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ในการสอนน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.78

ในด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาคือ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชา

คณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมีให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของด้านนี้ พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการคมนาคมสะดวกมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของทุกภาควิชาให้ความสำคัญในเรื่องการคมนาคมสะดวกมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40 3.48 3.67 3.59 และ3.69 ตามลำดับ

ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมาคือภาควิชาเคมีคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของด้านนี้ พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือเรื่องอาคาร สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงาม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 และให้ความสำคัญในเรื่อง มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.29

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ให้ความสำคัญมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74 และให้ความสำคัญในเรื่องมีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่นน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาเคมีให้ความสำคัญในเรื่องมีสถานที่จัดกิจกรรมและสันทนาการมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 และให้ความสำคัญในเรื่อง มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของ ภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องอาคาร-สถานที่มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงามมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 และให้ความสำคัญมีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.19 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 และให้ความสำคัญเรื่องมีสถานที่จัดกิจกรรมและสันทนาการน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย3.15 และสำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.00 และให้ความสำคัญในเรื่องมีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40

4.4 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	เพศ	
	ชาย	หญิง
ค่านิยม		
ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน	3.94	3.93
เป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่วงศ์ตระกูล	3.67	3.66
มีโอกาที่จะได้เข้าทำงานในหน่วยงาน บริษัทที่มีชื่อเสียง	3.74	3.79
อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ	3.44	3.35
สังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง	3.81	4.00
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้และความสามารถไปพัฒนาธุรกิจครอบครัวให้ เจริญยิ่งขึ้นได้	3.68	3.59
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความชำนาญเพื่อจะเตรียมตัวประกอบวิชาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้จริง	3.85	3.87
รวม	3.74	3.74
กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ		
บิดา มารดา/ผู้ปกครอง	3.46	3.57
เพื่อน	3.21	2.85
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	4.26	4.26
รุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่	2.81	2.74
รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้ว	2.81	2.65
อาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิม	2.73	2.65
บุคคลที่ใกล้ชิดที่ประกอบอาชีพในด้านที่สนใจ ประสบความสำเร็จ และจบจากสถาบันนี้	2.97	2.95
รวม	3.17	3.09
รวมทุกด้าน	3.45	3.41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.9 พบว่าสำหรับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 และ 3.41 ตามลำดับ และถ้าพิจารณาตามเพศและรายละเอียดของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมจะพบว่าผลดังนี้

ในด้านค่านิยม นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญเท่ากับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความชำนาญเพื่อจะเตรียมตัวประกอบวิชาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้จริง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 ให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายและเป็นกันเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 และให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35

ในด้านกลุ่มบุคคล นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.17 และ 3.09 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องตัดสินใจด้วยตัวเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.26 เท่ากัน รองลงมาคือ บิคา มารดาหรือผู้ปกครอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.57 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่องรุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้วและอาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิม น้อยสุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.73 และ 2.65 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ ชั้นปีที่1 ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง โดยใช้ Z-Test ผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมของนักศึกษาเพศชายและนักศึกษาเพศหญิงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ 0.83 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.41 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยของในด้านค่านิยมและด้านกลุ่มบุคคลของนักศึกษาเพศชายและนักศึกษาเพศหญิง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ -0.93 และ 1.25 ตามลำดับ และมีค่า p-value เท่ากับ 0.92 และ 0.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ลักษณะของสถาบัน		
สถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐ	4.14	4.26
สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยม	4.06	3.97
สถาบันได้รับรางวัลต่าง ๆ	3.61	3.62
เปิดสอนในสาขาวิชาที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	3.84	3.84
ชื่อเสียงด้านความสำเร็จของนักศึกษาที่จบไป	3.85	3.96
ชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษา	3.39	3.41
รวม	3.81	3.84
ค่าธรรมเนียมการศึกษา		
ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม	3.42	3.55
สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้	3.14	3.08
มีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา เช่น จ่ายผ่านธนาคาร	3.44	3.49
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนและชุดนักศึกษา	3.24	3.18
รวม	3.31	3.32
การส่งเสริมการตลาด		
การประชาสัมพันธ์ของสถาบันตามสื่อต่าง	3.14	3.09
การออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบัน	3.04	2.91
มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	3.43	3.28
มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดี	3.39	3.40
มีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา	3.41	3.31
มีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิง	3.30	3.40
รวม	3.28	3.23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
บุคลากรของสถาบัน		
อาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง	3.83	3.64
อาจารย์มีประสบการณ์ในการสอน	3.92	3.70
อาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน	3.86	3.72
รวม	3.87	3.68
สถานที่ตั้งของสถาบัน		
การคมนาคมสะดวก	3.53	3.60
อยู่ไกลจากแหล่งมอมเมาต่าง ๆ เช่น สถานบันเทิง	3.31	3.34
รวม	3.42	3.47
สภาพแวดล้อมของสถาบัน		
อาคาร- สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงาม	3.59	3.54
มีห้องเรียนที่ทันสมัยและติดตั้งเครื่องปรับอากาศ	3.51	3.54
มีห้องสมุดที่ทันสมัย	3.72	3.64
มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัย	3.32	3.26
มีสถานที่ออกกำลังกายและสนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน	3.55	3.56
มีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่น	3.34	3.35
มีสถานที่จัดกิจกรรมและสันทนาการ	3.45	3.31
รวม	3.49	3.45
รวมทุกด้าน	3.54	3.49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.10 พบว่า สำหรับปัจจัยด้านการตลาดนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.54 และ 3.49 ตามลำดับ และถ้าพิจารณาตามเพศและรายละเอียดของปัจจัยด้านการตลาดจะพบว่า มีผลดังนี้

ในด้านลักษณะของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.84 และ 3.81 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่อง สถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.14 และ 4.26 ตามลำดับ รองลงมาคือเรื่อง สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 และ 3.97 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงเรื่องความประพฤตินักศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.39 และ 3.41 ตามลำดับ

ในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.31 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษามากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาคือเรื่องค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42 และให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสมมากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมาคือเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 และให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.08

ในการส่งเสริมการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญมากกว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.28 และ 3.23 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องมีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมาคือเรื่องมีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 และให้ความสำคัญในเรื่อง การออกแนะแนว โดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.04 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่อง มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดี และมีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมาคือเรื่องมีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.31 และให้ความสำคัญในเรื่อง การออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.91

ในด้านบุคลากรของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.68 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญในเรื่อง อาจารย์มีประสบการณ์ในการสอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 และให้ความสำคัญในเรื่อง อาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 และให้ความสำคัญในเรื่อง อาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64

ในด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.47 และ 3.42 ตามลำดับ

โดยที่ทั้งนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่อง การคมนาคมสะดวก มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 และ 3.60 ตามลำดับ

ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 และ 3.45 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัย มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 และ 3.64 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่องมีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.26 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง โดยใช้ Z-Test ผลปรากฏว่าค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมของนักศึกษาเพศชายและนักศึกษาเพศหญิงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ 0.84 และค่า p -value เท่ากับ 0.39 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าค่าเฉลี่ยในด้านบุคลากรของสถาบันของนักศึกษาเพศชายและนักศึกษาเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ 2.55 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.01 และส่วนค่าเฉลี่ยในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน และด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันของนักศึกษาเพศชายและนักศึกษาเพศหญิงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ -0.45 -0.12 0.71 -0.01 และ 1.46 ตามลำดับ และค่า p -value เท่ากับ 0.39 0.65 0.90 0.48 0.99 และ 0.14 ตามลำดับ

4.5 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษา จำแนกตามภูมิภาค

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	ภูมิภาค	
	กรุงเทพ และ ปริมณฑล	ต่างจังหวัด
คำนิยาม		
ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน	3.90	3.98
เป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่วงศ์ตระกูล	3.65	3.69
มีโอกาที่จะได้เข้าทำงานในหน่วยงาน บริษัทที่มีชื่อเสียง	3.76	3.79
อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ	3.39	3.40
สังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง	3.95	3.88
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้และความสามารถไปพัฒนาธุรกิจครอบครัวให้ เจริญยิ่งขึ้นได้	3.62	3.64
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความชำนาญเพื่อจะเตรียมตัวประกอบวิชาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้จริง	3.90	3.82
รวม	3.73	3.74
กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ		
บิดา มารดา/ผู้ปกครอง	3.41	3.66
เพื่อน	3.07	2.94
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	4.29	4.23
รุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่	2.68	2.89
รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้ว	2.63	2.83
อาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิม	2.61	2.79
บุคคลที่ใกล้ชิดที่ประกอบอาชีพในด้านที่สนใจ ประสบความสำเร็จและจบจากสถาบันนี้	2.99	2.92
รวม	3.09	3.17
รวมทุกด้าน	3.41	3.48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.11 พบว่าสำหรับ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมนักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม มากกว่านักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพและปริมณฑล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48 และ 3.41 ตามลำดับ และถ้าพิจารณาตามภูมิลำเนาและรายละเอียดของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมจะพบว่ามีผลดังนี้

ในด้านค่านิยม นักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญด้านนี้ มากกว่านักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพ และปริมณฑลคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74 และ 3.73 ตามลำดับ

โดยที่ นักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพและปริมณฑลให้ความสำคัญ ในเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายและเป็นกันเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานและผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความชำนาญเพื่อจะเตรียมตัวประกอบวิชาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้จริงคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.90 เท่ากัน และให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.39 สำหรับนักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญในเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88 ให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40

ในด้านกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ นักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญมากกว่านักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพ และปริมณฑลคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.17 และ 3.09 ตามลำดับ

โดยที่ทั้งนักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพ และปริมณฑล และนักรักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญในเรื่องตัดสินใจด้วยตัวเอง มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.29 และ 4.23 ตามลำดับ รองลงมาคือเรื่องบิดา มารดาหรือผู้ปกครอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 และ 3.66 ตามลำดับ ให้ความสำคัญในเรื่อง อาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิมน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.61 และ 2.79 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ ชั้นปีที่1 ระหว่างภูมิลำเนาของนักศึกษา โดยใช้ Z-Test ผลปรากฏค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมของนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาต่างกันแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ -0.90 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.36 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าค่าเฉลี่ยในด้านค่านิยมและด้านกลุ่มบุคคลของนักศึกษาที่มี

ภูมิลำเนาต่างกันแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ -0.22 และ -1.16 ตามลำดับ และมีค่า p -value เท่ากับ 0.82 และ 0.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัยด้านการตลาด	ภูมิลำเนา	
	กรุงเทพ และปริมณฑล	ต่างจังหวัด
ลักษณะของสถาบัน		
สถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐ	4.20	4.23
สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยม	4.02	4.00
สถาบันได้รับรางวัลต่าง ๆ	3.63	3.59
เปิดสอนในสาขาวิชาที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	3.87	3.79
ชื่อเสียงด้านความสำเร็จของนักศึกษาที่จบไป	3.83	4.01
ชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษา	3.40	3.41
รวม	3.83	3.84
ค่าธรรมเนียมการศึกษา		
ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม	3.43	3.57
สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้	3.05	3.18
มีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา เช่น จ่ายผ่านธนาคาร	3.43	3.50
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนและชุดนักศึกษา	3.19	3.22
รวม	3.27	3.36
การส่งเสริมการตลาด		
การประชาสัมพันธ์ของสถาบันตามสื่อต่าง	3.06	3.19
การออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบัน	2.94	2.99
มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	3.29	3.41
มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดี	3.37	3.43
มีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา	3.30	3.40
มีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิง	3.22	3.52
รวม	3.20	3.32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ภูมิภาค

ปัจจัยด้านการตลาด	ภูมิภาค	
	กรุงเทพ และปริมณฑล	ต่างจังหวัด
บุคลากรของสถาบัน		
อาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง	3.67	3.80
อาจารย์มีประสบการณ์ในการสอน	3.73	3.87
อาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน	3.68	3.90
รวม	3.69	3.86
สถานที่ตั้งของสถาบัน		
การคมนาคมสะดวก	3.62	3.49
อยู่ไกลจากแหล่งมอมเมาต่าง ๆ เช่น สถานที่ย่านเบียด	3.29	3.37
รวม	3.45	3.43
สภาพแวดล้อมของสถาบัน		
อาคาร- สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงาม	3.58	3.52
มีห้องเรียนที่ทันสมัยและติดตั้งเครื่องปรับอากาศ	3.59	3.42
มีห้องสมุดที่ทันสมัย	3.71	3.64
มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัย	3.30	3.27
มีสถานที่ออกกำลังกายและสนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน	3.49	3.62
มีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่น	3.28	3.42
มีสถานที่จัดกิจกรรมและสัมมนาการ	3.31	3.48
รวม	3.46	3.48
รวมทุกด้าน	3.45	3.55

จากตารางที่ 4.12 พบว่าสำหรับ ปัจจัยด้านการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพและปริมณฑล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 และ 3.45 ตามลำดับ และถ้าพิจารณาตามภูมิลำเนาและรายละเอียดของปัจจัยด้านการตลาดจะพบว่ามีผลดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในด้านลักษณะของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.84 และ 3.83 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญในเรื่องสถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือเรื่องสถาบันนี้เป็สถาบันที่ได้รับความนิยม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 และให้ความสำคัญในเรื่อง ชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญในเรื่องสถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาคือเรื่อง ชื่อเสียงด้านความสำเร็จของนักศึกษาที่จบไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 และให้ความสำคัญในเรื่อง ชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41

ในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.36 และ 3.27 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสมและมีความสะดวก ในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 เท่ากัน ให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.05 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญ ในเรื่องค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 และให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.18

ในการส่งเสริมการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.20 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลให้ความสำคัญในเรื่อง มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 และให้ความสำคัญในเรื่อง การออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.94 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญในเรื่องมีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิงมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 และให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.99

ในด้านบุคลากรของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.69 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑลให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ในการสอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.73 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.67 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนมากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.90 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80

ในด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑลให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 และ 3.43 ตามลำดับ

โดยที่ทั้งนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑลและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัด ให้ความสำคัญการคมนาคมสะดวกมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 และ 3.49 ตามลำดับ

ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญมากกว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48 และ 3.46 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑลให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมา คือเรื่องมีห้องเรียนที่ทันสมัยและคิดเครื่องปรับอากาศ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.59 และให้ความสำคัญในเรื่องมีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่นน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.28 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมา คือเรื่องมีสถานที่ออกกำลังกายและสนามกีฬาที่ได้มาตรฐานคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 และให้ความสำคัญในเรื่องมีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.27

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาด ระหว่างภูมิลำเนาของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ Z-Test ผลปรากฏว่าค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมของนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑลและนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ -1.50 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.13 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยในด้านบุคลากรของสถาบันของนักศึกษาที่มี

ภูมิลาเนาในกรุงเทพและปริมณฑลและนักศึกษาที่มีภูมิลาเนาในต่างจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ -2.24 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.02 และส่วนค่าเฉลี่ยในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน และด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันของนักศึกษาที่มีภูมิลาเนาในกรุงเทพและปริมณฑลและนักศึกษาที่มีภูมิลาเนาในต่างจังหวัดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ -0.21-1.22 -1.69 -0.22 และ -0.33 ตามลำดับ และมีค่า p-value เท่ากับ 0.83 0.22 0.09 0.98 และ 0.74 ตามลำดับ

4.6 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษา จำแนกตามวิธีการสอบคัดเลือก

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการสอบคัดเลือก

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	วิธีการสอบคัดเลือก		
	จากทบวงมหาวิทยาลัย	โควต้า	สมทบพิเศษ
ค่านิยม			
ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน	3.93	3.93	3.95
เป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่วงศ์ตระกูล	3.73	3.50	3.70
มีโอกาสที่จะได้เข้าทำงานในหน่วยงาน บริษัทที่มีชื่อเสียง	3.76	3.66	3.86
อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ	3.36	3.32	3.46
สังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง	3.88	3.95	3.94
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้และความสามารถไปพัฒนาธุรกิจครอบครัวให้ เจริญยิ่งขึ้นได้	3.59	3.53	3.74
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความชำนาญเพื่อจะเตรียมตัวประกอบวิชาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้จริง	3.81	3.87	3.91
รวม	3.68	3.72	3.79

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามวิธีการสอบคัดเลือก

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	วิธีการสอบคัดเลือก		
	จาก ทบวงมหาวิทยาลัย	โควต้า	สมทบพิเศษ
กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ บิดา มารดา/ผู้ปกครอง	3.49	3.56	3.53
เพื่อน	2.89	2.74	3.31
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	4.19	4.36	4.26
รุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่	2.69	2.72	2.90
รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้ว	2.71	2.60	2.82
อาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิม	2.61	2.67	2.78
บุคคลที่ใกล้ชิดที่ประกอบอาชีพในด้านที่สนใจ ประสบความสำเร็จและจบจากสถาบันนี้	2.87	2.97	3.05
รวม	3.06	3.08	3.23
รวมทุกด้าน	3.39	3.38	3.51

จากตารางที่ 4.13 พบว่าสำหรับ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 รองลงมาคือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจาก การสอบของทบวงมหาวิทยาลัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.39 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจาก การสอบ โควต้าให้ความสำคัญปัจจัยด้านด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมน้อยที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38 และถ้าพิจารณาตามวิธีการสอบคัดเลือกและรายละเอียดของปัจจัยด้านการตลาดจะพบว่ามีผลดังนี้

ในด้านค่านิยม นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจาก การสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญด้านนี้มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจาก การสอบ โควต้าและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจาก การสอบของทบวงมหาวิทยาลัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 3.72 และ 3.68 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจาก การสอบของทบวงมหาวิทยาลัย ให้ความสำคัญในเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาคือเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง คิดเป็น

ค่าเฉลี่ย 3.88 ให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเงินเดือนเริ่มต้น โดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.36 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้าให้ความสำคัญในเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายและเป็นกันเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 และให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเงินเดือนเริ่มต้น โดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญในเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานมากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือเรื่อง สังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายและเป็นกันเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.94 ให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเงินเดือนเริ่มต้น โดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46

ในด้านกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.23 รองลงมาเป็นนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของโควต้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.08 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็น 3.06

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างจากวิธีการสอบคัดเลือกทั้ง 3 วิธีนี้ให้ความสำคัญในเรื่องการตัดสินใจด้วยตัวเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.19 4.36 และ 4.26 ตามลำดับ รองลงมาคือเรื่องบิดา มารดาหรือผู้ปกครอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 3.56 และ 3.53 ตามลำดับ และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิมน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.61 และ 2.78 ตามลำดับ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบ โควต้าให้ความสำคัญในเรื่องรุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้วน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.60

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ โดยใช้ One-Way ANOVA ผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมของนักศึกษาที่มาจากวิธีการสอบเลือกต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า F เท่ากับ 3.27 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.03 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยในด้านค่านิยมและกลุ่มบุคคลของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษาที่มาจากวิธีการสอบเลือกต่างๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า F เท่ากับ 1.59 และ 3.02 ตามลำดับ และมีค่า p -value เท่ากับ 0.20 และ 0.05 ตามลำดับ เมื่อทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้ วิธี LSD พบว่า ในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม ค่าเฉลี่ยของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของ

ทบทวนมหาวิทยาลัยและนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ที่ค่า p-value เท่ากับ 0.02 และค่าเฉลี่ยของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้าและนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ที่ค่า p-value เท่ากับ 0.03

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการสอบคัดเลือก

ปัจจัยด้านการตลาด	วิธีการสอบคัดเลือก		
	จาก ทบทวนมหาวิทยาลัย	โควต้า	สมทบพิเศษ
ลักษณะของสถาบัน			
สถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐ	4.29	4.22	4.12
สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยม	3.98	3.95	4.09
สถาบันได้รับรางวัลต่าง ๆ	3.50	3.78	3.62
เปิดสอนในสาขาวิชาที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	3.81	3.90	3.83
ชื่อเสียงด้านความสำเร็จของนักศึกษาที่จบไป	3.75	3.77	4.18
ชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษา	3.26	3.38	3.57
รวม	3.76	3.83	3.89
ค่าธรรมเนียมการศึกษา			
ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม	3.53	3.50	3.45
สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้	3.09	3.06	3.17
มีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา เช่น จ่ายผ่านธนาคาร	3.45	3.41	3.53
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนและชุดนักศึกษา	3.15	3.16	3.30
รวม	3.28	3.30	3.35
การส่งเสริมการตลาด			
การประชาสัมพันธ์ของสถาบันตามสื่อต่าง	3.03	3.05	3.24
การออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบัน	2.86	2.93	3.11
มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	3.28	3.23	3.50
มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดี	3.30	3.37	3.52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการสอบคัดเลือก

ปัจจัยด้านการตลาด	วิธีการสอบคัดเลือก		
	จาก ทบวงมหาวิทยาลัย	โควต้า	สมทบพิเศษ
การส่งเสริมการตลาด (ต่อ)			
มีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา	3.26	3.39	3.41
มีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิง	3.25	3.43	3.41
รวม	3.17	3.23	3.36
บุคลากรของสถาบัน			
อาจารย์จากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง	3.53	3.69	3.96
อาจารย์มีประสบการณ์ในการสอน	3.61	3.69	4.07
อาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน	3.54	3.77	4.03
รวม	3.55	3.71	4.02
สถานที่ตั้งของสถาบัน			
การคมนาคมสะดวก	3.41	3.66	3.67
อยู่ไกลจากแหล่งมอมเมาต่าง ๆ เช่น สถานบันเทิง	3.30	3.20	3.48
รวม	3.29	3.50	3.57
สภาพแวดล้อมของสถาบัน			
อาคาร- สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงาม	3.46	3.58	3.69
มีห้องเรียนที่ทันสมัยและติดตั้งเครื่องปรับอากาศ	3.35	3.71	3.56
มีห้องสมุดที่ทันสมัย	3.53	3.83	3.74
มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัย	3.27	3.37	3.25
มีสถานที่ออกกำลังกายและสนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน	3.35	3.66	3.70
มีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่น	3.20	3.39	3.49
มีสถานที่จัดกิจกรรมและสันทนาการ	3.23	3.47	3.49
รวม	3.26	3.65	3.60
รวมทุกด้าน	3.42	3.50	3.61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.14 พบว่าสำหรับ ปัจจัยด้านการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมาคือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมน้อยที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42 และถ้าพิจารณาตามวิธีการสอบคัดเลือกและรายละเอียดของปัจจัยด้านการตลาดจะพบว่ามีผลดังนี้

ในด้านลักษณะของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้า ให้ความสำคัญในเรื่องสถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.29 และ 4.22 ตามลำดับ รองลงมาคือเรื่องสถาบันนี้ได้รับคามนิยม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 และ 4.09 ตามลำดับ ให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงเรื่องความประพฤตินักศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.26 และ 3.57 ตามลำดับ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงด้านความสำเร็จของนักศึกษาที่จบไปมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือเรื่องสถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.12 ให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงเรื่องความประพฤตินักศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57

ในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมาคือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.30 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัย ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.28

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้า ให้ความสำคัญในเรื่องค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 และ 3.50 ตามลำดับ รองลงมาคือเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 และ 3.41 ตามลำดับ ให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.09 และ 3.06 ตามลำดับ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ ให้ความสำคัญในเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมา คือเรื่องค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม

คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 ให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด
คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.17

ในด้านการส่งเสริมการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้
ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมาเป็นนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการ
สอบโควตา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.23 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวง
มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.17

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยและนักศึกษากลุ่ม
ตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญในเรื่องมีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่
ยากจนและเรียนดีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.30 และ 3.52 ตามลำดับ รองลงมาคือเรื่องมีกองทุน
กู้ยืมเพื่อการศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.28 และ 3.50 ตามลำดับ ให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะ
แนวโดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.86 และ 3.11 ตามลำดับ สำหรับนักศึกษา
กลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควตาให้ความสำคัญในเรื่องมีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิงมากที่สุด
คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมาคือเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา คิดเป็น
ค่าเฉลี่ย 3.41 ให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็น
ค่าเฉลี่ย 2.93 ตามลำดับ

ในด้านบุคลากรของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้
ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาเป็นนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการ
สอบโควตา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.71 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวง
มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยและนักศึกษากลุ่ม
ตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ในการสอน
มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 และ 4.07 ตามลำดับ ให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจาก
สถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 และ 3.96 ตามลำดับ สำหรับนักศึกษา
กลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควตาให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับ
กับวิชาที่สอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจากสถาบัน
การศึกษาที่มีชื่อเสียงและอาจารย์มีประสบการณ์ในการสอนน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยคือ 3.69
เท่ากัน

ในด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้
ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 รองลงมาเป็นนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการ

สอบโควต้าคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัย ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.29

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากวิธีการสอบคัดเลือกทั้ง 3 วิธี ให้ความสำคัญในเรื่องการคมนาคมสะดวกมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 3.66 และ 3.67 ตามลำดับ

ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้าให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมาเป็นนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.60 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัย ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.26

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัย ให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมาคือเรื่องอาคาร-สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงาม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46 และให้ความสำคัญในเรื่องมีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่นน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.20 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้าให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือเรื่องมีห้องเรียนที่ทันสมัยและติดเครื่องปรับอากาศ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.71 ให้ความสำคัญในเรื่องมีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ ให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมา คือเรื่องมีสถานที่ออกกำลังกายและสนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.70 ให้ความสำคัญในเรื่องมีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกโดยใช้ One-Way ANOVA ผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ กัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ มีค่า F เท่ากับ 5.10 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.00 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าค่าเฉลี่ยในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรของสถาบัน และด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ กัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ มีค่า F เท่ากับ 3.03 17.12 และ 4.06 ตามลำดับ และมีค่า p-value เท่ากับ 0.04 0.00 และ 0.019 ตามลำดับ เมื่อทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนโดยใช้ วิธี LSD พบว่า ในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม ค่าเฉลี่ยของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ใน

ด้านบุคลากรของสถาบัน พบว่าค่าเฉลี่ยของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 และค่าเฉลี่ยของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้าและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน พบว่าค่าเฉลี่ยของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้าและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.00

แต่สำหรับค่าเฉลี่ยในด้านลักษณะของสถาบัน ค่าธรรมเนียมการศึกษา และสถานที่ตั้งของสถาบัน ของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า F เท่ากับ 1.69 และ 0.33 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.18 และ 0.72 ตามลำดับ



4.7 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามการศึกษาข้อมูล คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษาข้อมูล คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	การศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์	
	เคยศึกษาข้อมูล	ไม่เคยศึกษาข้อมูล
คำนิยาม		
ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน	4.06	3.81
เป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่วงศ์ตระกูล	3.78	3.53
มีโอกาที่จะได้เข้าทำงานในหน่วยงาน บริษัทที่มีชื่อเสียง	3.85	3.68
อัตราเงินเดือนเริ่มต้น โดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ	3.46	3.31
สังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง	3.98	3.85
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้และความสามารถไปพัฒนาธุรกิจครอบครัวให้ เจริญยิ่งขึ้นได้	3.70	3.56
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความชำนาญเพื่อจะเตรียมตัวประกอบวิชาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้จริง	3.95	3.77
รวม	3.85	3.68
กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ		
บิดา มารดา/ผู้ปกครอง	3.56	3.48
เพื่อน	2.88	3.14
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	4.36	4.15
รุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่	2.79	2.76
รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้ว	2.78	2.66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาข้อมูล คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	การศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์	
	เคยศึกษาข้อมูล	ไม่เคยศึกษาข้อมูล
กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (ต่อ) อาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิม	2.74	2.62
บุคคลที่ใกล้ชิดที่ประกอบอาชีพในด้านที่สนใจ ประสบความสำเร็จและจบจากสถาบันนี้	3.05	2.86
รวม	3.17	3.10
รวมทุกด้าน	3.49	3.37

จากตารางที่ 4.15 พบว่าสำหรับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมมากกว่านักศึกษากลุ่ม ตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 และ 3.37 ตามลำดับ และถ้าพิจารณาตาม การศึกษาข้อมูลและรายละเอียดของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมจะพบว่ามีผลดังนี้

ในด้านค่านิยม นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่ม ตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 และ 3.68 ตามลำดับ

โดยที่ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษา จากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ เรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 ให้ความสำคัญ ในเรื่องอัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิต อย่างเรียบง่ายและเป็นกันเองมากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาคือเรื่องผู้ที่สำเร็จการศึกษาจาก สถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.81 ให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.31

ในด้านกลุ่มบุคคล นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.17 และ 3.10 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในเรื่องตัดสินใจด้วยตัวเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.36 และ 4.15 ตามลำดับ รองลงมา คือ บิดา มารดาหรือผู้ปกครอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 และ 3.48 ตามลำดับให้ความสำคัญในเรื่อง อาจารย์แนะแนวในโรงเรียนคือน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.74 และ 2.62 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ ชั้นปีที่1 ที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ โดยใช้ Z-Test ผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ มีค่า Z เท่ากับ 2.55 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.01 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยในด้านค่านิยมของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ มีค่า Z เท่ากับ 3.53 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.00 และส่วนค่าเฉลี่ยในด้านกลุ่มบุคคล ของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ 0.97 และมี ค่า p -value เท่ากับ 0.33

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การศึกษาข้อมูล คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านการตลาด	การศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์	
	เคยศึกษาข้อมูล	ไม่เคยศึกษาข้อมูล
ลักษณะของสถาบัน		
สถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐ	4.18	4.25
สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยม	4.06	3.90
สถาบันได้รับรางวัลต่างๆ	3.59	3.63
เปิดสอนในสาขาวิชาที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	3.88	3.79
ชื่อเสียงด้านความสำเร็จของนักศึกษาที่จบไป	4.06	3.94
ชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษา	3.43	3.39
รวม	3.83	3.82
ค่าธรรมเนียมการศึกษา		
ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม	3.51	3.47
สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้	3.08	3.14
มีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา เช่น จ่ายผ่านธนาคาร	3.53	3.40
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนและชุดนักศึกษา	3.23	3.19
รวม	3.33	3.30
การส่งเสริมการตลาด		
การประชาสัมพันธ์ของสถาบันตามสื่อต่างๆ	3.14	3.08
การออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบัน	3.02	2.90
มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	3.42	3.26
มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดี	3.49	3.30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การศึกษาข้อมูล คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	การศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์	
	เคยศึกษาข้อมูล	ไม่เคยศึกษาข้อมูล
การส่งเสริมการตลาด (ต่อ)		
มีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา	3.43	3.26
มีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิง	3.45	3.25
รวม	3.33	3.21
บุคลากรของสถาบัน		
อาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง	3.79	3.65
อาจารย์มีประสบการณ์ในการสอน	3.90	3.69
อาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน	3.89	3.65
รวม	3.82	3.73
สถานที่ตั้งของสถาบัน		
การคมนาคมสะดวก	3.62	3.45
อยู่ไกลจากแหล่งมอมเมาต่าง ๆ เช่น สถานที่บันเทิง	3.39	3.21
รวม	3.46	3.35
สภาพแวดล้อมของสถาบัน		
อาคาร- สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงาม	3.64	3.42
มีห้องเรียนที่ทันสมัยและติดตั้งเครื่องปรับอากาศ	3.64	3.30
มีห้องสมุดที่ทันสมัย	3.72	3.61
มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัย	3.42	3.04
มีสถานที่ออกกำลังกายและสนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน	3.54	3.58
มีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่น	3.37	3.30
มีสถานที่จัดกิจกรรมและสนันทนาการ	3.46	3.22
รวม	3.52	3.34
รวมทุกด้าน	3.56	3.45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.16 พบว่าสำหรับ ปัจจัยด้านการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 และ 3.45 ตามลำดับ และถ้าพิจารณาตามการศึกษาข้อมูลและรายละเอียดของ ปัจจัยด้านการตลาดจะพบว่าผลดังนี้

ในด้านลักษณะของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 และ 3.82 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล ให้ความสำคัญในเรื่องสถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.18 และ 4.25 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่อง ชื่อเสียงเรื่องความประพฤตินักศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 และ 3.39 ตามลำดับ

ในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และ 3.30 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในเรื่อง มีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมาคือเรื่องค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 ให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.08 สำหรับที่นักศึกษาที่ไม่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมาคือเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40 และให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14

ในการส่งเสริมการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และ 3.21 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในเรื่องมีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาคือเรื่องมีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 และให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.02 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล ให้ความสำคัญในเรื่องมีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาคือเรื่องมีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาและมีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.26 และให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.90

ในด้านบุคลากรของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญมากกว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.73 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มี ประสิทธิภาพในการสอน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือเรื่องอาจารย์มีประสิทธิการทำงาน เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.89 และให้ความสำคัญในเรื่อง อาจารย์จบจาก สถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคย ศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสิทธิการทำงานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสิทธิการทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน และอาจารย์ จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65 เท่ากัน

ในด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญ มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.35 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและนักศึกษาที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล ให้ความสำคัญในเรื่อง การคมนาคมสะดวก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 และ 3.45 ตามลำดับ

ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญ มากกว่าที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 และ 3.34 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือเรื่อง อาคาร- สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงามและมี ห้องเรียนที่ทันสมัยและคิดเครื่องปรับอากาศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64 ให้ความสำคัญ น้อยสุด คือ มีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 สำหรับนักศึกษาที่ ไม่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญ ในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมาคือ เรื่องอาคาร- สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงาม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42 ให้ความสำคัญใน เรื่อง มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.04

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษา คณะ วิทยาศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์โดยใช้ Z-Test ผลปรากฏว่าค่าเฉลี่ยในด้านการตลาดโดยรวมของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูล ของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ มีค่า Z เท่ากับ 2.21 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.02 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าค่าเฉลี่ยในด้านการ ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรของสถาบันของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูล ของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ มีค่า Z เท่ากับ 2.05 และ 2.72 ตามลำดับ และมีค่า p -value เท่ากับ 0.04 และ 0.00 ตามลำดับ แต่สำหรับ

ค่าเฉลี่ยในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน และด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ 1.182 0.42 0.58 และ 1.15 ตามลำดับและมีค่า p -value เท่ากับ 0.23 0.67 0.56 และ 0.25 ตามลำดับ

4.8 ข้อมูลค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามการมาดูสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมาดูสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	การมาดูสถานที่คณะวิทยาศาสตร์	
	เคยมาดูสถานที่	ไม่เคยมาดูสถานที่
คำนิยาม		
ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน	4.06	3.87
เป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่วงศ์ตระกูล	3.78	3.60
มีโอกาที่จะได้เข้าทำงานในหน่วยงาน บริษัทที่มีชื่อเสียง	3.82	3.74
อัตราเงินเดือนเริ่มต้น โดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ	3.43	3.37
สังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง	4.08	3.82
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้และความสามารถไปพัฒนาธุรกิจครอบครัวให้ เจริญยิ่งขึ้นได้	3.78	3.55
ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความชำนาญที่จะเตรียมตัวประกอบวิชาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้จริง	3.99	3.79
รวม	3.84	3.67
กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ		
บิดา มารดา/ผู้ปกครอง	3.56	3.48
เพื่อน	2.88	3.14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17(ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมาตุสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	การมาตุสถานที่คณะวิทยาศาสตร์	
	เคยมาตุสถานที่	ไม่เคยมาตุสถานที่
กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (ต่อ) ตัดสินใจด้วยตัวเอง	4.36	4.15
รุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่	2.79	2.76
รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้ว	2.78	2.66
อาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิม	2.74	2.62
บุคคลที่ใกล้ชิดที่ประกอบอาชีพในด้านที่สนใจ ประสบความสำเร็จและจบจากสถาบันนี้	3.16	2.84
รวม	3.17	3.10
รวมทุกด้าน	3.51	3.38

จากตารางที่ 4.17 พบว่าสำหรับ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ เคยมาตุสถานให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาตุสถาน ที่คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 และ 3.38 ตามลำดับ และถ้าพิจารณาตามการมาตุสถานทีและรายละเอียดของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมจะพบว่ามีผลดังนี้

ในด้านค่านิยม นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาตุสถานให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาตุสถาน ที่คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.84 และ 3.67 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาตุสถานให้ความสำคัญในเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายและเป็นกันเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือเรื่องผู้ที่สำเร็จ การศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 และให้ ความสำคัญน้อยสุดเรื่อง อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาตุสถานให้ความสำคัญในเรื่องผู้ที่สำเร็จ การศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือเรื่องสังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายและเป็นกันเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 และ

ให้ความสำคัญในเรื่องอัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37

ในด้านกลุ่มบุคคล นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.17 และ 3.10 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องตัดสินใจด้วยตัวเอง มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.44 และ 4.15 ตามลำดับ รองลงมาคือเรื่องบิดา มารดาหรือผู้ปกครอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 และ 3.48 ตามลำดับ และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์แนะแนวในโรงเรียนคือน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.74 และ 2.64 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ ชั้นปีที่1 ระหว่างที่เคยและไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์โดยใช้ Z-Test ผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยในปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมของนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ มีค่า Z เท่ากับ 2.51 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.01 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าค่าเฉลี่ยในด้านกลุ่มบุคคลของนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ มีค่า Z เท่ากับ 3.26 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.00 แต่ค่าเฉลี่ยในด้านค่านิยมของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ 1.87 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.06

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมาดูแลสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านการตลาด	การมาดูแลสถานที่คณะวิทยาศาสตร์	
	เคยมาดูแลสถานที่	ไม่เคยมาดูแลสถานที่
ลักษณะของสถาบัน		
สถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐ	4.15	4.24
สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยม	4.06	3.98
สถาบันได้รับรางวัลต่าง ๆ	3.58	3.63
เปิดสอนในสาขาวิชาที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	3.91	3.80
ชื่อเสียงด้านความสำเร็จของนักศึกษาที่จบไป	3.88	3.94
ชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษา	3.43	3.39
รวม	3.83	3.82
ค่าธรรมเนียมการศึกษา		
ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม	3.48	3.50
สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้	3.07	3.14
มีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา เช่น จ่ายผ่านธนาคาร	3.55	3.42
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนและชุดนักศึกษา	3.28	3.16
รวม	3.33	3.30
การส่งเสริมการตลาด		
การประชาสัมพันธ์ของสถาบันตามสื่อต่าง	3.13	3.11
การออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบัน	3.07	2.90
มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	3.42	3.30
มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดี	3.49	3.35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมาดูสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านการตลาด	การมาดูสถานที่คณะวิทยาศาสตร์	
	เคยมาดูสถานที่	ไม่เคยมาดูสถานที่
การส่งเสริมการตลาด(ต่อ)		
มีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา	3.48	3.27
มีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิง	3.40	3.33
รวม	3.33	3.26
บุคลากรของสถาบัน		
อาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง	3.76	3.70
อาจารย์มีประสบการณ์ในการสอน	3.85	3.77
อาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน	3.86	3.73
รวม	3.82	3.73
สถานที่ตั้งของสถาบัน		
การคมนาคมสะดวก	3.62	-
อยู่ไกลจากแหล่งมอมเมาต่าง ๆ เช่น สถานบันเทิง	3.39	-
รวม	3.43	-
สภาพแวดล้อมของสถาบัน		
อาคาร- สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงาม	3.62	-
มีห้องเรียนที่ทันสมัยและติดตั้งปรับอากาศ	3.64	-
มีห้องสมุดที่ทันสมัย	3.69	-
มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัย	3.40	-
มีสถานที่ออกกำลังกายและสนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน	3.60	-
มีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่น	3.44	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18(ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมาดูสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านการตลาด	การมาดูสถานที่คณะวิทยาศาสตร์	
	เคยมาดูสถานที่	ไม่เคยมาดูสถานที่
สภาพแวดล้อมของสถาบัน (ต่อ) มีสถานที่จัดกิจกรรมและสันทนาการ	3.46	-
รวม	3.48	-
รวมทุกด้าน	3.55	3.49

จากตารางที่ 4.18 พบว่าสำหรับ ปัจจัยด้านการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 และ 3.49 ตามลำดับ และถ้าพิจารณาตามการมาดูสถานที่และรายละเอียดของปัจจัยด้านการตลาดจะพบว่ามีผลดังนี้

ในด้านลักษณะของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่นี้ และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ ให้ความสำคัญในด้านนี้ใกล้เคียงกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 และ 3.82 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องสถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.15 และ 4.24 ตามลำดับ รองลงมาคือเรื่องสถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 และ 3.98 ตามลำดับ และให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงเรื่องความประพฤตินักศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 และ 3.39 ตามลำดับ

ในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ ให้ความสำคัญในด้านนี้ใกล้เคียงกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และ 3.30 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษามากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมาคือเรื่องค่าธรรมเนียม

การศึกษาที่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48 และให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.07 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือเรื่องมีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42 และให้ความสำคัญในเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14

ในด้านการส่งเสริมการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และ 3.26 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องมีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาคือเรื่องมีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48 และให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.07 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องมีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมาคือเรื่องมีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และให้ความสำคัญในเรื่องการออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบันน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.90

ในด้านบุคลากรของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.73 ตามลำดับ

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 และให้ความสำคัญในเรื่อง อาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76 สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์มีประสบการณ์ในการสอนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 และให้ความสำคัญในเรื่องอาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.70

ในด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในด้านนี้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43

โดยที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญการคมนาคมสะดวกมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 และให้ความสำคัญในเรื่องอยู่ไกลจากแหล่งมอมเมาต่าง ๆ น้อยที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.39

ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญด้านนี้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44

โดยที่นักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องสมุดที่ทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมาคือเรื่องมีห้องเรียนที่ทันสมัยและติดเครื่องปรับอากาศ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64 และให้ความสำคัญน้อยสุด คือ มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ระหว่างที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์โดยใช้ Z-Test ผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมของนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ 1.27 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.20 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยทุกด้านของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า Z เท่ากับ 0.074 0.36 1.59 และ 1.23 ตามลำดับ และมีค่า p-value เท่ากับ 0.94 0.71 0.11 และ 0.21 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ปีการศึกษา 2548” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง โดยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิตามภาควิชา จำนวน 5 ชั้นภูมิในแต่ละชั้นภูมิจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) ซึ่งจะได้นักศึกษาดูตัวอย่างจำนวน 414 คน โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ในปีการศึกษา 2548 ซึ่งประกอบด้วย 5 ภาควิชา และมีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 830 คน

จากการสำรวจพบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.50 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 43.50 ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ใน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 56.00 และต่างจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 44.00 ตามลำดับ สำหรับเหตุผลส่วนตัวที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลมากที่สุดที่เลือก สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง คือ ชอบสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา คือ คะแนนสอบเอนทรานซ์ถึงเกณฑ์คิดเป็นร้อยละ 26.10 ส่วนเหตุผลส่วนตัวที่น้อยที่สุด คือ มาศึกษาตามเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 6.50 นอกจากนี้ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ มาก่อนคิดเป็นร้อยละ 52.40 และสุดท้ายนักศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 63.30 และเคยมาดูสถานที่คิดเป็นร้อยละ 36.70 ตามลำดับ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ปีการศึกษา 2548 ปรากฏดังต่อไปนี้

5.2 ผลการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2548

ผลการประเมินจำแนกตามภาควิชา

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่า ในด้านค่านิยม นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาสถิติประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด รองลงมาคือ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด

ในด้านกลุ่มบุคคล จะเห็นได้ว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาสถิติประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้ มากที่สุด รองลงมา คือภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมพบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาสถิติประยุกต์ที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมมากที่สุด

ปัจจัยด้านการตลาด จะเห็นได้ว่า ในด้านลักษณะของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้ มากที่สุด รองลงมาคือ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาสถิติประยุกต์ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาเคมีให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด

ในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด รองลงมาคือ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาสถิติประยุกต์ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด

ในด้านการส่งเสริมการตลาด นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด รองลงมาคือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาสถิติประยุกต์ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง ภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด

ในด้านบุคลากรของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด รองลงมา คือนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาเคมี ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด

ในด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาสถิติประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากที่สุด รองลงมา คือ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาชีววิทยาประยุกต์ สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด

ในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาสถิติประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้ มากที่สุด รองลงมาคือ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาเคมี สำหรับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ ให้ความสำคัญด้านนี้น้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างของภาควิชาฟิสิกส์ประยุกต์ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม มากที่สุด

ผลการประเมินจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญในด้านค่านิยม เท่ากัน และนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญในด้านกลุ่มบุคคลมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

ปัจจัยด้านการตลาด จะเห็นได้ว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาและด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชาย แต่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรของสถาบันและด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

จากการทดสอบสมมติฐาน ผลปรากฏว่า ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมและแต่ละด้านของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ระหว่างนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง และปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมและแต่ละด้านของปัจจัยด้านการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญระหว่างนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง

ผลการประเมินจำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญในด้านค่านิยมและด้านกลุ่มบุคคลมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ปัจจัยด้านการตลาด จะเห็นได้ว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรของสถาบันและด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล แต่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ให้ความสำคัญในด้านสถานที่ตั้งของสถาบันมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัด

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

จากการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม และแต่ละด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ระหว่างนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาต่างกัน และในด้านบุคลากรของสถาบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมและแต่ละด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ระหว่างนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

ผลการประเมินจำแนกตามวิธีการสอบคัดเลือก

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่า ในนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญทั้งในด้านค่านิยมและด้านกลุ่มบุคคล มากที่สุด รองลงมาเป็นนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้าและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างสอบคัดเลือกจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญทั้งสองด้านนี้น้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม มากที่สุด

ปัจจัยด้านการตลาด จะเห็นได้ว่า ในด้านปัจจัยการตลาดในทุกด้าน นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษ ให้ความสำคัญมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้าและสอบคัดเลือกจากการสอบของทบวงมหาวิทยาลัย ยกเว้นในด้าน สภาพแวดล้อมของสถาบันซึ่งนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบโควต้าให้ความสำคัญมากที่สุด

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสอบของสมทบพิเศษให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมมากที่สุด

จากการทดสอบสมมติฐาน ผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ระหว่างนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน แต่ในแต่ละด้านของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรของสถาบัน ด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันของนักศึกษา

ที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา และด้านสถานที่ตั้งของสถาบันของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกที่ต่างกัน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ผลการประเมินจำแนกตามการศึกษาข้อมูล คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในด้านค่านิยมและด้านกลุ่มบุคคล มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล

ปัจจัยด้านการตลาด จะเห็นได้ว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรของสถาบัน ด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน และด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน มากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยศึกษาข้อมูลให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยศึกษาข้อมูล

จากการทดสอบสมมติฐาน ผลปรากฏว่า ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมและด้านค่านิยม ของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ในด้านกลุ่มบุคคลของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรของสถาบันของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ด้านสถานที่ตั้งของสถาบันและด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ผลการประเมินจำแนกตามการมาดูสถานที่ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก่อนที่จะเข้ามาศึกษา

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในด้านค่านิยม และด้านกลุ่มบุคคลมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่

ปัจจัยด้านการตลาด จะเห็นได้ว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญในด้านลักษณะของสถาบัน ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรของสถาบันมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่

เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาดูสถานที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมมากกว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมาดูสถานที่

จากการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่า ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมและด้านกลุ่มบุคคล ของนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่ และไม่เคยมาดูสถานที่ ของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่สำหรับด้านค่านิยมของนักศึกษาที่เคยศึกษาข้อมูลและไม่เคยศึกษาข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม และทุกด้านของปัจจัยด้านการตลาดของนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้ทำปัญหาพิเศษมีข้อเสนอแนะในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ว่า ควรทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ทุกคนในคณะวิทยาศาสตร์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง เนื่องจากจะได้รู้ปัจจัยที่แท้จริงในการเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ซึ่งนำมาพัฒนาปรับปรุงสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพ และเป็นแนวทางสำหรับคณะอื่นๆ ที่สนใจนำไปศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่ได้จากการวิจัยมาปรับใช้ภายในคณะของตน ดังนั้นควรที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกคนในคณะวิทยาศาสตร์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังจึงจะครอบคลุม

บรรณานุกรม

คณะกรรมการการอุดมศึกษากระทรวงศึกษาธิการ.2548.ระเบียบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาใน
สถาบันอุดมศึกษา.คู่มือ. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากระทรวงศึกษาธิการ
คณาติ ดันตวานิช. 2546. ทฤษฎีการสุ่มตัวอย่าง. เอกสารประกอบการเรียน . กรุงเทพฯ: ภาควิชา
สถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ.2548.ระเบียบวิธีวิจัย.เอกสารประกอบการเรียน.กรุงเทพฯ: ภาควิชา
สถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สำนักทะเบียนและประมวลผล.2548. หลักสูตรการศึกษา ประจำปีการศึกษา 2548 คณะ
วิทยาศาสตร์ .คู่มือหลักสูตร . สำนักทะเบียนและประมวลผลสถาบันเทคโนโลยีพระ จอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สุชาดา กิระนันท์.2538.ทฤษฎีและวิธีการสำรวจตัวอย่าง.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
อุมาพร จันทศร. 2542. สถิติที่ไม่ใช่พารามิเตอร์. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะ
วิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ระหว่างนักศึกษาเพศชายและหญิง

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	Z	p-value
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม	0.83	0.41
ค่านิยม	-0.93	0.92
กลุ่มบุคคล	1.25	0.20
ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม	0.84	0.39
ลักษณะของสถาบัน	-0.45	0.65
ค่าธรรมเนียมการศึกษา	-0.12	0.90
การส่งเสริมการตลาด	0.71	0.48
บุคลากรของสถาบัน	2.55	0.011
สถานที่ตั้งของสถาบัน	-0.01	0.99
สภาพแวดล้อมของสถาบัน	1.46	0.14

จากตารางที่ 1 ก พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมแตกต่างกัน

p-value = 0.41 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก

นั่นคือ เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านค่านิยม

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่านิยมไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่านิยม แตกต่างกัน

p-value = 0.92 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก

นั่นคือ เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่านิยมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านกลุ่มบุคคล

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคลไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล แตกต่างกัน

p-value = 0.20 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก

นั่นคือ เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคลไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม แตกต่างกัน

p-value = 0.39 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก

นั่นคือ เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านลักษณะของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านลักษณะของสถาบันไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน แตกต่างกัน

p-value = 0.65 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ เพศ

ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านลักษณะของสถาบันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา แตกต่างกัน

p-value = 0.90 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ เพศ

ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

p-value = 0.48 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านบุคลากรของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน แตกต่างกัน

p-value = 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน แตกต่างกัน

p-value = 0.99 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน แตกต่างกัน

p-value = 0.14 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 2 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ระหว่างภูมิลำเนาต่างกัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	Z	p-value
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม	-0.90	0.36
ค่านิยม	-0.22	0.82
กลุ่มบุคคล	-1.16	0.24
ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม	-1.50	0.13
ลักษณะของสถาบัน	-0.21	0.83
ค่าธรรมเนียมการศึกษา	-1.22	0.22
การส่งเสริมการตลาด	-1.69	0.09
บุคลากรของสถาบัน	-2.24	0.02
สถานที่ตั้งของสถาบัน	-0.22	0.98
สภาพแวดล้อมของสถาบัน	-0.33	0.74

จากตารางที่ 2 ก พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม แตกต่างกัน

p-value = 0.36 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านค่านิยม

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่านิยม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่านิยม แตกต่างกัน

p-value = 0.82 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่านิยมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคลไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล แตกต่างกัน

p-value = 0.244 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคลไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม แตกต่างกัน

p-value = 0.13 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านลักษณะของสถาบันไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน แตกต่างกัน

p-value = 0.83 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านลักษณะของสถาบันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา แตกต่างกัน

p-value = 0.22 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

p-value = 0.09 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน แตกต่างกัน

p-value = 0.02 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน แตกต่างกัน

p-value = 0.98 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกัน

p-value = 0.74 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ภูมิภาคต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 3 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ระหว่างวิธีการสอบคัดเลือก ต่างๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	<i>F</i>	p-value
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม	3.27	0.03
ค่านิยม	1.59	0.2
กลุ่มบุคคล	3.02	0.05
ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม	5.10	0.00
ลักษณะของสถาบัน	1.69	0.18
ค่าธรรมเนียมการศึกษา	0.33	0.72
การส่งเสริมการตลาด	3.03	0.04
บุคลากรของสถาบัน	17.12	0.00
สถานที่ตั้งของสถาบัน	1.42	0.24
สภาพแวดล้อมของสถาบัน	4.06	0.01

จากตารางที่ 3 ก พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล แตกต่างกัน

p-value = 0.03 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านค่านิยม

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่านิยมไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่านิยม แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$p\text{-value} = 0.20$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่านิยมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคลไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล แตกต่างกัน

$p\text{-value} = 0.05$ ซึ่งมีค่าไม่น้อยกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านกลุ่มบุคคลไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาด โดยรวม แตกต่างกัน

$p\text{-value} = 0.00$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาด โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน แตกต่างกัน

$p\text{-value} = 0.18$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านลักษณะของสถาบันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาแตกต่างกัน

p -value = 0.72 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

p -value = 0.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบันไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบันแตกต่างกัน

p -value = 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบันไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบันแตกต่างกัน

$p\text{-value} = 0.24$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

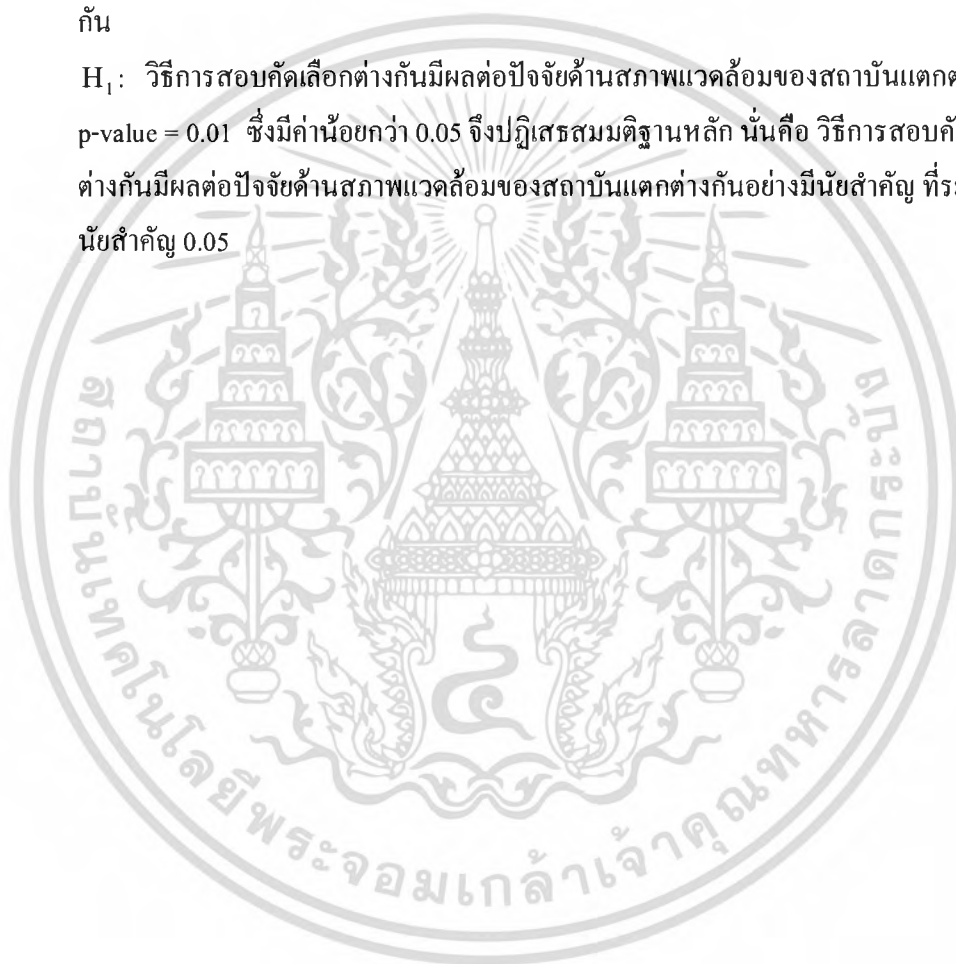
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันไม่แตกต่างกัน

H_1 : วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันแตกต่างกัน

$p\text{-value} = 0.01$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ วิธีการสอบคัดเลือกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ระหว่างการทราบและไม่ทราบข้อมูลคณะวิทยาศาสตร์ สจล.

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	Z	p-value
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม	2.55	0.01
ค่านิยม	3.53	0.00
กลุ่มบุคคล	0.97	0.33
ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม	2.21	0.02
ลักษณะของสถาบัน	1.18	0.23
ค่าธรรมเนียมการศึกษา	0.42	0.67
การส่งเสริมการตลาด	2.05	0.04
บุคลากรของสถาบัน	2.72	0.00
สถานที่ตั้งของสถาบัน	0.58	0.56
สภาพแวดล้อมของสถาบัน	1.15	0.25

จากตารางที่ 4 ก พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

p-value = 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในการปัจจัยด้านค่านิยม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านค่านิยม

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

p-value = 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยด้านค่านิยม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

p-value = 0.33 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านตลาดโดยรวม

p-value = 0.02 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน

p-value = 0.23 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

p-value = 0.67 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

p-value = 0.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

p-value = 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในการเลือกปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน

p-value = 0.56 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน

H_1 : นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน

p-value = 0.25 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่ทราบข้อมูลและไม่ทราบข้อมูลของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 5 ก การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ระหว่างการเคยมาดูและไม่เคยมาดูสถานที่คณะวิทยาศาสตร์ สจล.

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	Z	p-value
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม	2.51	0.01
ค่านิยม	1.87	0.06
กลุ่มบุคคล	3.26	0.00
ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม*	1.27	0.20
ลักษณะของสถาบัน	0.07	0.94
ค่าธรรมเนียมการศึกษา	0.36	0.71
การส่งเสริมการตลาด	1.59	0.11
บุคลากรของสถาบัน	1.23	0.21

*หมายเหตุ ปัจจัย ด้านการตลาดโดยรวมทุกด้าน ยกเว้นด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน และสภาพแวดล้อมของสถาบัน

จากตารางที่ 5 ก พบว่า

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม

H_1 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม

p-value = 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในการเลือกปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านค่านิยม

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่เคยมาคูดุสถานที่และไม่เคยมาคูดุสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

H_1 : นักศึกษาที่เคยมาคูดุสถานที่และไม่เคยมาคูดุสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม

p-value = 0.06 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่เคยมาคูดุสถานที่และไม่เคยมาคูดุสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่านิยม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่เคยมาคูดุสถานที่และไม่เคยมาคูดุสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล

H_1 : นักศึกษาที่เคยมาคูดุสถานที่และไม่เคยมาคูดุสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล

p-value = 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่เคยมาคูดุสถานที่และไม่เคยมาคูดุสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในการเลือกปัจจัยด้านกลุ่มบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่เคยมาคูดุสถานที่และไม่เคยมาคูดุสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

H_1 : นักศึกษาที่เคยมาคูดุสถานที่และไม่เคยมาคูดุสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

p-value = 0.20 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ นักศึกษาที่เคยมาคูดุสถานที่และไม่เคยมาคูดุสถานที่ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน

H_1 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน

p-value = 0.94 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านลักษณะของสถาบัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

H_1 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

p-value = 0.71 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

H_1 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

p-value = 0.11 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน

สมมติฐาน

H_0 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน

H_1 : นักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน

p-value = 0.21 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือนักศึกษาที่เคยมาดูสถานที่และไม่เคยมาดูสถานที่ของคณะวิทยาศาสตร์ไม่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านบุคลากรของสถาบัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ปีการศึกษา 2548

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาปัญหาพิเศษ หลักสูตรปริญญาตรี วิทยาศาสตร์ (สาขาสถิติประยุกต์) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ปีการศึกษา 2548 เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ปีการศึกษา 2548 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
 - ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
 - ตอนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
2. โปรดพิจารณาและตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริงทั้งนี้เพื่อความสมบูรณ์และความถูกต้องของการศึกษาวิจัย
3. คำตอบและความคิดเห็นของท่าน ผู้จัดทำถือว่าเป็นข้อมูลที่มีค่าอย่างยิ่ง และสงวนไว้เป็นความลับ โดยใช้ประโยชน์เพื่อศึกษา และจะไม่ทำให้เกิดความเสียหายใด ๆ ต่อท่าน

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

นางสาวนรีโรจน์ ศรีธรรมพงษ์

นายพฤกษา สิทธิพันธ์

นางสาวอาภรณ์ อนุภาพ

ผู้จัดทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
คำอธิบาย ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมต่อไปนี้ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจที่ทำให้ท่านเลือกศึกษาต่อ
 ใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าทหาร ลาดกระบัง มากน้อยเพียงใด (ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับ
 ความสำคัญที่ท่านเห็นว่า มีผลต่อการตัดสินใจของท่านมากที่สุด)

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ
1. ค่านิยม					
1.1 ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน					
1.2 เป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่วงศ์ตระกูล					
1.3 มีโอกาสที่จะได้เข้าทำงานในหน่วยงาน บริษัทที่มีชื่อเสียง					
1.4 อัตราเงินเดือนเริ่มต้นโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าสถาบันอื่นๆ					
1.5 สังคมของนักศึกษาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย และเป็นกันเอง					
1.6 ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้และความสามารถไปพัฒนาธุรกิจครอบครัวให้ เจริญยิ่งขึ้นได้					
1.7 ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความชำนาญเพื่อจะเตรียมตัวประกอบวิชาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้จริง					
2. กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					
2.1 บิดา มารดา/ผู้ปกครอง					
2.2 เพื่อน					
2.3 ตัดสินใจด้วยตัวเอง					
2.4 รุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่					
2.5 รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้ว					
2.6 อาจารย์แนะแนวในโรงเรียนเดิม					
2.7 บุคคลที่ใกล้ชิดที่ประกอบอาชีพในด้านที่สนใจ ประสบความสำเร็จและจบจากสถาบันนี้					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
คำอธิบาย ปัจจัยด้านการตลาดต่อไปนี้ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจที่ทำให้ท่านเลือกศึกษาต่อในสถาบัน
 เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าทหาร ลาดกระบัง มากน้อยเพียงใด (ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับความสำคัญที่
 ท่านเห็นว่า มีผลต่อการตัดสินใจของท่านมากที่สุด)

ส่วนที่ 4.1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความ สำคัญ
1. ลักษณะของสถาบัน					
1.1 สถาบันนี้เป็นสถาบันของรัฐ					
1.2 สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยม					
1.3 สถาบันได้รับรางวัลต่างๆ					
1.4 เปิดสอนในสาขาวิชาที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน					
1.5 ชื่อเสียงด้านความสำเร็จของนักศึกษาที่จบไป					
1.6 ชื่อเสียงเรื่องความประพฤติของนักศึกษา					
2. ค่าธรรมเนียมการศึกษา					
2.1 ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม					
2.2 สามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาได้					
2.3 มีความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา เช่น จ่ายผ่านธนาคาร					
2.4 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนและชุดนักศึกษา					
3. การส่งเสริมการตลาด					
3.1 การประชาสัมพันธ์ของสถาบันตามสื่อต่างๆ					
3.2 การออกแนะแนวโดยนักศึกษาของสถาบัน					
3.3 มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา					
3.4 มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ยากจนและเรียนดี					
3.5 มีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้กับนักศึกษา					
3.6 มีหอพักนักศึกษาแยกชายหญิง					
4. บุคลากรของสถาบัน					
4.1 อาจารย์จบจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง					
4.2 อาจารย์มีประสบการณ์ในการสอน					
4.3 อาจารย์มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4.2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ก่อนที่ท่านจะเลือกมาศึกษาต่อที่นี่ ท่านเคยมาดูสถานที่, ห้องเรียน, และ อื่น ๆ ที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

ปัจจัยด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีความสำคัญ
5. สถานที่ตั้งของสถาบัน					
5.1 การคมนาคมสะดวก					
5.2 อยู่ไกลจากแหล่งมอมเมาต่าง ๆ เช่น สถานบันเทิง					
6. สภาพแวดล้อมของสถาบัน					
6.1 อาคาร- สถานที่ มีความกว้างขวาง สะอาดและสวยงาม					
6.2 มีห้องเรียนที่ทันสมัยและติดตั้งเครื่องปรับอากาศ					
6.3 มีห้องสมุดที่ทันสมัย					
6.4 มีโรงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัย					
6.5 มีสถานที่ออกกำลังกายและสนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน					
6.6 มีสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อนหนังสือที่ร่มรื่น					
6.7 มีสถานที่จัดกิจกรรมและสัมมนา การ					

ขอขอบคุณค่ะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค
ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ก ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกันในด้านค่านิยม

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	0.87	2	0.43	1.59	0.20
Within Groups	113.047	411	0.27		
Total	113.922	413			

ตารางที่ 2 ก ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกันในด้านกลุ่มบุคคล

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	2.58	2	1.29	3.02	0.05
Within Groups	175.44	411	0.42		
Total	178.02	413			

ตารางที่ 3 ก ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกันในด้านลักษณะของสถาบัน

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	1.41	2	0.70	1.69	0.18
Within Groups	171.72	411	0.41		
Total	173.13	413			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 ก ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกันในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	0.31	2	0.15	0.33	0.71
Within Groups	195.70	411	0.47		
Total	196.01	413			

ตารางที่ 5 ก ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกันในการส่งเสริมการตลาด

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	3.29	2	1.64	3.03	0.04
Within Groups	223.34	411	0.54		
Total	226.64	413			

ตารางที่ 6 ก ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกันในด้านบุคลากรของสถาบัน

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	16.94	2	8.47	17.12	0.00
Within Groups	203.37	411	0.49		
Total	220.31	413			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ค ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกันในด้านสถานที่ตั้งของสถาบัน

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	18.53	2	9.26	2.85	0.05
Within Groups	1334.66	411	3.24		
Total	1353.20	413			

ตารางที่ 8 ค ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกันในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	25.01	2	12.50	3.94	0.02
Within Groups	1305.00	411	3.17		
Total	1330.01	413			

ตารางที่ 9 ค ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกันในปีจัดด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	1.52	2	0.76	3.27	0.03
Within Groups	96.06	411	0.23		
Total	97.59	413			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 ค ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของนักศึกษาที่มีวิธีการสอบคัดเลือกต่างกัน
ในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

sov	Sum of Squares	d.f.	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Between Groups	2.68	2	1.34	5.10	0.00
Within Groups	108.07	411	0.26		
Total	110.75	413			



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง
การเปรียบเทียบเชิงซ้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ัง แสดงค่า MEAN DIFFERENCE และค่า P-VALUE ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ ในปัจจัยด้านสังคมและ วัฒนธรรมโดยรวม

ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ	วิธีการสอบ คัดเลือก (I)	วิธีการสอบ คัดเลือก (J)	MEAN DIFFERENCE (I)-(J)	P-VALUE
ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรม โดยรวม	สอบคัดเลือกจาก ทบวงมหาวิทยาลัย	โควต้า	0.00	0.91
		สมทบพิเศษ	-0.12(*)	0.02
	โควตา	สอบคัดเลือกจาก ทบวงมหาวิทยาลัย	0.00	0.91
		สมทบพิเศษ	-0.13(*)	0.03
	สมทบพิเศษ	สอบคัดเลือกจาก ทบวงมหาวิทยาลัย	0.12(*)	0.02
		โควต้า	0.13(*)	0.03

* แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 2 ัง แสดงค่า MEAN DIFFERENCE และค่า P-VALUE ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆ ในปัจจัยด้านการตลาดโดยรวม

ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ	วิธีการสอบ คัดเลือก (I)	วิธีการสอบ คัดเลือก (J)	MEAN DIFFERENCE (I)-(J)	P-VALUE
ปัจจัยด้าน การตลาดโดยรวม	สอบคัดเลือกจาก ทบวงมหาวิทยาลัย	โควต้า	-0.07	0.25
		สมทบพิเศษ	-0.18(*)	0.00
	โควตา	สอบคัดเลือกจาก ทบวงมหาวิทยาลัย	0.07	0.25
		สมทบพิเศษ	-0.11	0.09
	สมทบพิเศษ	สอบคัดเลือกจาก ทบวงมหาวิทยาลัย	0.18(*)	0.00
		โควต้า	0.11	0.09

* แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ง แสดงค่า MEAN DIFFERENCE และค่า P-VALUE ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆในด้านบุคลากรของสถาบัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	วิธีการสอบคัดเลือก (I)	วิธีการสอบคัดเลือก (J)	MEAN DIFFERENCE (I)-(J)	P-VALUE
บุคลากรของสถาบัน	สอบคัดเลือกจากทบวงมหาวิทยาลัย	โควต้า	-0.15	0.07
		สมทบพิเศษ	-0.46(*)	0.00
	โควตา	สอบคัดเลือกจากทบวงมหาวิทยาลัย	0.15	0.07
		สมทบพิเศษ	-0.30(*)	0.00
	สมทบพิเศษ	สอบคัดเลือกจากทบวงมหาวิทยาลัย	0.46(*)	0.00
		โควต้า	0.30(*)	0.00

* แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4 ง แสดงค่า MEAN DIFFERENCE และค่า P-VALUE ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจระหว่างวิธีการสอบคัดเลือกต่างๆในด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	วิธีการสอบคัดเลือก (I)	วิธีการสอบคัดเลือก (J)	MEAN DIFFERENCE (I)-(J)	P-VALUE
สภาพแวดล้อมของสถาบัน	สอบคัดเลือกจากทบวงมหาวิทยาลัย	โควต้า	-0.41	0.06
		สมทบพิเศษ	0.22	0.27
	โควต้า	สอบคัดเลือกจากทบวงมหาวิทยาลัย	0.41	0.06
		สมทบพิเศษ	0.63(*)	0.00
	สมทบพิเศษ	สอบคัดเลือกจากทบวงมหาวิทยาลัย	-0.22	0.27
		โควต้า	-0.63(*)	0.00

* แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ประวัติคณะผู้จัดทำ

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวนรีโรจน์ ศรีธรรมพงษ์
วัน เดือน ปี เกิด	27 มิถุนายน 2527
สถานที่เกิด	นครปฐม
จบการศึกษามัธยมต้นจาก	โรงเรียนสาธิตสถาบันราชภัฏ นครปฐม
จบการศึกษามัธยมปลายจาก	โรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัย นครปฐม

ชื่อ-นามสกุล	นายพฤกษา สิทธิพันธ์
วัน เดือน ปี เกิด	14 พฤศจิกายน 2527
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
จบการศึกษามัธยมต้นจาก	โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย รังสิต
จบการศึกษามัธยมปลายจาก	โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย รังสิต

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวอาภรณ์ อนุภาพ
วัน เดือน ปี เกิด	28 สิงหาคม 2526
สถานที่เกิด	เพชรบูรณ์
จบการศึกษามัธยมต้นจาก	โรงเรียนวัฒนานคร
จบการศึกษามัธยมปลายจาก	โรงเรียนสมุทรปราการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้