

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา
ของนิสิตปริญญาตรีคณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
THE INFLUENTIAL OF MARKETING MIX FACTORS IN FURTHER STUDY OF
UNDERGRADUATE STUDENTS AT FACULTY OF PHYSICAL EDUCATION
SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

อัศวิน มณีอินทร์*

Asawin Maneein*

The purpose of this research was study the influence of marketing mix factors in future study of undergraduate students at faculty of physical education Srinakharinwirot University. The subjects were 303 students who are undergraduate physical education students in 4 majors are physical education, health education, recreation, and sports science. Multi stage random sampling and Simple random sampling were used. Collected data by using the questionnaire which include 5 rating scale. Data analysis by mean, standard deviation, and correlation, and regression analysis.

The findings of the research were as follows:

1. The levels of marketing mix factors of undergraduate students at faculty of physical education Srinakharinwirot University in teaching and curriculum factor (product) were in high level, studying cost (price) were in high level, facility and equipments (place) were in high level, and extra curricular activities (promotion) were in high level.

2. Marketing mix factors in teaching and curriculum, studying cost, facilities and equipments, and extra curricular activities were positive correlation, having statistic significant at .01 toward future study at faculty of physical education Srinakharinwirot University.

3. Marketing mix factors in teaching and curriculum, studying cost, and extra curricular activities correlate with future study at faculty of physical education Srinakharinwirot University can predict at 51.2% by using predicting equation: $Y = 7.92 + 0.85X_1 + 0.52X_2 + 0.64X_4$

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการเลือกศึกษาต่อคณะ

* ภาควิชาสันทนนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พลศึกษา และทำวิจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ ปี 1 255 การศึกษา 3 ในระดับปริญญาตรี สาขาวิชา ได้แก่ 4 ปี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ใน 4 สาขาวิชาพลศึกษา สาขาวิชาสุขศึกษา สาขาวิชานันทนาการ และสาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จำนวน 303 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน และใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนิสิตปริญญาตรีคณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวมด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนอยู่ในระดับมาก ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาอยู่ในระดับมาก ด้านอุปกรณ์และอาคารสถานที่อยู่ในระดับมาก และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรอยู่ในระดับมาก
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านอุปกรณ์ ด้านอาคารสถานที่และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา สามารถทำนายการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ได้ร้อยละ 51.2 เขียนสมการทำนายได้ คือ $Y = 7.92 + 0.85X_1 + 0.52X_2 + 0.64X_4$

บทนำ

การปฏิรูปการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบันนั้นมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด จากการปฏิรูปพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ซึ่งส่งผลให้การศึกษาในระดับอุดมศึกษาขยายวงกว้าง เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้นตลอดเวลา จึงก่อให้เกิดการจัดตั้งคณะและภาควิชาใหม่ๆ เพิ่มขึ้น (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ, 2542: ออนไลน์) และกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญซึ่งเป็น มาตรฐานการศึกษาระดับอุดมศึกษา (สมศ. 2555: ออนไลน์) ที่ได้สังเกตเห็นว่าผู้เรียนสามารถพัฒนาตัวเองได้และจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเรียนรู้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ผู้เรียนจะเลือกเรียนในสถาบันอุดมศึกษาใดนั้น จะมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านต่างๆที่จะสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ

จากงานการศึกษาวิจัยในด้านปัจจัยในการเลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษานั้นพบว่า อรุณี โคตรสมบัติ (2542: 13) กล่าวถึงสถาบันอุดมศึกษาสามารถจำแนกโดยพิจารณาจากรูปแบบของสถาบัน ซึ่งหมายถึงหลักสูตรที่เปิดสอน ซึ่งหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญต่อการเลือกศึกษาของผู้เรียน หลักสูตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและโดดเด่น จะเป็นเครื่องดึงดูดให้ผู้เรียนให้ความสนใจและคาดหวังที่จะเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษานั้นๆ และจากการศึกษาของ ธัญชนก แสงส่ง (2549: 77-81) พบว่า

ปัจจัยสำคัญในการเลือกที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา คือ หลักสูตรที่สามารถตอบสนองได้อย่างเต็มที่กับตลาดแรงงานในประเทศ ความพร้อมในการให้บริการและการให้บริการข้อมูลเชิงวิชาการแก่ผู้เรียน ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร ความสะดวกและความพร้อมของสถานที่ในการเดินทางไปศึกษา และการส่งเสริมด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา และคณะ(2541: 4) ได้กล่าวว่า นิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษามีหน้าที่ที่จะต้องพัฒนาตนเอง โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรแวดล้อมและบุคลากรรอบด้าน ในสถาบันอุดมศึกษาให้เต็มที่ สอดคล้องกับผลการศึกษาระดับปริญญาโท ภัทรปรีชา (2524) พบว่าความชอบของผู้ที่จะเลือกเรียนในหลักสูตรที่ตนเองชอบนั้นเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้ผู้เรียนตัดสินใจเลือกเรียนในหลักสูตรที่ตนเองชอบ ซึ่งผลการศึกษาก็สอดคล้องกับการศึกษาของพรเทพ ลีทองอิน (2533: 69) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวิชาเอกพลศึกษาของวิทยาลัยพลศึกษา ได้แก่ ความรักในกีฬา ความถนัดทักษะทางร่างกายและความน่าสนใจในสาขาวิชาพลศึกษา จากการศึกษาและงานวิจัยได้บ่งชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้เรียนเลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาหรือคณะวิชาต่างๆ นั้น คือ หลักสูตรที่สามารถตอบสนองได้อย่างเต็มที่กับตลาดแรงงานในประเทศ ความพร้อมในการให้บริการและการให้บริการข้อมูลเชิงวิชาการแก่ผู้เรียน ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร ความสะดวกประกอบกับความพร้อมของสถานที่ในการเดินทางไปศึกษา และการส่งเสริมด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร ทั้งนี้ นิสิตนักศึกษาจะต้องเตรียมตัวให้ตนเองมีความรู้ดี มีสติปัญญาที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างถูกวิธี ดังนั้น นอกจากการตั้งใจหาความรู้ คิดค้นด้านวิชาการแล้ว นิสิตนักศึกษาควรที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาตนเองให้มีความพร้อมที่จะเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของสังคมไทย

จะเห็นได้ว่าปัจจัยในการเลือกที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษานั้นสอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Kotler, 2000: 98) ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) และด้านการส่งเสริมกิจกรรมเสริมหลักสูตร (Promotion)

คณะพลศึกษา เป็นคณะหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้บริหารคณะพลศึกษาได้เห็นความสำคัญในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้ผู้เรียนเลือกเข้าศึกษาต่อจึงได้นำเสนอองค์ประกอบของหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนเพื่อเป็นแรงจูงใจในการเลือกเรียนคณะพลศึกษาให้แก่ผู้เรียนโดยชี้ให้เห็นถึงความโดดเด่นและประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับ ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้แก่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของคณะพลศึกษานั้นได้มีหลักสูตรให้เลือกเรียนมากถึง 4 สาขาวิชา (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2555: ออนไลน์) ซึ่งประกอบด้วย สาขาวิชาพลศึกษา สาขาวิชาสุขศึกษา สาขาวิชานันทนาการ และสาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ซึ่งในแต่ละสาขาวิชาจะมุ่งเน้นพัฒนาความรู้ในศาสตร์ที่ได้สอนเพื่อผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา เพื่อให้ผู้เรียนมีความเป็นนักวิชาการและนักวิชาชีพชั้นสูง อีกทั้งจุดแข็งของคณะพลศึกษาคือเป็นหลักสูตรการศึกษาที่มีความแตกต่างจากมหาวิทยาลัยทุกมหาวิทยาลัยในประเทศไทย และเป็นมหาวิทยาลัยเดียวที่มีคณะพลศึกษา โดยการสร้างความแตกต่างนั้น จะเห็นได้ว่ามหาวิทยาลัยมีความเป็นเลิศทางด้านกีฬาในทุกๆ มิติ และมีการบริการในการจัดการศึกษาและการเรียนการสอนที่ดี เป็นสิ่งที่สามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างจากคณะและสถาบันอื่น

ปัจจัยด้านราคา (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2555: ออนไลน์) ของการศึกษาตลอดหลักสูตรของคณะพลศึกษานั้น เป็นการกำหนดราคาที่เป็นไปตามข้อกำหนดของสภามหาวิทยาลัยซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคณะและสถาบันอื่นแล้วจะเห็นว่าเสียค่าใช้จ่ายทางการศึกษาตลอดหลักสูตรน้อยกว่าคณะและสถาบันอื่น และอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานเมื่อเทียบกับสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาอื่นๆ ในประเทศและเสียค่าใช้จ่ายน้อยมากเมื่อเทียบกับสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาต่างประเทศในมาตรฐาน

ปัจจัยด้านสถานที่ (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2555: ออนไลน์) คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒนั้น มีสถานที่พร้อมสำหรับการจัดการเรียนการสอนทั้งในใจกลางเมืองหลวงและสถานที่ฝึกปฏิบัติที่มีมาตรฐานเดียวกับสนามกีฬาที่ใช้ในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์และได้รับการยอมรับในมาตรฐานจากการกีฬาแห่งประเทศไทย, OCA (Olympic Council of Asia), Asian Indoor Games, Universiade, and SEA GAMES พร้อมกันนี้ยังได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการศึกษาต่อไปยังต่างจังหวัดที่เป็นเมืองสำคัญในประเทศไทยให้มีการเรียนการสอนตามหลักสูตรของคณะพลศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อให้บริการทางการศึกษาอย่างทั่วถึงและเข้าถึงความต้องการของนิสิตปริญญาตรี

ปัจจัยด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2555: ออนไลน์) คณะพลศึกษา ได้ดำเนินการจัดการประชุมสัมมนาและแสดงผลงานทางวิชาการด้านพลศึกษา สุขศึกษา นันทนาการและวิทยาศาสตร์การกีฬา ทั้งยังได้ส่งบุคลากรและนักศึกษาเข้าร่วมการสัมมนากับสมาคมสุขศึกษา พลศึกษา และนันทนาการแห่งประเทศไทยซึ่งจัดเป็นประจำทุกปี รวมถึงการเข้าเป็นผู้บริหารและกรรมการของสหพันธ์กีฬานานาชาติ (International Federation) กิจกรรมเหล่านี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อนักศึกษาและคณาจารย์ที่จะได้นำประสบการณ์ตรงมาถ่ายทอดให้กับนักศึกษา และมีเวทีที่เปิดกว้างให้นักศึกษาได้แสดงออกซึ่งความคิดเห็นที่หลากหลายทางวิชาการ อีกทั้งยังส่งเสริมให้มีการดำเนินการจัดกิจกรรมค่ายพักแรมทางด้านพลศึกษา สุขศึกษา นันทนาการและวิทยาศาสตร์การกีฬาให้กับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาเป็นประจำ นอกจากนี้ยังมีโครงการออกฝึกสอนและฝึกงาน เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์วิชาชีพและประสบการณ์การทำงานให้กับนิสิตที่เข้าศึกษาในหลักสูตรของคณะพลศึกษา

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษาของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนายุทธศาสตร์การวางแผนการบริหารคณะพลศึกษาและประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร ค่าใช้จ่ายในหลักสูตร สถานที่สำหรับใช้ในการจัดการเรียนการสอน รวมถึงกิจกรรมเสริมหลักสูตรต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียนต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษาของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

3. เพื่อหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของคณะพลศึกษา ได้แก่ หลักสูตรที่เปิดสอน ค่าบำรุงการศึกษา สถานที่ในการจัดการเรียนการสอน กิจกรรมเสริมหลักสูตรที่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการบริหารจัดการของคณะพลศึกษาเพื่อให้ตอบสนองและสอดคล้องกับความสนใจของนิสิตต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2553 ในระดับปริญญาตรี 4ปี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ใน 4 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาพลศึกษา สาขาวิชาสุขศึกษา สาขาวิชานันทนาการ และสาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จำนวน 1,365 คน

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 303 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 608-609) ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Random Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านอุปกรณ์และอาคารสถานที่ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา มีค่าความเที่ยงตรงด้วยการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.88 และในด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน เท่ากับ 0.84 ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา เท่ากับ 0.74 ด้านอุปกรณ์และสถานที่ในการจัดการเรียนการสอน เท่ากับ 0.86 ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร เท่ากับ 0.78 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหา

ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนิสิตปริญญาตรีคณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ นิสิตเห็นว่ามหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทางด้านพลศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความหลากหลายของสาขาวิชาในหลักสูตร และคณาจารย์มีชื่อเสียงทั้งทางด้านวิชาการและการปฏิบัติ และคณาจารย์มีความรู้ความสามารถ การจัดการเรียนการสอนเน้นทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ และการจัดการเรียนการสอนสามารถเพิ่มศักยภาพเกี่ยวกับกีฬา ตามลำดับ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามความเหมาะสม นิสิตเห็นว่าค่าอาหารและน้ำดื่มภายในบริเวณมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ อัตราค่าเล่าเรียนตลอดหลักสูตร และค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่จัดโดยมหาวิทยาลัย ค่าหอพักของมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ความพร้อมด้านอุปกรณ์และอาคารสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ห้องเรียนมีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ห้องเรียนพอเพียงสำหรับการจัดการเรียนการสอน และเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการยืมคืนอุปกรณ์กีฬา ตามลำดับ ความพร้อมด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คณะพลศึกษาจัดกิจกรรมกีฬาส่งเสริมด้านคุณธรรมและจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมกีฬาส่งเสริมความสามัคคี และนิสิตร่วมจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสาขาที่เรียนเพื่อบริการชุมชนหรือหน่วยงานต่างๆ ตามลำดับ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านอุปกรณ์และอาคารสถานที่ และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร สามารถทำนายการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ได้ร้อยละ 51.2 เขียนสมการทำนายได้ คือ $Y = 7.92 + 0.85X_1 + 0.52X_2 + 0.64X_4$

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษาของนิสิตปริญญาตรีคณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยได้ศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒและอภิปรายผลการศึกษาดังนี้ ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และหาปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ของนิสิตปริญญาตรี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

1. ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนิสิตปริญญาตรีคณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ใน 4 ด้าน

ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน โดยรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับ อรุณี โคตรสมบัติ (2542: 13) ที่กล่าวถึงลักษณะของสถาบันว่า สถาบันอุดมศึกษาสามารถจำแนกโดยพิจารณาจากรูปแบบของสถาบัน ซึ่งหมายถึงหลักสูตรที่เปิดสอน ซึ่งหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญต่อการเลือกศึกษาของผู้เรียน หลักสูตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและโดดเด่น จะเป็นเครื่องดึงดูดให้ผู้เรียนให้ความสนใจและคาดหวังที่จะเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษานั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ระวีวรรณ ภัทรปรีชา (2524) พบว่า ความชอบในหลักสูตรเป็นปัจจัยให้ผู้เรียนเลือกเรียนในหลักสูตรที่ตนเองชอบ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ นิสิตเห็นว่ามหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทางด้านพลศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความหลากหลายของสาขาวิชาในหลักสูตร และคณาจารย์มีชื่อเสียงทั้งทางด้านวิชาการและการปฏิบัติ และคณาจารย์มีความรู้ความสามารถ การจัดการเรียนการสอนเน้นทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ และการจัดการเรียนการสอนสามารถเพิ่มศักยภาพเกี่ยวกับกีฬา ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พรเทพ ลีทองอิน (2553: 69) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวิชาเอกพลศึกษาของศึกษาวิทยาลัยพลศึกษา ได้แก่ ความรักในกีฬา ความถนัด ทักษะทางร่างกายและความน่าสนใจในสาขาวิชาพลศึกษา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ นักศึกษาเห็นว่ามหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทางด้านพลศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความหลากหลายของสาขาวิชาในหลักสูตร และคณาจารย์มีชื่อเสียงทั้งทางด้านวิชาการและการปฏิบัติ และคณาจารย์มีความรู้ความสามารถ การจัดการเรียนการสอนเน้นทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ และการจัดการเรียนการสอนสามารถเพิ่มศักยภาพเกี่ยวกับกีฬา ตามลำดับ เช่นเดียวกับ เปรมชัย สโรบล (2542: 5) ได้กล่าวถึงเหตุจูงใจในการเข้าศึกษาต่อที่แบ่งได้ออกเป็น 6 ด้าน คือ ด้านลักษณะของสถาบัน ด้านสังคม ด้านเกียรติยศชื่อเสียง ด้านการประกอบอาชีพ ด้านความสนใจของตนเอง และด้านการทำตามความต้องการของผู้อื่น และสอดคล้องกับ พงมาศ กาญจนสุนทร (2547: 6) ที่ได้กล่าวถึงแรงจูงใจการเข้าศึกษาต่อแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านความถนัดและความสนใจในวิชาชีพ ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในวิชาชีพ ด้านความมีเกียรติยศชื่อเสียง และด้านอิทธิพลการชักจูงจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับ มุกดา ศรียงค์ และคนอื่นๆ (2539: ออนไลน์) ได้กล่าวว่า การเลือกสาขาหรือคณะที่จะศึกษานั้น มนุษย์ได้ถูกจูงใจจากสังคมให้เกิดความต้องการที่จะเรียนคณะที่สังคมนั้นๆนิยมชมชอบ และเมื่อเกิดพฤติกรรมตามสังคมแล้ว ก็จะได้รับส่งเสริมแรงตามที่บุคคลนั้นต้องการ

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามความเหมาะสม นิสิตเห็นว่าค่าอาหารและน้ำดื่มภายในบริเวณมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ อัตราค่าเล่าเรียนตลอดหลักสูตร และค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่จัดโดยมหาวิทยาลัย ค่าหอพักของมหาวิทยาลัยตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ละมัยภรณ์ เพียงไทรสง (2537: บทคัดย่อ)พบว่า ค่าใช้จ่ายในการศึกษาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อ ซึ่งสอดคล้องกับ ทรงกลด

กลืนหอม (2546: 35) พบว่า นักศึกษาและครอบครัวจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อศึกษาในระดับอุดมศึกษาสูงมาก กล่าวคือ ถ้าค่าใช้จ่ายในการศึกษาสูงความต้องการในการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาก็จะลดลง

ด้านความพร้อมด้านอุปกรณ์และอาคารสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ห้องเรียนมีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ห้องเรียนพอเพียงสำหรับการจัดการเรียนการสอน และเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการยืมคืนอุปกรณ์กีฬา ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอังสนา สารเจตตร (2547: 85-86) ที่ได้ศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเลือกเรียนคณะครุศาสตร์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า บรรยากาศสภาพแวดล้อม ความพร้อมและสถานที่เรียนภายในสถาบันอุดมศึกษา เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และสอดคล้องกับการศึกษาของ ผ่องศรี วาณิชย์ศุภวงศ์ (2546: บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษาถึงองค์ประกอบในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่า สถาบันอุดมศึกษาที่มีความพร้อมในการจัดการเรียนการสอน ไกลบ้านไม่ต้องเดินทางไกลและสะดวก เป็นปัจจัยหนึ่งที่ถูกผู้เรียนใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาที่จะเข้าศึกษาต่อ

ด้านความพร้อมด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คณะพลศึกษาจัดกิจกรรมกีฬาส่งเสริมด้านคุณธรรมและจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมกีฬา ส่งเสริมความสามัคคี และนิสิตร่วมจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสาขาที่เรียนเพื่อบริการชุมชนหรือหน่วยงานต่างๆ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวนโยบายของการจัดการเรียนการสอนของสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบันที่เน้นการลงสู่ชุมชน สร้างประโยชน์และเป็นพี่พี่ทางความรู้ เป็นผู้นำทางความคิด ให้แก่สังคมและชุมชน(สำนักงานการอุดมศึกษา: ออนไลน์)

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านอุปกรณ์และอาคารสถานที่ และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร มีความสัมพันธ์กัน ในทางบวกกับการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จะเห็นได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลยิ่งต่อการเลือกศึกษาต่อในคณะพลศึกษา เนื่องจากผู้ที่เลือกเรียนในคณะพลศึกษาจะศึกษาถึงปัจจัยพื้นฐานของส่วนประสมทางการตลาด เพื่อคำนวณถึงแนวโน้มของประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับการเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองในอนาคตเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ตนเองจะต้องจ่าย รวมถึงเวลาและความชอบส่วนบุคคลและอิทธิพลของครอบครัว คนที่เคียดแค้นและคนใกล้ชิด ซึ่งสอดคล้องกับ ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2547) ที่ได้กล่าวถึง ปัจจัยพื้นฐานซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาด ได้แก่ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคาจำหน่าย สถานที่จัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย อีกความหมายหนึ่งหมายถึง “ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งต้องใช้เป็นเครื่องมือร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย” ถือเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้เรียนที่จะเลือกเข้ามาศึกษาต่อ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดังนั้นการตลาด จะทำให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จได้ ขึ้นอยู่กับการปรับแต่งส่วนประสมของความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาด จะส่งผลให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้มากที่สุด

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา และด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร สามารถทำนายการเลือกศึกษาต่อคณะพลศึกษา ได้ร้อยละ 51.2 เขียนสมการทำนายได้ คือ $Y = 7.92 + 0.85X_1 + 0.52X_2 + 0.64X_4$ ด้านอุปกรณ์และสถานที่ นั้น ผู้เรียนเห็นว่าสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจะมีสนามกีฬา อุปกรณ์กีฬา และองค์ประกอบด้านอุปกรณ์และสถานที่ไม่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2555; จาก <http://www.moe.go.th>
- กระทรวงศึกษาธิการ. สำนักงานอุดมศึกษา. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2555; จาก <http://th.wikipedia.org>
- ชนงกรณ์ กุณศลบุตร. (2547). หลักการจัดการและองค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทรงกลด กลิ่นหอม. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อสายสามัญและสาย อาชีพ ของนักศึกษาโรงเรียนวัดอ่างแก้ว(จิบ ปานข่า) เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธัญชนก แสงส่ง. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เปรมชัย สโรบล. (2542). เหตุจูงใจในการศึกษาต่อโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าของนักเรียนเตรียมทหาร. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ผ่องศรี วิณิชยศุภวรงค์. (2546, กันยายน-ธันวาคม). องค์ประกอบในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับ มหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับ สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 9(3): 257-274.
- พจมาศ กาญจนสุนทร. (2547). การศึกษาแรงจูงใจในการเลือกเรียนวิชาการบริหารการศึกษาของ นิสิตระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การบริหาร การศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรเทพ ลีทองอิน. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนวิชาเอกพลศึกษาของนักศึกษา วิทยาลัย. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (พลศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2555). ข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2555; จาก <http://www.swu.ac.th/history.php>.

- (2555). ข้อมูลเกี่ยวกับคณะพลศึกษาและหลักสูตรของคณะพลศึกษา. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2555; จาก <http://pe.swu.ac.th/newsite/history.html>.
- (2555). หลักสูตรที่เปิดสอน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2555; จาก http://supreme.swu.ac.th/register/curriculum/curriculum_menu.php?hidPageSeq=0.
- มาตรฐานการศึกษาเพื่อการประเมินคุณภาพภายนอก ระดับอุดมศึกษา (สมศ.). (2555). สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2555; จาก http://www.edu.chula.ac.th/eduinfo/qa_sms.htm.
- มุกดา ศรียงค์; และคนอื่นๆ. (2539). จิตวิทยาทั่วไป. **General Psychology**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ระวีวรรณ ภัทรปรีชา. (2524). การศึกษาองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกวิชาฝรั่งเศสเป็น วิชาเอกของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ละมัยภรณ์ เพียงไทรสง. (2537). การศึกษาแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อโรงเรียนในโครงการขยาย โอกาสทางการศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดเพชรบูรณ์. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การมัธยมศึกษา). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย นเรศวร.
- วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา และคณะ. (2541). รายงานการวิจัยเอกสารเรื่องการพัฒนากระบวนการ เรียนรู้ในระดับปริญญาตรี. กรุงเทพฯ: ทบวงมหาวิทยาลัย.
- อังสนา สารเฉลวตร. (2547). ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเลือกเรียนในคณะครุศาสตร์ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันราชภัฏจันทรเกษมกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรุณี โคตรสมบัติ. (2542). การศึกษาทัศนะของผู้บริหาร อาจารย์และนักศึกษา เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานักศึกษา สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (อุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kotler. (2000:98). **Marketing management**. Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.
- Robert V. Krejcie; & Earyle W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Education and Psychological Measurement**. 30(30): 608.