

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้รวบรวมเอกสารและสรุปเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย จึงเสนอเนื้อหา โดยแบ่งออกตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการศึกษา
 - 1.1 ประวัติการศึกษาไทย
 - 1.2 ลักษณะการบริหารจัดการระดับบัณฑิตศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
 - 1.3 การประกันคุณภาพภายใน (สกอ.)
 - 1.4 บทบาทและหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา
 - 1.5 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสถานศึกษา
 - 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
 - 3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 3.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
 - 3.4 ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการศึกษา

1.1 ประวัติการศึกษาไทย

การจัดการศึกษาของประเทศไทยมีวิวัฒนาการมาตั้งแต่สมัยโบราณเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันด้วยความเชื่อที่ว่าการศึกษาช่วยกำหนดทิศทางของชาติ เพื่อพัฒนาคนไทยให้มีความพร้อมที่จะเป็น

กำลังสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า ความเป็นมาของการศึกษาไทยมีประวัติที่น่าสนใจแบ่งออกได้ 3 ช่วง ดังนี้ (ประไพ เอกอุ่น. 2552 : 61)

ช่วงที่ 1 การศึกษาของไทยสมัยโบราณ (พ.ศ. 1781 - 2411)

การศึกษาสมัยนี้เป็นการศึกษาแบบสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีที่มีมาแต่เดิม จำเป็นที่คนไทยในสมัยนั้นต้องขวนขวายหาความรู้จากผู้รู้ในชุมชนต่างๆ ซึ่งการศึกษาในสมัยนี้มีบ้านและวัดเป็นศูนย์กลางของการศึกษา เช่น บ้านเป็นสถานที่อบรมกล่อมเกลาคิดใจของสมาชิกภายในบ้าน โดยมีพ่อและแม่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดอาชีพและอบรมลูกๆ วัดเป็นสถานที่รวมเอานักปราชญ์สาขาต่างๆ มาเป็นขุนนางรับใช้เบื้องพระยุคลบาท โดยเฉพาะงานช่างศิลปหัตถกรรมเพื่อสร้างพระราชวังและประกอบพระราชพิธีต่างๆ ซึ่งเป็นสถานที่ที่ถ่ายทอดความรู้ต่างๆ จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ส่วนวัดเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา พระจะทำหน้าที่ในการอบรมสั่งสอนธรรมะแก่พุทธศาสนิกชน โดยเฉพาะผู้ชายไทยมีโอกาสได้ศึกษาธรรมะและบวชเรียนในสังฆมไทยจึงนิยมให้ผู้ชายบวชเรียนก่อนแต่งงานทำให้มีคุณธรรมและจิตใจมั่นคงสามารถครองเรือนได้อย่างมีความสุข นอกจากนี้ ผู้ที่มาบวชเรียนมาแสวงหาความรู้เรื่องธรรมะในวัดแล้ว ยังสามารถแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดความรู้ในด้านศิลปวิทยาการต่างๆ ที่เคยได้อบรมจากครอบครัวมา จะเห็นได้ว่าสถาบันทั้งสามนี้ล้วนแต่มี บทบาทในการศึกษาอบรมสำหรับคนไทยในสมัยนั้น ในการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง นอกจากนี้ในชุมชนต่างๆ ก็มีภูมิปัญญามากมายซึ่งมีปราชญ์แต่ละสาขาวิชา เช่น ด้านการก่อสร้าง หัตถกรรม ศิลปกรรม ประติมากรรม และแพทย์แผนโบราณ เป็นต้น ส่วนพระมหากษัตริย์ในสมัยนี้มีพระราชกรณียกิจอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดการศึกษาในสมัยนั้นและมีอิทธิพลต่อมา กล่าวคือ พ่อขุนรามคำแหงมหาราชและพระมหาธรรมราชาที่ 1 (พระเจ้าลิไท) ซึ่งพระราชกรณียกิจที่สำคัญ เช่น การประดิษฐ์อักษรไทยขึ้นครั้งแรก โดยทรงดัดแปลงมาจากตัวหนังสือขอมและมอญ อันเป็นรากฐานด้านอักษรศาสตร์จนนำมาสู่การพัฒนาปรับปรุงเป็นอักษรไทยในปัจจุบัน ศิลปินหลักที่ 1 จึงเป็นศิลปินที่จารึกเป็นอักษรไทยให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสุโขทัยในด้านประวัติศาสตร์ส่วนการบำรุงพุทธศาสนา ในรัชกาลพระมหาธรรมราชาที่ 1 (พระเจ้าลิไท) ทำให้พระพุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองมากในสมัยนี้ ด้วยเหตุผลที่ว่าพระองค์ทรงสละราชสมบัติออกบวชเป็นพระภิกษุชั้วระยะหนึ่ง นับเป็นแบบอย่างของการบวชเรียนในสมัยต่อมา การที่พระองค์ทรงจัดระเบียบการปกครองคณะสงฆ์โดยกำหนดให้ การปกครองสงฆ์ออกเป็นสองคณะ กล่าวคือ คณะอริยวาสิและคณะคามวาสี และการที่พระองค์ทรงพระนิพนธ์หนังสือไตรภูมิพระร่วง ซึ่งเป็นหนังสือเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาที่มุ่งเน้นการสอนศีลธรรมให้ราษฎรประพฤติแต่สิ่งที่ดีงามละเว้นความชั่ว ผู้ประพฤติดีจะได้ขึ้นสวรรค์ผู้ประพฤติชั่วจะต้องตกนรก ซึ่งพระองค์ทรงบรรยายไว้อันน่าสะพรึงกลัวนับเป็นวรรณคดีร้อยแก้วที่มี

ความสำคัญที่สุดในสมัยสุโขทัย โดยกล่าวถึงโลกมนุษย์ สวรรค์และนรกเป็นวรรณคดีที่ได้รับการกล่าวอ้างถึงในวรรณกรรมต่างๆ และเป็นวรรณคดีที่มีความสำคัญต่อคำสอนในพุทธศาสนา มาจนถึงปัจจุบันนี้

การศึกษาของไทยสมัยโบราณจำแนกออกได้เป็น 3 สมัย ซึ่งมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. สมัยสุโขทัย (พ.ศ. 1781-1921) มีลักษณะการจัด ดังนี้ รูปแบบการจัดการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ฝ่าย กล่าวคือ ฝ่าย อาณาจักรแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งเป็นการจัดการศึกษาสำหรับผู้ชายที่เป็นทหาร เช่น มวย กระบี่ กระบองและอาวุธต่างๆ ตลอดจนวิธีการบังคับม้า ช้าง ตำราพิชัยยุทธซึ่งเป็นวิชาชั้นสูงของผู้ที่จะเป็นแม่ทัพนายกอง และส่วนที่สอง พลเรือน เป็นการจัดการศึกษาให้แก่พลเรือนผู้ชายเรียนคัมภีร์ไตรเวทโหราศาสตร์ เวชกรรม ฯลฯ ส่วนพลเรือนผู้หญิงให้เรียนวิชาช่างสตรี การปัก การย้อม การเย็บ การถักทอ นอกจากนั้นมีการอบรมบ่มนิสัย กิริยามารยาท การทำอาหารการกินเพื่อเตรียมตัวเป็นแม่บ้านแม่เรือนที่ดีต่อไป ฝ่ายศาสนาจักร เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาการจัดการศึกษาในสมัยสุโขทัย จึงเป็นการจัดการศึกษาที่เน้นพระพุทธศาสนาและศิลปศาสตร์ สมัยนี้พ่อขุนรามคำแหงได้นำช่างชาวจีนเข้ามาเผยแพร่การทำถ้วยชามสังคโลกให้แก่คนไทย และหลังจากที่ทรงประดิษฐ์อักษรไทยแล้วงานด้านอักษรศาสตร์เจริญขึ้น มีการสอนภาษาไทยในพระบรมมหาราชวัง มีวรรณคดีที่สำคัญ คือ หนังสือไตรภูมิพระร่วง และตำรับทำวศรีจุฬาลักษณ์

สำหรับสถานศึกษาในสมัยสุโขทัย ประกอบด้วย 1) บ้าน เป็นสถาบันสังคมพื้นฐานที่ช่วยทำหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้ด้านอาชีพตามบรรพบุรุษ การก่อสร้างบ้านเรือน ศิลปการป้องกันตัวสำหรับเด็กผู้ชายและการบ้านการเรือน เช่น การจับพลู การทำอาหารและการทอผ้าสำหรับเด็กผู้หญิง เป็นต้น 2) สำนักสงฆ์ เป็นสถานศึกษาที่สำคัญของราษฎรทั่วไป เพื่อหน้าที่ขัดเกลาจิตใจ และแสวงหาธรรมะต่างๆ 3) สำนักราชบัณฑิต เป็นบ้านของบุคคลที่ประชาชนยกย่องว่ามีความรู้สูง บางคนก็เป็นขุนนางมียศถาบรรดาศักดิ์ บางคนก็เคยบวชเรียนแล้วจึงมีความรู้ แดกฉานในแขนงต่างๆ และ 4) พระราชสำนัก เป็นสถานศึกษาของพระราชวงศ์และบุตรหลานของขุนนางในราชสำนักมีพรหมณ์หรือราชบัณฑิตเป็นครูสอน

สำหรับวิชาที่สอนไม่ได้กำหนดตายตัว แบ่งออกได้คือ 1) วิชาความรู้สามัญ สันนิษฐานว่าในช่วงต้นสุโขทัยใช้ภาษาบาลี และสันสกฤตในการศึกษา ต่อมาในสมัยหลังจากที่พ่อขุนรามคำแหงได้ทรงประดิษฐ์ อักษรไทยขึ้นใช้เมื่อ พ.ศ. 1826 จึงมีการเรียนภาษาไทยกัน 2) วิชาชีพ เรียนกันตามแบบอย่างบรรพบุรุษ ตระกูลใดมีความชำนาญด้านใดลูกหลานจะมีความถนัดและประกอบอาชีพตามแบบอย่างกันมา เช่น ตระกูลใดเป็นแพทย์ก็จะสอนบุตรหลานให้เป็นแพทย์ 3) วิชาจริยศึกษา สอนให้เคารพนับถือบรรพบุรุษ การรู้จักกตัญญูรู้คุณการรักษาขนบธรรมเนียม

ประเพณีดั้งเดิม และการรู้จักทำบุญให้ทาน ถือศีลในระหว่างเข้าพรรษา เป็นต้น และ 4) วิชาศิลปะ ป้องกันตัว เป็นการสอนให้รู้จักการใช้อาวุธ การบังคับสัตว์ที่ใช้เป็นพาหนะในการออกศึกและตำรา พิชัยยุทธ

2. สมัยกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ. 1893 - 2310) กรุงศรีอยุธยาซึ่งเป็นราชธานีอันยาวนาน 417 ปี ซึ่งมีความเจริญทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนับเกิดจากมี ชนชาติต่าง ๆ ในเอเชียเข้ามาติดต่อค้าขายและเข้ามาเพื่อตั้งหลักแหล่งหากินในดินแดนไทย เช่น จีน มอญ ญวน เขมร อินเดียและอาหรับ และตั้งแต่วราชสมัยพระรามาธิบดีที่ 2 ชาติตะวันตกได้เริ่มเข้ามา ติดต่อค้าขาย เช่น ชาติโปรตุเกสเข้ามาเป็นชาติแรก และมีชนชาติอื่นๆ ติดตามมา เช่น ฮอลันดา ฝรั่งเศส อังกฤษ เป็นต้น มีผลให้การศึกษาไทยมีความเจริญขึ้น โดยเฉพาะในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้า ปรสาททองและสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ซึ่งลักษณะการจัดการศึกษาสมัยกรุงศรีอยุธยามี รูปแบบการจัดการศึกษา ดังนี้

2.1 การศึกษาวิชาสามัญ เน้นการอ่าน เขียน เรียนเลข อันเป็นวิชาพื้นฐานสำหรับการ ประกอบสัมมาอาชีพของคนไทย พระโหราธิบดีได้แต่งแบบเรียนภาษาไทย ชื่อ จินตามณี ถวายสมเด็จพระ นารายณ์มหาราชซึ่งใช้เป็นแบบเรียนสืบมาเป็นเวลานาน

2.2 การศึกษาทางด้านศาสนา วัดยังมีบทบาทมากในสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว บรมโกศ พระองค์ทรงส่งเสริมพุทธศาสนาโดยทรงวางกฎเกณฑ์ไว้ว่าประชาชนคนใดไม่เคยบวช เรียนเขียนอ่านมาก่อน จะไม่ทรงแต่งตั้งให้เป็นข้าราชการและในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เป็นต้นมา มีนักสอนศาสนาหรือมิชชันนารีได้จัดตั้งโรงเรียนสอนหนังสือและวิชาอื่น ๆ ขึ้นเรียก โรงเรียนมิชชันนารีนี้ว่า โรงเรียนสามเณร เพื่อชักจูงให้ชาวไทยหันไปนับถือศาสนาคริสต์

2.3 การศึกษาทางด้านภาษาศาสตร์และวรรณคดี ปรากฏว่ามีการสอนทั้งภาษาไทย บาลี สันสกฤต ฝรั่งเศส เขมร พม่า มอญ และภาษาจีน ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีวรรณคดีหลายเล่ม เช่น เสือโคคำฉันท์ สมุทรโฆษคำฉันท์ อนิรุทธ์คำฉันท์ และกำสรวลศรีปราชญ์ เป็นต้น

2.4 การศึกษาของผู้หญิง มีการเรียนวิชาชีพ การเรือนการครัว ทอผ้า ตลอดจน กิริยามารยาท เพื่อป้องกันไม่ให้เขียนเพลงยาวโต้ตอบกับผู้ชาย แต่ผู้หญิงที่อยู่ใน ราชตระกูลเริ่ม เรียนภาษาไทยตลอดทั้งการประพันธ์ด้วย ในสมัยนี้โปรตุเกสเป็นชาติแรกที่นำวิธีการทำขนมหวาน ที่ใช้ใหม่มาเป็นส่วนผสม เช่น ทองหยิบ ฟอยทอง มาเผยแพร่จนขนมเหล่านี้เป็นเอกลักษณ์ขนมหวาน ของไทยในปัจจุบัน

2.5 การศึกษาวิชาการด้านทหาร มีการจัดระเบียบการปกครองในแผ่นดิน สมเด็จพระบรมไตรโลกนาถทรงแยกราชการฝ่ายทหารและฝ่ายพลเรือนออกจากกัน หัวหน้าฝ่ายทหาร

เรียกว่า สมุหกลาโหม ฝ่ายพลเรือนเรียกว่า สมุหนายก ในรัชสมัยพระรามาธิบดีที่ 2 ทรงจัดวางระเบียบทางการทหาร มีการทำบัญชี คือ การเกณฑ์คนเข้ารับราชการทหาร ผู้ชายอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไปถึง 60 ปี เรียกว่าไพร่หลวง เชื่อว่าต้องมีการศึกษาวิชาการทหาร เป็นการศึกษาด้านพลศึกษาสำหรับผู้ชาย ฝึกระเบียบวินัยเพื่อฝึกรบให้เป็นกำลังสำคัญของชาติ

สถานศึกษาในสมัยกรุงศรีอยุธยายังคงเหมือนกับสมัยสุโขทัย ที่แตกต่างกันออกไป คือ มีโรงเรียนมิชชันนารี เป็นโรงเรียนที่ชาวตะวันตกได้เข้ามาสร้างเพื่อเผยแพร่ศาสนาและขณะเดียวกันก็สอนวิชาสามัญด้วย

เนื้อหาวิชาที่สอน ได้แก่ 1) วิชาสามัญ มีการเรียนวิชาการอ่าน เขียน เลข ใช้แบบเรียนภาษาไทยจินตคณิต 2) วิชาชีพรู้กันไปในวงศ์ตระกูล สำหรับเด็กผู้ชายได้เรียนวิชาวาดเขียนแกะสลัก และช่างฝีมือต่าง ๆ ที่พระสงฆ์เป็นผู้สอนให้ ส่วนเด็กผู้หญิงเรียนรู้การบ้านการเรือนจากพ่อแม่สมัยต่อมาหลังชาติตะวันตกเข้ามาแล้วมีการเรียนวิชาชั้นสูงด้วย เช่น ดาราศาสตร์ การทำน้ำประปาการทำปืน การพาณิชย์ แพทยศาสตร์ ตำรายา การก่อสร้าง ตำราอาหาร เป็นต้น 3) ด้านอักษรศาสตร์ มีการศึกษาด้านอักษรศาสตร์ มีวรรณคดีหลายเล่มที่เกิดขึ้น เช่น สมุทรโฆษคำฉันท์ และกำสรวลศรีปราชญ์ เป็นต้น อีกทั้งมีการสอนภาษาไทย บาลี สันสกฤต ฝรั่งเศส เขมร พม่า มอญ และจีน 4) วิชาจริยศึกษา เน้นการศึกษาด้านพระพุทธศาสนามากขึ้น เช่นในสมัยพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ ทรงกวัดขັນในเรื่องการศึกษาหลักธรรมของพระพุทธศาสนา มีการกำหนดให้ผู้ชายที่เข้ารับราชการทุกคนจะต้องเคยบวชเรียนมาแล้ว เกิดประเพณีการอุปสมบทเมื่ออายุครบ 20 ปี นอกจากนี้ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์ทรงให้เสรีภาพไม่กีดกันศาสนา ทรงอุปถัมภ์พวกสอนศาสนา เพราะทรงเห็นว่าศาสนาทุกศาสนาต่างสอนให้คนเป็นคนดี และ 5) วิชาพลศึกษายังคงเหมือนสมัยสุโขทัย

3. สมัยธนบุรีและรัตนโกสินทร์ตอนต้น (พ.ศ. 2311 - 2411) การศึกษาในสมัยนี้ บ้านและวัดยังคงมีบทบาทเหมือนเดิม การจัดการศึกษาในช่วงนี้ มีดังนี้

3.1 สมัยพระเจ้ากรุงธนบุรีเป็นระยะเก็บรวบรวมสรรพตำราจากแหล่งต่าง ๆ ที่รอดพ้นจากการทำลายของพม่า เน้นการทำนุบำรุงตำราทางศาสนา ศิลปะและวรรณคดี

3.2 สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงฟื้นฟูการศึกษาด้านอักษรศาสตร์ วรรณคดี มีการแต่งรามเกียรติ์ได้เค้าโครงเรื่องมาจากอินเดียเรื่อง รามายณะ ศิลปะ กฎหมาย เช่น กฎหมายตราสามดวง และหลักกรรมทางศาสนา มีการสังคายนาพระไตรปิฎก

3.3 สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย เริ่มมีชาวยุโรปเช่น ชาติโปรตุเกส เข้ามาติดต่อทางการค้ากับไทยใหม่ หลังจากเลิกกันไปเมื่อประมาณปลายสมัยอยุธยา และชาติอื่น ๆ ตามเข้ามาอีกมากมาย เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส ฮอลันดา เป็นต้น เนื่องจากยุโรปมีการปฏิวัติอุตสาหกรรม

ทำให้เปลี่ยนระบบการผลิตจากการใช้มือมาใช้เครื่องจักร พลังงานจากไอน้ำสามารถผลิตสินค้าได้มากขึ้นจึงต้องหาแหล่งระบายสินค้า ในสมัยนี้ได้ส่งเสริมการศึกษาทั้งวิชาสามัญ โหราศาสตร์ ดาราศาสตร์ จริยศาสตร์ มีการตั้งโรงงานหลวงขึ้นในพระบรมมหาราชวังเป็นที่ให้การศึกษา

3.4 สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงส่งเสริมการศึกษาด้านศาสนาเป็นพิเศษ มีการจารึกวิชาความรู้สามัญและวิชาชีพลงในแผ่นศิลาประดับไว้ตามระเบียบวัดพระเชตุพน จนมีผู้กล่าวว่าเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของไทย มีการใช้หนังสือไทยชื่อ ประถม ก กา และประถมมาลา นับเป็นแบบเรียนเล่มที่ 2 และ 3 ต่อจากจินดามณีของพระโหราธิบดี ต่อมานายแพทย์ ดี บี บริดเลย์ได้นำกิจการแพทย์สมัยใหม่ เช่น การผ่าตัดเข้ามารักษาคนไข้และการตั้งโรงพิมพ์หนังสือไทยเป็นครั้งแรกใน พ.ศ. 2379 โดยรับจ้างพิมพ์เอกสารทางราชการเรื่องห้ามสูบบุหรี่ จำนวน 9,000 ฉบับ เมื่อพ.ศ. 2382

3.5 สมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในสมัยนี้ชาวยุโรป และอเมริกันเริ่มเข้ามาติดต่อค้าขายและสอนศาสนา มีการนำวิทยาการสมัยใหม่ ๆ เข้ามาปรับใช้ในเมืองไทยเพิ่มขึ้น และพระองค์ทรงเห็นความสำคัญของการศึกษาจึงทรงจ้างนางแอนนา เอช เลียวโนเวนส์ มาสอนสมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอ เมื่อ พ.ศ. 2405 จนรอบรู้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี ลักษณะการจัดการศึกษาเป็นแบบเดิมทั้งวัดและบ้าน ในส่วนวิชาชีพและวิชาสามัญ มีอักษรศาสตร์ ธรรมชาติวิทยาหรือวิทยาศาสตร์การศึกษาของไทยสมัยโบราณ (พ.ศ. 1780 – พ.ศ. 2411) ยังเน้นการจัดการศึกษาที่วัดและบ้าน โดยมีหลักสูตรเกี่ยวกับการอ่านและเขียนภาษาไทยทั้งในด้าน โคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน โหราศาสตร์ และไสยศาสตร์จากอักษรมคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนา มาจนกระทั่งในสมัยพระนารายณ์มหาราชเริ่มใช้หนังสือจินดามณีเล่มแรก ต่อมา มีประถม ก กา และประถมมาลา ส่วนครูผู้สอนได้แก่พระภิกษุ นักปราชญ์ราชบัณฑิต พ่อแม่ ช่างวิชาชีพต่างๆ สำหรับการวัดผลไม่มีแบบแผนแต่มักจะเน้นความจำและความสามารถในการประกอบอาชีพจึงจะได้รับการยกย่องและได้รับราชการ

ช่วงที่ 2 การศึกษาของไทยสมัยปฏิรูปการศึกษา (พ.ศ. 2412-2475)

การศึกษาของไทยในช่วงนี้มุ่งให้คนเข้ารับราชการและมีความรู้ทัดเทียมฝรั่งแต่ไม่ใช่ฝรั่ง (เดโช สวานานนท์. 2552 : 7) แบ่งออกเป็น 3 รัชสมัย ดังนี้

1. รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หลังจากที่พระองค์ได้ครองราชย์แล้ว ทรงปรับปรุงประเทศให้เจริญรุ่งเรืองในทุกๆ ด้าน ทั้งด้านการปกครอง การศาล การคมนาคม และสาธารณสุข เป็นต้น โดยเฉพาะด้านการศึกษาที่พระองค์ได้ทรงตระหนัก เพื่อปรับปรุงคนในประเทศให้มีความรู้ความสามารถจะช่วยให้ ประเทศชาติมีความเจริญก้าวหน้าในทุกๆ ด้าน ดังพระราชดำรัสที่ว่า “วิชาหนังสือเป็นวิชาที่น่านับถือและเป็นที่น่าสรรเสริญมาแต่โบราณว่า เป็นวิชาอย่างประเสริฐซึ่งผู้ยิ่งใหญ่ นับแต่พระมหากษัตริย์เป็นต้นมา ตลอดจนราษฎรพลเมืองสมควรและ

จำเป็นจะต้องรู้เพราะเป็นวิชาที่อาจทำให้การทั้งปวงสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่าง (ประไพ เอกอุ้น. 2552 : 83 - 84) การที่พระองค์ทรงเห็นความสำคัญของการศึกษา จึงได้มีการจัดการศึกษาอย่างมีระเบียบแบบแผน (Formal education) มีโครงการศึกษาชาติ มีโรงเรียนเกิดขึ้นในวังและในวัด มีการกำหนดวิชาที่เรียน มีการเรียนการสอนไล่ และมีทุนเล่าเรียนหลวงให้ไปศึกษาวิชา ณ ต่างประเทศ ซึ่งปัจจัยที่มีผลในการปฏิรูปการศึกษาในครั้งนี้มีหลายปัจจัย ได้แก่

1.1 แนวคิดและวิทยาการต่างๆ ของชาติตะวันตก ซึ่งคณะมิชชันนารีได้นำวิทยาการเข้ามาเผยแพร่ในด้านการแพทย์ การพิมพ์หนังสือและระบบโรงเรียนของพวกสอนศาสนา ตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวและพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวสืบเนื่องมาถึงในสมัยนี้ เป็นเหตุให้ไทยต้องรับและปรับปรุงแนวคิดในการจัดการศึกษาขึ้นเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศ

1.2 ภัยจากการคุกคามของประเทศมหาอำนาจในต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 หรือปลายพุทธศตวรรษที่ 24 ลัทธิจักรวรรดินิยมกำลังแผ่ขยายมายังประเทศต่างๆ ในเอเชียซึ่งประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า ลาว เวียดนาม และมลายู เป็นต้น ต่างตกอยู่ภายใต้การปกครองของประเทศมหาอำนาจ ส่วนประเทศไทยมีจุดอ่อนทั้งในเรื่องความล้าหลัง ระบบการปกครองและการกำหนดเขตแดนที่ชัดเจนพระองค์จึงทรงห่วงใยบ้านเมือง จึงดำเนินนโยบายต่างประเทศแบบประนีประนอมและเร่งปรับปรุงประเทศ โดยเน้นการศึกษาของชาติ

1.3 ความต้องการบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ เข้ามารับราชการเนื่องจากพระองค์ทรงปรับปรุงและขยายงานในส่วนราชการต่างๆ จึงจำเป็นต้องจัดตั้งโรงเรียนเพื่อสอนคนให้เข้ามารับราชการ

1.4 โครงสร้างของสังคมไทยได้มีการเปลี่ยนแปลง โดยมีการเลิกทาสและมีการติดต่อกับต่างประเทศมากขึ้น วัฒนธรรมแบบอย่างตะวันตกได้แพร่หลายจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงการศึกษา เพื่อให้ประชาชนได้รับการศึกษาเพิ่มขึ้น

1.5 การที่พระองค์ได้เสด็จต่างประเทศทั้งในเอเชียและยุโรป ทำให้ได้แนวความคิดเพื่อนำมาปฏิรูปการศึกษาและใช้เป็นแนวทางพัฒนาบ้านเมือง

การจัดตั้งสถานศึกษาสมัยปฏิรูปการศึกษา มีดังนี้

พ.ศ. 2414 จัดตั้งโรงเรียนหลวงขึ้นในพระบรมมหาราชวัง เพื่อฝึกคนให้เข้ารับราชการ มีพระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) ในขณะนั้นเป็นหลวงสารประเสริฐเป็นอาจารย์ใหญ่ โดยมีการสอนหนังสือไทย การคิดเลข และขนบธรรมเนียมราชการ นอกจากนี้มีการจัดตั้งโรงเรียนหลวงสำหรับสอนภาษาอังกฤษในพระบรมมหาราชวัง เกิดจากแรงผลักดันทางการเมืองที่ส่งผลให้

ไทยต้องเรียนรู้ภาษาอังกฤษ เพื่อจะได้เจรจากับมหาอำนาจตะวันตก และมีการส่งนักเรียนไทยไปศึกษาวิชาครูที่ประเทศอังกฤษ

พ.ศ. 2423 จัดตั้งโรงเรียนสุนันทาลัยในพระบรมมหาราชวังเป็นโรงเรียนสตรี

พ.ศ. 2424 ปรับปรุงโรงเรียนพระตำหนักสวนกุหลาบให้เป็นโรงเรียนนายทหารมหาดเล็ก ต่อมาได้กลายเป็นโรงเรียนข้าราชการพลเรือนใน พ.ศ. 2453 และ พ.ศ. 2459 ได้ตั้งเป็นจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2425 จัดตั้งโรงเรียนแผนกที่

พ.ศ. 2427 จัดตั้งโรงเรียนหลวงสำหรับราษฎรขึ้นตามวัดในกรุงเทพมหานครหลายแห่ง และแห่งแรกคือ โรงเรียนมหรณพาราม

พ.ศ. 2432 จัดตั้งโรงเรียนแพทย์ขึ้น เรียกว่า โรงเรียนแพทยากร ตั้งอยู่ที่ริมแม่น้ำหน้าโรงพยาบาลศิริราช ใช้เป็นที่สอนวิชาแพทย์แผนปัจจุบัน

พ.ศ. 2435 จัดตั้งโรงเรียนมูลศึกษาขึ้นในวัดทั่วไป ทั้งในกรุงเทพมหานครและหัวเมือง โดยประสงค์จะขยายการศึกษาเล่าเรียนหนังสือไทยให้แพร่หลายเป็นแบบแผนยิ่งขึ้น และตั้งโรงเรียนฝึกหัดครูเป็นแห่งแรกที่ตำบลโรงเรียนเด็ก ต่อมาย้ายไปอยู่ที่วัดเทพศิรินทราวาส

พ.ศ. 2437 นักเรียนฝึกหัดครูชุดแรก 3 คนสำเร็จการศึกษาได้รับประกาศนียบัตรเป็นครูสอนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

พ.ศ. 2449 ย้ายโรงเรียนฝึกหัดครู ซึ่งตั้งอยู่ที่วัดเทพศิรินทราวาส ไปรวมกับโรงเรียนฝึกหัดครูฝั่งตะวันตก (บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา) ปรับปรุงหลักสูตรให้สูงขึ้นเป็น โรงเรียนฝึกหัดอาจารย์สอนหลักสูตร 2 ปี รับนักเรียนที่สำเร็จมัธยมศึกษา

พ.ศ. 2456 ตั้งโรงเรียนฝึกหัดครูหญิงขึ้นเป็นครั้งแรกที่โรงเรียนเบญจมราชาลัย

การบริหารการศึกษาสมัยปฏิรูปการศึกษา กล่าวคือ เมื่อจำนวนโรงเรียนเพิ่มมากขึ้นจึงจำเป็นต้องมีหน่วยงานรับผิดชอบ การศึกษาเป็นส่วนหนึ่งต่างหาก เช่น พ.ศ. 2430 ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งกรมศึกษาธิการ โคนโอนโรงเรียนที่สังกัดกรมทหารมหาดเล็กมาทั้งหมด ให้กรมหมื่นดำรงราชานุภาพเป็นผู้บัญชาการอีกตำแหน่งหนึ่ง พ.ศ. 2432 รวมกรมศึกษาธิการเข้าไปอยู่ในบังคับบัญชาของกรมธรรมการ และ พ.ศ. 2435 ประกาศตั้งกระทรวงธรรมการ มีเจ้าพระยาภาสกรวงศ์ (พร บุนนาค) เป็นเสนาบดี มีหน้าที่ในการจัดการศึกษา การพยาบาล พิพิธภัณฑสถานและศาสนา

การจัดแบบเรียนหลักสูตรและการสอบไล่ พ.ศ. 2414 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พระยาศรีสุนทรโวหาร เพื่อใช้เป็นบทหลักสูตรวิชาชั้นต้น พ.ศ. 2427 กำหนดหลักสูตรชั้นประโยคหนึ่ง โดยอนุโลมตามแบบเรียนหลวงหกเล่ม นับเป็นปีแรกที่จัดให้มีการสอบไล่วิชาสามัญ และมีการกำหนดหลักสูตรชั้นประโยคสอง ซึ่งเป็นหลักสูตรที่เกี่ยวกับวิชาสามัญศึกษา หมายถึง ความรู้ต่าง ๆ

ที่ต้องการใช้สำหรับเสมียนในราชการพลเรือนตามกระทรวงต่าง ๆ พ.ศ. 2431 กรมศึกษาธิการจัดทำแบบเรียนเร็วใช้แทนแบบเรียนหลวงชุดเดิม ผู้แต่งคือ พระองค์เจ้าดิศวรกุมาร (กรมพระยาดำรงราชานุภาพ) 1 ชุด มี 3 เล่ม พ.ศ. 2433 ประกาศใช้พระราชบัญญัติวิชา พ.ศ. 2433 มีผลทำให้หลักสูตรภาษาไทยแบ่งออกเป็น 3 ประโยค หลักสูตรภาษาอังกฤษแบ่งออกเป็น 6 ชั้น พ.ศ. 2434 ได้แก้ไขการสอบไล่จากเดิมปีละครั้งเป็นปีละ 2 ครั้งเพื่อไม่ให้นักเรียนเสียเวลานานเกินไป

2. รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการศึกษา มีดังนี้ (ประไพ เอกอุ้น. 2542 : 24)

2.1 พระบรมราโชบายในการปกครองประเทศ เพื่อให้ประเทศมีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับนานาประเทศ โดยการส่งทหารไปร่วมกับฝ่ายสัมพันธมิตรในสงครามโลกครั้งที่ 1 นอกจากนี้พระองค์ทรงสร้างความรู้สึกราชาชาตินิยมในหมู่ประชาชนชาวไทยโดยมีสาระสำคัญของอุดมการณ์ชาตินิยม คือ ความรักชาติ ความจงรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์และความยึดมั่นในพุทธศาสนา

2.2 พระองค์ทรงศึกษาวิชาการจากต่างประเทศ และเมื่อเสด็จกลับมาแล้วพระองค์ได้ทรงนำเอาแบบอย่างและวิธีการที่เป็นประโยชน์มาใช้เป็นหลักในการปรับปรุงการศึกษา เช่น ทรงนำเอาแบบอย่างและวิธีการที่เป็นประโยชน์มาใช้เป็นหลักในการปรับปรุงการศึกษา เช่น ทรงนำเอาวิชาลูกเสือจากประเทศอังกฤษเข้ามาจัดตั้งกองเสือป่า พระองค์ทรงเป็นนักปราชญ์โดย ทรงแปลวรรณคดีต่างประเทศเป็นภาษาไทยและทรงนิพนธ์วรรณคดีไว้หลายเรื่อง

2.3 ผลอันเนื่องจากการจัดการศึกษาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อคนส่วนมากที่ได้รับการศึกษา มีความรู้และแนวคิดเกี่ยวกับการปกครองประเทศในระบอบรัฐธรรมนูญในระบอบรัฐสภา จึงมีความปรารถนาจะเปลี่ยนแปลงการปกครองไปเป็นระบอบประชาธิปไตย และปัญหาอันเกิดจากคนล้นงานและคนละทิ้งอาชีพและถิ่นฐานเดิม มุ่งที่จะหันเข้าสู่อาชีพราชการมากเกินไป

วิวัฒนาการในการจัดการศึกษา มีดังนี้

พ.ศ. 2453 ประกาศตั้งโรงเรียนข้าราชการพลเรือนเพื่อฝึกคนเข้ารับราชการตามกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ

พ.ศ. 2459 ได้ประกาศยกฐานะโรงเรียนข้าราชการพลเรือนนี้ ขึ้นเป็นจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นับเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศไทย

พ.ศ. 2454 ตั้งกองลูกเสือหรือเสือป่าขึ้นเป็นครั้งแรกโครงการศึกษา

พ.ศ. 2456 และฉบับแก้ไข พ.ศ. 2458 โดยมุ่งให้ประชาชนมีความรู้ทางด้านการทำงานมาหาเลี้ยงชีพตามอัธยาศัยของตน พยายามที่จะเปลี่ยนค่านิยมของประชาชนไม่ให้มุ่งที่จะเข้ารับราชการอย่างเดียว

พ.ศ. 2459 จัดตั้งกองลูกเสือหญิงและอนุภาคโรงเรียนกุลสตรีวังหลังและได้จัดตั้งกองลูกเสือหญิงขึ้น เรียกว่า เนตรนารี

พ.ศ. 2461 มีการปรับปรุงและขยายฝึกหัดครูขึ้นโดยโอนกลับมาขึ้นกับกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งเดิมเป็นแผนกหนึ่งของโรงเรียนข้าราชการพลเรือน

พ.ศ. 2461 ประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์

พ.ศ. 2464 ปรับปรุงโครงการศึกษาชาติ โดยวางโครงการศึกษาขึ้นใหม่เพื่อส่งเสริมให้ทำมาหาเลี้ยงชีพ นอกเหนือจากทำราชการ

พ.ศ. 2464 ใช้พระราชบัญญัติประถมศึกษาบังคับให้เด็กทุกคนที่มีอายุ 7 ปีบริบูรณ์หรืออย่างเข้าปีที่ 8 ให้เรียนอยู่ในโรงเรียนจนถึงอายุ 14 ปีบริบูรณ์หรืออย่างเข้าปีที่ 15 โดยไม่ต้องเสียค่าเล่าเรียน และมีการเรียกเก็บเงินศึกษาพลีจากประชาชนคนละ 1- 3 บาท เพื่อนำไปใช้จ่ายในการจัดดำเนินการประถมศึกษา

3. รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการศึกษาในสมัยนี้ มีดังนี้

3.1 ปัญหาการเมืองที่เกิดขึ้นภายในประเทศ มีกลุ่มผู้ตื่นตัวทางการเมืองในกรุงเทพฯ เรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีการวิพากษ์วิจารณ์ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช

3.2 ปัญหาสืบเนื่องจากอิทธิพลจักรวรรดินิยมตะวันตก ซึ่งตกค้างมาตั้งแต่รัชกาลก่อน ๆ

3.3 ปัญหาสืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ในระหว่าง พ.ศ.2463 - 2474 เศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ จนเป็นเหตุให้รัฐบาลต้องตัดทอนรายจ่ายลง มีการยุบหน่วยงานและปลดข้าราชการออก สร้างความไม่พอใจให้กับรัฐบาลระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์

3.4 ปัญหาสืบเนื่องจากการประกาศใช้กฎหมายการศึกษา คือ พระราชบัญญัติประถมศึกษา ทำให้การศึกษาแพร่หลายออกไป แต่ขาดความพร้อมทางด้านงบประมาณการศึกษา วิชาการการจัดการศึกษาในสมัยนี้ มีดังนี้

พ.ศ. 2469 เปลี่ยนชื่อกระทรวงธรรมการอย่างเดิม

พ.ศ. 2473 ยกเลิกการเก็บเงินศึกษาพลีคนละ 1 – 3 บาท จากผู้ชายทุกคนที่มีอายุระหว่าง 16 – 60 ปี โดยใช้เงินจากกระทรวงพระคลังมหาสมบัติอุดหนุนการศึกษาแทน

พ.ศ. 2474 ปรับปรุงกระทรวงธรรมการเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของประเทศ โดยยุบกรมสามัญศึกษาในตอนนั้น กระทรวงธรรมการจึงมีหน่วยงานเพียง 3 หน่วยคือ กองบัญชาการ กองตรวจการศึกษากรุงเทพฯ และกองสุขาภิบาลโรงเรียน และได้ยกเลิกระเบียบว่าด้วยการควบคุมแบบเรียน

ช่วงที่ 3 การศึกษาสมัยการปกครองระบอบรัฐธรรมนูญ (พ.ศ. 2475 – ปัจจุบัน)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการศึกษาของไทย มีดังนี้

1. นโยบายการจัดการศึกษาของคณะราษฎร ประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นระบอบประชาธิปไตยเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2475 คณะราษฎรซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันเปลี่ยนแปลงการปกครอง ได้วางเป้าหมายสำคัญหรืออุดมการณ์ของคณะราษฎร มีปรากฏอยู่ในหลัก 6 ประการ ข้อที่ 6 จะต้องให้การศึกษาอย่างเต็มที่แก่ราษฎร เพราะคณะราษฎรมีความเห็นว่าการที่จะให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการปกครองระบอบประชาธิปไตย จำเป็นต้องจัดการศึกษาให้กับประชาชนอย่างทั่วถึง เมื่อประชาชนมีการศึกษาดี้อย่างจะทำให้ประเทศชาติเจริญขึ้นด้วย ดังจะเห็นได้จากคำแถลงนโยบายของรัฐบาลพระยามโนปกรณ์นิติธาดา พ.ศ. 2475 กล่าวไว้ว่า การจัดการศึกษาเพื่อจะให้พลเมืองได้มีการศึกษาโดยแพร่หลาย ก็จะต้องอนุโลมตามระเบียบการปกครองที่ให้เข้าลักษณะเกี่ยวกับแผนเศรษฐกิจแห่งชาติ หลักสูตรของโรงเรียนและมหาวิทยาลัยจะต้องขยายให้สูงขึ้นเท่าเทียมอารยประเทศ ในกรณีนี้จะต้องเทียบหลักสูตรของนานาประเทศ หลักสูตรใดสูงถือตามหลักสูตรนั้น” รัฐบาลชุดต่อๆ มาก็ได้พยายามที่จะได้จัดการศึกษาให้ทั่วถึงในหมู่ประชาชนทั่วไป ถ้าวิเคราะห์ดูจากคำแถลงนโยบายของรัฐบาลพบว่า ได้ตั้งความหวังเรื่องการศึกษาไว้สูงเกิน ไปจะให้เท่าเทียมอารยประเทศ ซึ่งสภาพการณ์ในประเทศขณะนั้นยังไม่มีความพร้อม โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของประเทศในขณะนั้น เป็นผลให้เกิดปัญหาในการจัดการศึกษานับแต่นั้นเป็นต้นมา

2. การเกิดสงครามโลกครั้งที่สอง พ.ศ. 2484 - 2488 ประเทศไทยตกอยู่ในภาวะสงครามโลกครั้งที่สอง ซึ่งมีผลกระทบกระเทือนต่อประเทศไทยอย่างรุนแรงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและการศึกษาหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประเทศไทยได้รับความเสียหาย อันสืบเนื่องมาจากสงครามโลกครั้งที่สอง จึงจำเป็นต้องกู้เงินจากธนาคารโลกเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศและประเทศไทยสมัครเป็นสมาชิกองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ ทำให้ประเทศไทยได้รับความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ตลอดจนแนวคิดใหม่ๆ มาใช้ในการพัฒนาประเทศ ทำให้แนวคิดทางการศึกษาของไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงจากเดิมเป็นอย่างมาก

วิวัฒนาการการจัดการศึกษา มีดังนี้

พ.ศ. 2475 ประกาศใช้แผนการศึกษาชาติ หลังเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตยแล้ว โดยจัดตั้งคณะกรรมการการศึกษาและทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งสภาการศึกษา

พ.ศ. 2479 ประกาศใช้แผนการศึกษาชาติ ต่อมามีการปรับปรุงการจัดการศึกษาภาคบังคับจาก 6 ปี เหลือ 4 ปี และประกาศใช้แผนการศึกษาชาติ

พ.ศ. 2476 มีการปรับปรุงส่วนราชการในกระทรวงธรรมการและประกาศตั้งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการเมือง

พ.ศ. 2477 โอนคณะนิติศาสตร์ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไปสมทบกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการเมือง

พ.ศ. 2478 ประกาศใช้พระราชบัญญัติประถมศึกษาทั่วประเทศ

พ.ศ. 2488 ประกาศใช้พระราชบัญญัติครูพุทธศักราช 2488

พ.ศ. 2494 การประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 1

พ.ศ. 2503 ประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 2

พ.ศ. 2520 ประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 3 และปัจจุบันกำลังใช้แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ฉบับที่ 4 และพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 การปฏิวัติเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2501 ได้มีการจัดทำและนำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมาใช้ ซึ่งต่อมาได้ยกเลิกและจัดตั้งสภาการศึกษาขึ้นมาแทน สภานี้ได้พิจารณาเสนอแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2503 ขึ้นมา เป็นผลให้การศึกษาในระยะหลังได้เปลี่ยนไปอย่างมาก การศึกษาได้ขยายตัวขึ้นทุกระดับ เพราะประเทศกำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนา จึงจำเป็นจะต้องส่งเสริมให้พลเมืองได้รับการศึกษาที่ดีขึ้น เพื่อจะได้เป็นพลเมืองที่มีคุณภาพสามารถเพิ่มรายได้ของตน และช่วยยกฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศให้สูงขึ้น ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงได้ให้สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 - 2509) ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 - 2519) ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 - 2524) ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 - 2529) ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 - 2534) ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 - 2539) ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) และฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) ซึ่งการจัดการศึกษาในปัจจุบันได้มุ่งยึดแนวนโยบายที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) ได้จัดแผนการศึกษาระยะ เวลา 15 ปี เพื่อวางแนวทางในการพัฒนาการอย่างบูรณาการคุณภาพชีวิตในทุก ๆ ด้านและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์แนวนโยบาย มาตรการและกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสังคมไทย (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2545 : คำนำ)

ส่วนการจัดการศึกษาของประเทศไทยในสมัยการปกครองระบอบรัฐธรรมนูญ มีการขยายสถานศึกษาทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะในส่วนภูมิภาค เช่น

พ.ศ. 2503 เริ่มก่อสร้างและจัดตั้งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่และรับนิสิตใน พ.ศ. 2507

พ.ศ. 2509 เริ่มก่อสร้างมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ในภาคใต้

พ.ศ. 2514 จัดตั้งมหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรก

พ.ศ. 2521 จัดตั้งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งที่สอง

ความเคลื่อนไหวในทางการศึกษาได้นำไปสู่แนวคิดการพัฒนาระบบการบริหารและการจัดการศึกษาให้สามารถพัฒนาทรัพยากรบุคคลในชาติ ตามแนวทางพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มีผลทำให้โครงสร้างการบริหารงานและการจัดการศึกษาได้ปรับเปลี่ยนทั้งการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญการเปิดสอน ในสาขาวิชาการและวิชาชีพมุ่งพัฒนาให้ผู้รอบรู้เป็นคนเก่ง คนดีและใช้ชีวิตในสังคมอย่างมีความสุข การปรับโครงสร้างการบริหารการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการใหม่แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ สภาการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (กลุ่มครุเทคโนโลยี : เว็บไซท์) เมื่อกล่าวถึงการศึกษา คงไม่สามารถที่จะพูดถึงเฉพาะเรื่องของการศึกษาเท่านั้น เพราะประชากร สังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องอยู่กับการศึกษาอย่างแยกไม่ออก ดังเช่นเมื่อพิจารณาระบบการจัดการศึกษาของประเทศไทยบางยุคบางสมัย การศึกษาเป็นผลมาจากทางด้านการเมืองการปกครองบางสมัย การจัดการศึกษาก็เพื่อส่งผลไปสู่ด้านเศรษฐกิจหรือสังคม เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องการศึกษาไทยมากยิ่งขึ้น ควรได้ทราบถึงประวัติความเป็นมาตลอดถึงการเปลี่ยนแปลงที่มีขึ้นจากอดีตจวบจนปัจจุบัน ไทยเรามีประวัติการศึกษาควบคู่กับประวัติศาสตร์ เช่น ชาตินอื่น ๆ คือ ตั้งแต่สมัยล้านนา นโยบายการจัดการศึกษาต้องการให้คนไทยรู้จักตัวหนังสือให้สามารถอ่านเขียนหนังสือได้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาพระไตรปิฎก นอกจากนี้ยังมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ การต่อสู้ป้องกันตัว การเรียนการสอนใช้วัดเป็นส่วนใหญ่ (วณิช บรรจง, 2547 : 2) ตัวอักษรที่ใช้ในสมัยนั้นเป็นตัวอักษรไทยพวน หนังสือขอมและหนังสือฝักขาม เข้าสู่ยุคไทยมีอักษรใช้คือสมัยสุโขทัย จุดมุ่งหมายของการศึกษาก็เพื่อที่จะศึกษาพระไตรปิฎก เพราะเชื่อกันว่าพระไตรปิฎกคือประมวลวิชาการที่ไม่ได้มีความรู้อย่างเดียว แต่ยังสร้างวิชาคุณแก่ผู้เรียนและผู้ปฏิบัติตามด้วยผู้ศึกษาจบพระไตรปิฎก จะได้รับการยกย่องนับถือเหมือนผู้ศึกษาจบไตรเวทศาสนาพราหมณ์ และถือเป็นผู้บริสุทธิ์เป็นมงคลบุคคล (เจริญ ไวรวัจนกุล, 2552 : 15) เมื่อถึงสมัยอยุธยา ลักษณะการปกครองของไทยได้เปลี่ยนแปลงไปจากพ่อปกครองลูกเข้าสู่ระบบศักดินา การศึกษาจึงถูกจัดให้เป็นเครื่องมือในการสร้างฐานอำนาจ หรือรักษาอำนาจของตน ดังจะเห็นได้จากวรรณคดีที่แต่ง

ในยุคนี้จะเกิดทุนฐานันดรศักดิ์ และความมีอำนาจเหนือมนุษย์ของตัวพระตัวนางในบวรธรรมกรรม และใช้สารทางบาปบุญ นรก สวรรค์ เป็นแนวทางการสั่งสอนให้มนุษย์เกรงกลัวต่อบาป ไม่ละเมิด ระบบศักดินาของชนชั้นดังเช่นเรื่อง สมุทโฆษคำฉันท์ นันโทปนันทสูตร เป็นต้น (เจริญ ไวรวิจกุล. 2552 : 18) ต่อมากรุงศรีอยุธยาได้มีการติดต่อกับชาวต่างประเทศ จึงได้รับวิทยาการใหม่ ๆ ของชาวตะวันตก เพื่อการพัฒนาประเทศมีการเปิดสำนักสอนวิชาเฉพาะขึ้นอย่างกว้างขวาง กำหนดคุณสมบัติของผู้จะเข้ารับราชการ นำการสอนแบบ 3RS มาใช้ในไทย โดยเฉพาะสมัยแผ่นดินพระนารายณ์มหาราช นับเป็นยุคทองของไทยได้เปิดโรงเรียนสามเณร ซึ่งเป็นโรงเรียนที่บาทหลวงฝรั่งเศสตั้งขึ้นเริ่มการสอนภาษาต่างประเทศจนเกิดการเกรงกลัวต่อวัฒนธรรมตะวันตก นักปราชญ์ของไทยจึงได้แต่งแบบเรียนภาษาไทยเล่มแรกชื่อว่า จินตามณีขึ้นมา (สุภางค์ จันทวานิช. 2549 : 3) เข้าสู่สมัยรัตนโกสินทร์ยุคต้น การศึกษามีได้แตกต่างไปจากยุคก่อนมากนักมีการจัดตั้งโรงเรียนในรัชกาลที่ 2 เพื่อเลี้ยงอาหารและสอนวิชาการ จะเห็นได้ว่าการศึกษาของไทยเราทำที่ผ่านมามองการศึกษาว่าเป็นเครื่องมือที่จะพาให้หลุดพ้นจากกิเลสตัณหา ความดับชั้วนิรันดรคือนิพาน เชื่อในผลบุญในชาติปางก่อนที่ส่งผลมาสู่ชาติภพนี้ และบุญกรรมชาตินี้จะส่งผลสู่ภพหน้า การที่เรายากไร้ลำบากในชาตินี้ก็เพราะบุญกรรมที่ทำแต่ชาติปางก่อน ไม่มีทางที่จะแก้ไขเปลี่ยนแปลงไปได้ ดังนั้นในชาตินี้ควรที่จะประกอบผลบุญให้มากไว้ เพื่อชาติหน้าจะได้สบาย อิทธิพลความคิดความเชื่อทัศนคติเช่นนี้ยังติดตัวคนไทยมาจนถึงยุคปัจจุบัน

สมัยรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้มีการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงระบบการศึกษาอย่างมากมาย เนื่องจากเหตุผลทางการเมืองเห็นได้จากนโยบายการจัดการศึกษาของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีว่า

1. จัดการศึกษาเพื่อผลิตคนเข้ารับราชการ
2. จัดการศึกษาเพื่อผลิตคนให้มีความรู้ความสามารถแบบตะวันตก
3. เพื่อเปลี่ยนแปลงฐานของคนไทย (สมัย ชื่นสุข. 2550 : 91-92) การที่พระองค์ทรงมี

นโยบายจัดการศึกษา พัฒนาคนไทยให้มีความรู้แบบคนตะวันตก เพื่อเข้ารับราชการก็เพื่อไม่ให้ชาวตะวันตกดูแลคนไทยและประเทศไทย อีกทั้งสะดวกในการติดต่อกับชาวตะวันตก สามารถที่จะรู้ความคิดความอ่าน และรู้เท่าทันชาวตะวันตก เพื่อความอยู่รอดปลอดภัยของไทยโดยส่วนรวมมิให้เหมือนกับนานาประเทศเพื่อนบ้านที่ต้องเป็นเมืองขึ้นของประเทศตะวันตกสมัยนี้มีการจัดการศึกษาในระบบ โรงเรียนอย่างจริงจังได้ตั้งกระทรวงธรรมการเพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบด้านการศึกษา มีการประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติในรูปแบบโครงการการศึกษาปี พ.ศ. 2441 พ.ศ. 2445 และ พ.ศ. 2456 หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองได้มีแผนการศึกษาชาติ พ.ศ. 2475 แผนการศึกษาชาติ พ.ศ. 2479 แผนการศึกษาชาติ พ.ศ. 2494 และแผนการศึกษาชาติ พ.ศ. 2503

ซึ่งแผนการศึกษาดังกล่าวระบุแนวทางการจัดการศึกษา ปรัชญาและจุดมุ่งหมายของการศึกษาแต่ละระดับ โดยส่วนรวม กำหนดโครงสร้างของการศึกษา คือ กำหนดระดับการศึกษา กำหนดรายอายุผู้ที่ จะเข้าเรียนในระดับต่างๆ กำหนดชั้นเรียนและกำหนดความเกี่ยวเนื่องระหว่างระดับการศึกษา (เจื้อจันท์ จงสถิตอยู่. 2529 : 49) โดยทั่วไปมีระดับการศึกษาภาคบังคับหรือระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา หรือที่เรียกว่าระดับ 2 และระดับอุดมศึกษาเป็นการศึกษาระดับที่ 3 หลักสูตร การจัดการเรียนการสอน ทฤษฎีที่ใช้ในการเรียนการสอนของไทยยังนำเอาความรู้วิชาการ การจัดการเรียนการสอนตลอดถึงรูปแบบของการจัดการศึกษามาจากประเทศตะวันตกจวบจนถึง ปัจจุบัน แม้จะมีการปรับปรุงหลักสูตรก็ครั้งก็ตาม

สภาพการศึกษาไทย การจัดการศึกษาไทยมีระบบการบริหารเป็นระบบราชการที่เป็น ส่วนหนึ่งของระบบบริหารราชการแผ่นดิน แบ่งออกเป็นการบริหารส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และ ส่วนท้องถิ่น โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ ที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. บริหารส่วนกลาง หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่

1.1 สำนักนายกรัฐมนตรี มีสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติเป็นหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ

1.2 ทบวงมหาวิทยาลัย กำกับดูแลการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและ ของเอกชน

1.3 กระทรวงศึกษาธิการ รับผิดชอบการจัดการศึกษาระดับก่อนวัยเรียน ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา การศึกษานอกโรงเรียน การฝึกหัดครู นอกจากนี้ยังรับผิดชอบงานด้าน พลศึกษา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งมีหน่วยงานระดับกรม 14 หน่วยงาน และมีเขตการศึกษา 12 เขต

1.4 กระทรวงมหาดไทย มีองค์กรท้องถิ่นรับผิดชอบในการจัดการศึกษา ได้แก่ เทศบาลเมืองพัทยา และกรุงเทพมหานคร

1.5 กระทรวงอื่น ๆ จัดการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ โดยจัดการศึกษาใน 2 รูปแบบ ดังนี้

1.5.1 จัดการศึกษาเฉพาะกิจเพื่อเตรียมบุคคลเข้ารับราชการในหน่วยงานของตน เช่น กระทรวงกลาโหม มีโรงเรียนนายทหารทุกเหล่าทัพ วิทยาลัยพยาบาล วิทยาลัยแพทยศาสตร์ โรงเรียนดุริยางค์ โรงเรียนช่างฝีมือ โรงเรียนนายสิบ เป็นต้น กระทรวงสาธารณสุข มีวิทยาลัยพยาบาล โรงเรียนอนามัย กระทรวงคมนาคม มีโรงเรียนวิศวกรรมรถไฟ โรงเรียนไปรษณีย์โทรเลข เป็นต้น กระทรวงการคลัง มีโรงเรียนศุลกากรักษ์ และกระทรวงเกษตร มีโรงเรียนชลประทาน โรงเรียนป่าไม้ เป็นต้น

1.5.2 การจัดการศึกษาเพื่อสนองภารกิจของหน่วยงานของตน เช่น กรมพัฒนาชุมชน กรมอนามัย กรมการแพทย์ กรมแรงงาน กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน กรมการปกครอง นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานอิสระอื่น ๆ เช่น สภาวิชาชีพไทย เป็นต้น

2. การบริหารส่วนภูมิภาค มีเขตจังหวัดเป็นเขตจัดการศึกษา หน่วยงานการศึกษาในเขตจังหวัด แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 หน่วยงานส่วนจังหวัด ได้แก่ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สำนักงานศึกษาธิการอำเภอ และหน่วยงานที่เข้าสังกัดใน ส่วนกลางมอบอำนาจให้ผู้ว่าราชการจังหวัดดูแลรับผิดชอบ

2.2 หน่วยงานส่วนกลาง เป็นหน่วยงานส่วนงานที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดแต่ขึ้นตรงกับส่วนกลาง เช่น สำนักงานศึกษาธิการเขต มหาวิทยาลัย วิทยาลัยนาฏศิลป์ วิทยาลัยพลศึกษา วิทยาเขตต่าง ๆ ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

3. การบริหารส่วนท้องถิ่น หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่

3.1 สำนักงานการศึกษาท้องถิ่น กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยรับผิดชอบการศึกษา 2 หน่วย ดังนี้

3.1.1 เทศบาล จัดการศึกษาระดับประถมศึกษาในเขตเทศบาล

3.1.2 เมืองพัทยา จัดการศึกษาระดับประถมศึกษาในเขตเมืองพัทยา

3.2 สำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานครรับผิดชอบในการจัดการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (วิโรจน์ สารรัตนะ. 2549 : 72-73)

การศึกษาในระดับอุดมศึกษา

เมื่อพิจารณาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ซึ่งเป็นการศึกษาระดับที่สาม ต่อจากระดับที่สองคือ มัธยมศึกษา การจัดอุดมศึกษาของไทย มีระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง อนุปริญญาถึงระดับปริญญาตรี โท และเอก การศึกษาระดับนี้ปัจจุบันเป็นทั้งของรัฐและเอกชน ปรัชญาการอุดมศึกษานั้นในอดีตจะมุ่งเฉพาะด้านปัญญาและการปลูกฝังคุณธรรมเป็นแหล่งชุมนุมของผู้ที่อยากเห็นต้องการหาความจริงที่เป็นสากลและนิรันดร (วิจิตร ศรีสะอ้าน. 2548 : 7) โดยไม่ยุ่งเกี่ยวกับสังคม การเมือง หรือผลิตกำลังคนเพื่อการประกอบอาชีพแต่อย่างใด ต่อมาสมัยกลางยุโรปปรัชญาของการอุดมศึกษาได้เปลี่ยนแปลงไป คือมุ่งผลิตกำลังคนสนองความต้องการของสังคม การเมือง เศรษฐกิจ อีกทั้งวัฒนธรรมแบบใดแบบหนึ่ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เริ่มตั้งแต่ยุคกลางของยุโรป การอุดมศึกษาจะมุ่งผลิตกำลังคนเพื่อรับราชการ ดังเช่น มหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ดของอังกฤษ (สุลักษณ์ ศิวรักษ์. 2530 : 33) ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัยของไทยที่ได้แบบอย่างมาจากตะวันตก เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยศิลปากร ต่างก็สอนวิชาชีพชั้นสูง เพื่อทำให้ผู้ที่จบออกไปรับราชการไม่ว่าจะเป็น

ยุคแรกที่มีความจำเป็นทางการเมืองดังที่กล่าวมาแล้ว หรือยุคหลังโดยเฉพาะเมื่อประเทศไทย เริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รัฐต้องการกำลังคนอย่างมากเพื่อช่วยพัฒนาประเทศ สถาบันอุดมศึกษาได้จัดตั้งเพิ่มขึ้น ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคอย่างมากมาย เพื่อผลิตกำลังคน ให้กับส่วนราชการ เอกชน ตามสาขาหลัง คือ แพทย์ เกษตร วิศวกร ทั้งนี้เพราะถือว่าสถาบันอุดมศึกษา เป็นแหล่งผลิตกำลังคนระดับสูงตามความต้องการของรัฐเพื่อพัฒนาประเทศ (วิจิตร ศรีสะอ้าน. 2548 : 31) ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยจึงมีหน้าที่ที่จะถ่ายทอดความรู้วิชาการที่ได้รับ จากประเทศที่เจริญแล้วมาแจกจ่ายให้นักศึกษาโดยมิได้มีการสอบทาน หรือประยุกต์ให้เป็น ความรู้ที่เหมาะสมกับประเทศไทย เพียงทำหน้าที่คนกลางรับสิ่งทีโลกตะวันตกค้นพบและนำมาจ่าย เพื่อผู้เรียนจะได้นำความรู้วิชาการตลอดถึงเทคโนโลยีเหล่านี้พัฒนาประเทศให้เหมือนกับประเทศ ทางตะวันตกที่เจริญแล้วเท่านั้นเอง (วิทย์ วิศทเวทย์. 2550 : 11) เมื่อเป็นเช่นนี้ สถาบันอุดมศึกษา ของไทยย่อมมิได้ทำหน้าที่ให้ครบถ้วนตามปรัชญาโดยเฉพาะด้านการวิจัยค้นคว้าเพื่อความก้าวหน้า และความเป็นเลิศทางวิชาการที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อความเจริญของมนุษยชาติ (วิจิตร ศรีสะอ้าน. 2548 : 11) เพราะมุ่งเพียงการถ่ายทอดความรู้จากประเทศที่เจริญแล้วให้นักศึกษา เมื่อนักศึกษา จบออกไปสู่สังคมก็จะตกเป็นทาสทางวิชาการและเทคโนโลยีตะวันตก อีกทั้งไม่สามารถนำความรู้ เหล่านั้นไปใช้กับชีวิตประจำวัน หรืออาชีพที่มีอยู่ในชนบท ซึ่งเป็นอาชีพดั้งเดิมของไทย โดยเฉพาะ การเกษตรนอกจากนี้ยังมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อชนบทอีกด้วย มองเห็นชนบทนั้นล้าหลัง ขาดความเจริญ ไม่มีความสะดวกสบายเท่าในตัวเมืองเห็นว่าอาชีพด้านการเกษตรเป็นอาชีพที่ต่ำต้อย ไม่สามารถ ที่จะนำคนเจริญก้าวหน้าหรือช่วยยกระดับตัวเองได้ในอนาคต ตลอดถึงมองเห็นข้อแตกต่างความ ได้เปรียบเสียเปรียบของอาชีพและสังคมทำให้ผู้ที่จบอุดมศึกษาไม่ยอมประกอบอาชีพหรืออยู่ใน สังคมที่มีความเสียเปรียบมาก ดังนั้นจึงมุ่งแต่จะรับราชการ เพราะเป็นหนทางเดียวที่สามารถ ยกระดับฐานะทางสังคมและความเป็นอยู่ของตนให้สูงขึ้น จึงไม่ยอมกลับไปสู่อาชีพเดิมของบิดา มารดาไม่คิดที่จะแก้ไขปรับปรุงอาชีพเดิมให้ดีขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้เกษตรกรและสังคมในชนบทแต่ เดิมเคยเสียเปรียบหรือมีความเป็นอยู่เช่นไรก็ยังคงเป็นอยู่เช่นนั้น จะเปลี่ยนแปลงบ้างก็ในด้านวัตถุ คือ มีสภาพที่เรียกว่า เจริญแต่ไม่พัฒนา สภาพเช่นนี้จะพบเห็นได้อย่างมากมายตามชนบทของไทย (สุพล วุฒิสเสน. 2552 : 22)

1.2 ลักษณะการบริหารจัดการระดับบัณฑิตศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

กระบวนการบริหารหลักสูตร มีขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนเตรียมการ เป็นการวางแผนการใช้หลักสูตร โดยต้องเตรียมการล่วงหน้าก่อน เปิดหลักสูตร การวางแผนการใช้หลักสูตรอย่างเป็นระบบ และนำนวัตกรรมทางการศึกษามาช่วย เป็นสิ่งจำเป็น การเตรียมการเกี่ยวกับหลักสูตรมีดังนี้

2. การเตรียมความพร้อม การเตรียมความพร้อมของสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารหลักสูตรมีหลายเรื่อง ได้แก่

2.1 การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การเตรียมความพร้อมของครูผู้สอนให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของหลักสูตรการจัดเตรียมเนื้อหาหลักสูตรรวมทั้งทักษะการสอน การประเมินผลการเรียน การเตรียมผู้นิเทศและนักแนะแนวการศึกษา ที่จะช่วยส่งเสริมให้หลักสูตรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.2 การเตรียมความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ วัสดุฝึกเพื่อการสอน ห้องสมุด อาคารสถานที่ งบประมาณ สถานที่ฝึกงานรวมทั้งการจัดทำคู่มือครูเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการวัดและการประเมินผล การจัดทำโครงการสอน จะช่วยให้ครูได้ดำเนินการสอนได้ดีตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร เป็นต้น

3. การจัดทำโครงการสอน บางทีก็เรียกแผนการสอน เป็นการเตรียมของครูเกี่ยวกับเนื้อหา วิธีการและการประเมินผล การจัดทำโครงการสอน จะช่วยให้ครูได้ดำเนินการสอนได้ดีตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร เป็นต้น

4. การตรวจสอบความพร้อมของผู้เรียน เป็นสิ่งจำเป็น ได้แก่ การรับสมัครนักเรียนเพื่อเข้าเรียน การสอบข้อเขียน สัมภาษณ์ ตลอดจนการตรวจสอบหลักฐานก่อนเข้าศึกษาต่อ ในบางครั้งหากมีความจำเป็นเมื่อพบว่าผู้เรียนต้องเติม หรือให้เรียนรู้เนื้อหาบางส่วน ก่อนเข้าสู่หลักสูตรใหม่ก็อาจต้องเปิดการสอนเพื่อปรับปรุงพื้นฐานของผู้เรียน เพื่อเตรียมผู้เรียนให้พร้อม

5. การตรวจสอบการยอมรับจากสังคม เป็นการตรวจสอบความพร้อมของชุมชน เช่น ความเห็นของผู้ปกครองของสถานประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรมที่จะรับผู้สำเร็จการศึกษาเข้าทำงานเพื่อจะได้การสนับสนุนจากชุมชน โดยการสำรวจความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการบริหารหลักสูตร

6. การจัดโครงสร้างของหน่วยงาน การบริหารหลักสูตรอยู่ในการบริหารของฝ่ายวิชาการ และคาบเกี่ยวกับฝ่ายอื่นซึ่งเป็นฝ่ายสนับสนุนการสอนการจัดโครงสร้างของหน่วยงานเพื่อจะได้มีการรับผิดชอบเกี่ยวกับหลักสูตร โดยทั่วไปสถานศึกษามีหน่วยงานรองรับการบริหารหลักสูตรอยู่แล้ว

การนำหลักสูตรไปใช้ซึ่งจะมีทั้งฝ่ายปฏิบัติการหลักสูตรและฝ่ายสนับสนุน ตลอดจนฝ่ายควบคุมการใช้หลักสูตร การดำเนินการเกี่ยวกับหลักสูตรมีขั้นตอนดังนี้

1. การประชุมครูและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร เช่น ความจำเป็นที่จะต้องมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตร เพื่อเป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจในหลักสูตร

2. การปฐมนิเทศนักเรียน เป็นการชี้แจงเกี่ยวกับการเรียนการสอน ซึ่งควรจะใช้ชี้แจงให้นักเรียนทราบถึงวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ลักษณะเนื้อหาวิชา โครงสร้าง จำนวนหน่วยกิต วิชาเลือก วิชาบังคับ ตลอดจนวิธีการลงทะเบียน เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตร และสามารถปรับตัวเกี่ยวกับการศึกษา

3. การจัดทำคู่มือครู เพื่อจะเป็นการให้ครูได้มีคู่มือในการศึกษาเกี่ยวกับหลักสูตร และ การเรียนการสอน

4. การจัดทำตารางสอน ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำตารางสอนจะต้องศึกษาองค์ประกอบในการจัดทำตารางสอนคือ

4.1 รายวิชาในหลักสูตร ได้แก่ รายวิชาที่เปิดสอนในโปรแกรมการศึกษาทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติรวมทั้งวิชาบังคับวิชาเลือกตลอดจนการแบ่งกลุ่มผู้เรียนตามลักษณะวิชา

4.2 ห้องเรียน ห้องที่จัดเพื่อเรียนทั้งวิชาทฤษฎีและปฏิบัติตามเวลาในตารางสอน

4.3 เวลาเรียน ได้แก่ เวลาตามหลักสูตรจำนวนภาคเรียนในแต่ละปีการศึกษาจำนวน สัปดาห์ในแต่ละภาคเรียนจำนวนวันในแต่ละสัปดาห์ จำนวนคาบชั่วโมงในแต่ละวันและจำนวน ความถี่ของแต่ละวิชาในการแบ่งเป็นกลุ่ม

4.4 ผู้เรียนคือกลุ่มนักเรียนที่ลงทะเบียนเรียนแต่ละภาคการศึกษาแบ่งเป็นรายวิชาที่ เรียน

4.5 ผู้สอน คือ ผู้สอนในแต่ละวิชาตามตารางสอน

5. การจัดครูเข้าสอน การจัดครูเข้าสอนตามความรู้ความสามารถ และลักษณะงานโดย คำนึงถึงการแบ่งชั่วโมงที่เหมาะสม ตลอดจนภาระหน้าที่อื่นของครู

6. การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์การสอน สื่อการสอน วัสดุฝึก อาคารสถานที่ รวมถึงความสะดวกสบายทางกายภาพ

7. การฝึกงานภาคปฏิบัติ เพื่อให้ผู้เรียนได้มีประสบการณ์ในวิชาชีพ การฝึกงานมี 2 ลักษณะ คือ การฝึกงานภายในสถานศึกษา และนอกสถานศึกษาตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

การประเมินผลการเรียนการสอนตามหลักสูตร เมื่อได้นำหลักสูตรไปใช้ควรมีการจัด ประเมินผลเกี่ยวกับหลักสูตร วัตถุประสงค์ของการประเมินผลเพื่อจะได้พิจารณาว่า ตรงกับ วัตถุประสงค์ของหลักสูตรหรือเพื่อใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการปรับปรุงหรือ พัฒนาหลักสูตรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน

1.3 การประกันคุณภาพภายในสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.)

หลักเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาภายใน หลักเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา ภายในที่ระบุในกฎกระทรวงให้พิจารณาจากประเด็นต่อไปนี้ (ทบวงมหาวิทยาลัย. 2552 : 11-12)

1. ระบบการประกันคุณภาพภายในของคณะวิชาและสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยคำนึงถึงมาตรฐานการศึกษาระดับอุดมศึกษาตามที่กระทรวงศึกษาธิการประกาศกำหนด

2. ผลการปฏิบัติงานของคณะวิชาและสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา ตามระบบการประกันคุณภาพภายในที่กำหนดไว้

3. ประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินงานตามระบบการประกันคุณภาพภายในที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาตามตัวบ่งชี้คุณภาพการศึกษา

วิธีการประกันคุณภาพการศึกษาภายในที่ระบุในกฎกระทรวงให้ใช้แนวปฏิบัติดังนี้

1. ให้คณะวิชาและสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาจัดให้มีหน่วยงานหรือคณะกรรมการที่รับผิดชอบการดำเนินการด้านการประกันคุณภาพขึ้น โดยมีหน้าที่พัฒนาบริหารและติดตามการดำเนินการประกันคุณภาพภายใน ตลอดจนประสานกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการจัดการศึกษาจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ให้คณะวิชาและสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาพัฒนาระบบการประกันคุณภาพภายในเพื่อใช้กำกับ ติดตาม ตรวจสอบและประเมินคุณภาพการศึกษาให้มีประสิทธิภาพภายใต้กรอบนโยบายและหลักการที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนด

3. ให้คณะวิชาและสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาดำเนินการตามระบบการประกันคุณภาพภายใน โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษา

4. ให้คณะวิชาและสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาจัดให้มีระบบและกลไกควบคุมคุณภาพขององค์ประกอบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตบัณฑิต ดังนี้

4.1 หลักสูตรการศึกษาในสาขาวิชาต่างๆ

4.2 คณาจารย์และระบบการพัฒนาคณาจารย์

4.3 สื่อการศึกษาและเทคนิคการสอน

4.4 ห้องสมุดและแหล่งการเรียนรู้อื่น

4.5 อุปกรณ์การศึกษา

4.6 สภาพแวดล้อมในการเรียนรู้และบริการการศึกษา

4.7 การวัดผลการศึกษาและสัมฤทธิ์ผลทางการเรียนของนักศึกษา

4.8 องค์ประกอบอื่นตามที่แต่ละสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาเห็นสมควร ทั้งนี้

ให้แต่ละคณะวิชาและสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา จัดให้มีระบบการติดตามตรวจสอบคุณภาพการศึกษาตามที่เห็นสมควร โดยให้สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาด้านการประกันคุณภาพการศึกษาในระดับคณะวิชาของสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่อง

การรายงานผลการประกันคุณภาพการศึกษา ระบบการประกันคุณภาพภายในถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหาร การศึกษาที่คณะวิชาและสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาต้องดำเนินการอย่างมีระบบและต่อเนื่อง สถานศึกษาระดับอุดมศึกษาต้องจัดทำรายงานประจำปีที่เป็นรายงานการประเมินคุณภาพภายในเสนอต่อสภาสถาบัน หน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาและเปิดเผยต่อสาธารณชน โดยให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์และแนวทางของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545

การติดตามตรวจสอบของต้นสังกัดให้หน่วยงานต้นสังกัดของสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาจัดให้มีการติดตามตรวจสอบคุณภาพการศึกษานั้นอย่างน้อยหนึ่งครั้งในทุกสามปี และแจ้งผลให้สถานศึกษาระดับอุดมศึกษาทราบ รวมทั้งเปิดเผยผลการติดตามตรวจสอบคุณภาพการศึกษาต่อสาธารณชน

แนวทางการพัฒนาระบบและกลไกการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ประกอบด้วย

1. ระบบการประกันคุณภาพการศึกษาสถาบันอุดมศึกษาอาจพัฒนาระบบประกันคุณภาพที่เหมาะสมสอดคล้องกับระดับการพัฒนาของสถาบัน โดยอาจเป็นระบบประกันคุณภาพที่ใช้กันแพร่หลายในระดับชาติหรือนานาชาติ หรือเป็นระบบเฉพาะที่สถาบันพัฒนาขึ้นเอง แต่ไม่ว่าจะเป็นระบบคุณภาพแบบใดจะต้องมีกระบวนการทำงานที่เริ่มต้นจากการวางแผน การดำเนินงานตามแผน การตรวจสอบประเมิน และการปรับปรุงพัฒนา ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินการกิจของสถาบันบรรลุเป้าประสงค์และมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็เป็นหลักประกันแก่สาธารณชนให้มั่นใจว่าสถาบันอุดมศึกษาสามารถสร้างผลผลิตทางการศึกษาที่มีคุณภาพ

2. มาตรฐานตัวบ่งชี้และเกณฑ์ประเมินคุณภาพ มาตรฐานเป็นกรอบสำคัญในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาคือมาตรฐานการอุดมศึกษา อย่างไรก็ตามในปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ยังต้องดำเนินการให้ได้ตามมาตรฐานและหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกมาก เช่น มาตรฐานสถาบันอุดมศึกษา กรอบมาตรฐาน คุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา มาตรฐานเพื่อการประเมินคุณภาพภายนอกของ สมศ. กรอบการปฏิบัติราชการตามมิติด้านต่าง ๆ ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ในกรณีมหาวิทยาลัยของรัฐ เป็นต้น

ตัวบ่งชี้เป็นข้อกำหนดของการประกันคุณภาพภายในที่พัฒนาขึ้นในองค์ประกอบคุณภาพ 9 ด้านที่มีความครอบคลุมพันธกิจหลัก 4 ประการของการอุดมศึกษาและพันธกิจสนับสนุน ได้แก่

1. ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์และแผนดำเนินการ
2. การผลิตบัณฑิต
3. กิจกรรมการพัฒนานักศึกษา

4. การวิจัย
5. การบริการทางวิชาการแก่สังคม
6. การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม
7. การบริหารและการจัดการ
8. การเงินและงบประมาณ
9. ระบบและกลไกการประกันคุณภาพ

ซึ่งตัวบ่งชี้ดังกล่าวสามารถชี้วัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามมาตรฐานการอุดมศึกษา มาตรฐานและหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณภาพนั้นๆ ได้ทั้งหมด ดังนั้น ในบทที่ 3 ของคู่มือฉบับนี้จึงได้พัฒนาตัวบ่งชี้ที่สถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องใช้ประเมินคุณภาพภายใน ทั้งตัวบ่งชี้ที่ใช้ประเมินปัจจัยนำเข้า กระบวนการและผลผลิตหรือผลลัพธ์ นอกจากนี้ ตัวบ่งชี้ที่ใช้ประเมินกระบวนการยังได้นำเสนอตัวอย่างแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานไว้ด้วยใน บทที่ 4 เพื่อประโยชน์ของสถาบันอุดมศึกษาในการนำตัวบ่งชี้ดังกล่าวไปใช้

เกณฑ์การประเมินเป็นมาตรวัดของแต่ละตัวบ่งชี้ซึ่งพัฒนาจากเกณฑ์และแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานซึ่งกำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมศ. ทั้งนี้ เพื่อให้การประเมินคุณภาพการศึกษามีความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน

3. กลไกการประกันคุณภาพในด้านของกลไกการประกันคุณภาพ ผู้ที่มีความสำคัญ ส่งผลให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จและนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องคือ คณะกรรมการระดับนโยบายและผู้บริหารสูงสุดของสถาบันที่จะต้องให้ความสำคัญและกำหนดนโยบายการประกันคุณภาพการศึกษาที่ชัดเจนและเข้าใจร่วมกันทุกระดับ โดยมอบหมายให้หน่วยงานหรือคณะกรรมการรับผิดชอบในการติดตามตรวจสอบ ประเมิน และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง หน้าที่สำคัญประการหนึ่งของคณะกรรมการหรือหน่วยงานนี้ คือ การจัดระบบประกันคุณภาพพร้อมทั้งตัวบ่งชี้และเกณฑ์การประเมินคุณภาพที่เหมาะสมสำหรับสถาบัน ระบบประกันคุณภาพที่ใช้ต้องสามารถเชื่อมโยงให้เกิดคุณภาพของการปฏิบัติงาน ตั้งแต่ระดับบุคคล ระดับภาควิชาหรือสาขาวิชา ระดับคณะวิชาไปจนถึงระดับสถาบัน โดยอาจจำเป็นต้องจัดทำคู่มือคุณภาพในแต่ละระดับเพื่อกำกับการดำเนินงาน แต่ที่สำคัญคณะกรรมการหรือหน่วยงานนี้ต้องประสานงานและผลักดันให้เกิดระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพซึ่งสามารถใช้งานร่วมกันได้ในทุกระดับ

4. ระบบฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศการวิเคราะห์และวัดผลดำเนินงานเป็นสิ่งจำเป็นในกระบวนการประกันคุณภาพการวัดและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานจะไม่สามารถทำได้ อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพหากปราศจากฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศที่เป็นจริง ถูกต้อง

ตรงกันทุกระดับตั้งแต่ระดับบุคคล ภาควิชา คณะวิชาและสถาบัน ตลอดจนเป็นข้อมูลที่สามารถเรียกใช้ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น ระบบสารสนเทศที่ดี มีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของการประกันคุณภาพการศึกษา และส่งผลต่อคุณภาพในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน ตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติงานประจำ การตรวจสอบประเมินผลจนถึงการปรับปรุงและพัฒนา จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่า การประกันคุณภาพการศึกษาภายในเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษาปกติที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยมีการควบคุมดูแลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ มีการตรวจสอบ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ด้วยเหตุนี้ระบบประกันคุณภาพภายในจึงต้องดูแลทั้งปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิตหรือผลลัพธ์ ซึ่งต่างจากการประเมินคุณภาพภายนอกที่เน้นการประเมินผลการจัดการศึกษา

1.4 บทบาทและหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา

บทบาทหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครหรือยูรยา (สำนักงานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 – 2552) มีดังนี้

1. รับผิดชอบจัดทำคู่มือและการวัดผลการศึกษาในเบื้องต้น
2. ประสานงานและดำเนินการเกี่ยวกับการเสนอชื่อเรื่องและคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ
3. ดูแลและตรวจสอบการดำเนินการเกี่ยวกับการทำและการสอบวิทยานิพนธ์ / การค้นคว้าอิสระของนักศึกษาให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับของมหาวิทยาลัยรวมทั้งให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2548
4. กำกับดูแลคุณภาพและมาตรฐานการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2548
5. แต่งตั้งคณะกรรมการประจำหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อปฏิบัติงานการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาสาขาวิชาที่รับผิดชอบ
6. จัดทำงบประมาณของสำนักงานบัณฑิตศึกษา
7. บริหารจัดการหลักสูตรที่เป็นสหวิทยาการหรือหลักสูตรที่ไม่สังกัดคณะใดคณะหนึ่งโดยตรง
8. ประสานงานกับคณะและหน่วยงานที่เปิดสอนหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนมีคุณภาพและได้มาตรฐาน
9. เสริมสร้างและพัฒนาอาจารย์ระดับบัณฑิตศึกษาให้มีสมรรถนะทั้งการสอน การวิจัย และการเป็นที่ปรึกษารวมทั้งแสวงหาทุนสนับสนุนการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา

10. กำหนดนโยบายในการพัฒนาหลักสูตรใหม่ ๆ ในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน

11. ขับเคลื่อนให้เกิดการตีพิมพ์เผยแพร่และนำเสนอผลงานวิทยานิพนธ์ต่อที่ประชุมวิชาการในระดับชาติและนานาชาติ

12. ดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลสายสนับสนุนของสำนักงานบัณฑิตศึกษา เช่น การคัดเลือก การลา การประเมินผลการปฏิบัติการ

1.5 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล ดังที่ วิโรจน์ สารรัตน์ (2549 : 72 - 73) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุชั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล กล่าวคือ

1. อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกันการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

2. วงจรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัวการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัว ประกอบด้วยขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

3. อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น

4. โอกาสทางเศรษฐกิจ หรือรายได้ โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทักษะเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

ชูศรี เลิศลิ้มชลาสัย (2545 : 16) กล่าวว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย การศึกษายังช่วยอบรมให้บุคคลมีความรู้ความสามารถ มีความเข้าใจในเรื่องต่างๆ แต่การศึกษาในลักษณะหรือแนวทางที่แตกต่างย่อมมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกัน การศึกษาอาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ศาสตร์และศิลป์ ซึ่งการศึกษาประเภทแรกเป็นการศึกษาที่เน้นไปที่การวิเคราะห์ การตีความ และหาเหตุผลเพื่อสนับสนุนแนวความคิด และพิจารณาให้มีความสมเหตุสมผล โดยใช้ทฤษฎีทางคณิตศาสตร์มาช่วยในการวิเคราะห์ และสรุปปัญหา ส่วนการศึกษาด้านศิลป์ จะเน้นในด้านการหาเหตุผล บางครั้งอาจไม่สามารถอธิบายออกมา

เป็นตัวเลขหรือหลักฐานที่แน่ชัด โดยอาศัยวิจารณ์ญาณเป็นหลักสำคัญ ซึ่งในปัจจุบันการศึกษาในแขนงต่างๆ พยายามทำให้เกิดความสมดุลทั้งศาสตร์และศิลป์โดยการรวบรวมความรู้ด้านวิชาการมาประกอบกัน สามารถนำแนวคิดทั้งสองส่วนมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เหมาะสมตามต้องการค่านิยม หรือคุณค่า และรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต หมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น

ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่ได้รับผลมาจากสถาบันครอบครัว กลุ่มอ้างอิง คือ กลุ่มเพื่อน เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความต้องการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น การดำรงชีวิตในสังคมของมนุษย์ ซึ่งความสัมพันธ์ของมนุษย์จะก่อเป็นโครงสร้างสังคม ทำให้มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม ทำให้มีการสร้างกฎเกณฑ์ต่างๆ มีการพัฒนาบุคลิกของคนในสังคมมีการสร้างแบบอย่างของการดำเนินชีวิต ประเด็นที่สำคัญช่วยให้ผู้ศึกษาได้เข้าใจและเห็นคุณค่าปัจจัยสังคม เช่น เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ชีวิตในชุมชน รวมถึงประเทศและจักรวาล และวิธีการวางแผนควบคุมแก้ไขสังคมได้สร้างระเบียบปฏิบัติในเรื่องที่ถือว่ามีความสำคัญขึ้นเป็นสถาบันเพื่อให้มีตัวแทนทำหน้าที่ในเรื่องนั้นๆ สถาบันสังคมมีอยู่มากมาย แต่ที่ถือว่าสำคัญ ซึ่งเกี่ยวกับความต้องการของสังคมโดยทั่วไป ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันเศรษฐกิจ สถาบันการเมือง การปกครอง สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา สถาบันนันทนาการ และสถาบันอนามัย แต่ละสถาบันต่างก็มีหน้าที่ในส่วนของตน ให้สอดคล้องกับหน้าที่ของสถาบันอื่นๆ อันเป็นผลให้สังคมดำรงอยู่ได้ ซึ่งปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ทฤษฎีความต้องการของแมคคลีแลนด์ (McClelland, 1962 : 152-189) กล่าวว่า บุคคลมีความต้องการแตกต่างกัน และเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ไม่ใช่ถ่ายทอดทางพันธุกรรม โดยแบ่งความต้องการออกเป็น 3 ประการดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ หมายถึง บุคคลต้องการทำสิ่งต่างๆ ให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จบุคคลที่ต้องการความสำเร็จจะต่อสู้ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จส่วนตัวมากกว่าในรูปของสิ่งของ
2. ความต้องการความผูกพัน หมายถึง บุคคลต้องการการยอมรับ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการมีความสัมพันธ์และผูกพันในกลุ่มสมาชิกมีความเป็นมิตรไมตรี ความต้องการความผูกพัน ที่ว่าบุคคลมีความปรารถนาที่จะให้บุคคลอื่นชอบตนเองและเป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่น

3. ความต้องการอำนาจ หมายถึง บุคคลต้องการอำนาจ เพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นต้องการเป็นผู้นำในการตัดสินใจ

ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์ (Murray's Manifest Needs Theory) กล่าวถึง ความต้องการที่จำเป็นและมีความสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ เป็นความต้องการทำสิ่งใด สิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ความต้องการมีมิตรสัมพันธ์ โดยคำนึงถึงการยอมรับของเพื่อนร่วมงาน และสังคม ความต้องการอิสระเป็นความอิสระทั้งด้านความคิด และการกระทำความต้องการมีอำนาจเป็นความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือคนอื่น

แนวคิดของตนเอง เป็นความรู้สึกลึกซึ้งที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดของตนเองว่า บุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร ซึ่งมี 4 กรณี คือ

1. แนวคิดของตนเองที่แท้จริง หมายถึง ความคิดที่บุคคลมองตนเองที่แท้จริง
2. แนวคิดของตนเองในอุดมคติ หมายถึง ความรู้สึกลึกซึ้งที่บุคคลใฝ่ฝันอย่างให้ตนเป็นเช่นนั้น
3. แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) มองตนเองที่แท้จริง หมายถึง บุคคลนึกเห็นภาพลักษณ์ว่าบุคคลอื่น (สังคม) มองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร
4. แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) คิดเกี่ยวกับตนเองในอุดมคติ หมายถึงการที่บุคคลต้องการให้บุคคลอื่นคิดถึงเขาในแง่ดี

วลิพร ธนานิกม (2545 : 23) แรงจูงใจ เป็นสภาวะที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมเพื่อไปยังจุดหมายปลายทางมนุษย์หรือสัตว์ก็ตาม เมื่อตกอยู่ในสภาวะที่ได้รับการจูงใจ จะต้องมีความกระตือรือร้นและขวนขวายทำกิจกรรม หรือแสดงพฤติกรรมเพื่อให้เกิดความสำเร็จ ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่ต้องการ

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ชูศรี เลิศลิ้มชลาสัย (2545 : 20) กล่าวว่า การปลูกฝังจริยธรรมและคุณธรรม ผู้บริหารและผู้ใช้เทคโนโลยีควรต้องเป็นผู้มีจริยธรรมและคุณธรรมสูงยิ่ง เนื่องจากอยู่ใกล้หรืออยู่กับต้นตอของความได้เปรียบทางสังคม องค์กรที่มีเครื่องมือเครื่องใช้ในการคมนาคมติดต่อสื่อสารที่สมบูรณ์ จะได้เปรียบองค์กรที่ด้อยกว่ามาก ดังนั้นการใช้ข้อมูลสารสนเทศ หรือเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ จึงต้องใช้เพื่อกระจายคุณภาพ ความเสมอภาคและความเป็นธรรมสำหรับผู้รับบริการหรือส่วนรวมมากกว่า การใช้เทคโนโลยีเพื่อความได้เปรียบในเชิงการบริการการค้า หรือผลกำไรทางเศรษฐกิจแต่ประการเดียว ความสำนึกเรื่องความถูกต้อง การตอบแทนชุมชนสังคมควรมีอยู่ในใจทุกคน

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่งวัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐานวัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคมโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม
2. วัฒนธรรมย่อย หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ลักษณะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วยกลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ
3. ชั้นของสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมมีความแตกต่างกันไปตามอาชีพความมั่งคั่งชาติตระกูล การมีอำนาจเหนือ คนอื่นและบุคลิกลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งโดยทั่วไปแล้วอาจแบ่งชั้นสังคมได้เป็น 3 ระดับคือ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ บุคคลในแต่ละชั้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงฐานะของตนได้ โดยบางคนอาจพัฒนาฐานะสูงขึ้นขณะที่บางคนมีฐานะต่ำลง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับชั้นสังคมที่เขาอยู่ จะเห็นได้ว่าผู้มีฐานะดีมีความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้าที่มีราคาสูง เช่น บัตรนำเที่ยวรอบโลก รถยนต์ที่ราคาแพงเป็นที่นิยม บ้านพักอาศัยที่ใหญ่โต ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ที่มีฐานะปานกลางหรือต่ำ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ชูศรี เลิศลิ้มขจราลัย (2545 : 21) กล่าวว่า โลกปัจจุบันนี้เปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก โดยการค้นคว้าวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาการผลิตและบริการทุกด้านให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยลดต้นทุนด้านแรงงานด้านวัสดุลงกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดที่อาจจะทำให้การศึกษาสำเร็จล้มเหลวได้นั้น ก็คือการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ

ชูศรี เลิศลิ้มขจราลัย (2545 : 9 – 10) การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่ระบบเศรษฐกิจในสังคมและยังถือว่าเป็นการลงทุนอีกด้านหนึ่งเพื่อเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ระบบเศรษฐกิจ ซึ่งเศรษฐกิจการศึกษาเป็นการนำเอาเศรษฐศาสตร์มาใช้ให้เกิดประโยชน์กับการศึกษา เพื่อเป็นการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้เกิดความรู้ ความสามารถ เกิดทักษะ เพื่อเพิ่มรายได้ เพื่อพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้า ซึ่งเศรษฐกิจการศึกษาหมายถึงกระบวนการจัดการศึกษาเพื่อสนองความต้องการของสังคมและประเทศชาติ ประกอบด้วย สถานศึกษา ประชาชน ผู้รับการศึกษา อาคารสถานที่หรือโรงเรียน เวลาที่จัดการศึกษา ตลอดจนงบประมาณในการจัดหรือลงทุนเพื่อการศึกษา อัตราการว่างงานก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้มีการตัดสินใจศึกษาต่อเพื่อเป็นการทำ เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ตลาดในทางเศรษฐกิจการศึกษา เป็นกระบวนการจัดการศึกษาเพื่อสนองความต้องการของสังคม และประเทศชาติย่อมประกอบด้วยสังคมผู้ผลิต

อันได้แก่ สถานศึกษา ประชาชน ผู้รับการศึกษา อาคารสถานที่ เวลาที่จัดการศึกษา ตลอดจนงบประมาณในการจัด หรือลงทุนเพื่อการศึกษา

ปัจจัยอื่นที่อิทธิพลต่อการศึกษา ความช่วยเหลือจากองค์การสหประชาชาติหลังสงครามโลกครั้งที่สองความเคลื่อนไหวทางการศึกษาของประเทศไทยค่อยวิวัฒนาการขึ้น กล่าวคือ องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม (UNESCO) แห่งสหประชาชาติ ได้ช่วยเหลือการศึกษาของไทย โดยส่งผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำช่วยเหลือจัดการศึกษาให้เครื่องอุปกรณ์การศึกษาตำราต่างๆ ก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวทางการศึกษาอย่างมาก นอกจากนี้สหรัฐอเมริกาในฐานะผู้ชนะสงครามได้ช่วยเหลือทางการศึกษาทั้งในด้านส่งผู้เชี่ยวชาญมาประจำช่วยเหลือด้านอุปกรณ์ทางการศึกษาและให้ทุนแก่ครูไทยไปเล่าเรียนและดูงานเป็นจำนวนมาก อิทธิพลทางการศึกษาของสหรัฐอเมริกาจึงแพร่หลายเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (วิจิตร ศรีสอาน. 2548 : 39)

1. การปฏิวัติเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2501 และการนำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมาใช้ซึ่งต่อมาได้ยุบยกเลิกและจัดตั้งสภาการศึกษาขึ้นมาแทน สภานี้ได้พิจารณาแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2503 ขึ้นมา เป็นผลให้การศึกษาในระยะหลังได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การศึกษาได้ขยายตัวขึ้นทุกระดับชั้น เพราะประเทศกำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนา จึงจำเป็นจะต้องส่งเสริมให้พลเมืองได้รับการศึกษาดีขึ้น เพื่อจะได้เป็นพลเมืองที่มีคุณภาพสามารถเพิ่มรายได้ของตนเองและจะเป็นการยกฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศให้สูงขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงได้มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 - พ.ศ. 2509) ขึ้นต่อมามีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - พ.ศ. 2514) ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 - พ.ศ. 2519) ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 - พ.ศ. 2524) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 - พ.ศ. 2529) ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 - พ.ศ. 2534) ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 - พ.ศ. 2539) ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2544) ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2549) ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - พ.ศ. 2554) และฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2559) การจัดการศึกษาในปัจจุบันยึดแนวนโยบายให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาตินี้ด้วย โดยจัดทำเป็นแผนขึ้นมาเรียกว่าแผนพัฒนาการศึกษา

2. มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาในการจัดการศึกษาโครงการวิจัย เพื่อปรับปรุงการศึกษาได้ถูกนำมาใช้เป็นอันมาก นอกจากนี้ยังได้รับเงินอุดหนุนจากธนาคารโลกในการดำเนินงานตามโครงการทดลองซึ่งเป็น โครงการใหม่เพื่อการศึกษาของเยาวชนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น โครงการ RIT (Reduced Instructional Time) นอกจากปัจจัยข้างต้น จึงส่งผลให้มีความสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบคือ

- 2.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค
- 2.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง
- 2.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย

3. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงินส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรงและการตลาดเครือข่าย เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรงจากการตลาดใช้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย 1) การขายทางโทรศัพท์ 2) การขายโดยใช้จดหมายตรง 3) การขายโดยใช้แคตาล็อก และ 4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

4. การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมการกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญ คือ การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าและการคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎี ด้านส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ เป็นหลักในการแบ่งปัจจัยที่นำมาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 4 ปัจจัยตามหลักของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดคือ ภาพลักษณ์ของสถาบัน ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ประชาสัมพันธ์ และทำเลที่ตั้งดังนี้

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน เป็นภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้ที่ตัดสินใจซึ่งจะมีผลต่อลักษณะของสถาบันการศึกษา จะเป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิดแต่ละบุคคล ซึ่งภาพลักษณ์ของสถาบันเป็นเหมือนคำสัญญาของสถาบันที่จะส่งมอบลักษณะและผลประโยชน์พร้อมการบริการที่ดีให้กับผู้ที่ตัดสินใจ ตลอดจนเป็นการรับประกันคุณภาพ ซึ่งภาพลักษณ์ของสถาบันเป็นการสื่อความหมายให้บุคคลที่มีอำนาจตัดสินใจอยู่ ดังนี้ คุณสมบัติ ผลประโยชน์ คุณค่า วัฒนธรรม การที่

ทำให้นักศึกษาตัดสินใจศึกษาในสถาบันราชภัฏนั้นจะมีอยู่หลายปัจจัย ซึ่งปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบันก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักศึกษาสามารถตัดสินใจได้ ซึ่งการเลือกศึกษาก็จะมีความแตกต่างกัน

ความพึงพอใจจากการได้ศึกษาในสถาบันราชภัฏนั้น คือ ด้านวิชาการ การเรียนการสอน ซึ่งวิจัยนี้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของสถาบันโดยรวมมีอิทธิพลต่อการศึกษาต่อตามลำดับ ดังนี้ ด้านวิชาการ การยอมรับ ชื่อเสียงของสถาบัน เอกลักษณ์ของวิทยาลัยด้านการกีฬา คนตรี

ภาพลักษณ์คือ ข้อเท็จจริง บวกกับการประเมินส่วนตัวแล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคล อยู่ยาวนานแสนนานยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งภาพลักษณ์เป็นส่วนที่แยกออกไปไม่ได้จากผลิตภัณฑ์ที่ดีหรือองค์กรที่ดี และความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดได้จะมาจากการสร้างภาพลักษณ์ของตัวองค์กรหรือการบริการที่ดีขององค์กร ซึ่งองค์กรนั้นๆ มีหน้าที่จัดหาสิ่งที่ดีที่สุด ที่เกิดจากความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นองค์กรที่ดีควรมีภาพลักษณ์ดังต่อไปนี้

1. การทำงานขององค์กรจะต้องมีคุณธรรม ไม่หลอกลวง ไม่โกหก เพราะถ้าเราเป็นองค์กรก็เหมือนกับการเป็นประชาชนที่ดีของสังคม องค์กรที่มีภาพลักษณ์ที่ดีจะต้องเป็นผู้มีความยุติธรรม มีโลกทัศน์ มีคุณธรรมในการทำธุรกิจ

2. ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ส่วนหนึ่งเกิดจากรูปแบบการบริหารภายในองค์กร ที่ดูแลเอาใจใส่พนักงานของตน มีสวัสดิการที่ดีให้กับพนักงาน โดยเฉพาะเรื่องของสุขภาพ และความปลอดภัยของพนักงาน ภาพลักษณ์ขององค์กรส่วนใหญ่เสียไปเพราะไม่ใส่ใจพนักงานของตน องค์กรใดขาดการดูแลเอาใจใส่เรื่องนี้ก็จะไม่มีภาพลักษณ์ที่ดี

3. องค์กรมีหน้าที่ดูแลวัฒนธรรม หรือศิลปิน หรือผู้ที่มีค่าต่อสังคมเชิงสุนทรีย์ สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีงบประมาณมากเพียงพอ เพราะคนส่วนใหญ่ในสังคมต้องการความสุนทรีย์ แต่เนื่องจากความสุนทรีย์เป็นสิ่งที่ตราค่าได้ยากในสังคม เช่น การที่หลายตราสินค้าหรือองค์กรเป็นผู้สนับสนุนรายการหรือโครงการเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย การทำเช่นนี้ถือเป็นการคืนกำไรให้แก่สังคม

4. องค์กรมีหน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลภายนอก

5. องค์กรมีหน้าที่ดูแลชนกลุ่มน้อย และผู้ด้อยโอกาสทางสังคม โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา

ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบประการหนึ่ง ในการบริหารช่วยเหลือให้องค์การธุรกิจดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนจำนวนมาก และยิ่งไปกว่านั้นในทางการบริหารธุรกิจยัง

อาจตีค่าได้ว่าภาพลักษณ์ของบริษัทเปรียบเสมือนสินทรัพย์ อันมีค่าซึ่งยากจะประเมินออกมาเป็นตัวเลขทางบัญชีได้

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 553) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

เจฟกินส์ (Jefkins. 1993 : 21-22) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษ ได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท หรือภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจ หมายถึง ภาพขององค์การใดองค์การหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจและได้ประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การนั้นส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนอภาพลักษณ์ขององค์การซึ่งปรากฏต่อสายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ เป็นต้น

ภาพลักษณ์ของบริษัท คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง หมายรวมไปถึง ด้านการบริหารหรือการจัดการของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัทจึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง โดยครอบคลุมทั้ง ตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการและสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาด จึงสื่อความหมายรวมถึงภาพลักษณ์ทุกด้านที่ประกอบขึ้นจากส่วนต่างๆ ของธุรกิจ และสามารถส่งผลต่อความเคลื่อนไหวของภาวะทางการตลาดของธุรกิจทั้งในทางตรงและทางอ้อม เช่น เมื่อผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดี ช่วยให้ผู้บริโภคต้องการซื้อส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นและหากภาพลักษณ์ของตัวองค์กรดีด้วยอีกส่วนหนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ จนอาจถึงขั้นชื่นชมและศรัทธา จึงมีผลต่อความจงรักภักดีในตราห้อยของสินค้า (Brand loyalty) ทำให้สินค้าอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืน และส่วนครองตลาด (Market share) เติบโตรวดเร็วในปัจจุบันการสร้างภาพลักษณ์เป็นแนวคิดที่องค์การธุรกิจต่างตระหนักถึงความสำคัญ อย่างสูง โดยพยายามพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์อย่างเป็นระบบ จากเดิมที่อาศัยการ ประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหลักมาเป็นการประยุกต์และผสมผสานกลยุทธ์การสื่อสารหลากหลาย รูปแบบ โดยใช้เทคนิควิธีต่างๆ อย่างเป็นเอกภาพ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานสู่เป้าหมายภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์การ

องค์ประกอบของภาพลักษณ์และการเกิดภาพลักษณ์ วิโรจน์ สารรัตน์ (2549 : 41) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ เป็นความรู้ ความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นเองเฉพาะตน เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective knowledge) ซึ่งประกอบด้วยข้อเท็จจริง คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่ง

ต่างๆ รอบตัวที่ได้ประสบ และมีความเชื่อว่าจริง เนื่องจากคนเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะภาพบางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วมักตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนยะของเรา และพฤติกรรมที่เราแสดงออกก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย เพื่อให้ง่ายแก่การทำความเข้าใจ อาจแยกองค์ประกอบของภาพลักษณ์ได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริงองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไม่อาจแบ่งแยกได้คือ

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกตโดยตรง แล้วนำสิ่งนั้น ไปสู่การรับรู้ สิ่งที่ถูกรับรู้ นั้นอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือสิ่งของต่างๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้โดยผ่านการรับรู้เป็นเบื้องแรก

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective component) ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive component) เป็นความมุ่งหมายหรือเจตนาที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเหล่านั้น โดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เชิงความรู้ เชิงความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพที่บุคคลได้มีประสบการณ์ในโลก ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจจึงสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งกว่าผู้บริโภคเป้าหมาย (Target consumer) แต่ละรายจะเปลี่ยนฐานะมาเป็นลูกค้า (Customer) นั้นจะผ่านการรับรู้ (Perception) จนเกิดความรู้ (Knowledge) และความรู้สึก (Affection) ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และองค์การธุรกิจจนกระทั่งเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Buying) มาบริโภคในที่สุด (วิโรจน์ สารรัตน์. 2549 : 43)

ประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การธุรกิจ คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 296) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ในบริบทของการตลาดไว้ว่าเป็นวิถีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้น ได้จากปัจจัยหลายประการภายใต้การควบคุมของธุรกิจ เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องค์การธุรกิจ และสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบทางการบริหารจัดการได้แล้ว อาจจำกัดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดให้ชัดเจนโดยจำแนกเป็น 3 ประเภท ด้วยกันคือ

1. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or service image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตัวธุรกิจซึ่งบริษัทหนึ่ง ๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตรา ยี่ห้อ ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2. ภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ (Brand image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่งหรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เพื่อปกป้องถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหลายยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกันแต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกันเนื่องจากภาพลักษณ์ของตรายี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัวโดยขึ้นอยู่กับข้อกำหนดตำแหน่งครองใจ (Positioning) ของสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ

3. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบันซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์กรทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการบุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

ภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดที่พึงประสงค์สำหรับองค์กรธุรกิจ การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ (Wish image or desired image) เพื่อสนับสนุนการตลาดขององค์กรธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องคำนึงถึงความต่าง (Differentiation) จากภาพลักษณ์ของคู่แข่งในตลาดเดียวกันด้วย (วิโรจน์ สารรัตนะ. 2549 : 45)

อนึ่ง ภาพลักษณ์ขององค์กรที่สังคมต้องการในความเห็นของนักวิชาการซึ่งมีประสบการณ์ทำงานทั้งภาครัฐและเอกชนระบุไว้ดังนี้

1. เป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก
2. มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
3. มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ
4. ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม
5. ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง
6. มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง

ในการกำหนดภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดที่พึงประสงค์นั้นอาจเริ่มต้นจากการวิเคราะห์จำแนกภาพลักษณ์แต่ละด้าน โดยอาศัยกรอบทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) ทั้ง 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สำหรับองค์การธุรกิจโดยทั่วไป สามารถกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์โดยอาศัยส่วนผสมทางการตลาดรวมไปถึงมิติอื่นๆ ของธุรกิจมาเป็นแนวทางการพิจารณา ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย เช่น สินค้ามีคุณภาพดี น่าเชื่อถือ สินค้ามีความทันสมัย สินค้ามีเอกลักษณ์โดดเด่น สินค้ามีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
2. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านราคา โดยทั่วไป ผู้บริโภคจะเริ่มต้นจากจุดแรกคือ คำนึงถึง

3. ราคาสินค้าหรือค่าบริการที่มีความเหมาะสมและยุติธรรม แต่ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงสำหรับตลาดสินค้าบางประเภทนั้น เป้าหมายของภาพลักษณ์ด้านราคาอาจต้องปรับตัวสู่อีกมิติหนึ่งนั่นคือ ราคาข่อมเยา

4. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านช่องทางการกระจายสินค้า มักจะมุ่งในประเด็นเรื่องสถานที่จำหน่าย และระยะเวลาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก เช่น ตัวแทนจำหน่ายครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางและทั่วถึง เป็นต้น

5. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านการส่งเสริมการตลาด อาจจำแนกออกเป็นส่วนย่อย ๆ คือ

- 5.1 ภาพลักษณ์ของกิจกรรมการสื่อสารการตลาด เช่น สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ที่ใช้มีความทันสมัยมีรสนิยมนที่ดี นอกจากนี้ในแง่ข่าวสารก็ต้องมีความเป็นเอกภาพ จริงใจไม่โอ้อวด

- 5.2 ภาพลักษณ์ของกิจกรรมส่งเสริมการขาย ในแง่รูปแบบและอรรถประโยชน์ต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ยังครอบคลุมไปถึงกิจกรรมและอุปกรณ์ส่งเสริมการขายที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับสินค้า เช่น การจัดเตอร์ เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม ความประทับใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการนั้น บางครั้งก็มิได้เกิดจากจุดแข็งด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์แต่เพียงส่วนเดียว หากยังขึ้นอยู่กับส่วนที่เป็นคุณค่าเพิ่ม (Value added) อีกด้วยนั่นคือ

1. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านบริการ ประสิทธิภาพของบริการเกิดขึ้นจากองค์ประกอบสำคัญสองส่วนคือ พนักงานบริการและระบบบริการ ธุรกิจจึงต้องพัฒนาทั้งระบบบริการเพื่อให้มีภาพของความทันสมัย ก้าวหน้ารวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ พร้อมๆ กับพนักงานบริการที่มีความ

เชี่ยวชาญ คล่องแคล่ว สุภาพ มีบุคลิกภาพและอัธยาศัยไมตรีอันดี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างภาพลักษณ์ด้านบริการได้เต็มที่

2. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านองค์การ ถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรืออัตลักษณ์ (Identity) ของแต่ละธุรกิจโดยยึดแนวคิดในการเป็น “องค์การที่ดีของสังคม” (Good corporate citizen) เช่น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถและคุณธรรมของเจ้าของธุรกิจ และผู้บริหาร ความมั่นคงก้าวหน้าของกิจการความทันสมัยและก้าวหน้าทางวิทยาการของธุรกิจ ความรู้ความสามารถ รวมถึงประสิทธิภาพการทำงาน และมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ความมีจริยธรรม และรับผิดชอบต่อสังคมการทำคุณประโยชน์แก่สังคม เช่น ในด้านศิลปวัฒนธรรม การศึกษาเยาวชน สิ่งแวดล้อม ฯลฯ

ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดมีปัจจัยที่จะต้องพิจารณาแตกต่างกันออกไปตามประเภทของธุรกิจและเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจนั้นๆ ในแต่ละช่วงเวลา เนื่องจากการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์จะต้องมีความเป็นไปได้จริงภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจใดๆ นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานดังนี้ (วรรณา พลอยสุวรรณ. 2544 : 27)

1. องค์ประกอบของธุรกิจ ได้แก่ ขนาด ประเภท เทคโนโลยีการผลิต ตลาด นโยบาย และเป้าหมายทางการตลาด ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณในการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ
2. สภาพเศรษฐกิจโดยพิจารณาภาวะหนี้โต และการถดถอยตั้งแต่เศรษฐกิจระดับโลก ประเทศ ท้องถิ่นจนถึงบุคคล
3. สภาพการแข่งขันของธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยดูว่ามีภาวะการแข่งขันอย่างไร จุดเด่นของกลุ่มคู่แข่งคืออะไร และแนวโน้มของอุตสาหกรรมโดยรวมเป็นอย่างไร
4. กรอบของสังคม ครอบคลุมเรื่องของวัฒนธรรม วิถีชีวิต กฎหมาย ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดสำหรับการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจบางประเภท เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารและยา เป็นต้น
5. กฎจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์อย่างใกล้ชิด อาทิ ธุรกิจโรงพยาบาลซึ่งต้องคำนึงถึงกฎแพทย์สภาเป็นแนวทางสำคัญ ฯลฯ
6. ผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและพลังงาน ดังเช่นที่ธุรกิจบางรายนำแนวคิดเรื่องการตลาดสีเขียว (Green marketing) มาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยเป็นแนวทางให้ธุรกิจสามารถกำหนดกรอบของภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

พร้อมกับสามารถเลือกใช้วิธีสื่อสารต่างๆ ให้สอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้เงื่อนไขที่มีอยู่

แม้ว่าในอดีตเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์จะเคยได้รับการพิจารณาให้เป็นบทบาทหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์มาโดยตลอด แต่คงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ทางธุรกิจในยุคที่สภาพสังคมและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการดำเนินงานที่เป็นระบบ การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจใด ๆ นั้น พึ่งเริ่มต้นด้วยการตรวจสอบและวัดประเมินภาพลักษณ์อย่างมีมาตรฐาน และการกำหนดเป้าหมายของภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยควบคุมทิศทางดำเนินการในทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องได้ยิ่งไปกว่านั้น ในการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้สามารถสนับสนุนการตลาดของธุรกิจได้ดีควรจะได้พิจารณาถึงมิติอื่นๆ ของการสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ใช้ร่วมกันด้วย โดยที่ผู้บริหารภาพลักษณ์ สามารถนำเอกลักษณ์การสื่อสารและวิธีการดำเนินงานหลากหลายรูปแบบมาใช้ให้สอดคล้องกันเพื่อเดินไปในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นเอกภาพ จวบจนสามารถบรรลุสู่เป้าหมายของภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดที่พึงประสงค์ของธุรกิจอย่างแท้จริง

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยในการตัดสินใจที่จะศึกษาหรือไม่ศึกษาเพราะค่าใช้จ่ายเป็นสิ่งที่จะต้องทำการชำระค่าธรรมเนียมต่อภาคการศึกษาหรือค่าหลักสูตรต่างๆ ในสาขาวิชาที่ศึกษา รวมถึงค่านั่งสื่อค่ากิจกรรม ค่าสอบในแต่ละหลักสูตรการทดสอบที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัย การทำวิทยานิพนธ์ ระยะเวลาในการชำระเงินรวมถึงเงื่อนไขในการชำระเงิน บางสถานศึกษามีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ หรือบางสถานศึกษากำหนดให้มีความสำคัญในการตัดสินใจที่จะเลือกศึกษาต่อในสถานที่ใด หรือเลือกที่จะไม่ศึกษาต่อระดับปริญญาโท (วรรณฯ พลอยสุวรรณ. 2544 : 30)

ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ เป็นการแจ้งข่าวสารให้กับประชาชนทั่วไปได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับการรับสมัครการเปิดสอนระดับปริญญาโทในหลักสูตรอะไรบ้าง จะเป็นการโฆษณา ด้วยแผ่นพับ ใบปลิว การใช้อินเทอร์เน็ต การคิดป้ายประกาศ หรือการลงโฆษณาในวิทยุ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนทราบข่าวเพื่อตัดสินใจเข้ามาสมัครเพื่อทำการศึกษาระดับปริญญาโทในสถาบันนั้นๆ (วรรณฯ พลอยสุวรรณ. 2544 : 32)

สื่อประชาสัมพันธ์ คือหนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปผู้รับในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภทคือ

1. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะ พูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้เถียง การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากนี้จะมีผู้บันทึกคำพูดนั้น ๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้
2. สื่อมวลชนจากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์
3. สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร มีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก
4. สื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วย แต่มีข้อจำกัด คือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์
5. สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่งแต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้
6. สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิต และเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่ไม่ได้เย็บเล่ม เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว เป็นต้น หรือที่เย็บเป็นเล่ม เช่น วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภท สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้

เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

7. สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศนแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ ฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยภาพรวมแล้ว สื่อโสตทัศนมีข้อดีคือมีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่คงทนถาวรนำมาใช้ได้บ่อยครั้ง และสามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้อุปกรณ์ ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง และต้องมีความรู้ในการใช้ และจำเป็นต้องใช้ไฟฟ้า หรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน ในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multimedia) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดีเนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียงที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ แต่มีข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควร และต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน นอกจากนี้ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้นี้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

8. สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึง กิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรม มีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้น ๆ เท่านั้น

การประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมายหลัก 3 ประการคือ

1. เพื่อสร้างค่านิยม คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น โดยการสร้างความนิยมชมชอบให้เห็นถึงคุณงามความดีของเรา ด้วยการเผยแพร่ให้รู้ ชี้แจงให้เข้าใจให้เกิดความเลื่อมใส และเกิดความผูกพันทางใจ การสร้างค่านิยมนี้มีวิธีการปฏิบัติได้หลายทาง ที่สำคัญคือ การก่อให้เกิดและรักษาไว้ซึ่งค่านิยมและสนใจตลอดไป กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างค่านิยมนี้ จึงมุ่งมันไปในเรื่องที่ประชาชนเกิดความถึงพอใจเป็นประการสำคัญ

2. เพื่อป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย คือการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง แก้ไขพฤติกรรมระเบียบและวิธีการปฏิบัติต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ หรือไม่สะดวกใจ เกี่ยวกับการบริการปัญหาต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและมอแงเราในแง่ร้าย แล้วนำไปวิพากษ์วิจารณ์จนทำให้เราเสื่อมเสียชื่อเสียงหรือกล่าวได้ว่า เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ประชาชนเข้าใจเราดีนั่นเอง

3. สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และเรียกร้องความร่วมมือ การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การโฆษณาสินค้าหรือการโฆษณาชวนเชื่อ แต่เป็นสร้างความเข้าใจในอันดีที่ถูกต้องบนพื้นฐานของความ เป็นจริง ชอบธรรมหรือยุติธรรม และเปิดเผย ความร่วมมือสนับสนุนที่เกิดจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จึงต้องเกิดจากความเข้าใจที่ถูกต้อง มีเหตุผลบนความจริงไม่ใช่เกิดขึ้นเพราะการจูงใจหรือการลวงโดยมิชอบ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง สถานที่ตั้งของสถาบันตัวปัจจัยที่ทำให้ให้นักศึกษาตัดสินใจที่จะเลือกเข้าศึกษาเพราะการเดินทางมาเพื่อศึกษาต้องมีความสะดวกสบาย และไม่เป็นการเสียเวลาในการเดินทางมาศึกษา ณ สถาบันที่ตนเลือก รวมถึงความปลอดภัยในการเดินทาง การใช้จ่ายยานพาหนะในการเดินทาง รวมถึงเรื่องการใช้สถานที่ในการจอดรถเมื่อตนได้นำยานพาหนะมายังสถานศึกษา อาคารเรียน ที่รับประทานอาหารสะดวกสบาย ห้องสมุดเพื่อการค้นคว้าศึกษาหาความรู้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในเรื่องของการหาข้อมูลประกอบการศึกษามีเพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา

สรุปปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาโท ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่ง ปัจจัยดังกล่าวก็จะมีอายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้

2. ปัจจัยด้านสังคม ประกอบไปด้วย กลุ่มเพื่อน ผู้บังคับบัญชาฯ

3. ปัจจัยด้านจิตวิทยาประกอบไปด้วย เช่น ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการความผูกพัน ความต้องการอำนาจ

4. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยดังกล่าวนี้เป็นสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมความประพฤติกรรมของมนุษย์นั่นเอง โดยมีวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม

5. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีส่วนส่งผลให้ต้นทุนการผลิตและการบริการทุกด้านมีต้นทุนที่สูงมากยิ่งขึ้นเช่นเดียวกันกับการศึกษาเช่นกัน
6. ปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อการศึกษา เช่น มีการปฏิวัติ การนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาจัดการศึกษามากขึ้น และมีการจัดจำหน่าย ในที่นี้คือ การสำเร็จการศึกษาก็ต้องหางค์กรที่มีความต้องการตรงสาขาที่สำเร็จมานั่นเอง
7. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน จะมองถึงความพึงพอใจของนักศึกษาที่ต้องการเข้ามาศึกษาเป็นสำคัญ
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์สร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาด อาจต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ เช่น องค์กรประกอบของธุรกิจ สภาพเศรษฐกิจ สภาพการแข่งขัน กรอบของสังคม กฎจรรยาบรรณวิชาชีพ ผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ
9. ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา
10. ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อต่าง ๆ

2. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ได้มีนักวิชาการให้แนวคิดเกี่ยวกับ “การตัดสินใจ” ไว้ดังนี้

ถวัลย์ วรเทพพิพิงษ์ (2550 : 2) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การตัดสินใจ” ว่าหมายถึง กระบวนการเลือกหนทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ที่ต้องการโดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการ ประกอบการพิจารณาตัดสินใจ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าว ได้แก่

1. การตัดสินใจต้องมีทางเลือก และทางเลือกที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้นั้น ต้องมีมากกว่าหนึ่งทางเลือก จึงต้องทำการตัดสินใจ ถ้าไม่มีทางเลือกก็ไม่มีตัดสินใจ
2. การตัดสินใจต้องมีจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง ต้องการจะบรรลุ และเราเองยังไม่แน่ใจว่าหนทางเลือกต่างๆ ที่จะทำได้นั้น ทางเลือกใดที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีกว่ากัน
3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของกระบวนการใช้ความคิด ใช้หลักเหตุผลเป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก หลักเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประเมินทางเลือกที่สำคัญคือ ความสามารถของทางเลือกในการสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

การตัดสินใจ คือ การเลือกบนทางเลือก (Choice alternative) ซึ่งทางเลือกนั้นจะต้องมี

1. ทางเลือกหลายทาง หากมีทางเลือกทางเดียวไม่ถือว่าเป็นการตัดสินใจ

2. ต้องใช้เหตุผลประกอบการพิจารณาโดยใช้ข้อมูลตัวเลขต่าง ๆ มาพิจารณาคัดสินใจด้วย

3. มีจุดมุ่งหมายแน่นอน ว่าการตัดสินใจนั้นกระทำไปเพื่ออะไร

สรุปเกี่ยวกับการตัดสินใจว่าการตัดสินใจสะท้อนให้เห็นสถานะที่ผู้ตัดสินใจมีตัวเลือกหลายๆ ตัว และเขาจะต้องเปรียบเทียบผลที่เกิดจากตัวเลือกต่างๆ ก่อนที่จะทำการตัดสินใจเพื่อเลือกตัวเลือกตัวใดตัวเลือกหนึ่ง เพื่อนำไปลงมือปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์บางอย่างที่เขาต้องการ

กระบวนการการตัดสินใจ (Decision-making process) ได้แก่ การกำหนดขั้นตอนการดำเนินการตัดสินใจ ซึ่งเป็นเทคนิคที่จะลดจำนวนทางเลือกลงมาเหลือเพียงระบบและไม่เป็นระบบ กระบวนการตัดสินใจที่ไม่เป็นระบบนั้น เราจะพบได้เสมอและบ่อย ๆ ในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่จะอาศัยสามัญสำนึก อาศัยการลองผิดลองถูก อาศัยความเคยชินและจากประสบการณ์ ซึ่งบุคคลเป็นจำนวนมาก จากแนวคิดของ ไชมอน (Simon, 1960 : 37) ตัดสินใจโดยวิธีการดังกล่าวนี้ ควรทำความเข้าใจ และศึกษาเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ คือ การตัดสินใจอย่างเป็นระบบมีเหตุผลตามวิธีทางศาสตร์ นั่นเอง

1. การค้นหาข่าวสาร (Intelligent activity) ซึ่งได้แก่การดำเนินการค้นหาข่าวสารข้อมูล และรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการพิจารณาคัดสินใจ

2. กิจกรรมออกแบบ (Design activity) ซึ่งได้แก่ การดำเนินการค้นหาจัดตั้งและวิเคราะห์หนทางเลือกต่าง ๆ ที่อาจจะเป็นทางออกของการตัดสินใจในประเด็นหรือปัญหาที่ต้องการตัดสินใจนั้น

3. กิจกรรมเลือก (Choice activity) ซึ่งได้แก่ การดำเนินการตัดสินใจ เลือกหนทางใดหนทางหนึ่งจากบรรดาหนทางเลือกต่างๆ ที่ได้ค้นหามาแล้วในกิจกรรมออกแบบ และเป็นหนทางที่สามารถเป็นไปได้ด้วย

4. ขั้นตอนประเมินและทบทวน (Review activity) เป็นขั้นตอนที่จะทบทวน และประเมินผลถึงหนทางที่ได้เลือกไว้แล้ว

กระบวนการต่าง ๆ ที่ ไชมอน (Simon) ได้กล่าวมาแล้วนั้นก็คือ กระบวนการแก้ปัญหาซึ่งสรุปไว้เป็น 3 ขั้นตอนง่าย ๆ คือ ปัญหาอะไรมีทางแก้อะไรบ้าง และทางไหนดีที่สุด ซึ่งก็คล้ายคลึงกับกิจกรรมขั้นตอนดังกล่าวมาแล้ว

กระบวนการตัดสินใจซึ่งนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้พอสรุปเป็น 6 ขั้นตอน คือ

1. การพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการ หรือ ประเด็นของปัญหาที่จะตัดสินใจจะต้องทราบวัตถุประสงค์ที่ต้องการคืออะไรในกรณีที่เป็นการตัดสินใจ เพื่อแก้ปัญหาที่จำเป็นต้องทราบ

ปัญหาที่แท้จริงก่อนโดยพิจารณา เหตุการณ์ในอดีตปัจจุบันและคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตทำให้
ได้ว่าปัญหาคืออะไร

2. การวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจขององค์การต่างๆ แต่ละครั้งย่อม
มีผลกระทบกระเทือนถึงบุคคลอื่นๆ ด้วย เช่น ในด้านบุคคลควรพิจารณาผู้บังคับบัญชา
ผู้ใต้บังคับบัญชา ตลอดจนบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับปัญหา

3. ควรหาทางเลือก เป็นการพิจารณาผู้ทางเลือกในการตัดสินใจ ซึ่งอาศัยความรู้ทางวิชาการ
ประสบการณ์ คำปรึกษาหารือ หาทางเลือกไว้หลาย ๆ ทาง

4. การกำหนดกฎเกณฑ์ในการตัดสินใจ และการประเมินทางเลือก โดยใช้การวิเคราะห์
หลักเกณฑ์ และวิธีการบางประการเป็นหลักรวมทั้งต้องใช้ประสบการณ์วิจารณ์ญาณและความคิด
ริเริ่มประกอบการพิจารณาเปรียบเทียบผลได้ผลเสียของทางเลือกแต่ละอย่าง ทั้งในปัจจุบัน และใน
อนาคต ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินค่า และเปรียบเทียบควรจะต้องครอบคลุมถึง

4.1 ความเหมาะสมของทางเลือกนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

4.2 เปรียบเทียบผลประโยชน์ค่าใช้จ่าย ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ฯลฯ

4.3 ทางเลือกนั้น ๆ จะต้องเป็นทางเลือกที่จะปฏิบัติได้จริง ๆ

4.4 ผลอันไม่พึงปรารถนาที่อาจจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจใช้ทางเลือกนั้น ๆ จะต้อง
มีน้อยที่สุด หรือถ้ามีต้องหาทางป้องกันและควบคุมไว้

4.5 ผู้รับผิดชอบที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ตัดสินใจเห็นชอบ และพร้อมที่จะ
ปฏิบัติตามทางเลือกที่จะดำเนินการ

4.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการให้ผลทันกับสถานการณ์

5. การตัดสินใจเลือกวิธีที่ดีที่สุด ขั้นตอนนี้เป็น การตัดสินใจขั้นสุดท้ายของการเลือก
แนวทางปฏิบัติที่จะนำไปดำเนินการจริง ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบและวิเคราะห์ทางเลือกต่างๆ
ว่าทางใดจะได้ผลดีที่สุด ณ จุดนี้ ต้องยอมรับความจริงว่า นอกจากการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่
เกี่ยวข้องแล้ว ประสบการณ์ วิจารณ์ญาณ และความสามารถในการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต
ของผู้มีอำนาจตัดสินใจ และการตัดสินใจที่ดีที่สุด คือการตัดสินใจที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ผลดี
ที่สุด

6. การดำเนินการและติดตามผล ในระหว่างประเมินทางเลือก ผู้ทำการตัดสินใจจะต้อง
วางแนวทางการดำเนินงาน สำหรับทางเลือกแต่ละทางไว้ การดำเนินการจะมีประสิทธิภาพได้ก็
ต่อเมื่อผู้ปฏิบัติเต็มใจ และสามารถปฏิบัติได้ ซึ่งจะต้องมีการมอบอำนาจหน้าที่ตัดสินใจเป็นที่
ยอมรับ และเต็มใจปฏิบัติตามด้วย แนวทางการดำเนินการนั้นจะต้องกำหนดงบประมาณ หรือ
ตารางเวลาของการดำเนินการเพื่อให้สามารถติดตามผล และวัดความคืบหน้าได้ว่ามีผลตาม

คาดหมายไว้หรือไม่ ซึ่งการติดตามผลมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจด้วยสาเหตุใหญ่ 2 ประการคือ

1. การทำให้ผู้ทำการตัดสินใจรับรู้ถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นใหม่ๆ จากทางเลือกที่ได้ตัดสินใจเลือกไปแล้ว

2. ทำให้ผู้ทำการตัดสินใจสามารถประเมินประสิทธิภาพ ในการตัดสินใจของตนเองได้ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการติดตามผล จะนำไปสู่การตัดสินใจของผู้บริหาร หรือผู้ทำการตัดสินใจ จึงอาจกล่าวได้ว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้ทำการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและไม่มีที่สิ้นสุด

ทิพย์วัลย์ สีจันทร์ และคณะ (2546 : 110) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งต้องมีทางเลือกหลายๆทางเกิดขึ้นก่อน แล้วนำมาเปรียบเทียบกัน จนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป

สรุปการตัดสินใจนั้น เป็นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุมีผล ในการเลือกแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม หรือพอใจเพื่อจะได้นำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ หรือแก้ปัญหาได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคลจากความหมายดังกล่าว จึงสามารถจำแนกองค์ประกอบที่สำคัญของการตัดสินใจได้ 3 ประการ คือ

1. การตัดสินใจต้องมีทางเลือก และการเลือกที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งนั้นต้องมีมากกว่าหนึ่งทางเลือก จึงต้องทำการตัดสินใจ ถ้ามีทางเลือกก็ไม่มีมติตัดสินใจในทางเลือกนั้น ๆ

2. การตัดสินใจต้องมีจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างที่ต้องการบรรลุและเราเองไม่แน่ใจว่าหนทางเลือกต่างๆ นั้น ทางเลือกใดที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีกว่ากัน

3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของกระบวนการใช้ความคิด ใช้หลักเหตุผล และความพอใจ เป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก ที่สำคัญคือความสามารถของทางเลือกในการสนองตอบ ต่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของคำว่าพึงพอใจ ในการศึกษาโดยทั่วไปนิยมทำการศึกษาใน 2 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของ ผู้ปฏิบัติงาน และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายทัศนะ ดังนี้

กู๊ด (Good. 1973 : 320) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพ ระดับของความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อกิจกรรมนั้น ๆ

โวลแมน (Wolman. 1973 : 384) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของความต้องการ หรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545 : 11) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการเกิดจากกระบวนการในการวางแผนและการบริหารแนวความคิด การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์บริการ เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรและตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

วรูม (Vroom. 1984 : 328) กล่าวว่า ทักษะและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจนั้น และทักษะด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

วอลเลสไตน์ (Wallestein. 1971 : 25-26) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อได้รับผลความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

เครชและครุทฟิลด์ (Krech & Crutfield. 1962 : 77) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองพร้อมบรรลุจุดมุ่งหมาย (Goals) ที่ตั้งไว้ระดับหนึ่ง

ทิฟฟินและแมคคอร์มิก (Tiffin & McCormic. 1965 : 349) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วิลลิสท์ ทรียงกูร (2553 : 74) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนที่เรสัมพันธ์กับระบบโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกันเช่น ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นแม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ต่างกันไป แต่พอสรุปรวมได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประเมินค่า ซึ่งจะเห็นได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้ เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ กล่าวโดยสรุปแล้ว ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน

โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมินว่า เป็นในลักษณะทิศทางบวก หรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉยๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสถานศึกษา

สุวัฒน์ วัฒนวงศ์ (2544 : 47 - 48) สรุปว่าการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการสมัครเข้าเรียน โปรแกรม MBA คือ การเลือกสถาบันที่จะสมัคร ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยต่างๆ จะเป็นเครื่องชี้ถึงนโยบายการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีตและรูปแบบที่จะพัฒนาไปในอนาคต ลักษณะของคณะวิชาและหลักสูตรคณาจารย์ผู้สอน วิธีการสอนและหลักการการประเมินผลการศึกษาของนิสิต ซึ่งควรจะเลือกสถาบันที่มุ่งเน้นด้านคุณภาพการศึกษามากกว่าการมุ่งหาผลประโยชน์เชิงพาณิชย์

2. โปรแกรมการศึกษาของสถาบันต่างๆ จะมีรายละเอียดของโครงสร้างหลักสูตรและสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงควรเปรียบเทียบและพิจารณาว่า โปรแกรมใดเหมาะกับเรามากที่สุด

3. คณาจารย์ เนื่องจากคณาจารย์เป็นผู้ให้ข้อมูล ความคิด พิจารณาและวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ เป็นแบบอย่างแก่นิสิต ซึ่งการพิจารณาและประเมินคุณภาพของอาจารย์จะต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ดังนี้

3.1 คุณวุฒิและความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา

3.2 ความสามารถในการสอน

3.3 พื้นฐานการศึกษาและประสิทธิภาพการทำงาน

3.4 สัดส่วนของคณาจารย์ต่อจำนวนนิสิต

4. นิสิตร่วมโปรแกรมการศึกษา จะต้องพิจารณาทั้งด้านคุณสมบัติ และจำนวนนิสิต ซึ่งด้านคุณสมบัติ นั้น หากนิสิตในโปรแกรมมีคุณสมบัติแตกต่างกัน เช่น พื้นฐานการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ก็จะทำให้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมโปรแกรมได้อย่างกว้างขวางมากกว่าเพื่อนร่วมโปรแกรมที่มีคุณสมบัติเหมือนกัน ส่วนด้านจำนวนนิสิตร่วมโปรแกรมนั้น ไม่ควรมีจำนวนมากเกินไปจนทำให้ขาดประสิทธิภาพในการเรียน หรือน้อยเกินไปทำให้นิสิตขาดความกระตือรือร้นที่จะแข่งขันกันเท่าที่ควร

5. ที่ตั้งของมหาวิทยาลัย จะเน้นด้านความสะดวกของนิสิตในการเดินทางไปยังสถานที่เรียนตลอดจนความสะดวกในการใช้อุปกรณ์การศึกษาต่างๆ ในมหาวิทยาลัย

6. สถิติการทำงานของผู้สำเร็จการศึกษา ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ชี้ถึงโอกาสการทำงานของผู้สำเร็จการศึกษาในแต่ละสถาบัน และถ้าสถาบันใดมีหน่วยจัดหางานแก่นิสิตและผู้สำเร็จการศึกษา ก็จะเป็นปัจจัยเพิ่มข้อดีให้แก่สถาบันนั้นด้วย

7. ชื่อเสียงเกียรติคุณ ชื่อเสียงของสถาบันการศึกษาถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง เพราะเป็นหลักประกันอันดีต่อโอกาสการทำงานของผู้สำเร็จการศึกษาในอนาคต

8. ความยากในการพิจารณาคัดเลือก ซึ่งผู้สมัครจะต้องพิจารณาคุณสมบัติของตนเองว่ามีความเหมาะสมที่จะสมัครในสถาบันใด เนื่องจากสถาบันที่มีผู้สมัครจำนวนมากและจำนวนรับเข้าน้อย โอกาสที่จะได้รับการพิจารณาก็น้อยด้วย

9. ระยะเวลาที่ต้องใช้ในการศึกษา การศึกษาในโครงการปริญญาโทคณะบริหารธุรกิจ (MBA program) อาจต้องใช้เวลาศึกษาแตกต่างกัน ในแต่ละโครงการ ซึ่งอาจใช้ระยะเวลาประมาณ 1 ปี ถึง 2 ปี หรืออาจจะใช้เวลามากกว่านั้น แล้วว่า แต่โปรแกรมการเรียนของโครงการนั้นเป็นอย่างไร

10. ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ควรใช้ในการพิจารณาเปรียบเทียบสถาบันต่างๆ มีดังนี้

10.1 ความยากง่ายของแต่ละโปรแกรม

10.2 โอกาสในการทำงานเมื่อสำเร็จการศึกษา

10.3 หลักสูตรการเรียนการสอน

10.4 นโยบายการลาในขณะศึกษา

10.5 เวลาโดยเฉลี่ยที่ต้องใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาสามารถใช้แนวคิดในการเลือกสถานศึกษาเหล่านี้ในการช่วย กำหนดปัจจัยต่างๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของนิสิต เพื่อใช้เป็นปัจจัยที่ใช้ระบุลงในแบบสอบถาม และให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คะแนนความสำคัญของแต่ละปัจจัย ทำให้ปัจจัยที่กำหนดในแบบสอบถามนั้นตรงกับความเห็นของประชากรที่ต้องการจะเก็บข้อมูลเป็นส่วนใหญ่

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

งานด้านการบริการเป็นงานสำคัญที่เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร หรือบางทีคนส่วนใหญ่จะกล่าวว่า พนักงานทุกคนล้วนเป็นผู้ประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นพนักงานขาย พนักงานสินเชื่อ พนักงานประจำสำนักงานที่มีหน้าที่สนับสนุนงานหลักขององค์กรก็ตาม ล้วนเป็นกลไกหรือฟันเฟืองไม่ว่าผู้ที่ทำงานจะอยู่ในภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือธุรกิจเอกชน ล้วนเป็นหน้าตาที่เชิดชูหรือทำให้องค์กรเสื่อมเสียชื่อเสียงได้ด้วยกันทั้งนั้น และพนักงานที่มีความสำคัญที่สุดในจุดนี้ก็คือพนักงานที่ให้บริการนั่นเอง เพราะเป็นส่วนที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้มาติดต่อกับองค์กรมากที่สุดและเป็นด่านแรกที่จะให้ผู้ติดต่อบริการรู้สึกที่ดีต่อองค์กร มีผู้กล่าวถึงแนวคิดในด้านนี้ไว้จำนวนมาก ดังนี้

ปรัชญา เวสารัชช์ (2553 : 6) ได้กล่าวถึง การให้บริการโดยสรุปไว้ว่า พฤติกรรมและวิธีการบริการของเจ้าหน้าที่บริการมีความสำคัญมากที่สุดในการสร้างความประทับใจในการบริการ

ประชาชน ทั้งนี้ เพราะประชาชนได้รับประสบการณ์โดยตรงจากสัมผัสกับเจ้าหน้าที่ที่บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยซึ่งยังมีได้พัฒนาเทคโนโลยีบริการ ซึ่งลดโอกาสสัมผัสติดต่อโดยตรงระหว่างเจ้าหน้าที่บริการประชาชน เรื่องที่จะทำให้ประชาชนเกิดการประทับใจที่ดี หรืออาจเกลียดชังประทับใจถ้าได้รับบริการที่ไม่ดี ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. บุคลิกภาพและการปรากฏตัวของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ โดยแสดงออกในลักษณะต่างๆ

1.1 รูปร่างหน้าตา สีหน้า และการแสดงออกนั้น เป็นลักษณะที่เจ้าหน้าที่บริการแสดงให้ปรากฏต่อหน้าผู้พบเห็นนอกจากรูปร่างหน้าตา

1.2 เสื้อผ้าเครื่องประดับ เจ้าหน้าที่ควรแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าปกปิด เรียบร้อย ไม่ดูหยาบกราดตามแฟชั่น หากเป็นหญิงก็ไม่ควรให้ดูโป๊ โดยทั่วไปควรแต่งตัวให้ดูเหมาะสมกับการเป็นข้าราชการ คือควรมีความเรียบร้อย ดูแล้วสะอาดตา

1.3 การแต่งเนื้อแต่งตัว การแต่งหน้า แต่งเล็บ ทำผม และการประเทืองร่างกาย ควรแต่งหน้าเพียงบาง ๆ ใช้สีสันทันที่ไม่ฉูดฉาด ผมเผ้าไม่รุงรัง ไม่เป็นทรงที่ดูสะกดตาทรมานใจคนดู นอกจากนี้ก็ไม่ควรชโลมน้ำหอมเสียนุ่ง

2. การพูดจาตอบคำถาม ในกรณีการบริการเป็นลักษณะกึ่งอัตโนมัติ ซึ่งผู้รับบริการรู้หน้าที่และไม่ต้องการการซักถาม รวมทั้งผู้ให้บริการก็ไม่จำเป็นต้องซักถาม ความจำเป็นต้องพัฒนาการพูดจาและการตอบคำถามก็ไม่มี กรณีดังกล่าวนี้หาได้ยากมากและหากเป็นเช่นนั้นหน่วยงานบริการก็ควรหาเครื่องจักรมาแทนคนได้ แต่บริการเป็นเรื่องเลียงไม่ได้ในการพบปะ และการสื่อสาร ผู้รับบริการจะประทับใจในประเด็นต่อไปนี้ มีการยิ้มแย้มแจ่มใสและทักทาย มีการซักถามความต้องการ การอธิบาย วิธีการพูดที่สุภาพ

เพนแคลสกีและโทมัส (Penchansky & Thomas, 1961 : 52) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการดังนี้ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ คือความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการขอรับบริการการเข้าถึงแหล่งบริการ ได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทางความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่า ให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวกความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการการยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

กุลธนา ธนาพงศธร (2550 : 11) กล่าวว่าหลักการให้บริการ ได้แก่หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะหลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และ

สม่ำเสมอมีใช้ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน เพราะหลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด หลักความปลอดภัย ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับหลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้บริการจะต้องเป็นไปในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่มีการสร้างภาวะยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

กิตตินัย สิทธิชัย (2552 : 25) ให้ความเห็นเกี่ยวกับหลักการสำคัญของการบริการลูกค้าที่ควรปฏิบัติทั้งในองค์กรของรัฐและเอกชน ควรยึดหลักปฏิบัติตัวดังนี้ ควรให้บริการเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการควรจะจำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น ผู้ให้บริการไม่ควรเอาเรื่องส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง การปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมกันหมายความว่า ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อผู้ให้บริการ โดยความเป็นธรรมไม่ถือเอาถือเอา เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลังใครมาก่อนก็ได้รับบริการก่อนเป็นต้น การวางตนเป็นกลาง หมายถึง ผู้ให้บริการจะต้องบริการผู้ให้บริการโดยไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวมาเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและควรปฏิบัติด้วยเหตุและผลและใช้หลักการความถูกต้อง ไม่ขู่ตะคอกหรือหาเหตุชวนวิวาทกับผู้ให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 4 - 5) ได้กล่าวถึงแนวคิดของคุณภาพสำหรับการให้บริการว่าเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพการบริการ โดยคำนึงถึงคุณลักษณะ 10 ประการ คือ 1) การเข้าถึงลูกค้า 2) การติดต่อสื่อสาร 3) ความสามารถ 4) ความมีน้ำใจ 5) ความน่าเชื่อถือ 6) ความไว้วางใจ 7) การตอบสนองลูกค้า 8) ความปลอดภัย 9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก และ 10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า

คลยา วุฒิวิวัฒน์กุล (2544 : 32) ได้สรุปความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ แต่วัดผลลัพธ์ได้เป็นความพึงพอใจ ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นงานที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องพร้อมรองรับความต้องการนั้น ๆ ทั้งในด้านความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีความสามารถในการสื่อสาร มีความเต็มใจที่จะทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

อังกาบ กอศรีพร (2547 : 15) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การจะให้การบริการมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร เป็นการพัฒนาการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนได้รับบริการที่ควรจะได้รับอย่างครบถ้วน สมบูรณ์ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมและสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้องชอบธรรมสามารถตรวจสอบได้ และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการและในการที่จะได้รับบริการจากรัฐ การให้บริการเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญในการบริหารงานของภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชน หรือผู้รับบริการโดยตรง ซึ่งหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่งต่อการบริการให้แก่ผู้รับบริการ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ จากแนวความคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการดำเนินการพัฒนาคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลวังน้อย เพื่อสนองตอบความต้องการของประชาชน ทำให้ประชาชนผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และคุณภาพในด้านการให้บริการจะต้องคำนึงถึงประชาชนผู้ให้บริการเป็นสำคัญ การสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความไว้วางใจให้กับผู้รับบริการ พร้อมทั้งสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทั่วถึง

สมิต สัชฌกร (2548 : 15) ได้กล่าวถึง หลักการให้บริการมีข้อคำนึง ดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใดแต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญการบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพคือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจและถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใดก็เป็นเพียงด้านปริมาณแต่คุณภาพของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดคือการปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจแม้จะมีคำขอโทษขอภัยก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนดทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ การให้บริการใน

ลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดยรอบคอบรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและฝ่ายเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอ จะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่นๆ ด้วย

มิลเลท (วราพรธม สันตสนะ โชค. 2550 : 31 ; อ้างอิงจาก Millett. 1954. **Management in the Public Service : The Quest for Effective Performance.** p.45) ได้ชี้ให้เห็นว่าคุณค่าประการแรกของการบริหารงานรัฐกิจทั้งหมด คือ การปฏิบัติงานด้วยการให้บริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable service) โดยยึดหลักที่ว่า คนเราทุกคนเกิดมาเท่าเทียมกัน ความเท่าเทียมกันนั้น หมายถึง ประชาชนทุกคนควรมีสติเท่าเทียมกันทั้งทางกฎหมายและทางการเมือง การให้บริการของรัฐจะต้องไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ศิพ หรือความยากจน ตลอดจนสถานะทางสังคม

2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely service) จะไม่มีผลงานทางสาธารณะใดๆ ที่เป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพ หากไม่ตรงต่อเวลาหรือทันต่อเหตุการณ์ เช่น รถดับเพลิงมาถึงหลังจากไฟไหม้หมดแล้ว การบริการนั้นก็ถือว่าไม่ถูกต้องและไม่น่าพอใจ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) คือ นอกจากให้บริการ อย่างเท่าเทียมกันและให้ความรวดเร็วแล้วต้องคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสม จำนวนความต้องการในสถานที่ที่เพียงพอในเวลาที่เหมาะสมอีกด้วย

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) การให้บริการตลอดเวลาต้องพร้อมและเตรียมตัวบริการต่อความสนใจของสาธารณชนเสมอ มีการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำ เช่น การทำงานของตำรวจจะต้องบริการตลอด 24 ชั่วโมง

5. การบริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) เป็นการทำที่มีความเจริญก้าวหน้าไปทั้งทางด้านผลงานและคุณภาพเทคโนโลยีที่ทันสมัย

เพนซ์สกี และโทมัส (ศศิธร พูลสุข. 2548 : 33 ; อ้างอิงจาก Penchansky & Thomas. 1954. **Management in the Public Service : The Quest for Effective Performance.** p.34) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ ดังนี้

1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการขอรับบริการ

2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก คำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทาง

3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับให้ความสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวก

4. ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

5. การยอมรับคุณภาพของบริการ (Acceptability) ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2552 : 17) ได้กล่าวถึง ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว มีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิด หรือตัวต่อตัว เช่น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน พนักงานต้อนรับในร้านอาหาร การบริการแบบใกล้ชิดจะทำให้ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจทันที ในขณะที่รับบริการ การบริการที่ดีและถูกใจสร้างได้ยาก เพราะขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ

2. การบริการนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานาน ๆ และพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ห้องพักรวมโรงแรม ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการ การบริการที่เตรียมไว้ก็สูญเปล่า และการเพิ่มการบริการเป็นไปไม่ได้มากนักในกรณีที่เกิดความต้องการอย่างเร่งด่วน

3. การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้มาให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวใช้เวลาในการบริการสั้นมาก เช่น การรับประทานอาหาร 1-2 ชั่วโมง ทั้งนี้อาจใช้บริการพร้อมกันหรือหมุนเวียนกัน ผู้ให้บริการจึงมีเวลาสั้นมากในการให้บริการอย่างเสมอภาค ถูกต้องและน่าประทับใจ

4. ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่สามารถหรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใด ๆ มาให้บริการแทน จึงเกิดมีปัญหารางงานอยู่เสมอ เช่น คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ความสามารถ และค่าจ้างเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานเป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานบริการทำงานสะดวกและรวดเร็วขึ้นเท่านั้น

เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพการบริการ โดยคำนึงถึงคุณลักษณะ 11 ประการ (Lovelock, 1996 : 464-465) ดังนี้

1. ลักษณะการบริการ (Tangibles) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ

2. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้โดยตรงไปตรงมาและถูกต้อง

3. ความกระตือรือร้น (Responsiveness) การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าอย่างทันท่วงที
4. ความเชี่ยวชาญ (Competence) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ
5. ความอธยาศัยยนอบน้อม (Courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพนอบน้อมเป็นกันเอง
6. รู้จักให้เกียรติผู้อื่น (Pay respect) จริงใจ มีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ
7. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ
8. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัย และปัญหาต่าง ๆ
9. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก
10. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่ง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ
11. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding of customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการคุณภาพของการให้บริการ (Service quality) ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการของเลิฟล็อก (Lovelock) มีลักษณะดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2551 : 218-219)
 1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้า โดยไม่ต้องให้ลูกค้าคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
 2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
 3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน
 4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรณญาณ

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยง ปัญหาต่าง ๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

โดยสรุปคุณภาพการให้บริการ (Service quality) เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งกันโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวัง

การบริการมีลักษณะที่แตกต่างไปจากการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป เมื่อไปเกี่ยวข้องกับการค้าทางธุรกิจ ลักษณะสำคัญของการบริการจะมีดังนี้ (Kotler, 1994 : 464-468)

1. สาระสำคัญของความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจึงไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่า จะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับ ตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อได้ การบริการทำได้เพียงการให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ การรับประกันคุณภาพ หรือการอ้างอิงประสบการณ์ที่ผู้อื่นได้เคยใช้บริการมาแล้ว

2. สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการมีลักษณะเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้และไม่สามารถสัมผัสได้ก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น กล่าวคือ ผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าหรือก่อนที่จะตกลงใจซื้อเหมือนกับการซื้อสินค้าทั่วไป นอกจากนั้นการซื้อบริการก็เป็นการซื้อที่จับต้องไม่ได้เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้น ๆ โดยผู้ซื้ออาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับ แล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการดังกล่าว

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกับการขายบริการ ซึ่งแตกต่างกับตัว

สินค้าที่มีการผลิตการขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง นอกจากนี้การดำเนินการบริการไม่สามารถแบ่งแยกส่วนประกอบในตัวของมันเองออกจากกัน เหมือนเช่นการผลิตสินค้าทั่วไปได้ ผู้ให้บริการจะเป็นผู้ขายบริการ โดยตรงให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มให้บริการจนกระทั่งบริการนั้นสิ้นสุดลง ทั้งนี้ผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการขณะนั้นด้วย โดยทำหน้าที่เป็นผู้รับบริการจากผู้ให้บริการในเวลาเดียวกัน

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอน เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการ และสภาพแวดล้อมขณะบริการที่แตกต่างกัน

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish ability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาหรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด เพราะเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าใดก็จะเป็นของสินค้านั้นอย่างถาวรทันที ในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใด ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของแต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำนั้นองค์กรที่เป็นหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชน ที่มีบทบาทในการให้บริการ ซึ่งมีการแข่งขันกันมากโดยเฉพาะในองค์กรธุรกิจ การได้มาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้านั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ปรารถนาทุกองค์กรที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง แต่องค์กรที่มีรายได้จากการบริการนั้น จะต้องมีความพร้อมทั้งหลายด้านประกอบกันจึงจะถือว่าสมบูรณ์ ทั้งนี้ผู้ให้บริการนั้นจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ

การบริการ (Service) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในวงธุรกิจ ถือว่าเป็นกลยุทธ์การตลาด สร้างความเป็นเลิศ และถือเป็นอาวุธที่สามารถเอาชนะคู่แข่งในธุรกิจต่าง ๆ เพราะปัจจุบันลูกค้าหรือผู้รับบริการหลายคน ยินดีที่จะซื้อความพอใจ ความภูมิใจจากการได้รับการบริการทุกครั้ง ได้มีนักวิชาการด้านการตลาดหลายท่านได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับการบริการที่มุ่งผลกำไรทางธุรกิจบริการ ดังนี้

การบริการมีความสำคัญและมีบทบาทเป็นอย่างมากเนื่องจากประเทศไทยมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจขยายสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมประกอบกับความ

เจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ และระบบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ส่งผลให้ระบบการผลิตสินค้าและบริการขยายตัวมากขึ้นยิ่งกว่าแต่ก่อน จะพบว่า อุตสาหกรรมการบริการมีแนวโน้มที่จะมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ความเป็นอยู่ตลอดจนมาตรฐานการครองชีพของประชาชนที่ดีขึ้น ประชาชนได้รับการศึกษาและรายได้สูงขึ้นกว่าแต่ก่อนส่งผลให้ความต้องการบริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้อำนวยความสะดวกสบายมีเพิ่มมากขึ้น การบริการมีความหลากหลายและมีบทบาทในสังคมมากยิ่งขึ้นกว่าในอดีต

จากกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกดังกล่าว ส่งผลให้การบริการเชิงพาณิชย์เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในฐานะของผู้รับบริการอีกทั้งยังก่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจและสังคม ต่อการประกอบธุรกิจปัจจุบัน (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2550 : 9)

คาสท์ และ โรเซนซ์วิก (Kast & Rosenzweig. 1985 : 6) กล่าวว่าไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การร่วมมือ และประสานงานกันระหว่างมนุษย์ และทรัพยากรทางวัตถุอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้

บาร์โทล และ มาร์ทีน (Bartol & Martin. 1994 : 6) ได้ให้ความหมาย การบริหารว่า เป็นกระบวนการที่ทำให้เป้าหมายขององค์กรประสบผลสำเร็จ โดยการวางแผน การจัดองค์กร การใช้ภาวะผู้นำ และการควบคุม

จิรัช ชูเวช (2553 : 9) กล่าวว่า การบริหารงานบางครั้งเรียกสั้น ๆ ว่า การบริหาร ปัจจุบันมีคำศัพท์ที่ใช้อยู่สองคำ คือ การบริหาร (Administration) และการจัดการ (Management) ทั้งสองคำมีความหมายคล้ายกันแต่นิยมใช้ในต่างสถานการณ์กัน กล่าวคือ การบริหารมักใช้กับกิจการสาธารณะหรือการบริหารราชการ เช่น กิจการตำรวจ กิจการปกครอง เป็นต้น ส่วนคำว่าจัดการมักจะใช้กับการดำเนินงานของธุรกิจเอกชน เช่น ร้านสรรพสินค้า โรงงานของเอกชน เป็นต้น

กมล อุดุลพันธ์ (2548 : 2) กล่าวว่า ลักษณะสำคัญที่สุดของการบริหาร หมายถึง การประสานและประยุกต์ให้ความรู้และแนววิเคราะห์ ซึ่งพัฒนาโดย สาขาวิชาต่าง ๆ ปัญหาของนักบริหารคือ การแสวงหาจุดสมดุลระหว่างแนวทางเหล่านี้ และประยุกต์ให้หลักการแต่ละอย่างในแต่ละสถานการณ์ซึ่งต้องการปฏิบัติการนักบริหารจะต้องฝึกฝนตนเองให้สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ด้วยเทคนิคที่ใช้เฉพาะกับสภาพการณ์นั้นกล่าวคือ นักบริหารยังต้องพัฒนากรอบแห่งความนึกคิดซึ่งสามารถแสดงภาพทั้งหมดหรือแม้เพียงส่วนต่าง ๆ ที่มาประสานกัน เป็นองค์การ

จากแนวคิดดังกล่าว พอสรุปได้ว่า การบริหารเป็นการร่วมมือกันทำกิจกรรม และประสานงานของกลุ่มบุคคลโดยการวางแผน การจัดองค์กร การจูงใจ และการควบคุม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

ดริคเกอร์ (สมคิด บางโม. 2552 : 60 ; อ้างอิงจาก Drucker. 2005. **The Practice of Management**) ได้ให้ความหมายของการจัดการ หมายถึง ศิลปะในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายร่วมกับผู้อื่น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 444) ให้ความหมายของคำว่า การจัดการ คือ กระบวนการนำทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหาร คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การชี้นำ (Leading) การควบคุม (Controlling)

จากแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การจัดการ เป็นแนวทางในการปฏิบัติตามนโยบายการบริหาร และในการบริหารของแต่ละองค์การมีขั้นตอน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจ และการควบคุม

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจที่จะนำมาเสนอในที่นี้มีอยู่ 3 ทฤษฎีด้วยกัน คือ

1. ทฤษฎีการใช้เหตุผลสมบูรณ์แบบ (The Rational Comprehensive Theory) เป็นการปฏิบัติซึ่งยอมรับกันอย่างกว้างขวาง สำคัญโดยสังเขปของทฤษฎีนี้คือ จริงหรือน้อยที่สุด ปัญหาเช่นว่านั้นก็มีความหมายชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับปัญหาอื่น ๆ

1.1 เป้าหมาย ค่านิยมหรือวัตถุประสงค์ซึ่งใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจของผู้ตัดสินใจมีลักษณะชัดเจน และสามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาได้

1.2 มีการพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ที่จะใช้ในการแก้ปัญหาทั้งหมดด้วยความรอบคอบ

1.3 ผลที่จะตามมาจากการเลือกแต่ละทางทั้งทางบวกและทางลบ ได้รับการพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วน

1.4 มีการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของทางเลือกแต่ละทางเลือกด้วยความรอบคอบ

1.5 ผู้ตัดสินใจจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่จะช่วยให้เป้าหมาย ค่านิยม หรือวัตถุประสงค์

1.6 บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ผลของการตัดสินใจตามทฤษฎี หรือกระบวนการตัดสินใจดังกล่าวข้างต้น ก็คือการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ซึ่งจะช่วยให้เป้าหมายที่กำหนดไว้บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทฤษฎีนี้ก็มีจุดอ่อน

1.7 ในโลกแห่งความเป็นจริง ปัญหาที่ผู้ตัดสินใจประสบ มิใช่เป็นปัญหาที่เป็นรูปธรรม สามารถระบุได้อย่างชัดเจน แต่ผู้ตัดสินใจจะพยายามพิจารณาและระบุว่าปัญหาที่เขากำลังเผชิญอยู่นั้นคืออะไรมากกว่า

1.8 ทฤษฎีนี้ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง

1.9 มีปัญหาเกี่ยวกับค่านิยม เพราะทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนฐานคติที่ว่า ผู้ตัดสินใจเผชิญกับสถานการณ์ที่มีค่านิยมขัดกันมากกว่าความเห็นพ้องในค่านิยมดังกล่าว

2. ทฤษฎีส่วนเพิ่ม (The Incremental Theory) จุดมุ่งหมายที่สำคัญของทฤษฎีนี้ ก็เพื่อจะแก้ปัญหาจุดอ่อนของทฤษฎีการใช้เหตุผลสมบูรณ์แบบ โดยมีสาระสำคัญพอสังเขป คือ

2.1 การเลือกเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ และการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อเท็จจริงเพื่อหาทางปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาดแต่ยังมีส่วนเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอยู่

2.2 ในการพิจารณาทางเลือก ผู้ตัดสินใจจะพิจารณาเฉพาะทางเลือกในการแก้

2.3 ในการประเมินผลที่จะเกิดขึ้นของแต่ละทางเลือกนั้นๆ ผู้ตัดสินใจจะประเมินเฉพาะผลที่สำคัญ ๆ เท่านั้น

2.4 ผู้ตัดสินใจพยายามนิยามปัญหาที่เผชิญอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนเป้าหมายและมรรควิธีที่จะให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาได้

2.5 ทฤษฎีนี้ถือว่าไม่มีการตัดสินใจในการแก้ปัญหาเพียงครั้งเดียว หรือวิธีแก้ปัญหาที่ถูกต้องเพียงวิธีเดียว

2.6 ทฤษฎีนี้มุ่งเสริมแต่งสภาพสังคมที่ไม่ค่อยสมบูรณ์ในปัจจุบัน มากกว่าที่จะมุ่งส่งเสริมเป้าหมายของสังคมในอนาคต

3. ทฤษฎีผสม (Mixed Scanning Theory) สาระสำคัญพอสังเขปของทฤษฎีนี้ได้แก่

3.1 ทฤษฎีผสมพยายามนำส่วนดีของทฤษฎีการใช้เหตุผลสมบูรณ์แบบและทฤษฎีส่วนเพิ่มมาใช้ คือพยายามวิเคราะห์ปัญหาอย่างหยาบ ๆ ก่อน แล้วจึงทำการวิเคราะห์ในรายละเอียดเฉพาะจุดที่เห็นว่าเป็นปัญหาสำคัญ

3.2 ทฤษฎีผสมนี้อำนวยให้ผู้ตัดสินใจ สามารถเลือกใช้ทั้งทฤษฎีการใช้เหตุผลสมบูรณ์แบบกับทฤษฎีส่วนเพิ่มในสถานการณ์ต่าง ๆ กันได้ตามความเหมาะสม

3.3 เป็นการประนีประนอมระหว่างทฤษฎีส่วนเพิ่มกับทฤษฎีการใช้เหตุผลสมบูรณ์แบบ จุดเด่นของทฤษฎีนี้คือ ได้พยายามให้ผู้ตัดสินใจได้ตระหนักในข้อเท็จจริง ที่ว่าการเสี่ยงและความแน่นอนของผลที่จะตามมา ฉะนั้นจึงอาจมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ทฤษฎีการตัดสินใจ

มากกว่าหนึ่งทฤษฎี เมื่อลักษณะของเรื่องที่จะต้องตัดสินใจไม่เหมือนกัน (ถวัลย์ วรเทพพิพิงค์. 2550 : 3-7)

4. เกณฑ์การตัดสินใจ (Decision making criteria) โดยทั่วไปมักใช้กันอยู่ 4 เกณฑ์ คือ

4.1 เกณฑ์หาจุดสูงสุด (Maximization) ในลักษณะของการหาเกณฑ์จุดสูงสุดนั้น ทางเลือกต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นมาเป็นทางเลือกที่สมบูรณ์แล้ว คือไม่มีทางเลือกอื่นที่จะช่วยแก้ปัญหาได้อีก

4.2 ทำให้ผู้ตัดสินใจพยายามหาจุดสูงสุด (Maximize) หมายถึง การเลือกทางเลือกที่คิดว่าดีที่สุด เหมาะสมที่สุดในบรรดาทางเลือกที่มีอยู่นั้น

4.3 เกณฑ์หาจุดสูงสุดของทางเลือกที่ต่ำๆ (Minimum) เราต้องยอมรับว่า ทางเลือกที่กำหนดขึ้นมา มิได้เป็นทางเลือกที่สมบูรณ์นัก ทางเลือกบางอย่างส่งผลตอบแทนออกมาในลักษณะที่ไม่น่าพอใจนัก หมายความว่าให้สิ่งตอบแทนมาต่ำ ผู้ทำการตัดสินใจพยายามเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ในบรรดาทางเลือกซึ่งไม่น่ายินดีนัก

4.4 เกณฑ์จะสร้างความเสียใจให้น้อยที่สุด (Minimax) ในบางกรณีผู้ตัดสินใจอาจพบว่าไม่ว่าจะเลือกทางใดก็ดูไม่มีความพอใจไปเสียทั้งนั้นผู้ตัดสินใจจึงได้พยายามหาวิธีที่จะสร้างความเสียใจให้กับตนเองน้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้ เพื่อที่จะป้องกันตัวเองมากที่สุดหรือมากเกินไป เกณฑ์สร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ซึ่งเกณฑ์นี้คล้ายๆ กับกรณีของทางเลือกที่ดีที่สุด ในบรรดาทางเลือกที่ไม่ค่อยยินดีนัก แต่ว่าความแตกต่างอยู่ตรงที่ผู้เสนอ โดยทั่วไป ผู้ตัดสินใจมักมีเกณฑ์หรือจุดต่ำสุดที่ผู้ตัดสินใจสามารถรับได้ถ้าหากว่าทางเลือกใดก็ตามที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามความต้องการขั้นต้นนั้นแล้วเขาก็จะตัดสินใจตามเกณฑ์นั้น โดยที่อาจจะไม่คำนึงถึงทางเลือกอื่น ซึ่งอาจจะมีความเหมาะสมหรือถูกต้องมากกว่าก็เป็นได้

4.5 การมีเหตุผลในการตัดสินใจ การมีเหตุผล (Rationality) สามารถพิจารณาได้หลายกรณี เช่น

4.5.1 การมีเหตุผล ที่ควรจะเป็นจริง ๆ (Objectively rational) หมายถึง การตัดสินใจสินใจ ที่พยายามจะหาผลสูงสุดในค่านิยม ที่มีอยู่ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

4.5.2 การมีเหตุผลในแง่ (Subjectively rational) ใช้กับการตัดสินใจที่ได้รับผลสูงสุด เท่าที่ความรู้ความสามารถจะมีอยู่เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การมีเหตุผลแบบนี้จะหละหลวมกว่า และเป็นไปในแง่นามธรรมมากกว่า แบบที่ 1

4.5.3 การมีเหตุผลในแง่การรู้ตัว หรือว่ามีสำนึกอยู่ (Consciously rational) ซึ่งใช้กับการตัดสินใจที่ต้องการปรับปรุงมรรควิธี เพื่อที่จะไปสู่เป้าหมายโดยที่มีกระบวนการที่มีสำนึก

อยู่ตลอดเวลา หมายถึง การตัดสินใจที่ต้องการปรับปรุงมรรควิธี เพื่อที่จะไปสู่วัตถุประสงค์ หรือ เป้าหมายอันสุดท้าย โดยการที่มีการประนีประนอมมีการเสาะหากันและกันในตัวเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549 : 470) ได้ให้ความหมาย ของการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อ หรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์ เป็นช่วงข้อเท็จจริงข้อสุดท้ายสำหรับนักการตลาดซึ่งชี้ความสำคัญว่า กลยุทธ์ การตลาดฉลาด มองการณ์ไกล และมีประสิทธิผล หรือชี้ว่ามีการวางแผนที่เร็ว และผิดพลาด ดังนั้น นักการตลาดจะสนใจในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจมากกว่าหนึ่ง ทางเลือกขึ้นไป การตัดสินใจว่าจะไม่ซื้อก็เป็นทางเลือกเช่นเดียวกัน

ดังนั้น พอจะสรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) หมายถึงขั้นตอนที่ผู้บริโภค พร้อมที่จะทำการตัดสินใจสำหรับทางเลือกที่ได้กำหนดไว้แล้วจากทางเลือกต่างๆ โดยทางเลือกที่ เลือกกระทำถือว่าเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการแก้ไขปัญหาหนึ่ง ดังนั้น สิ่งที่เกิดขึ้นในขั้นนี้ก็คือ ความตั้งใจที่จะกระทำการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง หรือตราใดตราหนึ่ง ความตั้งใจซื้อนี้ไม่จำเป็น จะต้องก่อให้เกิดการซื้อเสมอไปเพราะยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจว่า จะซื้อดี หรือไม่อีกรวมทั้งสภาพความพร้อมที่จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้น หรือ ไม่จึงขึ้นอยู่กับ ความตั้งใจซื้อ สถานการณ์ในขณะที่ทำการตัดสินใจและระยะเวลาที่ใช้สำหรับ ตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจเพื่อปฏิบัติการต่างๆ (The decision making process) เป็น กระบวนการที่สำคัญเพราะหลังจากเราได้พิจารณาทางเลือกต่างๆ (Alternatives) แล้วก็ต้อง ตัดสินใจเลือกวิธีการปฏิบัติจากทางเลือกเหล่านั้น เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียวเท่านั้น ซึ่งการตัดสินใจเลือก ที่ถูกต้องนั้นจะต้องเป็นการตัดสินใจเลือกที่ถูกต้องตามเหตุผลที่สุด และ จะต้องให้ได้ผลออกมา เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างดีที่สุด จุดมุ่งหมายของการตัดสินใจ จะ อยู่ที่การเลือกทางเลือกจากหลายๆ ทางที่ได้มีการถ่วงถ่วงแล้วว่าดีที่สุดใน เพื่อให้ได้ทางเลือกทาง หนึ่งที่จะก่อให้เกิดผลตามที่ต้องการได้มากที่สุด โดยในขณะเดียวกันก็ต้องสามารถป้องกัน ผลเสีย ที่ไม่พึงปรารถนาให้มีน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้

ในทางทฤษฎีนั้นการตัดสินใจของบุคคลโดยทั่วไปนั้น จะเป็นไปในลักษณะที่มีเหตุผล หรือเป็น “Economic man” ซึ่งมักจะเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่สำคัญ คือ

1. ทุกคนจะมีเกณฑ์ที่ยึดถือและใช้ประกอบการตัดสินใจของตน และจะมีการให้น้ำหนักต่อเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นการแน่นอน
2. ทุกคนจะมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และมองเห็นถึงทางเลือกต่างๆ เท่าที่มีอยู่ได้

3. ทุกคนจะมีความสามารถที่จะประเมินแต่ละทางเลือกเหล่านั้น ด้วยเกณฑ์ต่างๆ ที่มีอยู่ และจะสามารถยุติลงได้ด้วยการให้น้ำหนักรวมกันแต่ละทางเลือก

4. ทุกคนจะมีการควบคุมตนเองให้ต้องเลือกทางเลือกที่มีคุณค่าสูงสุดเสมอ

คอตเลอร์ (Kotler. 1994 : 167-178) อธิบายถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อว่ามีส่วนประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. บทบาทในการซื้อ (Buying roles) นักการตลาดจะต้องทราบว่าใครเป็นผู้ซื้อที่แท้จริง ซึ่งในกระบวนการซื้อนั้นจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้

2. ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นบุคคลซึ่งเป็นผู้ริเริ่มให้คำแนะนำ และแนวคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือการบริการนั้นๆ

3. ผู้มีอิทธิพล (Influences) เป็นบุคคลผู้ที่สามารถให้คำแนะนำมีอิทธิพลตัดสินใจซื้อ

4. ผู้ตัดสินใจ (Decider) เป็นผู้ซึ่งมีสิทธิ์ในการตัดสินใจซื้อว่าจะซื้อหรือไม่ ซื้ออะไรซื้ออย่างไร และซื้อที่ไหน

5. ผู้ซื้อ (Buyer) เป็นผู้ที่ทำการซื้อที่แท้จริง

6. ผู้ใช้งาน (User) เป็นผู้บริโภคหรือใช้สินค้าหรือบริการ

พฤติกรรมในการซื้อ (Buying behavior) การตัดสินใจของผู้บริโภคจะต่างกันไปตามชนิดของการตัดสินใจซื้อ เช่น ซื้อยาสีฟัน ไม้เทนนิส คอมพิวเตอร์ หรือรถยนต์คันใหม่ ที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคจะแตกต่างกันตามระดับความเกี่ยวข้องในการซื้อ (Buyer involvement) และระดับความแตกต่างกันของตราสินค้า (Degree of differences among brands)

พฤติกรรมในการซื้อที่มีความซับซ้อน (Complex buying behavior) จะเป็นการซื้อสินค้าที่ต้องการใช้การเกี่ยวข้องของผู้บริโภคในการซื้อ และตราสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน เนื่องจากสินค้านั้นมีราคาแพง การซื้อไม่บ่อย มีความเสี่ยงในการซื้อสูง และเป็นสินค้าที่สามารถแสดงถึงตัวผู้ซื้อได้ เช่น การซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ รถยนต์ เป็นต้น ซึ่งมีพฤติกรรมในการซื้อที่ซับซ้อนนี้จะประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้ซื้อจะสร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้า หรือบริการ

ขั้นตอนที่ 2 ผู้ซื้อจะพัฒนาทัศนคติที่มีต่อสินค้า หรือบริการ

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ซื้อจะใช้ความคิดในการตัดสินใจเลือกสินค้า หรือบริการ

ดังนั้นนักการตลาดจะต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมที่เก็บรวบรวมข้อมูลและการประเมินสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคแบบนี้ เพื่อที่จะสร้างกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนให้ผู้ซื้อสามารถเรียนรู้ถึง

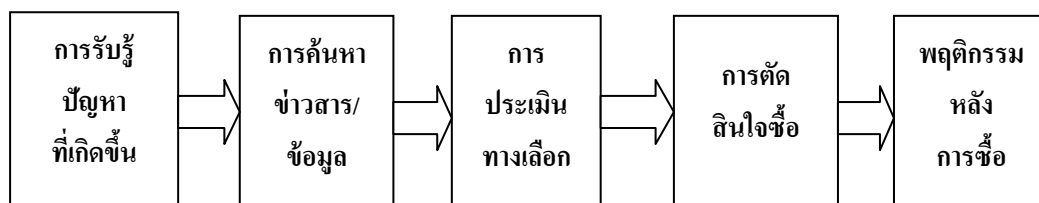
คุณค่าและความสำคัญของสินค้า หรือบริการ รวมทั้งจะต้องสามารถสร้างความแตกต่างของตราสินค้าให้มีความโดดเด่นเพื่อจูงใจผู้ซื้อ

พฤติกรรมเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Dissonance - reducing buyer behavior) เป็นพฤติกรรมของผู้ซื้อที่ต้องการความเกี่ยวข้องในการซื้อสูง แต่ตราสินค้ามีลักษณะที่ต่างกันอย่างน้อยมาก หรือแทบจะไม่ต่างกันเลย สินค้าหรือ บริการจะเป็นประเภทที่มีราคาสูงมีการซื้อไม่บ่อยและมีความเสี่ยงในการซื้อ ผู้ซื้อจะใช้เวลาเดินเลือกซื้อของเพื่อเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของสินค้า และตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว ภายหลังการซื้อแล้ว ผู้ซื้ออาจต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตราสินค้าที่ซื้อมา ซึ่งมีผลทำให้ผู้ซื้อมีความเชื่อมั่นและทัศนคติต่อราคาสินค้านั้นๆ ในทางที่ดีขึ้น และมั่นใจว่าสิ่งที่ตนเองตัดสินใจนั้นถูกต้อง

พฤติกรรมการซื้อเป็นประจำ (Habitual buying behavior) เป็นการซื้อสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างตราสินค้าและมีระดับความเกี่ยวข้องในการซื้อต่ำ เช่น การซื้อเกลือ ซึ่งตราสินค้าไม่มีความสำคัญมากนักและผู้ซื้อไม่ต้องใช้ความ พยายามในการเลือกซื้อ เนื่องจากสินค้ามีราคาต่ำ ดังนั้น กลยุทธ์ทางการตลาดจะต้องเน้นในด้าน การโฆษณาบ่อยๆ เพื่อสร้างความคุ้นเคยในตราสินค้าให้แก่ผู้ซื้อ และพยายามเปลี่ยนให้สินค้านั้นต้องการ การเกี่ยวข้องในการซื้อสูงขึ้น

พฤติกรรมการเลือกซื้อที่หลากหลาย (Variety-seeking buying behavior) เป็นพฤติกรรม การซื้อที่มีการเกี่ยวข้องในการซื้อต่ำและมีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าสูง มีอัตราการเปลี่ยน พฤติกรรมการซื้อระหว่างตราสินค้าสูง เช่น การเลือกซื้อคุกกี้ ซึ่งใช้เวลาในการซื้ออย่างรวดเร็ว และ ประเมินคุณภาพได้ขณะบริโภค ซึ่งในครั้งต่อไปผู้ซื้ออาจเลือกซื้อตราอื่นเนื่องจากต้องการทดลอง รสชาติใหม่ ๆ ดังนั้นการเปลี่ยนตราสินค้า (Brand switching) มีผลมาจากความหลากหลายของ สินค้า มิใช่มาจากความไม่พอใจของผู้ซื้อ มีขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (The Stages of the buying decision process)

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 178-183) ได้สรุปขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไว้ทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา : คอตเลอร์ (Kotler, 2000 : 179)

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น (Problem recognition) กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อมีความต้องการ หรือมีปัญหาที่ต้องการแก้ไข ความต้องการอาจเกิดได้โดยมีแรงกระตุ้นจากภายในหรือภายนอก ซึ่งแรงกระตุ้นภายในจะเกิดจาก ความหิว กระจาย ความต้องการทางเพศ ซึ่งเกิดขึ้นจากภายในตัวบุคคลเอง ส่วนแรงกระตุ้นภายนอกจะมาจากสิ่งเร้าภายนอก ตัวอย่างเช่น กลิ่นหอมของขนมปังอบกระตุ้นให้เกิดความหิว รถยนต์คันใหม่ที่เพื่อนบ้านซื้อมา มีผลทำให้มีความต้องการรถยนต์คันใหม่หรือโฆษณาทางโทรทัศน์กระตุ้นให้มีความต้องการไปท่องเที่ยวที่ฮาวาย เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล (Information search) ผู้บริโภคซึ่งถูกแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการจะรวบรวมข้อมูล/ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลที่มีอยู่ทั่วไป หรืออาจจะต้องใช้ความพยายามในการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ซึ่งแหล่งข้อมูลหลักๆ ของผู้บริโภคนั้นมี 4 ประการคือ

1. แหล่งข้อมูลส่วนตัว (Personal sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนคุ้นเคย เป็นต้น
2. แหล่งข้อมูลทางธุรกิจ (Business sources) ได้แก่ โฆษณาพนักงานขาย ผู้แทนขาย ฉลากสินค้า เป็นต้น
3. แหล่งข้อมูลที่เปิดเผยทั่วไป (Public sources) ได้แก่ สื่อโฆษณา (Mass media) องค์กรที่จัดลำดับสำหรับผู้บริโภค (Consumer-rating organizations) เป็นต้น
4. แหล่งข้อมูลจากประสบการณ์ (Experiential sources) ได้แก่ การตรวจสอบสินค้าใช้สินค้า เป็นต้น

ระดับความเกี่ยวข้อง และอิทธิพลของแหล่งข้อมูลต่างๆ จะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้า/บริการ และลักษณะของผู้ซื้อ โดยทั่วไปแล้วข้อมูลส่วนใหญ่ที่ผู้ซื้อได้รับ จะมาจากแหล่ง

ธุรกิจ แต่แหล่งข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ แหล่งข้อมูลส่วนตัว ซึ่งแต่ละแหล่งข้อมูลมีหน้าที่เฉพาะตัวที่แตกต่างกันซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ

การเก็บข้อมูลทำให้ผู้ซื้อทราบถึง ตราสินค้าที่แข่งขันกันในตลาด รวมทั้งทราบถึงลักษณะของสินค้าทั้งหมด (Total set) จากนั้น ผู้บริโภคแต่ละรายจะรับรู้ถึงตราสินค้าในกลุ่มย่อย (Awareness set) และจะมีเฉพาะสินค้าบางตัวที่ตรงกับเกณฑ์ขั้นต่ำที่ผู้ซื้อตั้งไว้ (Consideration set) หลังจากผู้ซื้อจะตัดสินใจเลือกสินค้าที่ตรงกับความต้องการ (Decision)

3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับบริการด้านต่าง ๆ ได้มีนักวิชาการและนักวิจัยหลายท่านได้อธิบายทฤษฎีความพึงพอใจไว้ดังนี้

ทฤษฎีของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959 : 79) แบ่งประเภทของความพึงพอใจออกเป็น 2 ลักษณะ ตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้แก่

1. ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่เกิดจากความมีสำนึกในการทำงาน ผลสัมฤทธิ์ ความเจริญเติบโตของงาน ความก้าวหน้า รายได้ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา เทคนิคการนิเทศงาน ความรับผิดชอบในการทำงาน นโยบายในการทำงาน นโยบายและการบริหารงานของหน่วยงาน สภาพะของงาน ตัวของงานที่ทำ สภาพและปัจจัยส่วนตัวของผู้ทำงาน ตลอดจนความมั่นคงในการทำงาน ความพึงพอใจเบื้องต้นนี้สามารถสังเกตได้จากผลงานที่ทำ

2. ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ส่วนใหญ่จะเป็นความพึงพอใจที่เกิดจากความรู้สึกร่วม เช่น ความรู้สึกอันเกิดจากสามัญสำนึกที่มีต่องานและผลสัมฤทธิ์ของงาน ความรู้สึกที่มีต่อความเจริญเติบโตของงาน ต่อความรับผิดชอบในการทำงาน ต่อกลุ่มผู้ร่วมงาน ต่อการเพิ่มหรือลดความมั่นคงในการทำงาน ความรู้สึกที่มีต่อความยุติธรรม ความรู้สึกภูมิใจต่อความเสมอภาคหรือรู้สึกละอายต่อความไม่เสมอภาค รวมทั้งความรู้สึกที่มีต่อรายได้ที่ได้รับ

มิลเลท (Millert, 1954 : 38) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการหรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยมีองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีทัศนคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกคิดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานสากลให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มี ประสิทธิภาพเลยถ้าไม่มีการตรงเวลาที่จะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมี ลักษณะที่มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the geographical location) เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวน การให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่ เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงาน ที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือ ความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

สรุป จากทฤษฎีความพึงพอใจที่กล่าวมาแล้วข้างต้นส่วนเกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจของ ผู้รับบริการของหน่วยบริการทั้งสิ้น โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหรือหลักการ คือ การเน้นการให้บริการ ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า เนื่องจากการที่จะทำให้ผู้รับบริการ เกิด ความพึงพอใจ หน่วยบริการก็ควรตระหนักถึงความต้องการของผู้รับบริการเป็นหลักเสียก่อน พร้อมทั้งสามารถนำมาเสนอเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารจัดการด้านการให้บริการของ หน่วยบริการต่อไป

3.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ในการศึกษาเรื่องกระบวนการบริหาร ได้มีนักวิชาการให้ความเห็นว่า การบริหารจัดการ สามารถพิจารณาในแง่ของกระบวนการที่เชื่อมโยงกับงานหรือภารกิจทางการบริหารจัดการ และ คนอื่นกล่าวว่า ถ้าพิจารณาจากความหมายอย่างกว้าง ๆ การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการ ทำงานร่วมกับคนอื่นและโดยอาศัยคนอื่นเพื่อให้บรรลุจุดหมายองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และได้ ระบุความรับผิดชอบทางการบริหารว่า ประกอบด้วยการดำรงรักษาความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในองค์กร และการปรับตัวกับสภาพภายนอก นอกจากนั้นผู้เขียนได้กล่าวว่า การบริหารยังอาจ หมายถึง กระบวนการของภารกิจ ซึ่งภารกิจที่นักทฤษฎีต่างๆ กล่าวถึง ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจ และการควบคุม

สำหรับกระบวนการบริหารมีนักวิชาการได้กล่าวถึงไว้หลายท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

เทย์เลอร์ (ธงชัย สันติวงษ์. 2550 : 38 ; อ้างอิงจาก Taylor. 1942. **Scientific Management**) เป็นผู้ก่อตั้งแนวคิดการบริหารที่มีหลักเกณฑ์ได้ใช้วิธีการศึกษาวิเคราะห์งานต่าง ๆ แล้วทำการแบ่งแยกงานออกเป็นส่วนต่าง ๆ แล้วพิจารณาหาทางที่จะทำให้งานนั้นเสร็จสิ้นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ถ้าจะกล่าวง่าย ๆ วิธีของเทย์เลอร์ คือค้นหา “วิธีเป็นเลิศที่ดีที่สุด” ที่จะนำมาใช้ทำงานให้ลุล่วงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก

กูลิกและเออร์วิค (Gulick & Urwick. 1937 : 13) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการในการบริหารไว้ 7 ประการด้วยกัน เรียกว่า “POSDCORB” กระบวนการนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific management) ซึ่งพยายามที่จะค้นหาวิธีการบริหารที่ดีที่สุด และได้สรุปกระบวนการบริหารนี้ไว้ใน “Papers on the science to administration” ใน ค.ศ. 1937 โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

1. การวางแผน หมายถึง การวางแผนทางการปฏิบัติงาน รวมทั้งวิธีการปฏิบัติงานตามแนวทางนั้น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางไว้
2. การจัดองค์การ หมายถึง การจัดทำโครงสร้างการบริหารงานแบบเป็นทางการของอำนาจหน้าที่การสั่งการ ซึ่งใช้ในการจัดแบ่งการกำหนดและการประสานงานของหน่วยงานย่อย ๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งไว้
3. การบริหารบุคคล หมายถึง การจัดการด้านบุคลากรทั้งหมด ตั้งแต่การรับเข้าทำงาน การฝึกอบรม การรักษาสภาพการทำงานให้คืออยู่เสมอ
4. การอำนวยการ หมายถึง การดำเนินการในการตัดสินใจ และการสั่งการให้กิจการต่าง ๆ ดำเนินไปอย่างมีระเบียบแบบแผนทั้งในลักษณะทั่ว ๆ ไป และในลักษณะเฉพาะรวมทั้งให้คำแนะนำ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นผู้นำของหน่วยงาน
5. การประสานงาน หมายถึง การร่วมมือกันในการปฏิบัติงานในส่วนต่าง ๆ ให้ประสานงานสอดคล้องและกลมกลืนกัน
6. การรายงาน หมายถึง การจัดทำบันทึกรายงานและการตรวจสอบ
7. การงบประมาณ หมายถึง การจัดสรรงบประมาณในรูปแบบการวางแผน การเงินการทำบัญชี และการควบคุมการเงิน

เกรก (Gregg. 1957 : 274 - 316) ได้วิเคราะห์และประมวลการบริหารต่าง ๆ ออกเป็น 7 ชั้นคือ

1. การตัดสินใจสั่งการ เป็นหัวใจของกระบวนการบริหาร

2. การวางแผน มีความสำคัญต่อการบริหารทุกประเภท ถ้าขาดการวางแผนกิจกรรมนั้นก็จะไม่สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การจัดองค์การทำให้เกิดความมีระบบระเบียบในการปฏิบัติงาน กำหนดอำนาจหน้าที่และตำแหน่งต่าง ๆ อย่างชัดเจน

4. การติดต่อสื่อสาร เป็นกระบวนการส่งข่าวสาร คำสั่ง คำอธิบาย ฯลฯ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง จากหน่วยงานหนึ่งไปยังอีกหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งจะต้องชัดเจนได้ใจความและก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน

5. การใช้สิทธิพลหน่วยงานทุกชนิด จำเป็นต้องมีระบบการบังคับบัญชาให้กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปอย่างราบรื่น โดยการปฏิบัติตามคำสั่งนั้น รวมทั้งการกระตุ้นผู้ทำงานให้ปฏิบัติอย่างเต็มที่

6. การประสานงาน เป็นความร่วมมือระหว่างบุคคลต่อบุคคล หรือหน่วยงานต่อหน่วยงาน มีการติดต่อกันสัมพันธ์กันช่วยเหลือกันในด้าน บุคคล วัสดุ และทรัพยากรอื่น ๆ

7. การประเมินผลเป็นการติดตามผลงาน เป็นการติดตามผลงานเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่องกันมีการประเมินผลตรวจสอบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

แคมป์เบลล์ (Campbell, 1974 : 145-150) ได้จัดลำดับขั้นตอนของกระบวนการบริหารไว้ 5 ขั้นตอน คือ

1. การตัดสินใจ โดยจะต้องวิเคราะห์ปัญหาหรือประเด็นนั้นให้เข้าใจถูกต้อง่องแท้เสียก่อนแล้ววิเคราะห์สถานการณ์รอบด้าน การเก็บรวบรวมข้อมูลและตัดสินใจว่าจะเลือกเอาทางใดที่ดีที่สุด

2. การจัดโปรแกรม หรืออาจจะเรียกว่า การจัดโครงการ ซึ่งหมายถึง การจัดทำลัษนบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ กำลังเงิน ลำดับขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับโครงการที่ได้ตัดสินใจเลือกไป

3. การกระตุ้น หรืออาจจะเรียกว่า การออกคำสั่งหรือการสั่งงาน ซึ่งต้องคำนึงถึงจิตใจของบุคคลเป็นสำคัญ มีการพูดจาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เพื่อให้หมดข้อสงสัยและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่

4. การประสานงาน คือ การประสานร่วมมือกันระหว่างบุคคลหรือระหว่างหน่วยงาน เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือกัน ความเข้าใจอันดีต่อกัน เป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ตรงตามตำแหน่งหน้าที่ เพื่อให้กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพทุกคนจะต้องได้รับชื่อเสียงความสำเร็จจะต้องเป็นของทุกคน

5. การประเมินผล ซึ่งเป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการบริหาร ซึ่งแบ่งวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ 2 ประการ คือ เพื่อตรวจสอบว่าการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นอย่างไร บรรลุถึงเป้าหมายมากน้อยเพียงใด และเพื่อตรวจสอบว่าสถาบันนั้นได้รับการดูแลเอาใจใส่หรือบำรุงรักษาเอาไว้ดีเพียงใด

สมยศ นาวิการ (2544 : 24-25) กล่าวว่า กระบวนการบริหารควรประกอบด้วย 4 ประการ คือ

1. การวางแผน หมายถึง การกำหนดเป้าหมายที่ต้องการ พิจารณาถึงความพร้อมขององค์การตลอดจนปัจจัยที่ช่วยให้้องค์การหรือหน่วยงานบรรลุเป้าหมาย และจัดทำแผนงานขึ้นมาเพื่อดำเนินงาน

2. การจัดองค์การ หมายถึง การให้รายละเอียดงานทุกอย่างที่ต้องกระทำเพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์การ การแบ่งปริมาณงานทั้งหมดเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถปฏิบัติได้โดยบุคคลคนเดียว และการกำหนดกลไกของการประสานงานของสมาชิกขององค์การ เพื่อให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

3. การจูงใจ หมายถึง กระบวนการของการจูงใจและการจูงใจในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาชิกของกลุ่ม

4. การควบคุม หมายถึง ความพยายามอย่างมีระบบ เพื่อกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงาน การออกแบบระบบข้อมูลย้อนกลับ การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ล่วงหน้า พิจารณาว่ามีข้อแตกต่างหรือไม่และทำการแก้ไขใด ๆ ที่ต้องการเพื่อเป็นหลัก ประกันว่าทรัพยากรทุกอย่างขององค์การ ได้ถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์การ

จากที่กล่าวมากระบวนการบริหารส่วนใหญ่ จะประกอบด้วย 4 กระบวนการ คือ 1) ด้านการวางแผน 2) ด้านการจัดองค์การ 3) ด้านการจูงใจ และ 4) ด้านการควบคุม

3.4 ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์

ทฤษฎีความต้องการ มาสโลว์ (Maslow) (Schermerhorn, 2000 : 111) ได้อธิบายถึงระดับความต้องการซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับขั้น (Hierarchy of needs) ได้แก่

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)
2. ความปลอดภัย มั่นคงในการทำงาน (Safety needs)
3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social needs)
4. ความต้องการการยอมรับนับถือจากคนในสังคม (Esteem need)
5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for self-actualization)

ซึ่งทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2545 : 138)

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่หลายประการ และความต้องการเหล่านั้นเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการแต่ละอย่างจะมีความสำคัญแตกต่างกัน
3. บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน
4. เมื่อบุคคลที่ได้ในสิ่งที่ต้องการ และได้ตอบสนองในความต้องการของตนแล้ว ความจำเป็นในสิ่งๆ นั้นจะหมดไป
5. เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการแล้ว บุคคลจะเริ่มสนใจในความต้องการสำคัญอย่างอื่นๆ เป็นลำดับขั้นต่อไป

เซอร์เมอร์ฮอร์น (Schermerhorn. 2000 : 111) ได้สรุประดับขั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ไว้ดังนี้

1. ระดับขั้นที่สูงกว่า (Higher order needs) ได้แก่ ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self actualization needs) ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs)
2. ระดับขั้นที่ต่ำกว่า (Lower order needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม (Social needs) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พงษ์ศักดิ์ หมั่นกล้าหาญ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นของนายทหารสัญญาบัตรกองทัพ จากการศึกษาพบว่า นายทหารสัญญาบัตรกองทัพพบมีความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ต่อปัจจัยด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในเรื่องความเชื่อมั่นและความภูมิใจในตัวเองที่ได้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นและต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม กล่าวคือการศึกษาต่อจะช่วยพัฒนาตนเอง และารู้จักกับเพื่อนสาขาวิชาอื่น ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ พบว่า ในการตัดสินใจศึกษาต่อนี้นายทหารสัญญาบัตรกองทัพพบ ผู้ที่มีอายุน้อย หรือที่ยังเป็นโสด จะมีแรงจูงใจมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก หรือผู้ที่แต่งงานแล้ว ส่วนชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยใดๆ ผู้บังคับบัญชามีส่วนให้การสนับสนุนในการศึกษาต่อแต่อุปสรรค คือ มีการเลือกสถาบันการศึกษาและไม่สามารถบริหารเวลาของตนเองได้

สรานูวัตร ประดิษฐ์พงษ์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศของข้าราชการกองทัพบกที่เข้าสอบคัดเลือกไปศึกษาต่อต่างประเทศใน พ.ศ. 2542 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ตัดสินใจเพราะต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา หาประสบการณ์ใหม่ และเพิ่มพูนความรู้ให้ตรงกับหน้าที่การทำงานในปัจจุบันตามลำดับนอกจากนี้ยังได้เปรียบเทียบ

คะแนนเฉลี่ยของเหตุผลที่ต้องการไปศึกษาต่อต่างประเทศระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เคยไปและไม่เคยไปศึกษาต่อต่างประเทศ ซึ่งทั้งสองกลุ่มไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของคะแนนเฉลี่ยของเหตุผลที่ต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา ต้องการเพิ่มพูนความรู้ให้ตรงกับหน้าที่การงานในปัจจุบัน ต้องการเพิ่มพูนความรู้เพื่อเปลี่ยนหน้าที่งานซึ่งผู้บังคับบัญชาและสถาบันครอบครัวให้การสนับสนุนในการศึกษาต่อ

นางลักษณะ รุ่งวิทย์ธร (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในระบบการศึกษาทางไกลของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พบว่า ผู้ตัดสินใจศึกษาในระบบทางไกลที่ มสธ. ซึ่งลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในภาพรวม มีดังนี้ 1) ด้านความน่าเชื่อถือต่อมหาวิทยาลัย 2) ด้านแรงจูงใจในการศึกษา 3) ด้านระบบการศึกษาทางไกล 4) ด้านความน่าเชื่อถือต่อคณาจารย์ 5) ด้านหลักสูตรการศึกษา 6) ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา 7) ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งปัจจัยทั้ง 7 ด้านสามารถอธิบายเหตุผลในการตัดสินใจได้ร้อยละ 53.995 โดยปัจจัยทั้ง 7 ดังกล่าว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในเชิงบวกนอก จากนั้นยังพบความแตกต่างของระดับเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจ โดยผู้มีอาชีพแตกต่างกันรายได้แตกต่างกัน มีภูมิลำเนาปัจจุบันแตกต่างกัน วุฒิการศึกษาที่ใช้สมัครเรียนแตกต่างกัน จำนวนสื่อที่ได้รับข่าวสารแตกต่างกันและเลือกสาขาที่แตกต่างกันมีระดับเหตุผลต่อการตัดสินใจศึกษาที่แตกต่างกัน

วรรณภา พลอยสุวรรณ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการพื้นฐานของนิสิตโครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำและโครงการบัณฑิตศึกษาด้านบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยระบุว่า การเข้าใจถึงความต้องการของบุคคลเป็นกุญแจสำคัญในการที่จะนำมาสู่การสร้างแรงจูงใจให้กับบุคคลในการกระทำสิ่งหนึ่งตามที่ผู้จูงใจต้องการ ซึ่งผลของการศึกษา พบว่า นิสิตมีความต้องการด้านสังคมสูงที่สุด ตามมาด้วยความต้องการด้านความปลอดภัย ความต้องการด้านความสำเร็จ ความต้องการด้านสถานภาพ และความต้องการด้านความอำนางมีน้อยที่สุด ตามลำดับ โดยนิสิตเพศหญิงจะมีความต้องการด้านสังคมสูงกว่าเพศชาย และนิสิตในช่วงอายุ 25-30 ปี จะมีความต้องการด้านความสำเร็จสูงที่สุด เมื่อพิจารณาถึงความต้องการด้านความปลอดภัยกับอาชีพ พบว่า นิสิตที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการด้านความปลอดภัยสูงที่สุดส่วนการศึกษาถึง ความต้องการด้านความสำเร็จกับเกรดเฉลี่ยที่ได้เมื่อสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า ผู้ที่มีเกรดเฉลี่ยมากกว่าเท่ากับ 3.25 จะมีความต้องการด้านความสำเร็จสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ซึ่งจากผลการศึกษาที่ได้นำมาสู่ข้อสรุปที่ว่าความต้องการขั้นพื้นฐานทั้ง 5 ด้านแตกต่างกันตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อาชีพ และเกรดเฉลี่ยที่ได้เมื่อ

สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ความต้องการขั้นพื้นฐานทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปริญญา ญาณโกชน (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท สถาบันราชภัฏมหาสารคาม ผลการศึกษา พบว่า เหตุผลที่ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทสถาบันราชภัฏมหาสารคาม นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด กับข้อความที่ต้องการมีความรู้ด้านวิชาการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจำนวนถึง 123 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 76.9 เมื่อพิจารณาข้อความอื่นๆ นักศึกษาตรงกับความสามารถและความถนัด สาขาที่สมัครเข้าศึกษาจะทำให้มีความก้าวหน้าในอนาคตและสถาบันตั้งอยู่ในเขตชุมชนสะดวกต่อการเดินทางมาศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า มีปัจจัยทั้งสิ้น 6 ปัจจัย สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ ร้อยละ 62.9 ปัจจัยที่ 1 บทบาทคณาจารย์และสถาบันเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด อธิบายความผันแปรได้ ร้อยละ 15.7 ของความผันแปรทั้งหมด ปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาคือปัจจัยที่ 2 หลักสูตร หรือสาขาวิชา อธิบายผันแปรได้ ร้อยละ 10.4 ของความผันแปรทั้งหมด ปัจจัยที่ 3 ค่านิยมของสังคม อธิบายความผันแปรได้ ร้อยละ 10.2 ของความผันแปร ทั้งหมด ปัจจัยที่ 4 เศรษฐกิจปัจจุบัน อธิบายความผันแปรได้ ร้อยละ 9.9 ของความผันแปรทั้งหมด ปัจจัยที่ 5 ชื่อเสียงสถาบัน อธิบายความผันแปรได้ ร้อยละ 9.6 ของความผันแปรทั้งหมด และปัจจัยสุดท้ายปัจจัยที่ 6 อิทธิพลการชักจูงจากบุคคล อธิบายความผันแปรได้ ร้อยละ 7.1 ของความผันแปรทั้งหมด

ศรรัตน์ รัตนถาวร (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนิสิตโครงการปริญญาโทสาขาบริหารภาคค่ำ ในการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ความต้องการรายได้เพิ่มมากขึ้นเมื่อสำเร็จการศึกษา ความมีชื่อเสียงของสถานศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และคุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษา สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า รายได้ปัจจุบันต่อเดือน ความต้องการ ประสบความสำเร็จในชีวิต ความต้องการรายได้เพิ่มมากขึ้นภายหลังจากสำเร็จการศึกษา ความมีชื่อเสียงของสถานศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และคุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษา แต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์ กับความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกในอนาคต

ชูศรี เลิศลิ้มขลาลัย (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ของนิสิตโครงการปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยเกษตรศาสตร์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนิสิต 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทาง ทำเลที่ตั้ง และภาพลักษณ์ของสถาบันตามลำดับ ซึ่งเมื่อเกิดการวิเคราะห์โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้าน

หลักสูตร ด้านสถาบันการศึกษา และด้านค่าใช้จ่าย พบว่า นิสิตให้ความสำคัญกับกลุ่มปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุด โดยมีระดับนัยสำคัญมากรองลงมาคือ กลุ่มปัจจัยด้านหลักสูตรซึ่งมีความสำคัญในระดับปานกลาง จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นิสิตสาขาการบัญชีจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักสูตรมากกว่านิสิตสาขาอื่น ส่วนนิสิตในช่วง 31-35 ปี จะให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านหลักสูตรมากกว่านิสิตสาขาอื่น ส่วนนิสิตในช่วงอายุ 31-35 ปี จะให้ความสำคัญแก่ปัจจัยโดยรวมมากที่สุด และนิสิตที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายมากกว่านิสิตที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท

วลีพร ธนาธิคม (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อใน โครงการบัณฑิตศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ (สปท.) ของนิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ (พ.ศ. 2543-2544) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ ซึ่งได้ตัดสินใจศึกษาต่อในโครงการ สปท. เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุไม่เกิน 35 ปี สถานภาพโสดและมีอาชีพรับราชการทหารหรือตำรวจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในโครงการ สปท. ในระดับมากเท่าเทียมกัน ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจ พบว่า นิสิต สปท. มีความต้องการในการศึกษาต่อในระดับปานกลาง นิสิตมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และมีการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจในระดับมาก สำหรับพฤติกรรมหลังเข้ารับการศึกษา นิสิตมีความพึงพอใจในการตัดสินใจศึกษาต่อในโครงการ สปท. ในระดับมาก โครงการสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้มาใช้เป็นแนวทางในการกระตุ้นให้เกิดความต้องการศึกษาต่อในโครงการบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ (สปท.)

อุษณีย์ จงสุกใส (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า 1) แรงจูงใจต่อการเลือก เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มี 5 ด้าน คือ ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านสถาบัน ด้านอิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจ ด้านการประกอบอาชีพ ด้านการเรียนเพื่อรู้ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเรียนเพื่อรู้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านสถาบัน ส่วนด้านอิทธิพลทางสังคมและ เศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 2) นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการเลือกเข้า ศึกษาต่อระดับปริญญาโท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านสถาบัน ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) นักศึกษาที่เรียนหลักสูตรสาขาวิชาต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านสถาบันด้านอิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจด้านการเรียนเพื่อรู้ ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) นักศึกษาที่มีเพศ สถาบันที่สำเร็จการศึกษาระยะเวลาที่สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี

และเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พล เหลืองรัมย์ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2546 สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านคุณลักษณะของสถาบัน ด้านบุคคลเกี่ยวข้อง ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ พบว่า 1) แรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์ มีปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจ คือ ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านคุณลักษณะของสถาบัน ด้านบุคคลเกี่ยวข้อง ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ 2) ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตคติต่อการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ระดับแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านคุณลักษณะของสถาบัน (X2) ด้านสังคม (X4) และด้านเศรษฐกิจ (X5)

รัชนิวรรณ สีนะวัฒน์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจของผู้ชายทันตแพทย์ในการเลือกเข้าศึกษาต่อ หลักสูตรประกาศนียบัตรสาธารณสุข (ทันตสาธารณสุข) วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พบว่า ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจของผู้ช่วยทันตแพทย์ในการเข้าศึกษาต่อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ลำดับที่ 1 ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในด้านบุคลากร ลำดับที่ 2 คือ ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านเหตุผลส่วนตัว ลำดับที่ 3 คือ ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านสถาบัน ลำดับที่ 4 คือ ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านการเรียนการสอน และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านอิทธิพลการจูงใจจากบุคคลและสื่อการประชาสัมพันธ์

ยุพดี สันติวุฒน์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่กำลังศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จำนวน 201 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการ และที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

พระมหาแมนชัย คำสี (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจของนักศึกษาในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านการนำความรู้ไปช่วยเหลือสังคม ด้านหลักสูตร ด้านชื่อเสียงของสถาบัน ด้านอิทธิพลของบุคคลและสื่อ และด้านค่าใช้จ่าย ในการศึกษาพบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมและเป็นรายด้าน 3 ด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านนำความรู้ไปช่วยเหลือสังคม ด้านหลักสูตร ส่วนด้านที่มีแรงจูงใจระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ ด้านชื่อเสียงของสถาบัน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา และด้านอิทธิพลของบุคคลและสื่อ ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักศึกษาที่เป็นพระภิกษุกับนักศึกษาที่เป็นสามเณรมีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่พระภิกษุมีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อมากกว่าสามเณร ในด้านการนำความรู้ไปช่วยเหลือสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

นิธิมา สังคหะ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนักเรียนมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านการสนับสนุนของผู้อื่น ด้านคุณลักษณะของสถาบัน และด้านความมุ่งหวังพบว่า 1) นักศึกษามีแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าศึกษาระดับมากที่สุด คือ ด้านความ มุ่งหวัง รองลงมาคือ ด้านเหตุผลส่วนตัว และด้านคุณลักษณะของสถาบัน ส่วนแรงจูงใจในด้านการสนับสนุนของผู้อื่นอยู่ในระดับปานกลาง 2) นักศึกษาที่ศึกษาในคณะที่ต่างกันจะมีแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาด้านเหตุผลส่วนตัวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างของแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาด้านเหตุผลส่วนตัวเมื่อจำแนกตามตัวแปรอิสระ 8 ตัวที่เหลือ 3) นักศึกษาที่ศึกษาในคณะที่ต่างกันและการศึกษาของบิดามารดาหรือผู้ปกครองที่ให้การอุปการะต่างกันมีแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาด้านการสนับสนุนของผู้อื่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างของแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาด้านการสนับสนุนของผู้อื่น เมื่อจำแนกตามตัวแปรอิสระ 7 ตัวที่เหลือ 4) นักศึกษาที่ศึกษาในคณะที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาด้านคุณลักษณะของสถาบัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างของแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาด้านคุณลักษณะของสถาบัน เมื่อจำแนกตามตัวแปรอิสระ 6 ตัวที่เหลือ 5) นักศึกษาที่ศึกษาในคณะที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาด้านความมุ่งหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างของแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษา ด้านความมุ่งหวัง เมื่อจำแนกตามตัวแปรอิสระ 8 ตัวที่เหลือ

ทัศนีย์ พิศาตรัตน์คุณ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัญหาการเรียนของนิสิตปริญญาโทวิชาเอกการศึกษาผู้ใหญ่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ผลการวิจัยที่พบคือ บัณฑิตมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมในด้านอาคารสถานที่ บัณฑิตมีข้อเสนอแนะว่าสถานที่เรียนไม่ควรร้อนหรือเย็นจนเกินไป ห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ สะอาดและเป็นระเบียบที่นั่งเหมาะสม ห้องเรียนไม่มีเสียงรบกวน เป็นต้น

คาร์เตอร์ (Carter. 1973 : Abstracts) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่มหาวิทยาลัยเทมเพิล (Temple University) เมืองเพนซิลวาเนีย (Pennsylvania) พบว่า มีแรงจูงใจ 6 ประการในการเข้าศึกษาต่อ คือ ความตั้งใจ ความต้องการได้รับการยอมรับ ความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ความสะดวกสบาย ด้านสถานะทางการศึกษาและการคาดหวังด้านอาชีพ

ดัก และคณะ (Duke, et al. 1990 : Abstract) ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า เหตุผลการเข้าศึกษาต่อของผู้ใหญ่ ทั้งที่กำลังจะเข้าเรียนและที่กำลังเรียนอยู่ พบว่า ผู้ที่กำลังจะเข้าเรียนมีเหตุผลในการเข้าเรียนด้านสังคมและด้านการหนีจากสภาพจำเจอยู่ในระดับที่ต่ำสุด ส่วนผู้ที่กำลังเรียนอยู่พบว่า อายุ เพศ และสถานภาพทางสังคมมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเข้าเรียน โดยเฉพาะด้านเพศนั้นพบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญกับเหตุผลส่วนตัว ส่วนเพศชายให้ความสำคัญด้านเพื่อทำหน้าที่ให้ดีขึ้น ด้านศาสนาและด้านการหนีจากความจำเจ ด้านอายุพบว่าผู้ที่อายุสูงให้ความสำคัญกับความรู้ ส่วนผู้ที่มีอายุน้อยให้ความสำคัญด้านส่วนตัว และคนผิวดำให้ความสำคัญกับด้านส่วนตัว ด้านชุมชน และด้านความรู้เชิงวัฒนธรรม

เดนนาร์ด (Dennard. 2000 : Abstracts) ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกวิทยาลัยที่สัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของนักศึกษาในวิทยาลัย โดยการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษาต่อการเลือกวิทยาลัยที่ตนต้องการ จากผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกของนักศึกษา คือ การยอมรับส่วนบุคคล ความเหมาะสมในสังคม ความสนใจในตัวสถาบัน สิ่งจูงใจขั้นพื้นฐาน การกระตุ้นของครอบครัว ความคาดหวังของครอบครัว ผู้สนับสนุนในสถาบันแห่งนั้น และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คือ ด้านสภาพแวดล้อมของสถาบัน ค่าเล่าเรียน ความนิยมในตัวสถาบัน กฎข้อระเบียบของสถาบัน

วิทนาเวอร์ (Wittenauer. 2000 : Abstracts) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจและเหตุจูงใจในการเลือกคณะศึกษา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาคณะต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยอินเดียนาและมหาวิทยาลัยเปอร์ดู จำนวน 116 คน พบว่าองค์ประกอบสำคัญที่เป็นเหตุจูงใจในการเลือกคณะ คือ

รายได้ นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษาต้องการ คำแนะนำในการเลือกสาขาวิชาเอกและการเลือกคณะ
อีกด้วย

โดยผลการวิจัยต่างๆ ที่ผู้วิจัยนำมาอ้างอิงไว้ในงานวิจัยฉบับนี้ พบว่าปัจจัยต่างๆ ที่
กล่าวถึงในงานวิจัย มีความสัมพันธ์อย่างมากต่อปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อและความพึงพอใจที่
มีต่อคุณภาพการให้บริการระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา