ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต

Factors Affecting Educational Motivation for Undergraduate Students in Health Science at Rangsit University

ชัชสรัญ ตรีทิพยรักษ์[1*] และ พัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล[2]

Chatsaran Treetippayarak[*1] and Pashatai Charutawephonnukoon[2]

[1]นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

[2]อาจารย์ที่ปรึกษาประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

[1]*Master of Business Administration Program Faculty of Business Administration Rangsit University*

[2] *Lecturer in Master of Business Administration Program Faculty of Business Administration Rangsit University*

[*]*Corresponding author, E mail: song_2caliber@hotmail.com*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต(2) เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 4,456 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1-4 จำนวน 367 คน ได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) แบ่งออกเป็น 9 ชั้น ตามสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ประกอบด้วย วิทยาลัยแพทยศาสตร์ ทันตแพทยศาสตร์ เภสัชศาสตร์ พยาบาลศาสตร์ เทคนิคการแพทย์ กายภาพบำบัด วิทยาลัยการแพทย์แผนตะวันออก วิทยาศาสตร์ และทัศนมาตรศาสตร์ งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้พรรณนาสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test One-Way ANOVA วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (MRA) โดยคัดเลือกตัวแปรเข้าสมการแบบขั้นตอน (Stepwise) ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจมีทั้งหมด 6 ด้าน ประกอบด้วย บุคลิกภาพ (X_2) ความเชื่อถือ (X_3) สังคมและวัฒนธรรม (X_5) ผลิตภัณฑ์ (X_7) ราคา (X_8) และโปรโมชั่น (X_{10}) ผลจากการสร้างสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ คือ $\hat{Y} = 1.529 + 0.249 X_7 + 0.263X_{10} + 0.127X_2 + 0.160 X_5 + 0.105 X_8 + 0.156 X_3$ และคะแนนมาตรฐาน คือ $\hat{Z} = 0.241 Z_{X7} + 0.319 Z_{X10} + 0.122 Z_{X2} + 0.164 Z_{X5} + 0.123 Z_{X8} + 0.149 Z_{X3}$ (2) เพศและสาขาวิชา/คณะที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อที่แตกต่างกัน และ (3) ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัย

รังสิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลจากการวิจัยสามารถนำไปปรับปรุงทรัพยากรในมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา และสามารถทำการศึกษาวิจัยต่อยอดในเรื่องความพึงพอใจหลังจากเลือกเรียนได้อีกด้วย

คำสำคัญ: *แรงจูงใจ,สายวิทยาศาสตร์สุขภาพ*

Abstract

The purposes of this research were to: (1) Study internal factors, external factors, and the marketing mix affecting students' motivation to study Health Sciences at Rangsit University (2) Study personal different factors affecting students' motivation to study in Health Sciences at Rangsit University and (3) Study the relationship among internal factors; external factors and the marketing mix affecting student's motivation to study in Health Sciences at Rangsit University. The population of this study was 4,456 students in years 1-4. The samples who represented the population were 367 students who were chosen by the stratified random sampling from 9 branches of Health Sciences in the academic year 2015. These 9 branches included the College of Medicine, Faculty of Dental Medicine, Faculty of Pharmacy, School of Nursing, Faculty of Medical Technology, Faculty of Physical Therapy, College of Oriental Medicine, Faculty of Science, and Faculty of Optometry. The instrument used in this quantitative research was a questionnaire constructed by the researcher. The statistics used in data analysis were Percentage Mean Standard deviation T-test one-way ANOVA Pearson's Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis (MRA) by Stepwise Method. The results found that: (1) There were 6 factors affecting student's motivation which were Personality (x_2) Reliability (x_3) Society & Culture (x_5) Product (x_7) Price (x_8) Promotion (x_{10}). The results of formulating prediction equations of achievement motivation in the forms of raw scores was as follows : $\hat{Y} = 1.529 + 0.249 X_7 + 0.263 X_{10} + 0.127 X_2 + 0.160 X_5 + 0.105 X_8 + 0.156 X_3$ and standard scores is as follows : $\hat{Z} = 0.241 Z_{X7} + 0.319 Z_{X10} + 0.122 Z_{X2} + 0.164 Z_{X5} + 0.123 Z_{X8} + 0.149 Z_{X3}$ (2) Genders, major subjects, and different faculties were statistically significant at 0.05 (3) Internal factors, external factors and marketing mix had a positive association with student's motivation to study in Health Sciences at Rangsit University. All this research can be used as a guideline to improve university's resources to fulfill the requirements of students and continue to study students' satisfaction after studying at Rangsit University.

Keywords: *Motivation, Health Science*

1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ทุกประเทศได้กล่าวถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพชีวิตมนุษย์โดยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงโอกาสในการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การศึกษาเล่าเรียน การฝึกอบรมนวัตกรรม การวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้านของการทำงานสายอาชีพ

วิทยาศาสตร์สุขภาพได้มีการสำรวจจำนวนบุคลากรทางแพทย์และสาธารณสุขต่อประชากร โดยรวมแล้ว ประเทศส่วนใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน ค่อนข้างขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข มีเพียงสิงคโปร์ บรูไน และมาเลเซียที่มีบุคลากรเพียงพอต่อประชากร ในขณะที่กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาวและพม่า มีบุคลากรทางแพทย์และสาธารณสุขในระดับที่ต่ำกว่าระดับต่ำสุดที่กำหนดโดยองค์การอนามัยโลก คือต่ำกว่า 22.8 รายต่อประชากร 10,000 คน ในขณะที่ประเทศไทยมีบุคลากรทางแพทย์และสาธารณสุขจำนวนสูงกว่าขั้นต่ำสุดเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (สุขภาพคนไทย, 2558)

ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีนโยบายในการเตรียมความพร้อมและปรับตัวด้านการศึกษา ตลอดจนหลักสูตรและการสอนให้มีความพร้อมที่จะพัฒนาเยาวชน ให้มีความรู้ความสามารถ คุณลักษณะ และทักษะต่าง ๆ เพื่อการดำรงชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลงและมีความหลากหลายในวิถีทางที่สอดรับกับนานาชาติ สถาบันอุดมศึกษาจึงมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมและพัฒนาบัณฑิต ทำการปรับปรุงหลักสูตรให้ตรงความต้องการของตลาด เพื่อให้ภาคธุรกิจมั่นใจว่าบัณฑิตจากสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ มีคุณภาพและมาตรฐานที่เท่าเทียมกันอย่างน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับได้ทั้งในและต่างประเทศ มหาวิทยาลัยรังสิตซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนชั้นนำของประเทศไทย ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการผลิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพเป็นอย่างมาก จึงได้จัดทำแผนพัฒนาบัณฑิตให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาแห่งชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งผลิตบัณฑิตอุดมปัญญาชีพหลักธรรมาธิปไตย มีความเป็นพลเมืองโลกสมรรถนะสูง มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถแข่งขันทัดเทียมนานาชาติ บนพื้นฐานของความเป็นไทย (คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2555:14)

เป้าหมายของผู้จบการศึกษาขั้นพื้นฐานส่วนใหญ่ ก็ย่อมต้องการที่จะศึกษาต่อให้สูงขึ้นในลำดับถัดไป การตัดสินใจเลือกเรียนจึงมีความสำคัญ สำหรับบุคคลที่ตัดสินใจเรียนสาขาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ ซึ่งในมหาวิทยาลัยรังสิตได้ทำการเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี จำนวนทั้งหมด 9 หลักสูตร ประกอบด้วย วิทยาลัยแพทยศาสตร์ ทันตแพทยศาสตร์ เภสัชศาสตร์ พยาบาลศาสตร์ เทคนิคการแพทย์กายภาพบำบัด วิทยาลัยการแพทย์แผนตะวันออก วิทยาศาสตร์ และทัศนมาตรศาสตร์ จากการสำรวจจำนวนนักศึกษาใหม่ที่สมัครเข้าเรียน สายวิทยาศาสตร์สุขภาพ ในปีการศึกษา 2554 ถึง 2556 พบว่า มีจำนวนนักศึกษา 1,105 คน ในปีถัดมามีจำนวนนักศึกษา 941 คน และ 871 คนตามลำดับ (สำนักงานบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2556) แสดงให้เห็นว่า มหาวิทยาลัยยังประสบกับปัญหาในเรื่องของจำนวนนักศึกษาใหม่ลดลงในบางปี นอกจากนี้ยังมีสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นคู่แข่งจำนวนมาก และเนื่องด้วยค่าใช้จ่ายต่อหน่วยกิตรายวิชาที่สูง ภาพลักษณ์ความเป็นมหาวิทยาลัยเอกชน รวมถึงการที่นักเรียนยังรอผลสอบแอดมิชชั่นส่วนกลางของมหาวิทยาลัยรัฐบาล ทำให้ระยะเวลาตัดสินใจศึกษาเข้าเรียนล่าช้าออกไป ซึ่งการเรียนสายวิทยาศาสตร์สุขภาพนั้นจะต้องมีค่าใช้จ่ายในด้านอุปกรณ์การแพทย์ที่สูงอยู่เป็นทุนเดิม หากมีจำนวนผู้เรียนน้อยก็จะเกิดปัญหากับการบริหารทรัพยากรภายในองค์กรได้

โดยปกติแล้วมนุษย์เราจะทำการสิ่งใดหรือในการศึกษาเล่าเรียนจะต้องมี แรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้นให้กระทำการในสิ่งนั้นสำเร็จได้ ตามความต้องการหรือมุ่งหวัง (กาญจนา พุทธนิมนต์, 2552:48) เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ นักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ นักเขียนอิสระ และที่ปรึกษาองค์กรภาครัฐและเอกชน(2557:49) กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนทำได้ทุกอย่างถ้ามีแรงจูงใจโดยต้องสร้างแรงจูงใจในทุก ๆด้าน นั่นหมายความว่ามหาวิทยาลัยรังสิต จะต้องทำการค้นหาแรงจูงใจที่ทำให้นักศึกษาตัดสินใจสมัครเข้าเรียนให้ได้ ศาสตราจารย์ไมค์ ธอร์น (Mike Thorne) รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยแองเกลีย รัสกิน (Anglia Ruskin University) กล่าวว่า ปัญหาที่พบเจอและเป็นประเด็นถกเถียงกันคือ

นักศึกษาจำนวนมากไม่ได้ตั้งเป้าหมายตั้งแต่แรกว่า จะเรียนสาขาใดหรือจบออกไปจะประกอบอาชีพใด แรงจูงใจในการเรียนคือ เรียนอะไรก็ได้เพื่อให้ได้ใบปริญญา ทำให้ความรักในสิ่งที่เรียน และความตั้งใจในการเรียนจึงมีน้อย (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, ม.ป.ป) เมื่อเริ่มขาดความเชื่อมั่นในสิ่งที่ตนเองกำลังเรียนอยู่ นักศึกษาบางคนจึงหยุดเรียนกลางคัน เพื่อออกไปสมัครเรียนใหม่กับมหาวิทยาลัยอื่นที่ตอบสนองต่อความต้องการได้มากกว่า ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะทำให้มหาวิทยาลัยเอกชนพัฒนาได้ คือ (1) ปรับเปลี่ยนแก้ข้อกฎหมายให้เหมาะสม (2) การจัดการหลักสูตรให้เป็นมาตรฐานนานาชาติ (3) ทำการสร้างความเป็นหุ้นส่วนกับสถานประกอบการ และ(4) มองเห็นคุณภาพบัณฑิตเป็นสำคัญ จะต้องคัดเลือกจากผู้ที่ต้องการเรียนจริง ๆ เท่านั้น (จันทร์จิรา วงษ์ขมทอง, 2557:56)

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต ทั้งนี้ทางมหาวิทยาลัยก็จะได้รับประโยชน์ในการรับรู้ถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพของนักศึกษา จนนำไปสู่การจัดการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกต้อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการภายในใจของผู้บริโภค รับรู้ถึงพฤติกรรมนำไปสู่แนวทางการประชาสัมพันธ์ และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องด้านการศึกษาภาคเอกชนรายอื่นอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต

2. เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต

3. อุปกรณ์และวิธีการ / วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยที่นำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

3.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต ชั้นปีที่ 1-4 ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 4,456 คน

3.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณหาขนาดได้โดยการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวน 367 คน และทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

3.4 วิธีดำเนินวิจัยและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน รวมทั้งสิ้น 55 ข้อ นำไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.815 นำแบบสอบถามไป

ทดสอบกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.836 ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 367 ชุด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*SD*) ระดับความคิดเห็น อันดับ และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ T-test One-Way ANOVA Pearson's Correlation Coefficient Multiple Regression Analysis โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาปริญญาตรี สายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 74.9) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เรียนอยู่ในคณะ/สาขาวิชา เภสัชศาสตร์ (ร้อยละ 16.1) โดยส่วนใหญ่มีผู้ปกครองทำอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 48.8) ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้อยู่ในช่วงมากกว่า 100,000 บาท/เดือน (ร้อยละ 26.4) และส่วนใหญ่ไม่มีสมาชิกในครอบครัวที่ประกอบอาชีพสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ (ร้อยละ 65.1)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยแรงจูงใจโดยภาพรวม พบว่า (1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านความเชื่อถือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านโปรโมชั่น และปัจจัยแรงจูงใจโดยภาพรวม และ(3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านครอบครัว และปัจจัยด้านราคา

3. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 1 พบว่า เพศ และสาขา/วิชา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อสายวิทยาศาสตร์สุขภาพที่แตกต่างกันจึง ยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่อาชีพของผู้ปกครอง และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สายวิทยาศาสตร์สุขภาพ ที่ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 2 พบว่า ปัจจัยภายในด้านทัศนคติ(X_1) ด้านบุคลิกภาพ(X_2) และด้านความเชื่อถือ(X_3) ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ(X_4) ด้านสังคมและวัฒนธรรม(X_5) และด้านครอบครัว(X_6) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(X_7) ด้านราคา(X_8) ด้านสถานที่(X_9) และด้านโปรโมชั่น(X_{10}) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สายวิทยาศาสตร์สุขภาพ โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 3 พบว่า จากการพยากรณ์เมื่อกำหนดให้แรงจูงใจการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สายวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยรังสิตเป็นตัวแปรตาม พบว่ามีตัวแปรอิสระทั้งหมด 6 ตัวแปร เรียงตามอันดับ คือ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (X_7) (2) ด้านโปรโมชั่น (X_{10}) (3) ด้านบุคลิกภาพ (X_2) (4) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (X_5) (5) ด้านราคา (X_8) และ (6) ด้านความเชื่อถือ (X_3) ที่มีความสัมพันธ์ถอดถอยพหุคูณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ ($\hat{Y}$) และคะแนนมาตรฐาน ($\hat{Z}$) ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.529 + 0.249\,X_7 + 0.263X_{10} + 0.127X_2 + 0.160\,X_5 + 0.105\,X_8 + 0.156\,X_3$$

$$\hat{Z} = 0.241\,Z_{X7} + 0.319\,Z_{X10} + 0.122\,Z_{X2} + 0.164\,Z_{X5} + 0.123\,Z_{X8} + 0.149\,Z_{X3}$$

5. การอภิปรายผล

5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X_7) ตัวบ่งชี้ที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ “คณาจารย์ที่สอนมีความเชี่ยวชาญและมีความน่าเชื่อถือ” ($\overline{X}$ = 7.90, *SD* = 2.12) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรินทร์ จงกลฤทิ (2553, น.66) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตร์บัณฑิต กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทยศาสตร์บัณฑิต คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต” พบว่า ส่วนประกอบทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน เป็นปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตร์บัณฑิตที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือด้านคณาจารย์ นั่นคือการสร้างแรงจูงใจในการศึกษาในหลักสูตรทันตแพทยศาสตร์บัณฑิต ต้องมุ่งพัฒนาด้านการเรียนการสอนและคณาจารย์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พีรภาว์ พุแค (2551, น.77) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษา : มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี” ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านคณะอาจารย์และบุคลากรสูงสุด ในเรื่องความรู้ความสามารถความน่าเชื่อถือมากสุด ทั้งนี้เนื่องจากคณาจารย์คือผู้มอบความรู้ให้แก่ศิษย์ ยิ่งอาจารย์ทุกคนมีความถนัดในสิ่งที่ตัวเองสอนมากเท่าใด ศิษย์ก็จะได้รับความรู้ในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น และถ้าหากยิ่งมีความน่าเชื่อถือ ทำให้ศิษย์มีความเคารพนับถือในตัวคณาจารย์เหล่านั้น ซึ่งผู้วิจัยมองว่ากระบวนการเหล่านี้จะต้องเริ่มจากองค์ประกอบของปัจจัยภายในด้านการรับรู้ เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น และเป็นก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค

5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านโปรโมชั่น (X_{10}) ที่ตัวบ่งชี้ที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ “มีการแจกแทปเล็ตให้นักศึกษาชั้นปีที่ 1 เมื่อสมัครเรียน” ($\overline{X}$ = 7.50 , *SD* = 2.62) ซึ่งสอดคล้องกับ เคญา จิตรรังสิมันตุ์ (2555, น.8) ได้ทำการศึกษา เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียน นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีศรีวิกรม์บริหารธุรกิจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการประชาสัมพันธ์ ทางสื่อแผ่นพับ โบว์ชัวร์ โปสเตอร์ และของที่ระลึกของวิทยาลัยฯ เป็นอันดับแรก ทั้งนี้เนื่องจากการลด แลก แจก แถม เป็นส่วนหนึ่งในสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดให้เกิดอารมณ์อยากซื้อ โดยผู้ซื้อจะยึดจากหลักมูลค่าสูงสุด (Value Maximization) เป็นหลัก ซึ่งผู้วิจัยมองว่าการมอบของแถมหลังจากการสมัครเข้าเรียนเป็นผลิตภัณฑ์เทคโนโลยี ซึ่งสามารถนำไปใช้สอยให้เกิดประโยชน์ด้านการเรียนรู้ การค้นคว้าหาข้อมูลในโลกของอินเตอร์เน็ต และเป็นอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับบุคคลอื่น ๆ ได้อย่างสะดวก จึงสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าและสามารถสร้างแรงจูงใจได้เป็นอย่างมาก

5.3 ปัจจัยภายใน ด้านบุคลิกภาพ (X_2) ตัวบ่งชี้ที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ “เป็นวิชาชีพที่นำมาพัฒนายกระดับตนเองให้สูงขึ้น” ($\overline{X}$ = 7.56, *SD* = 2.39) ทั้งนี้เนื่องจาก การเรียนในสายวิทยาศาสตร์สุขภาพจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์ การรักษาโรค การดูแลสุขภาพ ซึ่งบุคลิกภาพ คือ ลักษณะเฉพาะเจาะจงที่แสดงออกถึงความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ในทฤษฎีการเลือกอาชีพของ John L. Holland (1959)ได้กล่าวถึง "การเลือกอาชีพ" ไว้ว่า เป็นการกระทำที่สะท้อนให้เห็นถึงแรงจูงใจ ความรู้ บุคลิกภาพ และความสามารถของ

บุคคล อาชีพเป็นวิถีชีวิต ส่วนสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นงานและทักษะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มุสลินท์ โต๊ะกานิ และคณะ (2553, น.12) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจภายในด้านการเรียนและบุคลิกภาพพยาบาลวิชาชีพของนักศึกษาพยาบาลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้” พบว่า เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในด้านการเรียนกับบุคลิกภาพพยาบาลวิชาชีพ แรงจูงใจภายในด้านการเรียนโดยรวม และด้านความต้องการมีความสามารถ มีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับปานกลางกับบุคลิกภาพพยาบาลวิชาชีพโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ ชูจินดา, กิติยานภาลัย ภู่ตระกูล และณภัทร โชคธนินกุล (2555, น.69-70) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 ในเขตจังหวัดนนทบุรี” พบว่า ด้านเหตุผลส่วนตัวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สร้างความมั่นใจและความภาคภูมิใจให้กับตนเอง ข้อที่เหลืออยู่ในระดับมาก ได้แก่ ต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา มีโอกาสได้งานทำ นำความรู้ที่ได้รับไปแก้ปัญหาได้ ต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการยกระดับฐานะของตน และมีอุปกรณ์การเรียนพร้อมตามลำดับ ซึ่งจากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าบุคลิกภาพภายในส่งผลต่อแรงจูงใจในการเลือกอาชีพ ซึ่งการชี้นำให้รู้จักตัวตนของตนเองจะสามารถโน้มน้าวให้ตัดสินใจเข้ามาเรียนได้

5.4 ปัจจัยภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม (X_5) ตัวบ่งชี้ที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ “สังคมให้การยอมรับนักศึกษาที่จบจากมหาวิทยาลัยแห่งนี้” ($\overline{X}$ = 7.64 , *SD* = 1.90) ทั้งนี้ผู้ที่เลือกศึกษาจึงมีความเชื่อมั่นว่าหากสำเร็จการศึกษาจากสถาบันนี้แล้ว ก็จะเป็นที่ยอมรับนับถือของผู้ประกอบอาชีพทางด้านนั้นๆ และมีโอกาสที่จะได้รับการพิจารณารับเข้าทำงานมากกว่าจบจากสถาบันการศึกษาอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ ศิราญา มหาวัน (2556, น.1) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาโครงการกีฬาในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา” พบว่า ด้านวัฒนธรรมและสังคมในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 โดยกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาโครงการกีฬาให้ความสำคัญ ต่อความชอบในวัฒนธรรมเช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูดของท้องถิ่นที่สถาบันตั้งอยู่ และปรับตัวเข้ากับสังคมได้มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือนักศึกษาโครงการกีฬาให้ความสำคัญกับค่านิยมที่จะเลือกเรียนในมหาวิทยาลัยที่มีผู้อื่นนิยมอยู่ในระดับมากเช่นกัน และยังสอดคล้องกับ ศิรินภา ศรีโคกล่าม (2556, น.72-73) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อสถาบันการพลศึกษา ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในเขตภาคกลาง ปีการศึกษา 2555” พบว่า แรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อสถาบันการพลศึกษา ในด้านสังคม คือสถาบันการพลศึกษาเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมในการผลิตบุคลากรทางด้านกีฬา แสดงให้เห็นว่าการที่นักศึกษาจะเลือกศึกษาในวิชาชีพใด ๆ ย่อมมีจุดมุ่งหมายที่คล้าย ๆ กันคือ เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีโอกาสหางานได้ง่าย เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงก้าวหน้าไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของเงินเดือน สวัสดิการอื่น ๆ ตลอดจนมีโอกาสที่จะมีความก้าวหน้าในชีวิตหรือแม้แต่มีโอกาสในการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นได้ ดังที่ มาสโลว์ (1943) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการว่ามนุษย์ทุกคนต้องการได้รับการยอมรับ ความต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าความต้องการทางสังคม

5.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (X_8) พบว่า ตัวบ่งชี้ที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ “สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้” ($\overline{X}$ = 6.65, *SD* = 2.85) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิดชนนี โพธิ์สุวัฒนากุล (2543, น.53) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน”

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด โดยเรื่องระบบการผ่อนผันค่าเล่าเรียน และมีทุนการศึกษาหรือเงินกู้การศึกษาให้ใช้พิจารณาในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทในสถาบันต่างๆ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2556, น.74-84) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการและแรงจูงใจในการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในเขตภาคเหนือตอนล่าง” พบว่า ด้านราคา จากข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับค่าเรียนต่อหลักสูตรใกล้เคียงกับหลักสูตรสถาบันอื่น ๆ($\overline{X}$ = 4.63) มากกว่าให้ความสำคัญเรื่องค่าเรียนต่อหลักสูตรต่ำกว่าสถาบันอื่น ๆ ($\overline{X}$ = 4.61) ส่วนเหตุผลเพิ่มเติมจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้มีทุนการศึกษาให้แก่ผู้เรียนที่เรียนดีแต่ไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอ ที่เป็นเช่นนี้ เพราะว่า รายได้ของผู้ปกครองนั้นถือว่ามีส่วนสำคัญในการเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นของเอกชน ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการเรียนจึงค่อนข้างแพง แต่ในปัจจุบันกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของรัฐบาลได้เปิดโอกาสให้นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในการศึกษา ได้มีโอกาสในการเข้าศึกษาต่อโดยสามารถผ่อนค่าเล่าเรียนได้

5.6 ปัจจัยภายใน ด้านความเชื่อถือ (X_3) ตัวบ่งชี้ที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ “มีการรับรองหลักสูตรอย่างเป็นทางการ โดยกระทรวงศึกษาธิการ ($\overline{X}$ = 8.03, *SD* = 2.02) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา เพ็ชรมา, ประภัสสร ปานนอก, วงศ์สุรางค์ สุขโข และวลงกรณ์ สุทธิ (2558, น.59) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนเรศวรของนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนเรศวร” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพเป็นสำคัญ ซึ่งมหาวิทยาลัยนเรศวรเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงอันดับต้น ๆของภาคเหนือ ทำให้มีความน่าเชื่อถือมากในสายตากลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยนเรศวรแห่งนี้ยังสามารถทำงานได้ตรงตามความต้องการของสังคมเป็นส่วนมาก ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการที่จะเข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ฤทัยรัตน์ ชิดมงคล และเปรมฤดี บริบาล (2555, น.107) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี อุดรธานี” พบว่าปัจจัยภายในของตัวนักศึกษาที่ส่งผลต่อ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ การรับรู้คุณค่าในตนเอง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการรับรู้คุณค่าในตนเอง ทำให้บุคคลเกิดความเชื่อมั่น มั่นใจในการปฏิบัติงานของตนเอง บุคคลจะมีความเคารพในตนเองมองเห็นตนเองเป็นคนมีค่า มีความสามารถ และมีสมรรถภาพที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เรียนที่กำลังจะเลือกเรียนต่อในสถาบันอุดมศึกษาก็มักจะหาข้อมูลในการเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยของแต่ละสถาบัน เมื่อมองในแง่ของแรงจูงใจแล้วบุคคลที่มีแรงจูงใจสูงจากความต้องการยอมรับและนับถือจากคนรอบข้างก็มักจะพยายามขวนขวายเพื่อที่จะเรียนในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงดีและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผลของความต้องการเหล่านี้จะถูกกำหนดคุณภาพมาตรฐานโดยได้รับการรับรองจากสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.)

6. บทสรุป

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยโดยรวมที่ส่งผลมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นปัจจัยภายนอกมีผลกระทบต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อปริญญาตรีอย่างมาก

การเปิดหลักสูตรใหม่จึงต้องคำนึงถึงอาชีพสายวิทยาศาสตร์สุขภาพที่เป็นความต้องการของตลาด มีงานทำรองรับนักศึกษาที่จบการศึกษา และเป็นอาชีพที่มีความมั่นคงแน่นอน

6.2 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปปรับปรุงปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้ โดยปัจจัยโดยรวมด้านส่วนประสมทางการตลาดที่จะต้องเน้นเป็นอันดับแรกในเรื่องของคณาจารย์ผู้สอน จึงต้องมีการอบรม เสริมสร้าง และพัฒนาเหล่าบุคลากร และสนับสนุนให้มีการเผยแพร่ผลงานในระดับประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือมากขึ้นและมหาวิทยาลัยควรพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการแนะแนวประชาสัมพันธ์ตามโรงเรียน รวมทั้งการโฆษณาเรื่องการมอบสินค้าเทคโนโลยีให้แก่นักศึกษาใหม่เมื่อสมัครเข้าเรียน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสื่อสารให้บุคคลทั่วไปรับรู้และกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดแรงจูงใจทำให้อยากที่จะเข้ามาเรียนมากยิ่งขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งถัดไป ได้แก่ (1) ควรทำการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพด้านแรงจูงใจโดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและได้คำตอบเพิ่มเติมในส่วนที่เชิงปริมาณไม่สามารถทำได้ชัดเจน เช่น ความรู้สึกขณะประเมินทางเลือกและการตัดสินใจที่จะเลือกเรียน (2) ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจหลังจากได้เข้ามาเรียน และ (3) ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในกลุ่มเป้าหมายนักศึกษาต่างชาติเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการประชาสัมพันธ์กับประเทศอื่น

7. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณคณาจารย์และบุคคลอีกหลายฝ่ายที่ให้ความช่วยเหลือและการสนับสนุนในทุกๆด้าน ทั้งให้คำแนะนำและคำปรึกษา ทั้งคำติชมและกำลังใจแก่ข้าพเจ้าขณะดำเนินงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.พัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ให้ความช่วยเหลือดูแลโดยได้ให้คำแนะนำ รวมถึงรูปแบบตัวอย่างที่ดีมากมายที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง แสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเสียสละเวลาเพื่อให้งานวิจัยมีความถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นไปอย่างราบรื่น รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะคุณแม่ที่เป็นฐานกำลังใจที่สำคัญ สนับสนุนค่าใช้จ่ายทุก ๆด้าน ไม่ว่าจะทั้งการเลี้ยงดูก็ดี หรือการศึกษาก็ดี คอยผลักดันย้ำเตือนจนงานวิจัยนี้สำเร็จเสร็จสิ้นไปได้ด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต. (2556). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการและแรงจูงใจในการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในเขตภาคเหนือตอนล่าง. Journal of Business, Economics and Communications, [S.l.], Vol.8, no.1:74-84

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (ม.ป.ป). เรียนมหาวิทยาลัย สำคัญที่แรงจูงใจ. ค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2558 จาก http://www.kriengsak.com/node/1415

ขนิษฐา เพ็ชรมา, ประภัสสร ปานนอก, วงศ์สุรางค์ สุขโข และวลงกรณ์ สุทธิ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนเรศวรของนิสิตชั้นปีที่1มหาวิทยาลัยนเรศวร. วิทยานิพนธ์ นศ.บ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

เคญา จิตรรังสิมันตุ์. (2555). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของ นักเรียน นักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีศรีวิกรม์บริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร; มหาวิทยาลัยเกริก.

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. (2555). แผนพัฒนาคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต พ.ศ.2555-2559. ค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2558 จาก http://www.rsu.ac.th/science/file/QA/5yrs_plan/55-59.pdf

จันทร์จิรา วงษ์ขมทอง. (2557). วัฒนธรรมคุณภาพ สร้างคน สร้างชาติ. ค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2558 จาก http://www.onesqa.or.th/th/content-view/921/1200

จุฑามาศ ชูจินดา, กิติยานภาลัย ภู่ตระกูล และณภัทร โชคธนินกุล. (2555). “แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 ในเขตจังหวัดนนทบุรี.” วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. Vol 9, No 2 (2015) (กุมภาพันธ์-กรกฎาคม 2558):66-67.

ชิดชนนี โพธิ์สุวัฒนากุล. (2543). การศึกษาแรงจูงใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. งานวิจัยการศึกษาค้นคว้า ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ฤทัยรัตน์ ชิดมงคล และเปรมฤดี บริบาล. (2555). “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี อุดรธานี.” วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข. Vol 22, No 1 มกราคม-เมษายน 2555:98-108.

วัชรินทร์ จงกลสถิต. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรทันตแพทย์ศาสตรบัณฑิต กรณีศึกษาหลักสูตรทันตแพทย์ศาสตรบัณฑิต คณะทันตแพทย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. สารนิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

พีรภาว์ พุแค. (2554). “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.” วารสารวิทยบริการ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี ปีที่ 22 (ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2554):77

มุสลินท์ โต๊ะกาบิ และคณะ. (2553). "แรงจูงใจภายในด้านการเรียนและบุคลิกภาพพยาบาลวิชาชีพของนักศึกษาพยาบาลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้." วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์. Vol 2, No 2 (2010) (พฤษภาคม-สิงหาคม 2553):1-14.

สุขภาพคนไทย. (2558). ทรัพยากรสาธารณสุข. ค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2558 จาก www.hiso.or.th/hiso/picture/reportHealth/ThaiHealth2015/thai2015_11.pdf

สำนักงานบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต. (2556). จำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2556, [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ จาก : https://intranet.rsu.ac.th/

ศิราญา มหาวัน. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักเรียนโครงการกีฬาในการเลือก ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา. คณะ เศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิรินภา ศรีโคกล่าม. (2556). แรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อสถาบันการพลศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในเขตภาคกลาง ปีการศึกษา 2555. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม (การจัดการเรียนรู้พลศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

A. H. Maslow. (1943). *A Theory of Human Motivation*. Psychological Review, 50: 370-96.

Holland, J. L. (1959). *A theory of vocational choice.* Journal of Counseling Psychology, 6: 35–45.

มหาวิทยาลัยรังสิต