

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสายอาชีพในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ และด้านสถานที่ให้บริการ ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาสายอาชีพในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 พบว่า นักเรียนที่มีสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษา (จบ ม.3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ประเภทวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ อาชีพของผู้ปกครอง และรายได้ของผู้ปกครอง (ต่อเดือน) แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสายอาชีพในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักเรียนที่มีระดับการศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสายอาชีพในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนโดยรวม แตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ตามความคิดเห็นของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 1 สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สามารถสรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เมื่อพิจารณาโดยรวม เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย มีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ โรงเรียนควรจัดให้มีวัสดุ อุปกรณ์การเรียน วัสดุฝึกที่เพียงพอ มีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการที่ครบครัน มีอาคารสถานที่ที่เพียงพอ และมีสาขาวิชาและหลักสูตรที่หลากหลาย ด้านสถานที่ให้บริการ คือ ควรจัดให้มีการเดินทางที่สะดวก มีท่าเลที่ตั้งที่เหมาะสม และมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ร่มรื่น ด้านราคา คือ ควรกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมค่ากิจกรรม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ชัดเจนและเหมาะสม และด้านการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ คือ ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ทั้งภายในและภายนอก อย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

TITLE : Motivation Affecting Making Decision to Study in Private Vocational Schools for First Year Vocational Certificate Students, Vocational Education Institute Northeastern Region 3

AUTHOR : Suphattra Thipthumma **DEGREE :** M.Ed. (Educational Administration)

ADVISORS : Dr. Chumnian Pollaharn Chairman
Mr. Sutat Kaewkham Committee

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2014

ABSTRACT

The aims of this research were to study and compare the level of motivation affecting making decision to study in private vocational schools for first year vocational certificate students, Vocational Education Institute Northeastern Region 3 and survey some suggestions related to educational management based upon the opinion of students by conceptual framework of 4 aspects: 1) products, 2) price, 3) place and 4) marketing promotion and public relations. Subjects used in the research were 520 first year vocational certificate students of 13 private vocational schools in the academic year 2010, selected through multi-stage. The instruments used in the research were 43 items of rating scale questionnaire with 0.879 of reliability and 4 items of open-ended questions. The statistics used for analyzing data were percentage, mean, standard deviation, F-test (One-way ANOVA) for hypothesis testing while the qualitative data was descriptive content analysis.

The results of the research were as follows:

1. The level of motivation affecting making decision to study in private vocational schools for first year vocational certificate students was rated at a high level as a whole and an individual with the difference from high to low: products, price, marketing promotion and public relations, and place respectively.
2. The comparison of the motivation affecting making decision to study in private vocational schools classified by schools they graduated, students' learning achievement, type of

subjects they were studying, parents' occupation, and parents' income was not significant difference as a whole and an individual whereas the difference of parents' educational level was significantly different as a whole.

3. The suggestions of the students' opinion revealed that the overall educational management was different from high to low: product, place, price, and marketing promotion and public relations respectively. Considering each aspect, it was shown difference from high to low as follows: for product, the schools should provide sufficient material, learning equipments, training materials, classrooms, and laboratories. There should also be variety of study programs and curriculums. For place, most students would find schools convenient to travel, good location and beautiful landscape. For price, policies of tuition fee or any expenses should be announced clearly and reasonably. For marketing promotion and public relations, announcement about school activities and events should be distributed in school and out of school continuously.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY