

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจของนักศึกษาระดับปริญญาโท ในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติมหาวิทยาลัยรามคำแหง

Factors Motivating Students to Undertake Graduate Studies at Ramkhamhaeng university's Regional Campuses

อรุณทวดี พัฒนินบูลย์¹

เตือนใจ เกตุษา²



บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง รวมทั้งศึกษาความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่เกิดขึ้นจริง กับสิ่งที่นักศึกษาคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ณ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 5,319 คน จากสาขาวิทยบริการฯ 20 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (coefficient alpha reliability) มีค่าเท่ากับ 0.924 ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักศึกษาระดับปริญญาโททุกสาขาวิทยบริการฯ มีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่นักศึกษาคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ณ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ พบว่า สิ่งที่นักศึกษาคาดหวังไว้ในระดับมากและสิ่งที่เกิดขึ้นจริงสอดคล้องกับความคาดหวังของนักศึกษาได้แก่

- 1) ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่สอนของคณาจารย์ที่สอน
- 2) ความใส่ใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำสาขาวิทยบริการฯ
- 3) ความพร้อมของสื่อการสอนทางไกล
- 4) ความพร้อมของตำรา / เอกสารประกอบการสอน
- 5) การมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์กับเพื่อนนักศึกษาที่เรียนเครือข่ายเดียวกัน
- 6) ความยุติธรรมในการประเมินผลของอาจารย์

ส่วนเรื่องที่นักศึกษาคาดหวังในระดับมากแต่สิ่งที่เกิดขึ้นจริงมีในระดับปานกลาง ได้แก่

- 1) ความเพียงพอของสถานที่จอดรถยนต์
- 2) การมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับอาจารย์
- 3) ความทันสมัยของห้องสมุด

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส และสาขาวิชาที่ศึกษาของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายได้ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

¹ รองศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และด้านคุณภาพของผลผลิต มีความสัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. จากการวิเคราะห์เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ระดับแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) โดยนำตัวแปรพยากรณ์ซึ่งได้แก่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด รวม 17 ตัว มาทำการวิเคราะห์จนได้ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยที่สุด รวมวิเคราะห์ทั้งหมด 15 ขั้นตอน ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ระดับแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีทั้งหมด 15 ตัว เรียงตามน้ำหนักความสำคัญ ดังนี้

- 1) x_{15} : บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีคุณภาพ
- 2) x_{17} : สามารถแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับนักศึกษาที่เรียนที่ สาขาวิทยบริการฯ จังหวัดอื่น ๆ ได้
- 3) x_7 : คณาจารย์ที่สอนมีชื่อเสียงและมีคุณภาพ
- 4) x_6 : มีการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยผ่านสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก
- 5) x_{14} : มหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นที่ยอมรับของสังคม
- 6) x_2 : ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรน้อยกว่าสถาบันอื่น
- 7) x_{11} : มีอาคารเรียนและอุปกรณ์การสอนที่ทันสมัย
- 8) x_9 : ไม่จำกัดผลการเรียนเฉลี่ยระดับปริญญาตรี
- 9) x_{12} : ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทางมาเรียน
- 10) x_4 : มีการผ่อนผันการชำระค่าเล่าเรียนได้
- 11) x_1 : ค่าหน่วยกิตมีความเหมาะสม
- 12) x_{16} : มีระบบการสอนแบบ Block Course ทำให้ไม่เครียด เพราะเรียนและสอบทีละวิชา
- 13) x_5 : เวลาที่จัดให้เรียนเหมาะสม
- 14) x_3 : กำหนดค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรไว้ชัดเจน
- 15) x_{13} : สามารถโอนการเรียนและการสอบไปดำเนินการที่สาขาวิทยบริการฯ อื่นได้

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์แรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหงมี 2 ตัวแปร ได้แก่

- 1) x_8 : เป็นหลักสูตรที่ไม่ต้องทำวิทยานิพนธ์
- 2) x_{10} : สถานที่เรียนอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์ (x : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด) กับตัวแปรเกณฑ์ (y : ระดับแรงจูงใจ) เท่ากับ .751 ตัวแปรพยากรณ์สามารถรวมพยากรณ์แรงจูงใจได้ร้อยละ 56.40 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ .339 เขียนสมการพยากรณ์ในรูปความสัมพันธ์แบบคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$y' = .732 + .153X_{15} + .109X_{17} + .096X_7 + .062X_6 + .075X_{14} + .043X_2 + .039X_{11} + .034X_9 + .029X_{12} + .026X_4 + .032X_1 + .029X_{16} + .022X_5 + .021X_3 + .016X_{13}$$

$$Z'_y = .211Z_{X_{15}} + .195Z_{X_{17}} + .133Z_{X_7} + .113Z_{X_6} + .099Z_{X_{14}} + .070Z_{X_2} + .069Z_{X_{11}} + .064Z_{X_9} + .059Z_{X_{12}} + .056Z_{X_4} + .051Z_{X_1} + .042Z_{X_{16}} + .036Z_{X_5} + .034Z_{X_3} + .029Z_{X_{13}}$$

คำสำคัญ: ปัจจัย แรงจูงใจ สาขาวิทยบริการฯ

ABSTRACT

This research investigates factors affecting the motivation of students undertaking graduate studies at the regional campuses of Ramkhamhaeng University (RU). Also considered is the degree of correspondence between the actual experiences of students regarding the organization of instruction at the regional campuses and the expectations they had prior to commencement of studies.

The population sample from which data was collected for this research was comprised of 5,319 graduate students from twenty regional campuses. The research tool was a questionnaire couched at a coefficient alpha reliability level of 0.924. The findings are as follows:

1. The motivation of graduate students at all RU regional campuses was at a high level.
2. An analysis of the degree of correspondence between actual experience and student expectations regarding the organization of instruction at RU's regional campuses indicated that students maintained expectations at a high level, while an actual experience corresponded to expectations in regard to the following conditions.
 - (1) Faculty expertise exhibited in the areas in which professors taught
 - (2) A proper degree of attention devoted to graduate students as evidenced by the services provided by personnel at the regional campuses
 - (3) The appropriateness of teleconferencing media
 - (4) The appropriateness of texts and teaching materials
 - (5) Opportunities to exchange knowledge and experiences between students studying in the same network
 - (6) Fairness of assessments provided by lecturers

The conditions that students expected to be at a high level, but actually experienced at a moderate level are as follows:

- (1) sufficient parking space
- (2) opportunities to exchange ideas with lecturers
- (3) up-to-date libraries
3. An analysis of the relationship between personal factors and the level of motivation for studying at RU regional campuses indicated that gender, age, marital status and the field of study of the students was positively correlated with the level of motivation at a statistically significant level of 0.05. However, student income was not correlated with the level of motivation at a statistically significant level.
4. The analysis of the relationship between the various aspects of the factor of marketing and the level of motivation with regard to studying at RU regional campuses were examined. The factor of marketing was examined in regard to the four aspects of expenses, public relations, location of university, and the

quality of the product. The results indicated that all four aspects were positively correlated with the level of student motivation at a statistically significant level of 0.05.

5. The stepwise multiple regression method of analysis yielded an equation capable of forecasting the level of motivation in regard to the decision to study at RU regional campuses. Variables comprising seventeen aspects of the factor of marketing were analyzed in such a way that the least discrepancy would be eliminated. The total analysis involved fifteen steps. The analysis indicated that there were fifteen variables that could be used in forecasting the level of motivation in studying at the RU regional campuses at a statistically significant level of 0.05. In descending order of importance these variables are given as follows:

- (1) X_{15} : Graduates from RU are qualified.
- (2) X_{17} : Able to exchange knowledge and experiences with students studying in other regional campuses.
- (3) X_7 : Lecturers are well-known and qualified.
- (4) X_6 : Public relations officers at RU make the university well known by means of the media.
- (5) X_{14} : RU is well accepted in society.
- (6) X_2 : Costs at all phases of the curriculum are less than those at other institutions.
- (7) X_{11} : Buildings and teaching equipment are modern.
- (8) X_9 : No minimum grade point average at the undergraduate level
- (9) X_{12} : The location of university campuses make commuting convenient
- (10) X_4 : Tuition fees can be paid in installments.
- (11) X_1 : Reasonable tuition fees
- (12) X_{16} : The block course system reduces stress because one can study and be examined on one subject at a time.
- (13) X_5 : Timetables are suitable.
- (14) X_3 : Clearly specified expenses throughout all phases of the curriculum.
- (15) X_{13} : Credits and exams can be transferred to programs at other campuses.

The two aspects of the factor of marketing that could not be used to forecast the level of motivation in studying at RU regional campuses are as follows:

- (1) X_8 : The curriculum requires no thesis.
- (2) X_{10} : The campus location is close to accommodations and workplaces.

The multiple coefficient correlation among forecast variables (X: aspects of the factor of marketing) and criteria variables (Y: the level of motivation) was equal to 0.751. The forecast variable could help forecast the level of motivation at 56.40%. Discrepancy in the forecast was equal to 0.339. The forecast equation could accordingly be written in the form of a correlation in a raw score and standard score form as follows:

$$y' = .732 + .153X_{15} + .109X_{17} + .096X_7 + .062X_6 + .075X_{14} + .043X_2 + .039X_{11} + .034X_9 + .029X_{12} + .026X_4 + .032X_1 + .029X_{16} + .022X_5 + .021X_3 + .016X_{13}$$

$$Z'_{y'} = .211Z_{x_{15}} + .195Z_{x_{17}} + .133Z_{x_7} + .113Z_{x_6} + .099Z_{x_{14}} + .070Z_{x_2} + .069Z_{x_{11}} + .064Z_{x_9} + .059Z_{x_{12}} + .056Z_{x_4} + .051Z_{x_1} + .042Z_{x_{16}} + .036Z_{x_5} + .034Z_{x_3} + .029Z_{x_{13}}$$

Keywords: factor, motivating, regional campuses

บทนำ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้รับการสถาปนาเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2514 โดยมีจุดประสงค์เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนที่เรียนระดับอุดมศึกษาในขณะนั้น โดยมีปรัชญาในการจัดการระดับอุดมศึกษาเพื่อปวงชน มหาวิทยาลัยรามคำแหงจึงเปิดรับนักศึกษาโดยไม่มีการสอบคัดเลือก และไม่จำกัดจำนวน เพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลที่ประสงค์จะเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง นับได้ว่ามหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นผู้เปิดยุคทองแห่งเสรีภาพ และความเสมอภาคทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้กับปวงชนชาวไทยอย่างแท้จริง

ในการจัดการเรียนการสอนนั้น เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นที่หลากหลายของนักศึกษา มหาวิทยาลัยได้จัดการเรียนการสอนในหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น จัดให้มีการบรรยายในชั้นเรียนสำหรับผู้ที่ต้องการมาเรียนประจำที่มหาวิทยาลัย และจัดให้มีการเรียนการสอนผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์สำหรับผู้ที่อยู่ห่างไกล หรือมีภาระหน้าที่การทำงานประจำได้รับฟังและชมการบรรยายของอาจารย์ควบคู่ไปกับตำราทั้งที่เป็นรูปเล่มหนังสือและตำราอิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยไม่ต้องเดินทางมาเรียนที่มหาวิทยาลัย นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังได้จัดตั้งสำนักทดสอบทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-testing bureau) ขึ้น เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสเลือกสอบได้ตามวันเวลาที่เหมาะสมโดยได้เปิดให้มีการสอบไล่ระบบอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นเป็นครั้งแรกของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2548 อีกด้วย

ถึงแม้ว่ามหาวิทยาลัยจะประสบความสำเร็จในการจัดการศึกษาเพื่อปวงชนโดยสามารถแก้ไขปัญหาการขาดแคลนที่เรียนระดับอุดมศึกษาให้หมด

ไปได้ แต่การดำเนินการที่รวมศูนย์กลางอยู่ภายในส่วนกลางอย่างเดียว ทำให้ยังคงมีประชาชนส่วนหนึ่งในท้องถิ่นห่างไกลไม่สามารถศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าได้ ดังนั้นในปี พ.ศ. 2538 ศาสตราจารย์ประจำ รั้งสรรค์ แสงสุข อธิการบดีของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งสาขาวิทยบริการส่วนภูมิภาคขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายโอกาสและสร้างความเสมอภาคให้กับประชาชนที่อยู่ห่างไกลในส่วนภูมิภาค เพื่อรองรับนโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและเนื่องจากการจัดตั้งสาขาวิทยบริการส่วนภูมิภาคของมหาวิทยาลัยเกิดในช่วงเวลาที่ชาวไทยทั้งประเทศร่วมใจกันน้อมเกล้าจัดกิจกรรมเฉลิมฉลองในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช เสด็จขึ้นครองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี ในปี พ.ศ.2539 มหาวิทยาลัยรามคำแหงจึงได้น้อมเกล้าถวายโครงการสาขาวิทยบริการส่วนภูมิภาคเป็นส่วนหนึ่งของการเกิดพระเกียรติในวโรกาสอันเป็นมหามงคลนี้โดยใช้ชื่อโครงการสาขาวิทยบริการที่ตั้งขึ้นนี้ว่า “มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติส่วนภูมิภาค” ซึ่งในการดำเนินการจัดตั้งสาขาวิทยบริการของมหาวิทยาลัยได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนอย่างดียิ่งทั้งจากภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่นซึ่งรับภาระในการจัดหาที่ดินและงบประมาณก่อสร้างอาคาร และสาธารณูปโภคต่าง ๆ

ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งสาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติในปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันได้ก่อตั้งสาขาวิทยบริการฯ ขึ้นแล้วรวม 20 จังหวัดทั่วประเทศ ได้แก่ จังหวัดปราจีนบุรี อุทัยธานี นครศรีธรรมราช อำนาจเจริญ นครพนม แพร่ นครราชสีมา สุโขทัย ขอนแก่น ศรีสะเกษ ตรัง ลพบุรี

บุรีรัมย์ เพชรบูรณ์ ชัยภูมิ หนองบัวลำภู อุตรธานี
เชียงราย กาญจนบุรี และจังหวัดสุรินทร์

ปัจจุบันการขยายโอกาสทางการศึกษาไปสู่ภูมิภาค ของประเทศมิได้มีแต่มหาวิทยาลัยรามคำแหง เท่านั้นที่ดำเนินการ แต่ได้มีสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ขยายการจัดการศึกษาอย่างรวดเร็วไปยังส่วนภูมิภาค อีกเป็นจำนวนมาก จึงก่อให้เกิดการแข่งขันกันในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ในด้านภาพลักษณ์และคุณภาพ ของการจัดการศึกษาของแต่ละสถาบันเพื่อให้ ประชาชนใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาที่ สถาบันการศึกษาเหล่านั้น เหตุจูงใจในการตัดสินใจ เลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่สถาบันใดของ แต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไปตามปัจจัยต่าง ๆ เช่น อายุ ฐานะทางเศรษฐกิจ สาขาที่จะเข้าศึกษา ค่านิยมในปริญญาเพื่อการยอมรับของสังคม เป็นต้น จึงน่าสนใจว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อแรงจูงใจในการ ตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการ เฉลิมพระเกียรติมหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะผู้วิจัย จึงมีความประสงค์ที่จะทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อ แรงจูงใจของนักศึกษาระดับปริญญาโทในการเลือกเข้า ศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง” เพื่อที่ผู้บริหารมหาวิทยาลัย และผู้เกี่ยวข้องจะได้นำผลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพของการ บริหารจัดการโครงการฯ ให้มีประสิทธิภาพและ ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนภูมิภาคมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักศึกษาระดับ ปริญญาโทในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อศึกษาความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่ เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่นักศึกษาคาดหวังต่อการจัดการ เรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ณ สาขา วิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วน บุคคล และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับ แรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

4. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์แรงจูงใจในการ เลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักศึกษาปริญญาโท ปีการศึกษา 2548 และ 2549 จำนวน 7,642 คน ที่เรียนที่สาขาวิทยบริการเฉลิม พระเกียรติทั้ง 20 แห่งของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่ง จัดการสอนในระบบเครือข่ายที่ตั้งอยู่ในจังหวัดต่อไปนี้

- 1) ปราจีนบุรี 2) อุทัยธานี 3) นครศรีธรรมราช 4) อำนาจเจริญ 5) นครพนม 6) แพร่ 7) นครราชสีมา 8) สุโขทัย 9) ขอนแก่น 10) ศรีสะเกษ 11) ตรัง 12) ลพบุรี 13) บุรีรัมย์ 14) เพชรบูรณ์ 15) ชัยภูมิ 16) หนองบัวลำภู 17) อุตรธานี 18) เชียงราย 19) กาญจนบุรี 20) สุรินทร์

กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลวิจัย ได้แก่ นักศึกษา ระดับปริญญาโทที่เรียนที่สาขาวิทยบริการเฉลิม พระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2548 และ 2549 ทั้ง 20 แห่ง จำนวน 5,319 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ประกอบด้วยแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ ระดับแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัย รามคำแหง
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่คาดหวังที่จะ ได้รับและสิ่งที่เกิดขึ้นจริง เมื่อมาเข้าเรียนที่สาขา วิทยบริการ
3. แบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับสาเหตุที่นักศึกษา ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้นำไปทดลองกับ กลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน และหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีของครอนบาค (Cronbach coefficient alpha reliability) ได้ค่าความ เชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.924

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สอบถามนักศึกษาปริญญาโททั้งปี 1 และปี 2 ทุกสาขาที่ศึกษาในระบบเครือข่ายที่สาขาวิทยบริการฯ ทั้ง 20 แห่ง ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สัมภาษณ์นักศึกษาเพื่อศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับสาเหตุที่นักศึกษาตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 10 สาขา โดยทำการสุ่มมาจากเขตภาคเหนือ 2 สาขา เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 สาขา เขตภาคใต้ 2 สาขา เขตภาคกลางและภาคอื่น ๆ 2 สาขา ได้แก่ จังหวัดสุโขทัย เชียงราย อุตรธานี นนทบุรี ลำปาง อำนาจเจริญ สุรินทร์ ตรัง นครศรีธรรมราช อุทัยธานี และลพบุรี จำนวน 409 คน

จำนวนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลประเภทแบบสอบถามสรุปไว้ในตาราง

ตารางแสดงจำนวนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากแต่ละสาขาวิทยบริการฯ

สาขาวิทยบริการฯ จังหวัด	จำนวน
1. ปราจีนบุรี	298
2. อุทัยธานี	271
3. อำนาจเจริญ	219
4. นครศรีธรรมราช	303
5. แพร่	207
6. นครพนม	270
7. นครราชสีมา	303
8. สุโขทัย	299
9. ขอนแก่น	285
10. ศรีสะเกษ	299
11. ตรัง	294
12. ลพบุรี	298
13. บุรีรัมย์	292
14. เพชรบูรณ์	220
15. ชัยภูมิ	140

16. นนทบุรี	247
17. อุตรธานี	249
18. เชียงราย	240
19. กาญจนบุรี	294
20. สุรินทร์	291
รวม	5,319

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์จากเอกสาร

ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงบรรยายจากเอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการสรุปและอภิปรายผล

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Correlation χ^2 -test และ Multiple Regression Analysis

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคำตอบกำหนดไว้ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง มาก
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง น้อย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง น้อยมาก

สรุปและวิจารณ์ผล

ผลการวิจัยโดยสรุป มีดังนี้

1. โดยภาพรวม นักศึกษามีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาระดับแรงจูงใจของนักศึกษาแต่ละสาขาวิทยบริการฯ พบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 20 สาขาวิทยบริการฯ

2. ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่นักศึกษาคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ณ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ พบว่า สิ่งที่นักศึกษาคาดหวังไว้น่าจะมีในระดับมากและสิ่งที่เกิดขึ้นจริงสอดคล้องกับความคาดหวังของนักศึกษา ได้แก่

- 1) ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่สอนของคณาจารย์

- 2) ความใส่ใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำสาขาวิทยบริการฯ
- 3) ความพร้อมของสื่อการสอนทางไกล
- 4) ความพร้อมของตำรา/เอกสารประกอบการสอน
- 5) การมีโอกาสดูแลเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับเพื่อนนักศึกษาที่เรียนเครือข่ายเดียวกัน
- 6) ความยุติธรรมในการประเมินผลของอาจารย์

ส่วนเรื่องที่นักศึกษาคาดหวังไว้ในระดับมากแต่เกิดขึ้นจริงมีในระดับปานกลาง ได้แก่

- 1) ความเพียงพอของสถานที่จอดรถยนต์
- 2) การมีโอกาสดูแลเปลี่ยนความคิดเห็นกับอาจารย์
- 3) ความทันสมัยของห้องสมุด

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อแรงจูงใจพบว่า

3.1 เพศ อายุ สถานภาพสมรส และสาขาวิชาที่ศึกษาของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายได้ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และด้านคุณภาพของผลผลิตทั้งโดยภาพรวมของแต่ละด้านและรายข้อ มีความสัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อแรงจูงใจที่นักศึกษาเห็นว่า มีความสำคัญในระดับมากต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ตั้ง

และด้านคุณภาพของผลผลิตมีความสำคัญระดับมาก ส่วนด้านค่าใช้จ่ายมีความสำคัญระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อแรงจูงใจระดับมาก คือ ปัจจัยข้อ 3 และข้อ 5 ถึงข้อ 17 ซึ่งปัจจัยแต่ละข้อ ได้แก่

ข้อ 3 : กำหนดค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรไว้ชัดเจน

ข้อ 5 : เวลาที่จัดให้เรียนเหมาะสม

ข้อ 6 : มีการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยผ่านสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก

ข้อ 7 : คณาจารย์ที่สอนมีชื่อเสียงและมี

คุณภาพ

ข้อ 8 : เป็นหลักสูตรที่ไม่ต้องทำวิทยานิพนธ์

ข้อ 9 : ไม่จำกัดผลการเรียนเฉลี่ยระดับ

ปริญญาตรี

ข้อ 10 : สถานที่เรียนอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน

ข้อ 11 : มีอาคารเรียนและอุปกรณ์การสอนที่ทันสมัย

ข้อ 12 : ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย สะดวกต่อการเดินทางมาเรียน

ข้อ 13 : สามารถโอนการเรียนและการสอบไปดำเนินการที่สาขาวิทยบริการฯ อื่นได้

ข้อ 14 : มหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นที่ยอมรับของสังคม

ข้อ 15 : บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีคุณภาพ

ข้อ 16 : มีระบบการสอนแบบ block course ทำให้ไม่เครียดเพราะเรียนและสอบทีละวิชา

ข้อ 17 : สามารถแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับนักศึกษาที่เรียนที่สาขาวิทยบริการฯ จังหวัดอื่น ๆ ได้

ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญต่อแรงจูงใจระดับปานกลางได้แก่

ข้อ 1 : ค่าหน่วยกิตเหมาะสม

ข้อ 2 : ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรน้อยกว่าสถาบันอื่น

ข้อ 4 : มีการผ่อนผันการชำระค่าเล่าเรียนได้

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อแรงจูงใจ จำแนกตาม

สาขาวิทยบริการฯ ผลการศึกษาจาก 19 สาขาวิทยบริการฯ ซึ่งได้แก่ สาขาวิทยบริการฯ จังหวัดปราจีนบุรี อุทัยธานี อำนาจเจริญ นครศรีธรรมราช แพร่ นครพนม นครราชสีมา สุโขทัย ขอนแก่น ศรีสะเกษ ตรัง ลพบุรี บุรีรัมย์ เพชรบูรณ์ ชัยภูมิ หนองบัวลำภู อุตรธานี กาญจนบุรี และสุรินทร์ พบว่า นักศึกษาเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 3 ด้านคือ ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ตั้ง และด้านคุณภาพของผลผลิต มีความสำคัญระดับมาก และมีเพียงสาขาวิทยบริการฯ จังหวัดเชียงรายแห่งเดียวที่เห็นว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้ มีความสำคัญระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย มีนักศึกษา 12 สาขาวิทยบริการฯ เห็นว่ามีความสำคัญระดับปานกลาง ซึ่งได้แก่ สาขาวิทยบริการฯ จังหวัดปราจีนบุรี อำนาจเจริญ นครศรีธรรมราช แพร่ นครพนม นครราชสีมา ขอนแก่น ศรีสะเกษ ตรัง ลพบุรี บุรีรัมย์ และกาญจนบุรี ส่วนสาขาวิทยบริการฯ จังหวัดอุทัยธานี สุโขทัย เพชรบูรณ์ ชัยภูมิ หนองบัวลำภู อุตรธานี เชียงราย และจังหวัดสุรินทร์ นักศึกษาเห็นว่าปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายมีความสำคัญระดับมาก

4. จากการวิเคราะห์เพื่อสร้างสมการพยากรณ์แรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (stepwise multiple regression) โดยนำตัวแปรพยากรณ์ซึ่งได้แก่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด รวม 17 ตัว มาทำการวิเคราะห์จนได้ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยที่สุด รวมวิเคราะห์ทั้งหมด 15 ขั้นตอน ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์แรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อ ที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีทั้งหมด 15 ตัวเรียงตามน้ำหนักความสำคัญ ดังนี้

1. x_{15} : บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีคุณภาพ
2. x_{17} : สามารถแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับนักศึกษาที่เรียนที่สาขาวิทยบริการฯ จังหวัดอื่น ๆ ได้

3. x_7 : คณาจารย์ที่สอนมีชื่อเสียงและมีคุณภาพ
4. x_6 : มีการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยผ่านสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก
5. x_{14} : มหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นที่ยอมรับของสังคม
6. x_2 : ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรน้อยกว่าสถาบันอื่น
7. x_{11} : มีอาคารเรียนและอุปกรณ์การสอนที่ทันสมัย
8. x_9 : ไม่จำกัดผลการเรียนเฉลี่ยระดับปริญญาตรี
9. x_{12} : ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทางมาเรียน
10. x_4 : มีการผ่อนผันการชำระค่าเล่าเรียนได้
11. x_1 : ค่าหน่วยกิตมีความเหมาะสม
12. x_{16} : มีระบบการสอนแบบ block course ทำให้ไม่เครียด เพราะเรียนและสอบทีละวิชา
13. x_5 : เวลาที่จัดให้เรียนเหมาะสม
14. x_3 : กำหนดค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรไว้ชัดเจน
15. x_{13} : สามารถโอนการเรียนและการสอบไปดำเนินการที่สาขาวิทยบริการฯ อื่นได้

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์แรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหงมี 2 ตัวแปร ได้แก่

1. x_8 : เป็นหลักสูตรที่ไม่ต้องทำวิทยานิพนธ์
2. x_{10} : สถานที่เรียนอยู่ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์ (x) กับตัวแปรเกณฑ์ (y) เท่ากับ .751 ตัวแปรพยากรณ์สามารถรวมพยากรณ์แรงจูงใจได้ร้อยละ 56.40 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ .339 เขียนสมการพยากรณ์ในรูปความสัมพันธ์แบบคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$y' = .732 + .153X_{15} + .109X_{17} + .096X_7 + .062X_6 + .075X_{14} + .043X_2 + .039X_{11} + .034X_9 + .029X_{12} + .026X_4 + .032X_1 + .029X_{16} + .022X_5 + .021X_3 + .016X_{13}$$

$$Z'_{y'} = .211Z_{X_{15}} + .195Z_{X_{17}} + .133Z_{X_7} + .113Z_{X_6} + .099Z_{X_{14}} + .070Z_{X_2} + .069Z_{X_{11}} + .064Z_{X_9} + .059Z_{X_{12}} + .056Z_{X_4} + .051Z_{X_1} + .042Z_{X_{16}} + .036Z_{X_5} + .034Z_{X_3} + .029Z_{X_{13}}$$

ผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจ และนำมาอภิปราย ได้ดังนี้

1. เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมนักศึกษาทั้ง 20 สาขาวิทยบริการฯ มีแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง อยู่ในระดับมาก ซึ่งสาเหตุที่ส่งผลให้นักศึกษามีแรงจูงใจที่จะเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงในระดับมาก เนื่องจากโครงการจัดการศึกษาระดับปริญญาโท ณ สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหงประสบความสำเร็จในระดับดี ดังรายงานการวิจัยของอรุณหวดี และเตือนใจ (2547) ที่ประเมินโครงการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท ณ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติส่วนภูมิภาคของมหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่าโครงการนี้มีผลสัมฤทธิ์ระดับดี

2. จากผลการวิจัยที่พบว่าสิ่งที่นักศึกษาคาดหวังไว้ในระดับมากก่อนที่จะเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ณ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติได้แก่

- 1) ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่สอนของคณาจารย์
- 2) ความใส่ใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำสาขาวิทยบริการฯ
- 3) ความพร้อมของสื่อการสอนทางไกล
- 4) ความพร้อมของตำรา/เอกสารประกอบการสอน
- 5) การมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับเพื่อนนักศึกษาที่เรียนในเครือข่ายเดียวกัน
- 6) ความยุติธรรมในการประเมินผลของอาจารย์

- 7) ความพอเพียงของสถานที่จัดรถยนต์
- 8) การมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับอาจารย์

- 9) ความทันสมัยของห้องสมุด

แต่เมื่อนักศึกษาได้มาเข้าเรียนที่มหาวิทยาลัยรามคำแหงแล้วกลับพบว่าสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในระดับมากได้แก่ ข้อ 1-6 ส่วนข้อ 7-9 เกิดขึ้นในระดับปานกลางเท่านั้น สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากมหาวิทยาลัยรามคำแหงจะเน้นในเรื่องห้องสมุดแบบ electronic และ e-book มากขึ้น แต่อย่างไรก็ดีเพื่อตอบสนองความต้องการของนักศึกษาที่ต้องการค้นคว้าตำรา และวิทยานิพนธ์จากห้องสมุดของสาขาวิทยบริการฯ โดยตรง ทางมหาวิทยาลัยควรดำเนินการจัดหาตำราใหม่ ๆ และวิทยานิพนธ์ในสาขาต่าง ๆ ใส่ไว้ในห้องสมุดของแต่ละสาขาวิทยบริการฯ ให้มากขึ้น ส่วนการที่นักศึกษามีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับอาจารย์ในระดับปานกลางซึ่งไม่สอดคล้องกับที่นักศึกษาคาดหวังไว้ในระดับมาก อาจมีสาเหตุมาจากระบบการสอนทางไกลที่อาจต้องใช้เวลามากพอสมควรในการสื่อสารกับนักศึกษาทั้ง 4 จังหวัดที่เรียนอยู่ในเครือข่ายเดียวกันและอาจารย์มีเวลาบรรยายจำกัด อย่างไรก็ตามอาจารย์ควรที่จะเปิดโอกาสให้นักศึกษาที่เรียนอยู่ในเครือข่ายเดียวกันทั้ง 4 จังหวัดได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับอาจารย์ให้มากขึ้น สำหรับเรื่องความพอเพียงของสถานที่จอดรถยนต์ซึ่งนักศึกษาเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลางนั้น อาจเกิดจากความจำกัดในพื้นที่และงบประมาณของแต่ละสาขาวิทยบริการฯ

3. เนื่องจากปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส และสาขาวิชาที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน

รายได้ของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าเพศ อายุ สถานภาพสมรส และสาขาวิชาที่ศึกษามีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนรายได้ไม่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหงแต่อย่างใด

4. ผลการวิจัยทั้งที่ได้จากการตอบแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และด้านคุณภาพของผลผลิตทั้งโดยภาพรวมของแต่ละด้าน และรายข้อมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักศึกษา แสดงว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อที่สาขาวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรนำผลจากการค้นพบนี้ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ในช่วงระยะเวลาการรับสมัครนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อแรงจูงใจของนักศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป มีดังนี้

- 1) มหาวิทยาลัยควรดำเนินการปรับปรุงห้องสมุดของแต่ละสาขาวิทยบริการฯ ให้มีความทันสมัยมากขึ้นทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพของหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- 2) มหาวิทยาลัยควรดำเนินการปรับปรุงสถานที่จอดรถยนต์ของนักศึกษาในแต่ละสาขาวิทยบริการฯ ให้อยู่ในสภาพดี และมีปริมาณมากเพียงพอ
- 3) มหาวิทยาลัยควรกระตุ้นให้อาจารย์ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับอาจารย์ให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป มีดังนี้

- 1) ควรมีการสำรวจความต้องการของชุมชนโดยรอบของแต่ละสาขาวิทยบริการฯ เพื่อการเปิดสอนในสาขาวิชาต่าง ๆ ในระดับปริญญาโท และปริญญาเอก
- 2) ควรมีการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาและชุมชนต่อการจัดการเรียนการสอนและการบริการชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- อรุณทวดี พัฒนินบูลย์ และเตือนใจ เกตุษา. 2547. การประเมินผลการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท ณ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติส่วนภูมิภาคของมหาวิทยาลัย รามคำแหง. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 7(2): 1-22.

