

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ

FACTOR INFLUENCING DECISION TO STUDY

MASTER DEGREE ABROAD



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ

ไอยเรศ นรินทร์รัมย์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโทในต่างประเทศ
	Factors Influencing Decision to Study Master Degree Abroad
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวไอยเรศ นรินทร์รัมย์
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ
ปีการศึกษา	2554

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(ดร.อนุวรรตน์ ศรีอุดม)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คารณี พิมพ์ช่างทอง)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร)

วันที่ 9 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโทในต่างประเทศ
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวไอยเรศ นรินทร์รัมย์
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ โดยที่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง กับกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือปริญญาโท และ ผู้ที่จบการศึกษาปริญญาตรี หรือปริญญาโท ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำนวน 400 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 23 - 26 ปี สถานภาพโสด จบปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00 - 3.59 ครอบครัวยังมีรายได้ต่อเดือน 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน ประเทศที่สนใจศึกษาต่อ คือสหราชอาณาจักร ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาจากเว็บไซต์

ในด้านปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านส่วนผสมทางการตลาดต่างอยู่ในระดับมากคือคุณภาพการเรียน-การสอน เนื้อหาวิชาของหลักสูตร ราคาค่าเล่าเรียน สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หอพัก ห้องสมุด สถานพยาบาลของมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยที่เสนอให้ทุนสนับสนุนค่าเล่าเรียน ในด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจ พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านปัจจัยภายในเลือก เพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ และปัจจัยภายนอกเลือกเพราะความต้องการของตลาดแรงงาน

คำสำคัญ : ระดับความคิดเห็น การตัดสินใจ ปริญญาโทในต่างประเทศ

Independent Study Title	Factors Influencing Decision to Study Master Degree Abroad
Name - Surname	Miss Aiyaret Narinrum
Major Subject	General Management
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr. Sureerut Inmor
Academic Year	2011

ABSTRACT

The purpose of this independent research was studying factors influencing decision to study master degree abroad by sampling specifically 400 university students doing Bachelor's Degree, Master's Degree and also the prospective students. Using a mathematical analysis program to elaborate descriptive information such as Percentage, Mean, Standard Deviation and test the hypothesis.

The results of the analysis of the personal information provided by respondents to questionnaire showed that the majority were female, aged between 23-26, single with graduated Bachelor's Degree in Business, GPA between 3.00-3.59, family monthly incomes in excess is at least Bt. 100,000 but not above Bt. 500,000. Parents was a sponsor, the countries interested is United Kingdom and subject interested is Business Studies, resources in the decision from the website.

Factor in the marketing mix, the level of opinions that affect the decision to study master's degree abroad are in high level, and the reasons of choosing are learning and teaching quality, curriculum, tuition fees, facilities such as accommodation, library, sanatorium in the university and university's scholarship offering respectively. The important factors having effects on making decision, the level of opinions affecting the decision to study master's degree abroad. For internal factor, the most of respondents chose to study overseas in order to enhance their knowledge and capabilities. For external factor, the most of respondents chose to study overseas because of the demands of labor market.

Keyword: The level of the opinions, Decision to study, Master degree in abroad

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดีเพราะผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ผู้มีอุปการคุณจากหลายท่านที่ได้คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษาทำให้การจัดทำรายงานวิจัยมีสมบูรณ์แบบ ดังนั้นผู้จัดทำจึงขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่างทอง ซึ่งเป็นกรรมการสอบ และขอกราบขอบพระคุณ ดร.อนุวรรตน์ ศรีอุดม ที่ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการทำให้รายงานวิจัยฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์และสามารถสำเร็จ ลุล่วงตามเป้าหมาย

ขอขอบพระคุณ เพื่อน ๆ ที่คอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาและยังเป็นกำลังใจให้ในยามที่มีความยากลำบากในช่วงทำงานวิจัย สุดท้ายนี้หากมีความบกพร่อง หรือผิดพลาดประการใดผู้วิจัยต้อง ขออภัยมา ณ ที่นี้ และหวังว่างานวิจัยฉบับนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และเป็นแนวทางที่สามารถ นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในอนาคตต่อไป

ไอยเรศ นรินทร์รัมย์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	2
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	3
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการศึกษาต่อต่างประเทศ.....	6
2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจในการศึกษาต่อ.....	8
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการศึกษาต่อ.....	9
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน.....	10
2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
2.6 แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด.....	12
2.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	16
2.8 ความหมายของการตัดสินใจ.....	20
2.9 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	21
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	33
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
4.2 ผลการวิเคราะห์	34
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	111
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	111
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	114
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	116
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	117
บรรณานุกรม	118
ภาคผนวก.....	121
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	122
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมประยุกต์ทางคณิตศาสตร์.....	128
ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	129
ประวัติผู้เขียน.....	199

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามเพศ	34
4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามอายุ	35
4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามสถานภาพ	35
4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา	36
4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา	36
4.6 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากร จำแนกตามเกรดเฉลี่ย	36
4.7 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัว ต่อต่อเดือน	38
4.8 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามผู้ให้การสนับสนุน ค่าเล่าเรียน	38
4.9 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามประเทศที่สนใจ	39
4.10 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจ	40
4.11 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามแหล่งข้อมูล ในการตัดสินใจ	41
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความคิดเห็นของ ผู้ตอบแบบสอบถามในด้านภาพรวมการตลาด	41
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านผลิตภัณฑ์	42
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านราคา	43
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านช่องทางบริการ	44
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านส่งเสริม การตลาด	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ	46
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านปัจจัยภายในจำแนกตามระดับการศึกษา ...	46
4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านปัจจัยภายนอก	47
4.20 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยมีเพศที่แตกต่างกัน	48
4.21 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีอายุที่แตกต่างกัน	49
4.22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามอายุ	51
4.23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางบริการที่มีผลต่อการ ตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามอายุ	52
4.24 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีสถานภาพที่แตกต่างกัน	53
4.25 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน	54
4.26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามระดับการศึกษา.....	55
4.27 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในต่างประเทศโดยสาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน	56
4.28 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามสาขาวิชาที่จบ.....	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.29	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ 58
4.30	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ 60
4.31	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ 61
4.32	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีเกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 62
4.33	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผล ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามเกรดเฉลี่ย 64
4.34	ผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามเกรดเฉลี่ย 65
4.35	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในต่างประเทศโดยรายได้ครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน 66
4.36	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามรายได้ ครอบครัวต่อเดือน 67
4.37	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน 68
4.38	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามรายได้ ครอบครัวต่อเดือน 69

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.39	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามรายได้ ครอบครัวต่อเดือน..... 70
4.40	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยที่ผู้ให้การสนับสนุนค่าเล่าเรียนแตกต่างกัน 71
4.41	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามผู้ให้การสนับสนุนค่าเล่าเรียน..... 72
4.42	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามผู้ให้การสนับสนุนค่าเล่าเรียน..... 73
4.43	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามผู้ให้การสนับสนุนค่าเล่าเรียน..... 74
4.44	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยประเทศที่สนใจแตกต่างกัน 75
4.45	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามประเทศที่สนใจ ศึกษาต่อ..... 77
4.46	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยที่สาขาวิชาที่สนใจแตกต่างกัน..... 78
4.47	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจ 79
4.48	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจ 80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.49	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยที่แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน.....	82
4.50	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามแหล่งข้อมูลในกาตัดสินใจ	83
4.51	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	84
4.52	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	85
4.53	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	86
4.54	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	87
4.55	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญต่างๆประกอบการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน โดยที่เพศแตกต่างกัน	88
4.56	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญต่างๆประกอบการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน โดยที่อายุแตกต่างกัน.....	89
4.57	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศจำแนกตามอายุ	90
4.58	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญต่างๆประกอบการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน โดยที่สถานภาพแตกต่างกัน.....	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.59	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน โดยที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน 92
4.60	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยที่สาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน..... 93
4.61	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ..... 94
4.62	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยที่เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน 95
4.63	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามเกรดเฉลี่ย 96
4.64	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน 97
4.65	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 98
4.66	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยสำคัญต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยผู้ให้การสนับสนุนค่าเล่าเรียนแตกต่างกัน 99
4.67	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ จำแนกตามผู้ให้การสนับสนุนค่าเล่าเรียน 100
4.68	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศจำแนกตามผู้ให้การสนับสนุนค่าเล่าเรียน 101
4.69	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยประเทศที่สนใจแตกต่างกัน..... 102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.70	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามประเทศที่สนใจศึกษาต่อ 103
4.71	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามประเทศที่สนใจศึกษาต่อ 105
4.72	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยที่สาขาวิชาที่สนใจแตกต่างกัน 106
4.73	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจ 107
4.74	แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยที่แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจแตกต่างกัน 108
4.75	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ 109
4.76	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ 110
5.1	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานด้านส่วนผสมทางการตลาด 112
5.2	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ 113

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวความคิด	5



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นสิ่งที่พ่อแม่หรือผู้ปกครองทุกท่านต่างตระหนักและให้ความสำคัญกับบุตรหลานของตน และให้สนับสนุนส่งเสริมให้ลูกหลานได้รับการศึกษาที่สูงเท่าที่แต่ละครอบครัวมีกำลังสนับสนุนปัจจุบันการศึกษาต่อระดับปริญญาโท และปริญญาเอกในต่างประเทศยังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในครอบครัวที่มีฐานะการเงินเพียงพอมักนิยมส่งลูกหลานโดยการไปเรียนต่อในต่างประเทศที่มีสถานบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ปัจจุบันสถานะเศรษฐกิจไทยมีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจการค้าต่าง ๆ หลีกเลียงไม่ได้ที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารกับต่างประเทศบริษัทต่าง ๆ จำต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาสนับสนุนการทำงานให้กับองค์กร ซึ่งการสรรหาบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตำแหน่งงานจึงจำเป็นต้องพิจารณาคัดเลือกอย่างพิถีพิถันที่สุด เพื่อการแข่งขันที่ต้องได้มาซึ่งตำแหน่งงานที่ดี การเพิ่มมูลค่าให้กับตนเองโดยการเลือกศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นจึงเป็นอีกหนทางหนึ่งที่ถูกเลือกมาเพื่อพิจารณาซึ่งในปัจจุบันการเลือกศึกษาต่อต่างประเทศต่างได้รับความนิยมอย่างมาก ทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา, สหราชอาณาจักร, ยุโรป หรือในเอเชีย ต่างมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเหตุผลในการไปศึกษาต่อนั้นอาจต้องการเพียงเพื่อจะหาประสบการณ์ชีวิตในต่างประเทศ หรือต้องการให้มีความเข้าใจทางด้านภาษา หรือเพื่อฝึกอบรมเฉพาะทางสาขานั้น ๆ และไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตามแต่ผู้ที่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ หรือภาษาที่สามได้นั้นมักจะได้รับโอกาสที่ดีกว่าเสมอ ดังนั้นความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการใช้เวลาศึกษาต่อในต่างประเทศ มักจะนำมาซึ่งความได้เปรียบ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและปัจจุบันพบว่านายจ้างส่วนใหญ่ต้องการคนที่มีประสบการณ์และสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่น ๆ โดยเฉพาะบุคคลที่จบการศึกษาจากต่างประเทศ เหตุผลเพราะต้องการให้สามารถสื่อสารและสามารถทำงานกับคนต่างชาติต่างวัฒนธรรมได้ ทั้งนี้การตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศ สำหรับคนรุ่นใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์นั้นมีเหตุผลต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการได้พัฒนาตัวเองให้ทันสมัย หรือต้องการเพิ่มพูนความรู้เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจการเมืองเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมที่ดีและอีกเหตุผลมากมาย แต่ก่อนการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อจำเป็นต้องมีข้อมูลต่าง ๆ ที่สำคัญสำหรับการศึกษาต่อต่างประเทศที่ซึ่งปัจจุบันมีธุรกิจมากมายที่คอยให้บริการแนะแนวศึกษาต่อได้มีบทบาทในการประสานงานและ

ดำเนินการให้ผู้สนใจศึกษาต่อต่างประเทศมีความสะดวกในการหาข้อมูลและติดต่อกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในต่างประเทศได้ง่ายขึ้น และกลยุทธ์ต่าง ๆ มากมายที่มหาวิทยาลัยชั้นนำต่าง ๆ ในต่างประเทศนำมาใช้เป็นโปรโมชันในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อ เช่นการเปิดหลักสูตรการศึกษาในสาขาวิชาต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจศึกษาต่อ หรือการประชาสัมพันธ์ความมีชื่อเสียงของสถาบันในสาขาวิชาการต่าง ๆ และรวมถึงคุณภาพของการเรียนการสอนการเสนอทุนการศึกษาการเสนอให้มีการฝึกงาน หรือได้บรรจุให้เข้าทำงานหลังจากสำเร็จการศึกษากับบริษัทชั้นนำต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นเหตุจูงใจที่ต้องการทราบว่า ความแตกต่างด้านพื้นฐานประชาระนั้นมีระดับความคิดเห็นในด้านส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างไร เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างพื้นฐานประชารกับระดับความคิดเห็นในด้านส่วนผสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน
2. เพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างพื้นฐานประชารกับระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 พื้นฐานประชารที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พื้นฐานประชารที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ดังนั้นจึงได้กำหนดตัวแปรและขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ โดยกำหนดพื้นที่ ที่ทำการแจกแบบสอบถามเฉพาะที่ British Council และเอเจนซี่ต่าง ๆ ที่ให้คำปรึกษาเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศ

3. ขอบเขตด้านประชากร คือกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาปริญญาตรีหรือปริญญาโทและนักศึกษาที่จบปริญญาตรีหรือปริญญาโท และเป็นผู้มีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำนวน 400 คน

4. ขอบเขตด้านตัวอย่าง ได้ใช้กลุ่มประชากรจากการแจกแบบสอบถามและทำการสุ่มเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นที่ 95% จำนวน 30 ชุด

5. ขอบเขตด้านวิธีการสุ่ม ได้ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแบบเฉพาะเจาะจงกับประชากรที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการที่จะศึกษาจำนวนรวมทั้งหมด 400 ชุด

6. ขอบเขตด้านระยะเวลา กำหนดเริ่มทำการศึกษาดังแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2554 จนถึงวันที่ 20 สิงหาคม 2554 เป็นระยะเวลาโดยรวม 3 เดือน

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรหมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ เพศอายุสถานภาพระดับการศึกษาสาขาวิชาที่จบเกรดเฉลี่ยรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ผู้สนับสนุนสาขาวิชาที่สนใจ และแหล่งข้อมูลของมหาวิทยาลัย

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมและจัดหาให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อได้ และเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และอยากรู้ในตัวสินค้านั้น ๆ ทั้งนี้ส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ผลิตภัณฑ์หมายถึงชื่อปริญญาในสาขาวิชาต่าง ๆ และตัวเนื้อหาระยะเวลาในหลักสูตรการเรียนการสอนชื่อเสียงของอาจารย์และมหาวิทยาลัยที่ผู้ต้องการศึกษาได้ตัดสินใจเลือกสมัครเรียนต่อในระดับปริญญาโท

4. ราคาหมายถึงค่าใช้จ่ายค่าบริการต่าง ๆ ที่ต้องจ่ายเป็นค่าเล่าเรียนค่าครองชีพ และการเรียกเก็บจากทางมหาวิทยาลัยที่เรียกเก็บเต็มจำนวน หรือจ่ายเพียงบางส่วนตามเงื่อนไขและระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้

5. ช่องทางการให้บริการหมายถึง แหล่งหรือรูปแบบการให้บริการของมหาวิทยาลัยในการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อ เช่น หอพัก สถานพยาบาล ห้องสมุด และรวมถึงช่องทางในการชำระค่าเล่าเรียนและค่าที่พัก เป็นต้น

6. การส่งเสริมการตลาดหมายถึงกระบวนการของการใช้กลยุทธ์ในการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดของมหาวิทยาลัยนั้นไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาต่อ และเพื่อให้เกิดทัศนคติ ความรู้สึกที่เป็นไปในทางบวกต่อมหาวิทยาลัย

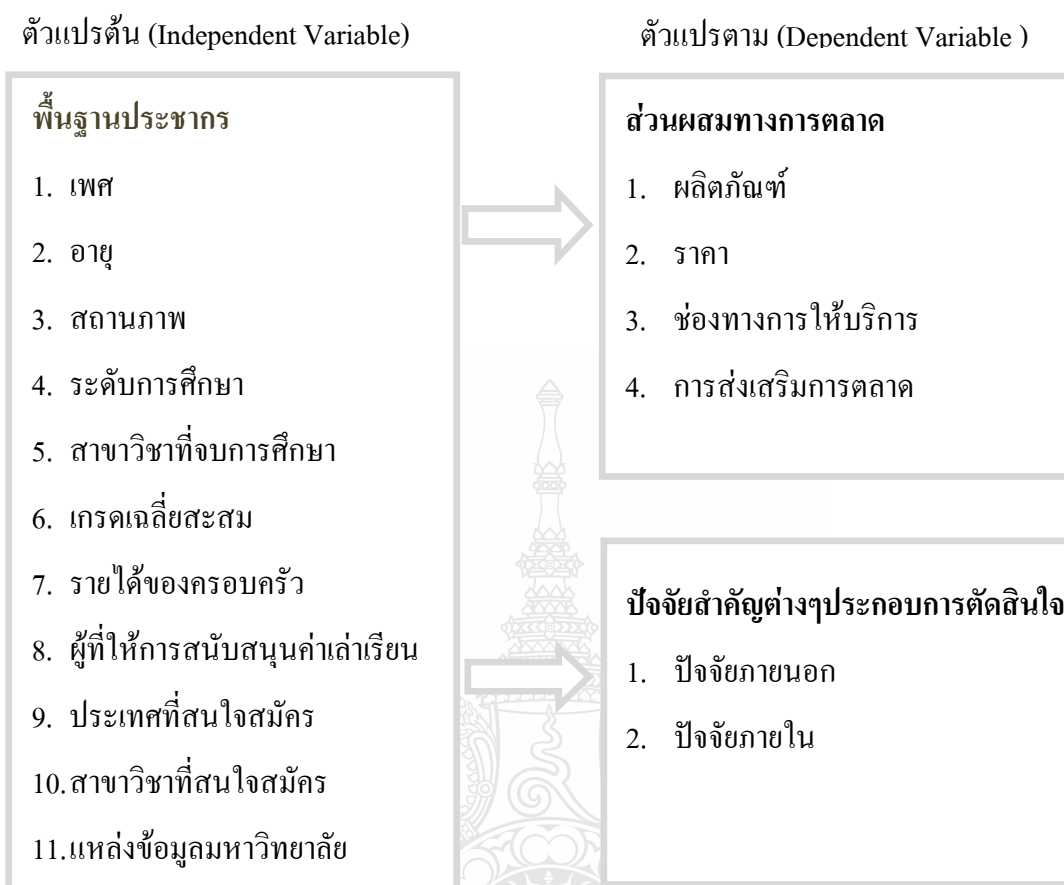
7. การตัดสินใจเลือกหมายถึงการที่ผู้สนใจศึกษาต่อพิจารณาให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ได้กำหนดไว้ และตกลงใจเลือกเพราะมีความสัมพันธ์กับความต้องการในการตัดสินใจศึกษาต่อมากที่สุด

8. ปัจจัยภายในหมายถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบในการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อต่างประเทศ ว่าเป็นความต้องการ หรือจำเป็นที่ต้องมี โดยมีเรื่องค่านิยม ทัศนคติ และแรงจูงใจที่อยู่ภายในจิตใจ เป็นตัวกำหนดเพื่อตัดสินใจ

9. ปัจจัยภายนอกหมายถึงองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ รอบตัวของผู้ที่ต้องการศึกษาต่อ โดยสิ่งแวดล้อมเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้ แต่เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบโดยตรงในการตัดสินใจ ได้แก่ครอบครัว กลุ่มสังคมรอบข้าง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม



1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ
2. เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการศึกษาต่อในต่างประเทศให้แก่ลูกค้าต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท ในต่างประเทศ ของกลุ่มผู้ที่กำลังศึกษาปริญญาตรีหรือปริญญาโท และ ผู้ที่จบการศึกษาปริญญาตรีหรือปริญญาโท และมีความสนใจที่จะศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ โดยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนการทำวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการศึกษาต่อต่างประเทศ
2. ทฤษฎีแรงจูงใจและแนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการศึกษาต่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. ทฤษฎีส่ว่นประสมทางการตลาด
5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการศึกษาต่อต่างประเทศ

กรรัช อยู่สุข (2553) การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อต่างประเทศมีหลายปัจจัยให้คำนึงถึง ได้แก่

1. สาขาวิชาที่เรียน ซึ่งเป็นเรื่องหลักในการเลือกเรียน เพราะ สาขาวิชาที่มีให้เลือกเรียนนั้นมีประโยชน์ และใช้ได้จริงอย่างไร
2. รายละเอียดของหลักสูตร เนื่องจากสาขาวิชาต่างๆของแต่ละมหาวิทยาลัยอาจมีรายละเอียดของหลักสูตรที่แตกต่างกันไปบางแห่งเน้นด้านวิชาการ เน้นการปฏิบัติ เน้นการทำวิทยานิพนธ์ เน้นสอบเพื่อจบ หรือ ถ้าบางคนสนใจในทฤษฎี หรือ ศาสตราจารย์ผู้ใดเป็นพิเศษอาจจะตามไปศึกษาที่สถาบันที่ศาสตราจารย์ผู้นั้นสอนอยู่ หรือสถาบันที่เน้นในทฤษฎีที่สนใจก็ได้
3. สถาบันการศึกษาซึ่งในต่างประเทศจะมีการจัดอันดับสถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยไว้โดยมีทั้งการจัดอันดับโดยรวม และการจัดอันดับแยกเป็นสาขาวิชาด้วยซึ่งสามารถค้นหาได้ทั่วไปตามเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งจะมีการจัดอันดับใหม่ ๆ ทุกปี
4. ค่าใช้จ่ายต้องคำนึงถึง ค่าครองชีพค่าเล่าเรียน ค่ากิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งระยะเวลาในการเรียนซึ่งจะมีผลต่อค่าใช้จ่ายโดยตรง

5. ระยะเวลาในการเรียนที่เห็นแตกต่างกันอย่างชัดเจน เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง เนื่องจากระยะเวลาจะมีผลต่อค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่พักหรือระหว่างที่กำลังศึกษาอยู่

6. สิ่งแวดล้อมในเมืองนั้น ๆ เพราะต้องไปใช้ชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อม สภาพอากาศ และสังคมของเมืองนั้น ๆ ด้วยดังนั้น จึงควรเป็นปัจจัยหนึ่งที่น่ามาพิจารณา

การจัดอันดับมหาวิทยาลัย

การจัดลำดับมหาวิทยาลัยโดยหน่วยงานต่าง ๆ ก็จะนำข้อมูลจาก 2 แหล่งเป็นหลักแต่จะให้รายละเอียดที่ต่างกันออกไปเช่น The Times อาจเน้นผลจาก RAE ในส่วนที่สูงแต่ Guardian เน้นผลจาก QAA เป็นหลัก นอกจากนั้นก็ยังมีผลด้านอื่นมาประกอบด้วยเช่นจำนวนผู้มีงานทำหลังจากที่เรียนจบอัตราส่วนของจำนวนนักศึกษาต่ออาจารย์ เป็นต้น

ผลของ QAA ซึ่งทำการวัดใน 6 ประเด็นหลักคือ

1. หลักสูตร (Curriculum Design, Content and Organization)
2. การเรียนการสอน และการวัดผล (Teaching, Learning and Assessment)
3. ความก้าวหน้า และความสัมฤทธิ์ผลของนักศึกษา
(Student Progression and Achievement)
4. การสนับสนุน และการแนะแนวนักศึกษา (Student Support and Guidance)
5. ทรัพยากรเพื่อการเรียนรู้ (Learning Resources)
6. การบริหารด้านคุณภาพ และการเพิ่มคุณค่า
(Quality Management and Enhancement)

โดยจะมีคะแนนเต็มในแต่ละหมวดเป็น 4 คะแนนรวมเป็น 24 คะแนนเมื่อดูผลการประเมินแล้วพบว่าสาขาวิชาส่วนใหญ่ในทุกมหาวิทยาลัยได้ผลการประเมินระหว่าง 20 ถึง 24 จากคะแนนเต็ม 24 และมีส่วนน้อยมากที่ได้ต่ำกว่า 20 ซึ่งการวัดความสามารถในการวิจัย (RAE) ขณะนี้ได้ใช้ผลการประเมินเมื่อปี 2001 และในครั้งต่อไปจะประกาศในปี 2006 การวัดมีระดับจาก 1 ถึง 5* ขึ้นอยู่กับว่างานวิจัยที่ได้ทำผ่านมานั้นอยู่ในระดับชาติหรือระดับนานาชาติโดยภาพรวมพบว่ามหาวิทยาลัยเก่า ๆ จะได้ระดับค่อนข้างสูง (4, 5, 5*) มหาวิทยาลัยใหม่ก็มีผลการประเมินขยับขึ้นในระดับที่สูงขึ้นทุกครั้งที่มีการประกาศผลในปี 2001 พบว่าในบางสาขาวิชาของมหาวิทยาลัยใหม่ได้รับผลการประเมินในระดับ 5* ซึ่งหมายความว่าผลงานด้านวิจัยในสาขานั้นอยู่ในระดับที่เท่ากับหรือดีกว่ามหาวิทยาลัยเก่าหลาย ๆ แห่งการวัดความสามารถในการวิจัยนี้มีผลกระทบต่อการจัดสรรเงินเพื่อการวิจัยให้กับมหาวิทยาลัยดังนั้นทุกมหาวิทยาลัยก็พยายามปรับปรุงตัวเองอยู่เสมอสิ่งที่น่าสนใจอย่างหนึ่งก็คือมหาวิทยาลัยใหม่มักจะมีหลักสูตรด้านวิชาชีพใหม่ ๆ และมีความสัมพันธ์ค่อนข้างดีกับสมาคมวิชาชีพ

ที่เกี่ยวข้องโดยที่มหาวิทยาลัยเก่าอาจไม่ได้จัดการสอนหลักสูตรนั้น ๆ มาก่อนหากมีในปัจจุบันก็เพราะไปรวมเอาวิทยาลัยอื่นมาหรือเพิ่งจะสร้างขึ้นใหม่ตัวอย่างเช่นด้านการโรงแรมกีฬา และการท่องเที่ยว (Hospitality, leisure, recreation, sport and tourism) ดังนั้นจึงไม่แปลกเลยหากพบว่ามหาวิทยาลัยใหม่สามารถเข้าไปอยู่ในลำดับที่ทัดเทียมกับมหาวิทยาลัยเก่า และมีชื่อเสียงในการจัดลำดับของ The Times และ Guardian ได้

จากรายงานระบุว่าผลจัดอันดับนี้กระทำโดยนักวิชาการ 15,000 คน และพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่นจำนวนนักศึกษาต่างชาติขนาดของคณะวิชาจำนวนของผลงานวิจัย,คุณภาพของงานวิจัยความสามารถในการหางานของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา และมาตรฐานการสอน

2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจในการศึกษาต่อ

Rogers ได้กล่าวถึงเหตุผล ที่นักศึกษาผู้ใหญ่มาเรียนดังนี้(สุวัฒน์วัฒนวงศ์, 2544 : 47-48)

1. แรงจูงใจด้านอาชีพ จากการศึกษาพบว่า เป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญ ในการทำให้ผู้ใหญ่แสวงหาความรู้ โดยการเข้าศึกษาต่ออีกครั้ง โดยเฉพาะผู้ใหญ่วัยต้น ซึ่งเหตุผลหนึ่งก็เพราะจะช่วยส่งเสริมโอกาสก้าวหน้าในอาชีพการงานที่ปฏิบัติอยู่ จากการสำรวจข้อมูลของสถาบันการศึกษาผู้ใหญ่แห่งชาติในประเทศอังกฤษ (NIAE-National Institute of Adult Education) ปรากฏว่าประมาณเกือบร้อยละ 10 ของนักศึกษาให้ข้อมูลว่า การเข้ามาเรียนด้วยความมุ่งหวังเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการทำงานและอาชีพนั่นเอง

2. แรงจูงใจที่จะพัฒนาตนเอง เป็นการสนองความต้องการส่วนบุคคลของผู้ใหญ่โดยเฉพาะในด้านความรู้ทั่วไป หรืออาจเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่องานอดิเรก จากข้อมูลที่ได้มาจากการสำรวจในประเทศอังกฤษ ซึ่งจัดทำโดย NIAE ปรากฏว่า นักศึกษาผู้ใหญ่มากกว่าร้อยละ 40 บอกเหตุผลในการเรียนว่า เพราะต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ตามความสนใจให้มากขึ้นซึ่งพบว่าผู้เรียนที่เข้ามาเรียนด้วยแรงจูงใจประเภทนี้จะเป็นหญิงมากกว่าชาย

3. แรงจูงใจด้านสังคม กิจกรรมการศึกษาผู้ใหญ่ได้รับความสนใจจากผู้เรียน ค่อนข้างมากด้วยเหตุผลทางสังคม นักศึกษาเข้ามาเรียนเพื่อที่จะได้มีโอกาสพบเพื่อนใหม่ รู้จักกับครูผู้สอนตลอดจนบรรยากาศที่แปลกไปจากชีวิตประจำวัน และในขณะที่เดียวกันก็มีแรงจูงใจในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสมอง และสติปัญญาแทรกอยู่ด้วย จากการสำรวจของสถาบัน NIAE พบว่าเหตุผลนี้มีจำนวนถึงร้อยละ 10 ของนักศึกษาผู้ใหญ่ที่เข้ามาเรียน

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการศึกษาต่อ

แรงจูงใจที่ส่งผลหรือมีอิทธิพลโดยตรงต่อการศึกษาคือแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่มีอยู่ในมนุษย์ทุกคน เป็นความต้องการทางจิตใจของมนุษย์ที่จะเอาชนะอุปสรรค ฝ่าฟันการกระทำสิ่งที่ยาก ๆ ให้ประสบผลสำเร็จ เป็น ความปรารถนาที่จะกระทำสิ่งใด ๆ ให้สำเร็จโดยเร็วที่สุด และได้ผลดีที่สุดในสิ่งที่เขาจะทำ ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่สูงจะบรรลุผลสำเร็จในการศึกษา และมีความมานะพยายามที่จะศึกษาในระดับที่สูงขึ้นไปปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการศึกษาของบุคคลนั้น มีผู้กล่าวไว้หลายทัศนะด้วยกันดังนี้

ปฐม นิคมานนท์ (2528 : 321-323) กล่าวว่าเหตุจูงใจให้ผู้ใหญ่เข้ามาเรียน เหตุหนึ่ง คือเหตุจูงใจด้านอาชีพ (Vocational Motives) เป็นเหตุผลที่สำคัญ และชัดเจนที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยผู้ใหญ่ตอนต้น หรือคนหนุ่มสาวเข้าเรียน เพราะต้องการพัฒนาตนเอง ทั้งด้านอาชีพ และด้านความรู้ เพื่อจะได้หางานง่ายขึ้นประกอบอาชีพได้ดีขึ้น ได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งหรือเพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น รองลงมาเป็นเหตุผล เพื่อการพัฒนาตนเองเหตุจูงใจทางสังคม และเหตุผลอื่น ๆ ตามลำดับ

จิราภรณ์ ไหวดี (2541 : 29-30) กล่าวว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาเป็นการศึกษาในระดับสูงที่มุ่งศึกษาในแต่ละสาขาวิชาอย่างลึกซึ้งจึงมีนิสิตเป็นจำนวนมากต้องการศึกษาต่อเพราะต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมความก้าวหน้าทางวิชาการตลอดจนความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจึงต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนอกจากนี้ผู้ที่จบการศึกษาในระดับมหาบัณฑิตยังเป็นที่ยอมรับของสังคมส่งผลต่อความก้าวหน้าในการรับราชการ และด้านเศรษฐกิจจึงมีผู้ให้ความสำคัญต่อการศึกษาในระดับนี้เป็นจำนวนมาก

เปรมจิตร ศิริสานต์ (2542 : 27-28) กล่าวว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อนอกจากความต้องการที่จะเรียนเพื่อสนองตอบต่อเหตุจูงใจที่คาดหวังจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายทั้งด้านความรู้ ด้านสังคม ด้านอาชีพ ด้านรายได้ด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่นและเหตุผลส่วนตัวอื่น ๆ แล้วยังขึ้นอยู่กับสถานภาพของผู้เรียนเองมีความพอใจ และมีความสุขในการเรียนที่ได้นำความรู้ไปช่วยเหลือผู้อื่นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์เป็นการจัดการศึกษาตรงกับความต้องการของผู้เรียน ความสะดวกในการเดินทางมาเรียน และมีความเชื่อถือในชื่อเสียงของสถาบันที่จะเข้าศึกษา

จากแนวคิด และข้อค้นพบที่ได้กล่าวมา สรุปได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการศึกษาต่อ นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ความมีชื่อเสียงของสถานศึกษาที่แตกต่างกัน
2. คุณภาพของการจัดการศึกษาที่แตกต่างกัน
3. สภาพฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมที่แตกต่างกัน
4. ค่านิยมในยุคปัจจุบัน
5. ความต้องการพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” ได้มีผู้ที่ให้ความหมายเกี่ยวกับคำนี้ไว้อย่างหลากหลาย และสามารถสรุปได้ดังนี้

ศุภาวดี ชาวฟ้าขาว (2548) พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงปฏิกิริยาของบุคคลเกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้า และการบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวการกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ พฤติกรรมจึงเกี่ยวกับการศึกษาว่าบุคคลบริโภคอะไรที่ไหนอย่างไร และภายใต้สถานการณ์อย่างไรที่มีผู้บริโภคจะซื้อสินค้า และบริการมาบริโภค

Kotler (ทิวาพงษ์ชน ไพบุญย์และคณะ, 2544 : 17) บิคาแห่งวงการด้านการตลาดได้นำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้นมาสร้างเป็นตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคขึ้นซึ่งผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมเพราะมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการ โดยจะถูกป้อนสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำโดยผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนได้ว่าความรู้สึกนึกคิดได้เกิดขึ้นเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากปัจจัยใดบ้างผู้บริโภคก็จะเกิดการตอบสนองเรียกตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคว่าสิ่งกระตุ้นการตอบสนอง (Stimulus-Responses Model; S- R Model) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นหมายถึงสิ่งเร้าที่จะทำให้เกิดความต้องการหรือเกิดความรู้สึกนึกคิดอย่างไรอย่างสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นภายในหมายถึงสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการภายในร่างกายของผู้บริโภคหรือเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นตามสัจชาติญาณเช่นความหิวความเจ็บป่วยความกลัวเป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอกหมายถึงสิ่งกระตุ้นที่มีได้เกิดขึ้นเองจากความต้องการภายในร่างกาย แต่เป็นสิ่งที่นักการตลาดสร้างให้เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการโดยใช้สิ่งจูงใจทางด้านเหตุผล และอารมณ์ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาดเกิดจากการที่นักการตลาดนำเสนอประสมทางการตลาด (4P'S) มาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการได้แก่

1. ผลลัพธ์จากการพัฒนาส่วนประกอบต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นคุณภาพ ปริมาณการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

2. ราคาโดยการกำหนดราคาผลลัพธ์ให้เหมาะสมกับคุณภาพ

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึง สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวกในการเดินทางหรือจัดตกแต่งร้านค้าให้สวยงามเป็นระเบียบ

4. การส่งเสริมการตลาดโดยมีการ โฆษณาสม่ำเสมอมีการส่ง พนักงานขายไปสาธิต การแจกสินค้าตัวอย่างเพื่อทดลองใช้มีการลดราคาสินค้า เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคโดยใช้สิ่งกระตุ้นทางการตลาด นั้นควรมีส่วนประสมทางการตลาด (4P'S) มาใช้ควบคู่กันว่าผู้บริโภคคิดอย่างไรซื้ออย่างไร เป็นต้น

1.2.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นภายนอกที่เกิดขึ้น และเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาซึ่งไม่สามารถควบคุมได้แต่สามารถสร้างโอกาสให้เกิดขึ้นได้ได้แก่ภาวะทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีกฎหมาย และการเมือง และวัฒนธรรม

2. ความรู้สึกนึกคิดหรือกลองคำเป็นความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้รับสิ่ง กระตุ้นซึ่งผู้ผลิตหรือจำหน่ายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดดังกล่าวเพื่อ จะได้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคประกอบด้วย

2.1 ลักษณะของผู้บริโภคได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลวัฒนธรรมสังคม และ จิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือ การรับรู้ปัญหา หรือความต้องการ ค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

3. การตอบสนองคือการแสดงออกของผู้บริโภคโดยการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ

2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคหมายถึงบทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคต้องการประโยชน์อะไรจากสินค้าและบริการสามารถศึกษาได้จากตัวของความต้องการ ของมนุษย์ และตัวกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าที่ต้องการ การศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการ ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยมีการเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ในความรู้สึกนึกคิดของ ผู้บริโภคซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's black box) หรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งได้รับ อิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ แล้วจะมีการตอบสนองออกมา (Buyer's response)

สิ่งกระตุ้นประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นจากภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอกสิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดคือสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดซึ่งเป็นเหตุจูงใจให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าเช่นราคาตัวสินค้าสถานที่ และการส่งเสริมการขาย

สิ่งกระตุ้นอื่นคือสิ่งกระตุ้นที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุมขององค์กร ได้แก่ภาวะเศรษฐกิจกฎหมาย และการเมืองวัฒนธรรมเทคโนโลยีเป็นต้นความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคหรือกล่อมคำซึ่งกิจการสามารถทราบได้ถึงความต้องการจึงพยายามมีการวิเคราะห์ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยภายในคือความต้องการแรงจูงใจการรับรู้
2. ปัจจัยภายนอกคือวัฒนธรรมครอบครัว

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือการรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูลการประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อการตอบสนองของผู้ซื้อพิจารณาได้จากปริมาณในการซื้อเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ซื้อหรือความถี่ในการบริโภค

2.6 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้า โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาด แต่ส่วนผสมทางการตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป คือจะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนผสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการดังนั้น ส่วนผสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้ (ปรีชา ภูมิทอง, 2550 : 23-27)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) บริการจะเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (intangible product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะอาการนามไม่ว่าจะเป็นความสะดวกความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของการบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกัน ทั้งความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็ว และต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอหยาศัยไมตรีของพนักงานทุกคน

2. ราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ คือ การตั้งราคาสูงจะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำจะทำให้รายได้ของธุรกิจต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้อะไรก็ตาม มิได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสถานะของการมีคู่แข่งหากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่มยอมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจนั้นตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคาเนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในมุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับคือ ราคาสูงคุณภาพในการให้บริการน่าจะสูงด้วย ทำให้มีโนภาพหรือความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการที่จะได้รับสูงด้วยแต่ผลที่ตามมาคือ บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการ ที่ได้จะรับสูงด้วยแต่ผลที่ตามมาคือ บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ในขณะที่การตั้งราคาต่ำลูกค้ามักคิดว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพด้อยตามไปด้วย ซึ่งถ้าหากต่ำมาก ๆ ลูกค้าอาจจะไม่ใช้บริการได้ เนื่องจากไม่กล้าเสี่ยงต่อบริการที่จะได้รับ ดังนั้นการตั้งราคาในธุรกิจบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนยากกว่าการตั้งราคาของสินค้ามาก ซึ่งผู้บริหารต้องไม่ลืมว่า ราคาที่จะเป็นเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายออกไปเพื่อรับบริการกับธุรกิจหนึ่ง ๆ ดังนั้นการที่ธุรกิจตั้งราคาไว้สูง หมายความว่าลูกค้าที่มาใช้บริการก็ต้องจ่ายเงินสูงด้วย ผลที่ตามมาคือลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง หรืออย่างน้อยจะเปรียบเทียบกับความคุ้มค่าที่จะได้รับการตั้งราคาสูงหรือต่ำ ต้องคำนึงถึงปัจจัยภายในธุรกิจปัจจัยภายนอกธุรกิจ และการตั้งราคา ดังนี้

ภายในธุรกิจ มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงดังนี้

- นโยบายด้านการตลาดของธุรกิจ
- ต้นทุน
- แปรนดเนมของธุรกิจ และมาตรฐานการให้บริการ
- วงจรชีวิตของการให้บริการ
- ลักษณะความซับซ้อนของการให้บริการ

ภายนอกธุรกิจ มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ

- การแข่งขัน
- ความคาดหวังของลูกค้า
- สถานะอื่น ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง

การตั้งราคา การตั้งราคามีวิธีการ ดังนี้

- ตั้งราคาตามต้นทุน (cost-based pricing) การตั้งราคาแบบนี้อาศัยต้นทุนการให้บริการเป็นหลักในการคิดราคา และบวกกำไรที่ต้องการ

- การตั้งราคาตามการแข่งขัน (competition-based pricing) การตั้งราคาแบบนี้อาจตั้งให้สูงกว่าหากธุรกิจมีความมั่นใจว่าคุณภาพในการให้บริการดีกว่าคู่แข่ง หรืออาจตั้งราคาต่ำกว่าหากคุณภาพในการให้บริการด้อยกว่า

- การตั้งราคาตามการรับรู้คุณค่า (perceived-value pricing) เป็นการตั้งราคาตามการรับรู้คุณค่าของการบริการในสายตาหรือความรู้สึกของลูกค้า หากลูกค้ารู้สึกว่าบริการนั้นคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย มีคุณภาพในการให้บริการสูง มีภาพลักษณ์ และแบรนด์เนมที่ดี ราคาบริการต้องสูงหากลูกค้ารู้สึกว่าเพื่อประหยัดเวลา แคล้วคลาด มีคุณภาพการบริการได้ตามมาตรฐาน จะต้องตั้งราคาต่ำ

3. ช่องทางการจำหน่าย (Place) ในการให้บริการนั้นสามารถผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี คือ

- การให้บริการผ่านร้าน (outlet)
- การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ
- การให้บริการผ่านตัวแทน
- การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า คือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลาง และระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม การส่งเสริมการตลาดที่นิยมกันใช้ เช่น

- โครงการสะสมคะแนน (loyalty program) การส่งเสริมการตลาดแบบนี้เป็นการเน้นความจงรักภักดีของลูกค้า ด้วยการให้สิทธิประโยชน์สะสมทุกครั้งของการให้บริการ ทำให้ลูกค้ารู้สึกผูกพันกับธุรกิจ

- การลดราคาโดยใช้ช่วงเวลา
- การสมัครเป็นสมาชิก
- การขายบัตรใช้บริการล่วงหน้า

5. พนักงาน (People) พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้นซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกกระดับ บุคคลดังกล่าวมีผล ต่อคุณภาพของการให้บริการ ดังนี้

- เจ้าของและผู้บริหาร มีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ ที่จะทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

- การให้บริการพนักงาน พนักงานในองค์กรที่ให้บริการ จะมีทั้งพนักงาน ที่ทำงานพบกับลูกค้าโดยตรง กับพนักงานที่ทำการสนับสนุน เพื่อให้พนักงานส่วนให้บริการส่งมอบบริการอย่างมีคุณค่าให้ลูกค้า ดังคำที่ต้องใช้เป็นหลักปฏิบัติว่า “หน้าพียงหลัง หลังพียงหน้า” จะขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ได้ งานทั้งสองส่วนจะต้องสมบูรณ์ สอดประสานกันอย่างราบรื่น แต่ในความเป็นจริงมักพบว่าทั้งสองส่วนมักจะ “ไม่ประสานงาน” แต่เป็น “ประสานงา” แทนการบริการที่ดี และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจะต้องมาจากพนักงานทั้งสองส่วน รวมทั้งการปรับปรุงการให้บริการต้องอาศัยข้อมูลความต้องการของลูกค้าจากพนักงานทั้งสองส่วนซึ่ง ทำให้การบริการเกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ เช่น กำหนดงานอย่างชัดเจน สร้างกระบวนการทำงานที่สั้น กระชับและมีประสิทธิภาพ เน้นการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน ส่งเสริมกิจกรรมร่วมกัน การสลับเปลี่ยนงานกันทำ

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการ โดยทั่วไป มักประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า ผู้บริหารที่เก่ง จะต้องเริ่มให้พนักงาน ส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่ขั้นตอนแรก ไม่ว่าจะเป็นพนักงานรับโทรศัพท์หรือพนักงานต้อนรับ จะต้องอบรมพนักงาน เป็นอย่างดี

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมาย แทนคุณภาพของการให้บริการ คือลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ

2.7 ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะมีลักษณะแตกต่างกันไปในด้านต่าง ๆ

ฉัตรยาพร และมัทนียา สมมิต (2546) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคว่าผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ปัจจัยที่จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยภายใน (Internal Factors) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่

1.1 ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desires) ทั้ง 3 คำเป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน และสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้คำว่าความต้องการในการสื่อความหมาย โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้านร่างกายหรือจิตใจขึ้น บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความต้องการนั้น ๆ ความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาดนอกจากนั้นยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอด ความสามารถในการสร้างกำไร และความเจริญเติบโตของธุรกิจภายใต้สิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีการแข่งขัน กล่าวคือ ธุรกิจต้องสามารถที่จะกำหนด และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองได้ดีกว่า และรวดเร็วกว่าคู่แข่ง

1.2 แรงจูงใจ (Motive) เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้น และหากปัญหานั้นไม่รุนแรงเขาอาจจะปล่อยวางไม่คิด ไม่ใส่ใจ หรือไม่มีการตัดสินใจใด ๆ แต่หากปัญหานั้น ๆ ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหานั้น

1.3 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่าง ๆ ระยะยาว และแสดงออกมาในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนองของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน จะเป็นลักษณะการตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะแสดงออกหรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็น มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่ายจะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

1.4 ทักษะ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล ดังนั้น เมื่อเราต้องการให้บุคคลใด ๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติเขา ก่อน แต่ในความเป็นจริง ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น ในจิตใจ ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคย่อมกระทำได้ง่ายกว่า การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจ แรงพยายาม และระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

1.5 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภคคือ ความต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์การให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่ง จะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

1.6 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้ และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างคงที่ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้

2. ปัจจัยภายนอก (External Factor) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

2.1 สภาพเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค ทั้งในรูปตัวเงิน และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

2.2 ครอบครัว การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่ต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่น ๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับ และเรียนรู้ลักษณะอันก่อให้เกิดนิสัยประจำของบุคคลไปตลอดชีวิต

2.3 สังคม กลุ่มสังคมนั้น ๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้ เป็นไปในทิศทางเดียวกันของสังคม เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมของสังคม และความเชื่อ นอกจากนี้สังคมอาจเป็นได้ทั้งสังคมอาชีพ และสังคมท้องถิ่น ทำให้นักการตลาดต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์โดยเฉพาะ บรรทัดฐานที่สังคมกำหนด

2.4 วัฒนธรรม เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงาม และยอมรับปฏิบัติมา เพื่อให้สังคมดำเนินต่อไป และมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน การรับรู้ ความต้องการ และพฤติกรรม ซึ่งเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัว ชุมชน และสังคม จึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับประกอบด้วย ค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้วัตถุหรือสิ่งของ หรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

2.5 การติดต่อธุรกิจหมายถึงโอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จัก และพบเห็นบ่อย ๆ ก็จะทำให้มีความคุ้นเคย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจ และมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้น ธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จัก ได้สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้น เท่านั้น ตามหลักจิตวิทยาที่มีอยู่ว่า ความคุ้นเคยนั้น ก่อให้เกิดความรัก

2.6 สภาพแวดล้อมการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความแปรปรวนของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่น El Nino หรือ LaNina เป็นต้นส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหันของสภาพอากาศ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเครื่องกันหนาวได้เร็ว และง่ายขึ้นเป็นต้นนอกจากนี้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะมีลักษณะแตกต่างกันไปตามชั้นของสังคมที่สังกัดอยู่ อาจสืบเนื่องมาจากสาเหตุต่าง ๆ กันดังนี้

2.6.1 สิ่งจูงใจต่างกัน (Motivation) เป้าหมายของแต่ละบุคคลมักจะเป็นสิ่งที่สืบเนื่องมาจากค่านิยมที่ต่างกัน ดังนี้ ชั้นของสังคมแต่ละชั้น ที่มีวัฒนธรรมย่อยที่แตกต่างกัน จึงย่อมทำให้สิ่งจูงใจของแต่ละชั้นไม่เหมือนกันด้วย เช่น จากการศึกษา พบว่า คนชั้นกลางมักจะมีสิ่งจูงใจที่เน้นถึงเหตุผลมากกว่า และมีการคิดถึงอนาคตมากกว่าคนในชั้นล่างซึ่งคำนึงถึงแต่ปัจจุบัน และอดีตเท่านั้น

2.6.2 การรับรู้ และความเข้าใจต่างกัน (Perception) กล่าวคือ คนที่อยู่ในชนชั้นใดมักจะมองเห็น และเข้าใจสิ่งต่าง ๆ และมีตัวกระตุ้นอันเดียวกันออกไปตามค่านิยมของชนชั้นของตนเสมอ (ชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง และชนชั้นล่าง)

2.6.3 ลักษณะท่าทางต่างกัน (Personality) ลักษณะท่าทางของบุคคลต่าง ๆ มักจะผันแปรไปตามชนชั้นทางสังคมเสมอ จากการทดสอบพบว่าเด็กที่อยู่ในชนชั้นที่มีฐานะสูงกว่า

มักจะมีบุคลิกภาพที่มีความมั่นใจ เชื่อสัจจะ ความสมบูรณ์ทางจิตใจ การใช้ภาษาความร่วมมือ และความสุภาพ มากกว่าเด็กที่อยู่ในชนชั้นที่มีฐานะต่ำกว่า

2.6.4 การเรียนรู้ และเฉลียวฉลาดต่างกัน (Learning and Intelligence) โดยปกติเด็กในชนชั้นที่อยู่สูงกว่ามักจะมีเฉลียวฉลาด และมีการเรียนรู้ที่เร็ว ทั้งนี้เพราะได้รับการเลี้ยงดูด้วยอาหารที่สมบูรณ์ในช่วงแรกของการเติบโตอันทำให้สมองดีกว่า และมีสุขภาพดีกว่า มีโอกาสได้รับการศึกษาดี และมากกว่า มีการเสริมจากที่บ้านมากกว่า เป็นต้น

2.6.5 ครอบครัว (The Family) ครอบครัวที่ต่างกันในระดับชั้นต่าง ๆ อาจทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

2.6.6 แบบวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Cultural Patterns and Artifacts) ระดับชั้นของสังคมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของครอบครัวด้วยการถ่ายทอดวัฒนธรรมของชุมชนเข้าสู่ครอบครัวในแบบต่าง ๆ กัน

2.6.7 กระบวนการตัดสินใจต่างกัน (Decision Process) ระดับชั้นของสังคมมักจะเป็นปัจจัยประการสำคัญที่ทำให้กระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ แตกต่างกันไป เช่น ชนชั้นของการสังเกตที่เห็นปัญหา ชนชั้นทางสังคมต่าง ๆ ที่อยู่ต่ำลงไป มักจะทำการซื้อที่รวดเร็วทันทีที่เกิดความต้องการขึ้น และนอกจากนี้การซื้อสินค้าประเภทคงทนถาวร ชั้นที่อยู่ต่ำลงไปมักจะทำการซื้อทันทีที่ของเดิมใช้การไม่ได้ แต่ตรงกันข้ามกับชนชั้นที่อยู่ตรงกลาง ๆ ซึ่งมักมีการวางแผนซื้อสิ่งดังกล่าวไว้ล่วงหน้า

2.6.8 แหล่งข้อมูลที่ได้มาต่างกัน (Information Sources) ผู้บริโภคทั้งหลายมักจะได้รับข่าวสาร และ จากแหล่งที่มาของข้อมูลแตกต่างกันไปตามฐานะสังคม สำหรับชนชั้นที่อยู่ต่ำสุด แหล่งที่มาของข้อมูลมักจะจำกัดกว่า และมักจะได้รับข้อมูล ที่ไม่ถูกต้อง รวมทั้งถูกหลอกลวง แต่ในเวลาเดียวกันในชนชั้นที่อยู่สูงขึ้นไปนั้น โดยปกติมักจะได้รับจากแหล่งข้อมูล ที่มากกว่าชั้นล่าง ๆ ทั้งนี้เพราะแต่ละคนมักจะชอบแหล่งข้อมูลตามที่เหมาะสมกับชนชั้นของตน และนอกจากนี้คนในแต่ละชนชั้นยังมักจะเลือกหาแหล่งข้อมูล เช่น หนังสือพิมพ์ และ โทรทัศน์ที่มีมาตรฐานต่างกันอีกด้วย

2.6.9 กระบวนการซื้อต่างกัน (Purchasing Processes) ฐานะทางสังคมมักจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการซื้อว่า จะเลือกซื้อที่ไหน อย่างไร หลักฐานที่ปรากฏเสมอก็คือ คนที่มีฐานะต่างมักจะนิยมซื้อจากร้านในท้องถิ่นที่ใกล้ ๆ ที่เป็นที่ยู่งัก ในขณะที่คนมีฐานะปานกลาง และที่ฐานะค่อนข้างสูงมักจะมี ความมั่นใจในการซื้อ และ จะทำการเสาะหาและเปรียบเทียบจากหลาย ๆ ร้าน และจากที่ไกล ๆ จะเห็นว่าปัจจัยต่าง ๆ มีความสำคัญ และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

เพียงแต่องค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความรุนแรง และผลกระทบในมิติที่แตกต่างกันแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

2.8 ความหมายของการตัดสินใจ

อรุณ ศรีกมุท (2529 : 4) บรอสส์ ได้อธิบายเกี่ยวกับการตัดสินใจว่าปัจจุบันพฤติกรรม การตัดสินใจได้ทวีความยุ่งยากมากขึ้น ไม่ใช่จะมีทางเลือกมากมายให้ต้องตัดสินใจเลือกเท่านั้นแต่ยังมีความยุ่งยากมากขึ้นมิใช่แต่จะมีทางเลือกจนมากมายให้ต้องตัดสินใจเลือกเท่านั้นแต่ยังมีความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมที่ยึดถือด้วยบุคคลสามารถได้รับการช่วยเหลือ 2 ประการคือประการแรกในการตัดสินใจในเป้าหมายเฉพาะอย่างเรียกว่าผลที่ได้ (Outcome) และประการที่สองในการพิจารณาทางเลือกหลาย ๆ ทาง และการซึ่งนำนักทางเลือกเหล่านั้นในส่วนที่สัมพันธ์กับคุณลักษณะของเข เองเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้

สุจิตรา เหลืองอมรเลิศ (2529 : 5) มาร์รีนเนอร์ ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์อย่างหนึ่งซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนการพิจารณาปัญหา การพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ การตัดสินใจเลือกทางเลือกการนำทางเลือกไปปฏิบัติ และการติดตามประเมินผลในความหมายนี้การตัดสินใจเป็นการเลือกหนทางปฏิบัติที่ได้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อตกลงใจการตัดสินใจต้องอาศัยดุลยพินิจของผู้ตัดสินใจหลังจากการตัดสินใจต้องมีการสั่งการ เพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติจริงนอกจากนี้การตัดสินใจยังเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอการตัดสินใจย่อมเปลี่ยนแปลงเช่นกันถ้าข้อมูลที่ได้มานั้นคลาดเคลื่อนไม่ทันเหตุการณ์

สมัย จินตนาจันทร์ โครตร (2530 : 20-21) ได้สรุปความหมายของการตัดสินใจว่าการตัดสินใจคือกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อศึกษาปัญหา และเลือกแนวทางปฏิบัติที่จะสามารถแก้ปัญหา และนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งเอาไว้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมที่สุดซึ่งมีขั้นตอนที่สำคัญได้แก่การพิจารณาปัญหาการพิจารณาทางเลือกตัดสินใจเลือกนำไปปฏิบัติ และติดตามผลการปฏิบัติ

นา อชชะกิจ (2537 : 84) ได้ให้ความหมายว่าการตัดสินใจหมายถึงพฤติกรรมขณะที่บุคคลต้องเผชิญหน้ากับทางเลือกที่กำลังรอคอยการตัดสินใจตั้งแต่ 2 ทางเลือกขึ้นไป และจำเป็นที่จะต้องเลือกสิ่งหนึ่งจากหลายสิ่งในบางกรณีมีทางเลือกที่มีประโยชน์มากกว่าหนึ่งสิ่งก็อาจเลือกสองสามสิ่งจากหลายสิ่งได้

แพทเทอร์ (1980 : 107) ได้ให้ความหมายว่าการตัดสินใจหมายถึงการที่บุคคลเข้าไปสู่ความเสี่ยงโดยมีการรวบรวม และประเมินข้อมูลมีทางเลือกหลายทางและมีสิ่งประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญอันนำไปสู่การตัดสินใจเลือกจากความหมายการตัดสินใจดังกล่าวพอสรุปได้ว่าการตัดสินใจเป็น

กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง และเหมาะสมเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และจากความหมายดังกล่าวสามารถจำแนกองค์ประกอบที่สำคัญของการตัดสินใจได้ดังนี้

1. การตัดสินใจต้องมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างที่ต้องการให้บรรลุวัตถุประสงค์
2. การตัดสินใจเป็นเรื่องของกระบวนการใช้ความคิดเป็นการให้เหตุผล และความพอใจเป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก
3. การตัดสินใจต้องมีทางเลือก และวิธีการเลือกว่าจะกระทำอย่างไรอย่างหนึ่งนั้น ต้องมีมากกว่า 1 ทางเลือก

2.9 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ศุภวดี บุญญวงษ์ (2528 : 138-139) กล่าวว่าทฤษฎีการตัดสินใจของ ทอลเบิร์ตเป็นทฤษฎีที่แสดงถึงวงจรกระบวนการตัดสินใจโดยเริ่มจากจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ และเมื่อบุคคลมีความประสงค์ที่ต้องการจะตัดสินใจบุคคลนั้นก็ประสงค์จะได้รับข้อเสนอแนะโดยเขาจะรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจของเขาต่อจากนั้นบุคคลก็จะพิจารณาความเป็นไปได้ของทางเลือกสำหรับการทำนายผลอาจจะขึ้นอยู่กับความสำเร็จของประสบการณ์ในอดีต และระดับความปรารถนาของบุคคลนั้นซึ่งการทำนายผลจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลที่รวบรวมได้ และน้ำหนักในการคาดคะเนอย่างเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม
2. ลำดับของค่านิยมในขั้นนี้บุคคลจะพิจารณาถึงผลที่ปรารถนาเขาจะเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับลำดับขั้นของค่านิยมเช่นถ้าเขาเลือกวิชาชีพนี้เพื่อต้องการเงินเดือนมากหรือคิดว่าเขาสามารถจะเรียนจบในสาขาวิชานี้ได้ และมีโอกาสจะศึกษาต่อเขาอาจจะมีคำถามว่าค่านิยมสูงสุดของเขานั้นคืออะไรทั้งนี้เพื่อให้การตัดสินใจเลือกของเขาเหมาะสมยิ่งขึ้น
3. การประเมินผล และการตัดสินใจเลือกซึ่งเป็นผลการตัดสินใจในครั้งนั้น โดยผลที่ได้รับเหมาะสมกับจุดมุ่งหมาย และข้อมูลหรือการตัดสินใจที่จะสำรวจต่อไปโดยวางแผนสำรวจให้ได้ข้อมูลใหม่เพื่อการตัดสินใจครั้งต่อไปวงจรกระบวนการตัดสินใจประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้
 1. จุดมุ่งหมายบุคคลต้องการตัดสินใจเมื่อมีทางเลือกอย่างน้อยสองทาง
 2. ข้อเสนอแนะบุคคลจะต้องค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวข้องกับทางเลือกนั้น ๆ
 3. ความเป็นไปได้โดยจะต้องค้นหาความเป็นไปได้ทั้งหมดของกิจกรรม

4. ความเป็นไปได้ของผลที่จะได้รับ โดยจะต้องตรวจสอบความเป็นไปได้ในแต่ละทางเลือก
5. ความน่าจะเป็นของผลที่จะได้รับ โดยการทำนายความน่าจะเป็นจริงของแต่ละระดับ
6. ค่านิยมโดยการประเมินความต้องการของบุคคลแต่ละระดับ
7. การประเมินโดยการประเมินความเหมาะสม และการตัดสินใจ
8. การตัดสินใจมีการตัดสินใจเกิดขึ้นซึ่งอาจจะเป็น

8.1 การตัดสินใจสิ้นสุดลง

8.2 ค้นหาข้อสนเทศใหม่

ศุภวดี บุญญวงษ์ (2528 : 138-139) กล่าวถึงทฤษฎีการตัดสินใจของเกอเลตว่าเป็นทฤษฎีที่แสดงถึงวงจรกระบวนการตัดสินใจมีลักษณะเป็นวัฏจักรตามธรรมชาติแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดเป้าหมายในการเลือกโดยกำหนดตัวเลือกตามความต้องการในการเลือกอาชีพ อาจมีหลายตัวเลือกหลาย ๆ อย่างได้

2. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวเลือกเหล่านั้นถ้าหากเป็นตัวเลือกการศึกษาก็ควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้สมัครหลักสูตรจำนวนผู้เรียนที่สถานศึกษารับไว้ได้ และค่าใช้จ่ายเป็นต้น และเป็นการเลือกอาชีพก็ควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของตลาดแรงงานคุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพสวัสดิการที่จะได้รับรายได้ และการฝึกอบรมเพื่อเข้าสู่อาชีพเป็นต้นนอกจากนี้บุคคลต้องรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตนเองอีกด้วยเป็นต้นว่าความสามารถ และทัศนคติ

3. นำข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพหรือการศึกษาที่ได้รับการศึกษาที่ได้รวบรวมไว้แล้วนั้นมาเปรียบเทียบกับข้อมูลเกี่ยวกับตนเองเพื่อทำนายความเป็นไปได้ และผลที่เกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจเลือกแล้ว

4. ทำความกระจ่างแจ้งกับระบบค่านิยมของตนแล้วนำมาประกอบการพิจารณาตัดสินใจเลือกอาชีพที่เหมาะสมกับตนให้มากที่สุด

5. ประเมินตัวเลือกทั้งหมดแล้วตัดสินใจแบบเด็ดขาดหรือแบบค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอีกถ้าเป็นการตัดสินใจแบบเด็ดขาดบุคคลก็จะประเมินถึงการทำนายผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจนั้นอีกครั้งหนึ่งเพื่อความมั่นใจ และถ้าหากเป็นการตัดสินใจแบบค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอีกบุคคลก็จะกลับไปสู่ขั้นที่ 2 ใหม่ดำเนินการจนครบทุกขั้นจนสามารถตัดสินใจได้

จิรพรรณ กาญจนจินดา (12-23 : 528) ได้รวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อการกระทำของมนุษย์เป็นทฤษฎีขึ้นเพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมต่าง ๆ โดยทั่วไปแล้วรูปแบบทางด้านจิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เรียกว่าความเชื่อและความไม่เชื่ออันประกอบด้วยมูลเหตุดังต่อไปนี้

มูลเหตุดึงดูด (Pull Factor)

1. เป้าหมาย (Goals) คือความมุ่งประสงค์ที่จะให้บรรลุผล และให้สัมฤทธิ์ผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นผู้กระทำจะมีการกำหนดเป้าประสงค์ไว้ก่อนล่วงหน้า และผู้กระทำพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์นั้น

2. ความเชื่อ (Belief Orientation) คือความรู้ความคิดที่ผู้กระทำเข้าใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และการกระทำทางสังคมการที่บุคคลเลือกประพฤติหรือปฏิบัติมากกว่าวิธีการปฏิบัติอย่างอื่น

3. มาตรฐานค่านิยม (Value Standard) คือสิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเองค่านิยมนี้เป็นความเชื่ออย่างหนึ่งแต่มีลักษณะถาวร โดยเชื่อว่าวิธีการปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีตนเองหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบสมควรที่จะยึดถือปฏิบัติมากกว่าวิธีปฏิบัติอย่างอื่น

4. นิสัย และขนบธรรมเนียม (Habit and Customs) คือแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้วสืบทอดต่อกันมาด้วยประเพณี และถ้ามีการละเมิดก็จะถูกบังคับด้วยการที่สังคมไม่เห็นชอบไม่มีวิธีการลงโทษที่ชัดเจนจากรัฐหรือทางกฎหมายการตัดสินใจที่จะเลือกพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของมนุษย์ส่วนหนึ่งเกิดมาจากแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้ว

มูลเหตุผลักดัน (Push Factors)

5. ความคาดหวัง (Expectation) คือท่าทีของบุคคลอื่นที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตนโดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติในสิ่งที่ตนต้องการดังนั้นในการเลือกกระทำพฤติกรรมของบุคคลส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวัง และท่าทีของบุคคลอื่นด้วย

6. ข้อผูกพัน (Commitment) คือสิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าตนเองผูกมัดที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์นั้น ๆ ข้อผูกพันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และการกระทำทางสังคม เพราะผู้กระทำตั้งใจที่จะกระทำสิ่ง ๆ นั้นเนื่องมาจากรู้ว่า มีข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ

7. การบังคับ (Force) คือสิ่งที่จะช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจกระทำการต่าง ๆ นั้น อาจจะไม่ว่าจะกระทำพฤติกรรมนั้นดีหรือไม่แต่เมื่อมีการบังคับก็จะทำให้การตัดสินใจกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ รวดเร็วขึ้น

มูลเหตุสนับสนุน (Able Factors)

8. โอกาส (Opportunity) คือความคิดของผู้กระทำที่เชื่อว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นช่วยให้มีโอกาสเลือกกระทำบุคคลมักจะตัดสินใจกระทำบางอย่างโดยหนึ่งเมื่อเขาคิดว่าโอกาสเปิดให้กระทำได้

9. ความสามารถ (Ability) คือการที่ผู้กระทำรู้ถึงความสามารถของตนเองซึ่งจะก่อให้เกิดผลสำเร็จในเรื่องนั้น ๆ ได้การตระหนักถึงความสามารถนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจ และการกระทำทางสังคมเพราะรู้ว่าหากตัดสินใจกระทำไปแล้วตนเองมีความสามารถจะกระทำได้นั่นเองโดยทั่วไปการกระทำพฤติกรรมใด ๆ นั้นบุคคลจะพิจารณาความสามารถของตนเองเสียก่อน

10. การสนับสนุน (Support) คือสิ่งที่ผู้กระทำจะได้รับหรือคาดว่าจะได้รับจากคนอื่นดังนั้น บุคคลมีความโน้มเอียงที่จะตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อรู้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากคนอื่น ปัจจัยทั้ง 10 ประการนี้เป็นปัจจัยที่รีดเคอร์เชื่อว่าเป็นเหตุผลของตัดสินใจเลือกการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์กล่าวคือการที่บุคคลจะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งย่อมมีเหตุผลในการกระทำแฝงอยู่ทั้งสิ้น และเหตุผลดังกล่าวมิได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยตัวใดตัวหนึ่งเท่านั้นแต่จะประกอบด้วยกลุ่มปัจจัยของเหตุผลหลายประการซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันในแต่ละบุคคลรีดเคอร์อธิบายถึงแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยหรือสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมทางสังคมไว้ดังนี้

1. ในสถานการณ์ของการกระทำทางสังคมจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางสังคมซึ่งแต่ละคนจะมีเหตุผลแต่ละอย่างต่อการตัดสินใจในการกระทำ

2. บุคคลหรือองค์กรจะตัดสินใจหรือแสดงการกระทำบนพื้นฐานของกลุ่มเหตุผลซึ่งผู้กระทำคิดว่าสอดคล้องกับปัญหา และสถานการณ์นั้น ๆ

3. เหตุผลบางประการอาจสนับสนุนการตัดสินใจ และเหตุผลบางประการอาจต่อต้านการตัดสินใจ

4. เหตุผลที่มีต่อการตัดสินใจนั้นอาจจะเป็นเหตุผล 5 หรือ 6 ประการหรือมากกว่านั้น จากจำนวนเหตุผลหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกระทำทั้ง 10 ประการที่กล่าวมาแล้ว

5. เหตุผลที่มีต่อการตัดสินใจนั้นไม่จำเป็นจะต้องเกิดขึ้นพร้อมกันทั้ง 10 ประการ

6. กลุ่มปัจจัย และเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้นย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงได้

7. บางสถานการณ์จะมีบ่อยครั้งที่มิทางเลือก 2 หรือ 3 ทางเพื่อที่จะตอบสนองต่อสถานการณ์นั้น

8. ผู้กระทำหรือผู้ตัดสินใจอาจเลือกทางเลือกโดยเฉพาะซึ่งแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล

9. เหตุผลที่จะตัดสินใจสามารถมองเห็นได้จากทางเลือกที่ถูกเลือกแล้ว

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชลี อ่วมนิม (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิตสาขาวิชาการออกแบบตกแต่งภายใน ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นสาเหตุในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบตกแต่งภายใน ที่มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต พบว่าปัจจัยที่เป็นสาเหตุในการตัดสินใจศึกษาต่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ประเด็นของการต้องการความรู้ที่เป็นวิทยาการใหม่ ๆ เพิ่มเติม รองลงไป คือ ต้องการนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพ และพัฒนาคุณภาพของตน ตลอดจนต้องการได้รับการส่งเสริมในตำแหน่งงานในระดับที่สูงขึ้น ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถาบันที่จะศึกษาต่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความพร้อมของสถาบันการศึกษาในการเปิดสอนสาขาวิชาต่าง ๆ กับการที่สถาบันมีคณาจารย์ที่มีคุณวุฒิ ชื่อเสียง และประสบการณ์การสอน ประเด็นต่อมา คือ ความสะดวกทางด้านเวลาที่จะสามารถศึกษาต่อพร้อม ๆ กับทำงานไปพร้อมกันได้ ตลอดจนการมีระบบการเรียนการสอนที่เป็นมาตรฐาน มีปัจจัยเกื้อหนุนที่เหมาะสมกับสภาพการจัดการเรียน การสอน และหลักสูตรนั้น จะต้องยอมรับของสังคม

วัลภา พิริยะพิทยา (2548) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่โรงเรียนศรีวิกรม์บริหารธุรกิจ” ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพฤติกรรมและด้านอื่น ๆ จากการศึกษพบว่าความสำคัญอยู่ในระดับดีทั้งหมด โดยมี 2 อันดับแรกคือหลักสูตรที่เปิดสอนมีหลายสาขาวิชา และวันเวลาที่เปิดสอนมีหลายทางเลือก(ด้านราคา) จากการศึกษพบว่า ความสำคัญอยู่ในระดับดีทั้งหมด โดยมี 2 อันดับแรกคือค่าเทอม และค่าธรรมเนียมของโรงเรียนอยู่ในอัตราที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับ โรงเรียนอื่น และเอกสารตำราเรียนมีราคาที่เหมาะสม (ด้านสถานที่)จากการศึกษพบว่าความสำคัญอยู่ในระดับดีทั้งหมด โดยมี 2 อันดับแรกคืออาคารสถานที่เรียน มีความทันสมัย และอาคารสถานที่เหมาะสมเอื้อต่อแหล่งวิชาการ (ด้านการส่งเสริมการตลาด)จากการศึกษพบว่า ความสำคัญอยู่ในระดับดีทั้งหมด โดยมี 2 อันดับแรกคือเว็บไซต์ และเปิดโอกาสให้มีการผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ (ด้านอื่น ๆ) จากการศึกษาในการสมัครเข้าทำงานในหน่วยงานของรัฐบาล และเอกชน และความสามารถของนักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยของรัฐบาล และเอกชน (ด้านพฤติกรรม) จากการศึกษพบว่าผู้มีส่วนที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการศึกษามากที่สุดคือผู้ปกครอง และตัดสินใจเรียนด้วยตนเองส่วนเหตุผลสำคัญในการเลือกสถานที่เรียนมากที่สุด คือ ใกล้ที่พักอาศัย และแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่โรงเรียนศรีวิกรม์บริหารธุรกิจมากที่สุดคือ โปรชัวร์ /แผ่นพับ

Kasravi (2009) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการศึกษาต่อต่างประเทศของนักศึกษาผิวสี U.S.” สถาบันอุดมศึกษาที่มีความชำนาญในด้านการแลกเปลี่ยนการศึกษานานาชาติ และรัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาต่างประเทศของนักศึกษาปริญญาตรีของอเมริกัน ในขณะที่จำนวนรวมของนักศึกษาปริญญาตรีของ U.S. ที่กำลังศึกษาอยู่ในต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงปี 1980 แต่จำนวนของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการนักศึกษาผิวสีที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือการย้ายอุปสรรคเพื่อการศึกษาต่อในต่างประเทศ และมุ่งเน้นถึงนักเรียนผิวสีเหล่านั้นมีการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมโครงการ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของพวกเขาซึ่งอุปสรรคระหว่างผู้สมัคร และไม่สมัครนั้น ก็ต้องสำรวจเช่นเดียวกัน เพื่อให้รู้ว่าเหมือนกัน หรือแตกต่างกัน โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่นักศึกษาสองกลุ่ม กลุ่มแรกประกอบด้วยนักศึกษาระดับปริญญาตรีผิวสีที่ได้รับการตอบรับเพื่อศึกษาโปรแกรมการศึกษาต่างประเทศที่ University of California ซานดิเอโก กลุ่มที่สอง และรวมกับทั้งหมดข้างต้นที่เข้าด้วยกัน ไม่คำนึงถึงเชื้อชาติว่าจะมีการตัดสินใจที่จะไม่สมัครเรียนต่อในต่างประเทศหรือไม่ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยสังคมเป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัคร และปัจจัยด้านการเงิน และด้านวิชาการ ก็เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจทั้งสองกลุ่ม แม้จะมีแรงด้านของอุปสรรคทางด้านครอบครัวหรือ ด้านวัฒนธรรมนักศึกษาในกลุ่มแรกที่เราจะหาข้อมูลการจากสื่อภายนอกในการกำหนดปัจจัยส่วนบุคคลเพื่อให้สามารถตัดสินใจที่จะเข้าร่วมโครงการในการศึกษาในต่างประเทศได้

Mpinganjira (2009) การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่เรียนต่อต่างประเทศ ตลาดนักเรียนนานาชาติได้กลายเป็นการแข่งขันสูงทั่วโลก และการแข่งขันยังคงรุนแรงเพื่อที่จะให้ประสบความสำเร็จในการแสวงหา และยังคงรักษานักเรียนนานาชาติไว้ ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับความสามารถของประเทศ และ/หรือสถาบันการศึกษาที่ต้องทำความเข้าใจ และตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งบทวิจัยนี้ได้ให้ความสำคัญถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะศึกษาในต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยขอบเขตที่ซึ่งแตกต่างกันของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยทั่วไป และโดยเฉพาะในกลุ่มที่แตกต่างกันของนักเรียนที่มีผลกระทบของต่อปัจจัยเหล่านี้ที่เกี่ยวกับการตลาดของการบริการด้านการศึกษามีคุณภาพสูงในแอฟริกาใต้ ซึ่งการค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่าแม้ว่าเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในประเทศบ้านเกิด อิทธิพลต่อการตัดสินใจในการศึกษาในต่างประเทศ และปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือผู้ที่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขต่าง ๆ ในต่างประเทศ โดยไม่คำนึงถึงนักเรียนของกลุ่มส่วนใหญ่ที่จะมองไปที่โอกาสที่จะเพิ่มความก้าวหน้าในอาชีพ เมื่อเขาผ่านการรับการศึกษาที่มีคุณภาพสูงที่มีคุณสมบัติที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลกประสบการณ์ในการศึกษาในต่างประเทศ และผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักเรียนมากที่สุด

กุสุมา สารดี (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยจำแนกการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ : การวิเคราะห์จำแนก” ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่าสัดส่วนของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศมีร้อยละ 25.75 และกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจไม่ศึกษาต่อต่างประเทศมีร้อยละ 74.25 ปัจจัยด้านภูมิหลังการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ และไม่ศึกษาต่อต่างประเทศ ได้แก่ คณะ และเกรดเฉลี่ยสะสม ปัจจัยด้านภูมิหลังครอบครัวที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ และไม่ศึกษาต่อต่างประเทศ ได้แก่ รายได้บิดา-มารดา รายได้ผู้ปกครอง การศึกษาบิดา-มารดา การศึกษาผู้ปกครอง อาชีพบิดา-มารดา อาชีพผู้ปกครอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยที่สามารถจำแนกกลุ่มนักศึกษาที่มีการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ และไม่ศึกษาต่อต่างประเทศ เมื่อพิจารณาจากฟังก์ชัน พบว่า ปัจจัยที่สามารถจำแนกกลุ่มได้ คือ จุดมุ่งหมาย ความคาดหวัง ความสามารถ การได้รับการสนับสนุน โอกาส การถูกบังคับ นิสัยและความเคยชิน ข้อผูกพัน ความเชื่อ โดยสามารถจำแนกกลุ่มของนักศึกษาที่มีการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ และไม่ศึกษาต่อต่างประเทศได้ถูกต้องร้อยละ 80.80

เอื้อจิต ทศนะภักษ์ และคณะ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ของนักศึกษาไทยในการศึกษาต่อที่ประเทศออสเตรเลีย” งานศึกษานี้ต้องการตรวจสอบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายของนักศึกษาเพื่อการศึกษาต่อในต่างประเทศโดยทำการสำรวจนักศึกษาไทยในเรื่องของการตัดสินใจเลือกสถานที่ศึกษา และการรับรู้ด้านอื่นที่เกี่ยวข้องในขณะที่กำลังศึกษาในประเทศออสเตรเลีย โดยเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ณ สถาบันการศึกษาในออสเตรเลียจากการศึกษาพบข้อมูลที่เป็นเหตุผลในการตัดสินใจของนักศึกษาที่เลือกศึกษาต่อที่ประเทศออสเตรเลีย แทนการเลือกศึกษาต่อที่ประเทศอื่น โดยเรียงลำดับจากเหตุผลที่นักศึกษานักศึกษาเลือกเป็นสัดส่วนสูงสุดเรียงตามลำดับลงมาดังนี้การศึกษาในออสเตรเลียเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการศึกษาต่อในสหรัฐอเมริกา และประเทศในทวีปยุโรปเหตุผลอันดับสองที่มีสัดส่วนเท่ากันสองเหตุผลได้แก่ความปลอดภัยในการใช้ชีวิตในสังคมของออสเตรเลียคนออสเตรเลียอบอุ่น อากาศดี และเป็นมิตรเหตุผลรองลงมาได้แก่นักศึกษาผู้เรียนมีวัตถุประสงค์จะพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษ โดยการลงทะเบียนเรียนหลักสูตรภาษาอังกฤษก่อนเข้าศึกษาต่อหลักสูตรจริงความรู้สึกว่าออสเตรเลียมีระบบการจัดการศึกษาที่ดีไม่เป็นที่รองใคร และเหตุผลอันดับถัดไปที่มีสัดส่วนเท่ากันห้าปัจจัย ได้แก่ นักศึกษาคาดหวังที่จะได้ประสบประสบการณ์รวมทั้งโอกาสที่จะได้ศึกษา และใช้ชีวิตในประเทศออสเตรเลียความชื่นชอบในประเทศออสเตรเลียว่าเป็นประเทศที่สวยงาม อากาศดี และสภาพอากาศไม่หนาวเย็นจนเกินไปดังประเทศในภูมิภาคตะวันตกนักศึกษามีญาติหรือญาติชาวออสเตรเลียหรือมีเพื่อนซึ่งมีอิทธิพลในการชักชวนให้ไปศึกษาต่อที่ออสเตรเลียออสเตรเลียมีทำเลที่ตั้งที่ไม่ไกลจากประเทศไทยมากนักและโอกาสในการได้

คัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับสูงในมหาวิทยาลัยของออสเตรเลียไม่ยากมากนักเมื่อพิจารณาประเด็น ความสำคัญของคุณลักษณะของสถาบันการศึกษาปัจจัยที่ถูกพิจารณาว่ามีความสำคัญในการตัดสินใจ เลือกลงศึกษาต่อในสถาบันใด ๆ ของออสเตรเลีย ได้แก่หลักสูตรของสถาบันการศึกษานั้นห้องสมุด และ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดโอกาสการหางานทำเมื่อศึกษาหลักสูตรนั้นบรรยากาศทางด้าน ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมของสถาบันนั้นสถานที่ของสถาบันการศึกษา ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน และอุปกรณ์ และการให้บริการทางด้านคอมพิวเตอร์ของสถาบันปัจจัยที่ถูกพิจารณาว่ามีความสำคัญ น้อยต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันใด ๆ ได้แก่การไม่สามารถเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา ที่ต้องการในประเทศไทยความตั้งใจที่จะย้ายถิ่นที่อยู่ยังประเทศที่ศึกษาต่อพื้นเพเบื้องหลังทางสังคม ของนักศึกษาในสถาบันที่ต้องการเข้าศึกษาต่อกฎระเบียบ ข้อบังคับของสถาบันการศึกษาและกิจกรรม ต่าง ๆ ของสถาบัน ได้แก่เรื่องกีฬา เป็นต้น

Jong & Schnusenbergsand Goel (2553) การศึกษาการตลาดในต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ โปรแกรมศึกษาในต่างประเทศได้กลายเป็นสิ่งสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา ในทาง กลับกัน ก็ส่งผลให้ในจำนวนของนักเรียนอเมริกันเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกันและเป็นผลให้มหาวิทยาลัย จำนวนมากมีการพัฒนาโปรแกรมทางการศึกษาในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งลักษณะปัจจัยที่ มีความสำคัญสำหรับ กลุ่มนักเรียนตัวอย่างจำนวน 125 คน ในมหาวิทยาลัย เซ้าส์เทิร์น (Southern university) ในประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ได้เกี่ยวข้องกับ โปรแกรมการแข่งขันการศึกษาในต่างประเทศ มากกว่า 15 ปี ด้วยการสังเกตการประเมิน และพูดคุยผลสรุปการรายงานแสดงให้เห็นว่านักศึกษา พิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเพื่อเข้าร่วม โปรแกรม ในด้านปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย และ รวมถึงปัจจัยด้านวิชาการองค์ประกอบวัฒนธรรม และด้านความมีชื่อเสียงของอาจารย์ด้วยนอกจากนี้ ปัจจัยที่กำหนดเรื่องความพึงพอใจในด้านค่าใช้จ่าย และกำหนดลักษณะสำหรับพื้นที่ในช่วงเวลา สำหรับการศึกษานในแต่ละภาคการศึกษา (Semester) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ล้วนมีบทบาทที่สำคัญซึ่งการค้นพบ และมีประโยชน์สำหรับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่กำลังมองหาโปรแกรมการพัฒนาการศึกษาในต่างประเทศ (หรือ โปรแกรมที่มีอยู่แล้วในตลาด) เพื่อให้โปรแกรมต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศซึ่งได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ กลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี หรือ ปริญญาโท และผู้ที่จบการศึกษาปริญญาตรี หรือปริญญาโท ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และใช้สูตรคำนวณสำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร กำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% โดยค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.5 ดังสูตรต่อไปนี้

โดยที่

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{E^2}$$

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด

E = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น 5%

Z = ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น 95% = 1.96

วิธีการคำนวณ

แทนค่าในสูตร $Z = 1.96, D = 0.05$

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ดังนั้นการคำนวณกลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 จากประชากรที่ทำการศึกษาทั้งหมด 400 คนเพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถามจึงเพื่อความคลาดเคลื่อนได้เท่ากับ 15 คน ฉะนั้นขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ 400 คน

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง

4.50 - 5.00	ระดับความคิดเห็น	มากที่สุด
3.50 - 4.49	ระดับความคิดเห็น	มาก
2.50 - 3.49	ระดับความคิดเห็น	ปานกลาง
1.50 - 2.49	ระดับความคิดเห็น	น้อย
1.00 - 1.49	ระดับความคิดเห็น	น้อยที่สุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาเทคนิคและวิธีการสร้างแบบสอบถามจากงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับปัจจัยและตัวแปรต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ
2. รวบรวมข้อมูลที่จะใช้ในการสร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาและสืบค้นแหล่งข้อมูลด้านผลงานการวิจัยต่าง ๆ ในหนังสือเอกสาร และบทความต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ต (Internet)
3. สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับปัจจัยหรือตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และสร้างแบบสอบถามฉบับร่างแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและแนะนำถึงความเพียงพอของเนื้อหา และแก้ไขข้อบกพร่อง
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดคุณสมบัติไว้จำนวน 30 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยวิธีของครอนบัค (Cronbach's Alpha) และผลความเชื่อมั่นที่ได้คือ 0.8991 จากนั้นได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

5. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นตามแนวคิดและทฤษฎีส่วผสมทางการตลาด และพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สาขาวิชา ที่จบเกรดเฉลี่ย รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ผู้ที่ให้การสนับสนุนค่าเล่าเรียนประเทศที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ โดยสร้างคำถามจากตัวเลือก (Choice Techniques) ทั้งหมด 11 ข้อ

ตอนที่ 2 และ 3 ใช้มาตราส่วนที่ใช้แบบการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert's scale) ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2554 : 75)

ระดับความคิดเห็น	มากที่สุด	กำหนดให้ค่าน้ำหนักของตัวเลือกเท่ากับ	5
ระดับความคิดเห็น	มาก	กำหนดให้ค่าน้ำหนักของตัวเลือกเท่ากับ	4
ระดับความคิดเห็น	ปานกลาง	กำหนดให้ค่าน้ำหนักของตัวเลือกเท่ากับ	3
ระดับความคิดเห็น	น้อย	กำหนดให้ค่าน้ำหนักของตัวเลือกเท่ากับ	2
ระดับความคิดเห็น	น้อยที่สุด	กำหนดให้ค่าน้ำหนักของตัวเลือกเท่ากับ	1

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อปริญญาโทในต่างประเทศ ประกอบด้วย ปัจจัยผลิตภัณฑ์ราคาช่องทางการให้บริการและการส่งเสริมการตลาด ทั้งหมด 32 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ โดยแบ่งเป็น 2 ด้านคือ ด้านปัจจัยภายใน และด้านปัจจัยภายนอก ทั้งหมด 12 ข้อ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการรวบรวมเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาจาก 2 ประเภทดังนี้

1. ประเภทข้อมูลปฐมภูมิ (PrimaryData) ได้ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามเฉพาะเจาะจงที่ BritishCouncil และเอเจนซีต่าง ๆ ที่ให้คำปรึกษาเพื่อเรียนต่อต่างประเทศกำหนดระยะเวลาในการศึกษาไว้ในวันที่ 5 กรกฎาคม จนถึงวันที่ 1 สิงหาคม 2554 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่เก็บและรวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมประยุกต์ทางคณิตศาสตร์เพื่อประมวลผลและแปลความหมายของข้อมูล

2. ประเภทข้อมูลทุติยภูมิ (SecondaryData) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากตำรา-เอกสารด้านงานวิชาการ ผลงานวิจัยต่าง ๆ รวมถึงสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในกรอบการศึกษา

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บแบบสอบถามครบ 400ชุดแล้ว จึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมประยุกต์ทางคณิตศาสตร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยได้แบ่งขั้นตอนไว้ดังนี้

1. ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยความถี่ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

2. ทำการทดสอบสถิติเชิงพรรณนา เพื่อแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน Independent Sample t-test เพื่อทดสอบปัจจัยพื้นฐานประชากรที่แตกต่างกันระหว่าง 2 กลุ่ม และใช้ ANOVA (One-Way Analysis of Variance) ทำการทดสอบความแตกต่าง 3กลุ่มขึ้นไป

3. ในกรณีที่การทดสอบหาค่าเฉลี่ยโดย One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) เพื่อหาค่าสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Least Significant Difference) เมื่อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศโดยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย ได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาค่า t-Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาค่า F-Distribution
Df	แทน	ระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ค่าผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
LSD	แทน	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่โปรแกรมคำนวณได้ ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำผลจากการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพื้นฐานประชากร ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และแปลความหมายของผลข้อมูลที่ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม พื้นฐานประชากร ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ วิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ t (t-test) หรับกลุ่มที่มีตัวแปร 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) สำหรับกลุ่มที่มีตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไปและทดสอบ LSD (Least Significant Difference) เพื่อเปรียบเทียบรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์พื้นฐานประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่เพศอายุสถานภาพระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบ เกรดเฉลี่ย รายได้ครอบครัวต่อเดือนผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน ประเทศที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจ แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ โดยแจกแจงเป็นจำนวนความถี่ และค่าร้อยละดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	147	36.8
หญิง	253	63.3
รวม	400	100.0

ผลจากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามเพศพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 และเพศชาย จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
19-22 ปี	69	17.3
23-26 ปี	233	58.3
27-30 ปี	56	14.0
31 ปีขึ้นไป	42	10.5
รวม	400	100

ผลจกตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยจำแนกตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 23-26 ปี จำนวน 233 คนคิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 19-22 ปีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 มีอายุระหว่าง 27-30 ปีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และมีอายุระหว่าง 31 ปีขึ้นไปจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	358	89.5
สมรส	42	10.5
รวม	400	100

ผลจกตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนจำแนกตามสถานภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 358 คนคิดเป็นร้อยละ 89.6 และมีสถานภาพสมรสจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน(ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กำลังศึกษาปริญญาตรี	33	8.3
จบปริญญาตรี	226	56.5
กำลังศึกษาปริญญาโท	108	27.0
จบปริญญาโท	33	8.3
รวม	400	100.0

ผลจากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือกำลังศึกษาปริญญาโทจำนวน 108 คิดเป็นร้อยละ 27.0 กำลังศึกษาปริญญาตรีและผู้ที่ยังจบปริญญาโท มีจำนวนเท่ากันจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา

สาขาวิชาที่จบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การศึกษา	10	2.5
สังคมศาสตร์	11	2.8
รัฐศาสตร์	16	4.0
อักษรศาสตร์	18	4.5
กฎหมาย	10	2.5
เศรษฐศาสตร์	47	11.8
บริหารธุรกิจ	148	37.0
วิทยาศาสตร์	17	4.3
วิศวกรรม	73	18.3
คอมพิวเตอร์	17	4.3
สาขาวิชาอื่น ๆ	33	8.3
รวม	400	100.0

ผลจากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามสาขาวิชาที่จบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบ การศึกษาในสาขาวิชาบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ ผู้ที่จบ สาขาวิชาวิศวกรรม จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ จำนวน 47 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.8 สาขาวิชาอื่นๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 สาขาวิชาอักษรศาสตร์ จำนวน 18 คน คิด เป็นร้อยละ 4.5 สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และ คอมพิวเตอร์ มีจำนวนเท่ากันคือ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 สาขาวิชารัฐศาสตร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 สาขาวิชาสังคมศาสตร์ จำนวน 11 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.8 และสาขาวิชาการศึกษา และ สาขาวิชากฎหมาย มีจำนวนเท่ากันคือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากร จำแนกตามเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ยสะสม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2.6	38	9.5
2.60-2.99	83	20.8
3.00-3.59	193	48.3
3.6 ขึ้นไป	86	21.5
รวม	400	100

ผลจากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00-3.59 มากที่สุด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ เกรดเฉลี่ย 3.6 ขึ้นไปจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 เกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.60-2.99 จำนวน 83 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.8 และสุดท้ายคือผู้ที่เกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.6 จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามรายได้ครอบครัว
ต่อเดือน

รายได้ครอบครัวต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 หมื่นบาท	55	13.8
5 หมื่น แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	30.8
1 แสน แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	42.3
มากกว่า 5 แสนบาท	53	13.3
รวม	400	100

ผลจากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากร ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวอยู่ระหว่าง 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาทมากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็น ร้อยละ 42.3 รองลงมาคือครอบครัวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ครอบครัวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และสุดท้ายคือครอบครัวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5 แสนบาทขึ้นไป จำนวน 53 คนคิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามผู้ให้การสนับสนุน
ค่าเล่าเรียน

ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บิดา-มารดา	299	74.8
ทุนการศึกษา	34	8.5
ญาติ-พี่น้อง	10	2.5
ตนเอง	57	14.3
รวม	400	100.0

ผลจากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากร ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำนวน 400 คนจำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน คือบิดา-มารดามากที่สุดมีจำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมาคือ สนับสนุนตนเองมีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ได้รับ

ทุนการศึกษา มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และญาติ-พี่น้องมี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามประเทศที่สนใจ

ประเทศที่สนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สหรัฐอเมริกา	93	23.3
สหราชอาณาจักร	236	59.0
ญี่ปุ่น	21	5.3
ออสเตรเลีย	37	9.3
เยอรมันนี	9	2.3
ประเทศอื่น ๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

ผลจกตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนจำแนกตามประเทศที่สนใจศึกษาต่อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสนใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศมากที่สุด คือ สหราชอาณาจักร เป็นจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ประเทศออสเตรเลีย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประเทศญี่ปุ่น จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 5.3 ประเทศเยอรมันนี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และประเทศอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจ

สาขาวิชาที่สนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การศึกษา	8	2.0
สังคมศาสตร์	6	1.5
รัฐศาสตร์	12	3.0
กฎหมาย	11	2.8
เศรษฐศาสตร์	21	5.3
บริหารธุรกิจ	281	70.3
วิทยาศาสตร์	9	2.3
วิศวกรรม	27	6.8
สาขาวิชาอื่น ๆ	25	6.3
รวม	400	100.0

ผลจากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ มากที่สุด จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือ สาขาวิชาวิศวกรรม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 สาขาวิชาอื่น ๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นจำนวน 6.3 สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 สาขาวิชารัฐศาสตร์จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 สาขาวิชากฎหมายจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 สาขาวิชาการศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และสุดท้ายคือ สาขาวิชาสังคมศาสตร์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละพื้นฐานประชากรจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

แหล่งข้อมูลของมหาวิทยาลัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เว็บไซต์	250	62.5
หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	19	4.8
ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	68	17.0
อาจารย์-เพื่อน	58	14.5
อื่น ๆ	5	1.2
รวม	400	100.0

ผลจากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์พื้นฐานประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามแหล่งข้อมูลของมหาวิทยาลัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจจากข้อมูลเว็บไซต์มากที่สุด มีจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือข้อมูลจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ข้อมูลจากอาจารย์-เพื่อน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และสุดท้ายข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และแปลความหมายของผลข้อมูลที่ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านภาพรวมการตลาด

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
ผลิตภัณฑ์	3.94	0.493	มาก	1
ราคา	3.24	0.877	ปานกลาง	4
ช่องทางบริการ	3.67	0.652	มาก	2
การส่งเสริมการตลาด	3.57	0.633	มาก	3
ภาพรวมปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	3.61	0.504	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภาพรวมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.61, S.D. เท่ากับ 0.504 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94, S.D. เท่ากับ 0.493 รองลงมาคือช่องทางบริการ ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67, S.D. เท่ากับ 0.652

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ
ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
ชื่อปริญญา	5	29	108	181	77	3.74	0.894	มาก	6
ระยะเวลาของหลักสูตร	9	9	99	217	66	3.81	0.818	มาก	5
เนื้อหาวิชาของหลักสูตร	2	5	54	159	180	4.28	0.778	มาก	2
คุณภาพการเรียน-การสอน	-	5	40	164	191	4.35	0.710	มาก	1
ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน	4	31	122	180	63	3.67	0.868	มาก	7
คุณภาพงานวิจัย	4	30	162	153	51	3.54	0.846	มาก	8
อันดับโดยรวมของหา วิทยาลัย	-	8	89	175	128	4.06	0.788	มาก	4
อันดับแต่ละสาขาวิชา	4	7	86	165	138	4.07	0.847	มาก	3
ภาพรวม						3.94	0.493	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.94, S.D. เท่ากับ 0.493 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านคุณภาพการเรียน-การสอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35, S.D. เท่ากับ 0.710 รองลงมาคือ เนื้อหาวิชาของหลักสูตรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28, S.D. เท่ากับ 0.778

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ
ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านราคา

ราคา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
ราคาค่าเล่าเรียน	23	35	148	108	86	3.50	1.097	มาก	1
ค่าครองชีพ	22	38	144	130	66	3.45	1.049	ปานกลาง	2
ราคาค่าที่พัก	33	56	148	112	51	3.23	1.100	ปานกลาง	6
การเรียกเก็บค่าใบสมัคร	52	83	147	91	27	2.90	1.103	ปานกลาง	8
การเรียกเก็บค่ามัดจำค่าเล่าเรียน	49	76	151	97	27	2.94	1.092	ปานกลาง	7
การเรียกเก็บค่าเล่าเรียนทั้งหมด ก่อนเข้าเรียน	34	51	146	115	54	3.26	1.109	ปานกลาง	5
การเรียกเก็บค่าที่พักทั้งหมด	30	56	138	126	50	3.28	1.087	ปานกลาง	4
การเรียกเก็บค่าบริการจากศูนย์แนะ แนว	20	62	133	106	79	3.41	1.118	ปานกลาง	3
ภาพรวมด้านราคา						3.24	0.877	ปานกลาง	

ผลจากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.24, S.D. เท่ากับ 0.877 ซึ่งผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความระดับความคิดเห็นในด้านราคาค่าเล่าเรียนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.50, S.D. เท่ากับ
1.097 รองลงมาคือ ค่าครองชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45, S.D. เท่ากับ 1.049

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ
ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในช่องทางการให้บริการ

ช่องทางการบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย กลาง	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
แหล่งที่ตั้งอาคาร-สถานที่ของ มหาวิทยาลัย	2	33	118	181	66	3.69	0.861	มาก	6
สภาพแวดล้อมและภูมิอากาศใน มหาวิทยาลัย	3	31	10	186	70	3.72	0.867	มาก	5
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ห้องสมุด สถานพยาบาลของ มหาวิทยาลัย	5	12	11	182	90	3.85	0.845	มาก	1
แหล่งอำนวยความสะดวกด้านอุปโภค-3 บริโภคของมหาวิทยาลัย	12	115	185	85	3.84	0.815	มาก	3	
ระบบการให้บริการด้านสวัสดิการ เช่น การต่อวีซ่า การหางานพิเศษ ของ มหาวิทยาลัย	5	21	122	167	85	3.76	0.887	มาก	4
ระบบคมนาคมเพื่อเดินทางเข้า-ออก มหาวิทยาลัย	5	14	100	200	81	3.85	0.826	มาก	2
ช่องทางชำระค่าเล่าเรียนของ มหาวิทยาลัยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	18	42	149	150	41	3.39	0.961	ปานกลาง	8
ช่องทางชำระค่าเล่าเรียนผ่านบัญชี ธนาคารของศูนย์แนะแนว	14	38	160	144	44	3.42	0.930	ปานกลาง	7
ภาพรวมด้านช่องทางการบริการ						3.69	0.652	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ในด้านช่องทางการให้บริการอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.69, S.D. เท่ากับ 0.652 ซึ่งผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นที่พัก ห้องสมุด สถานพยาบาล
ของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85, S.D. เท่ากับ 0.867 รองลงมาคือ ระบบคมนาคมเพื่อเดิน
ทางเข้า-ออกมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย 3.85, S.D. เท่ากับ 0.826

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ
ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย กลาง	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด				
สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของ มหาวิทยาลัย	9	54	165	144	28	3.32	0.874	ปานกลาง	8
มหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรฝึกงาน ระหว่างเรียน	12	35	119	177	57	3.58	0.941	มาก	4
มหาวิทยาลัยที่รับตรงโดยให้โอกาส ในการเรียนภาษาก่อน	21	44	89	169	77	3.59	1.079	มาก	3
มหาวิทยาลัยที่เสนอให้ทุนสนับสนุน ค่าเล่าเรียน	9	24	107	159	101	3.80	0.961	มาก	1
การให้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยโดยตรงในงาน นิทรรศการ	12	30	141	168	49	3.53	0.909	มาก	5
การให้ข้อมูลจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	10	21	149	186	34	3.53	0.822	มาก	6
ศูนย์แนะแนวที่สามารถออกไปตอบ รับเข้ามหาวิทยาลัยโดยตรง	17	46	133	151	53	3.44	1.000	ปานกลาง	7
ข้อมูลมหาวิทยาลัยที่ได้จากอาจารย์ หรือศิษย์เก่า	7	15	125	178	75	3.75	0.863	มาก	2
ภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด						3.57	0.633	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ด้านภาพรวมการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57, S.D. เท่ากับ 0.633 ซึ่ง
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดในเรื่องมหาวิทยาลัยที่เสนอให้ทุนสนับสนุนค่าเล่าเรียน
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80, S.D. เท่ากับ 0.961 รองลงมาคือข้อมูลมหาวิทยาลัยที่ได้จากอาจารย์หรือ
ศิษย์เก่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75, S.D. เท่ากับ 0.863

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ
ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ

ด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
ปัจจัยภายใน	3.79	0.679	มาก	1
ปัจจัยภายนอก	2.99	0.714	ปานกลาง	2
ภาพรวมด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	3.83	0.552	มาก	

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ในภาพรวมด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.82, S.D. เท่ากับ 0.552 ซึ่งผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความคิดเห็นในด้านปัจจัยภายในมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64, S.D. เท่ากับ
0.679 รองลงมาคือ ด้านปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ย 2.99, S.D. เท่ากับ 0.714

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจ
ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
เลือกเพราะต้องการวุฒิปริญญาโท	3	7	74	162	154	4.14	0.830	มาก	3
เลือกเพราะมีแผนการศึกษาต่อระดับ ปริญญาเอก	57	79	127	97	40	2.96	1.188	ปาน กลาง	6
เลือกเพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ	2	2	29	185	182	4.36	0.683	มาก	1
เลือกเพราะต้องการเลื่อนตำแหน่ง งานเมื่อสำเร็จการศึกษา	13	20	77	172	118	3.91	0.987	มาก	4
เลือกเพื่อต้องการช่องทางดำเนิน ธุรกิจเมื่อสำเร็จการศึกษา	22	28	57	156	137	3.90	1.119	มาก	5
เลือกเพราะต้องการประสบการณ์ใช้ ชีวิต และทำงานในต่างประเทศ	8	7	43	164	178	4.24	0.863	มาก	2
ภาพรวม						3.79	0.679	มาก	

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมด้านปัจจัยภายในอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91, S.D. เท่ากับ 0.679 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุด คือเลือกเพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.36, S.D. เท่ากับ 0.683 รองลงมาคือ เลือกเพราะต้องการประสบการณ์ใช้ชีวิตและทำงานในต่างประเทศมีโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.24, S.D. เท่ากับ 0.863

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
เลือกเพราะได้รับทุนการศึกษา	73	60	110	77	80	3.08	1.368	ปานกลาง	2
เลือกเพราะความต้องการของครอบครัว	61	65	127	115	32	2.98	1.176	ปานกลาง	4
เลือกเพราะคำแนะนำจากอาจารย์หรือศิษย์เก่า	37	34	161	144	24	3.06	1.027	ปานกลาง	3
เลือกเพราะความต้องการของตลาดแรงงาน	28	49	132	133	58	3.36	1.090	ปานกลาง	1
เลือกเพราะสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย	36	97	173	88	6	2.83	0.925	ปานกลาง	5
เลือกเพราะคนในครอบครัวจบการศึกษาจากต่างประเทศ	92	98	102	82	26	2.63	1.223	ปานกลาง	6
รวมภายนอก						2.99	0.714	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามภาพรวมด้านปัจจัยภายนอกอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99, S.D. เท่ากับ 0.714 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุด คือเลือกเพราะความต้องการของตลาดแรงงานมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.36, S.D. เท่ากับ 1.090 รองลงมาคือ เลือกเพราะได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.08, S.D. เท่ากับ 1.392

ส่วนที่ 3 ทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน ส่วนผสมทางการตลาด โดยจำแนกตามพื้นฐานประชากร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ t-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนี้ (Independent sample t-test) และ One-Way ANOVA(One-Way Analysis of Variance)

สมมติฐานที่ 1 พื้นฐานประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 พื้นฐานประชากรด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยมีเพศที่แตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	4.03	0.455	2.779	398	0.006*
	หญิง	3.89	0.507			
ด้านราคา	ชาย	3.28	0.860	0.644	398	0.520
	หญิง	3.22	0.888			
ช่องทางการให้บริการ	ชาย	3.59	0.580	-2.232	398	0.026*
	หญิง	3.74	0.686			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	3.54	0.661	-0.589	398	0.557
	หญิง	3.58	0.616			
ภาพรวมปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ชาย	3.61	0.472	0.051	398	0.590
	หญิง	3.61	0.522			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีเพศที่แตกต่างกันและวิเคราะห์โดยใช้สถิติ t-test (Independent sample t-test) พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางให้บริการมีค่า P (Probability) เท่ากับ 0.006 และ 0.026 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการอย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 พื้นฐานประชากรด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.21 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีอายุที่แตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.731	3	0.244	1.003	0.392
	ภายในกลุ่ม	96.175	396	0.243		
	รวม	96.906	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	12.032	3	4.011	5.388	0.001*
	ภายในกลุ่ม	294.799	396	0.744		
	รวม	306.831	399			

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.558	3	1.519	3.645	0.013*
	ภายในกลุ่ม	165.065	396	0.417		
	รวม	169.624	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.625	3	0.208	0.519	0.670
	ภายในกลุ่ม	159.114	396	0.402		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.894	3	0.298	1.176	0.319
	ภายในกลุ่ม	100.339	396	0.253		
	รวม	101.232	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีอายุที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าปัจจัยด้านราคาและช่องทางการให้บริการมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และ 0.013 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันในด้านราคา และด้านช่องทางการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	19-22 ปี	23-26 ปี	27-30	31 ปีขึ้นไป
		2.99	3.22	3.33	3.66
19-22 ปี	2.99	-	-0.23 (0.051)	-0.34 (0.031*)	-0.66 (0.000*)
23-26 ปี	3.22	-	-	-0.10 (0.419)	-0.43 (0.003*)
27-30ปี	3.33	-	-	-	-0.33 (0.062)
31 ปีขึ้นไป	3.66	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็น ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามอายุพบว่า

กลุ่มที่มีอายุ 19-22 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 27-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.031 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่มีอายุ 19-22 ปี มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านราคาน้อยกว่า กลุ่มที่มีอายุ 27-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -0.34 และ -0.66

กลุ่มที่มีอายุ 23-26 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่มีอายุ 23-26 ปี มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านราคา น้อยกว่ากลุ่มที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -0.43

ตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	19-22 ปี	23-26 ปี	27-30ปี	31 ปีขึ้นไป
		3.75	3.75	3.46	3.57
19-22 ปี	3.75	-	0.00 (0.977)	0.28 (0.015*)	0.18 (0.160)
23-26 ปี	3.75	-	-	0.29 (0.003*)	0.18 (0.096)
27-30 ปี	3.46	-	-	-	-0.11 (0.420)
31 ปีขึ้นไป	3.57	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็น ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามอายุ พบว่า

กลุ่มที่มีอายุ 27-30 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 19-22 ปี และ 23-26 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 และ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่มีอายุ 27-30 ปีมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในช่องทางการให้บริการน้อยกว่ากลุ่มที่มีอายุ 19-22 ปี และ 23-26 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28 และ 0.29

สมมติฐานที่ 1.3 พื้นฐานประชากรด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกัน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยมีสถานภาพที่แตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	สถานภาพ	t-test for Equality of Means				
		\bar{X}	S.D.	t	df	P
ด้านผลิตภัณฑ์	โสด	3.93	0.481	-0.984	398	0.326
	สมรส	4.01	0.584			
ด้านราคา	โสด	3.21	0.872	-2.549	398	0.011*
	สมรส	3.57	0.859			
ช่องทางการให้บริการ	โสด	3.70	0.645	1.397	398	0.163
	สมรส	3.56	0.706			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	โสด	3.58	0.633	0.895	398	0.371
	สมรส	3.49	0.635			
ภาพรวมปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	โสด	3.60	-0.505	-0.609	398	0.543
	สมรส	3.65	0.494			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยมีเพศที่แตกต่างกัน วิเคราะห์โดยใช้สถิติ t-test (Independent sample t-test) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าด้านราคามีค่า P (Probability) เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และ ยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกันในด้านราคาอย่างมีนัยที่สำคัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 พื้นฐานประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.502	3	0.501	2.078	0.103
	ภายในกลุ่ม	95.404	396	0.241		
	รวม	96.906	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	12.008	3	4.003	5.376	0.001*
	ภายในกลุ่ม	294.823	396	0.745		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.575	3	0.192	0.449	0.718
	ภายในกลุ่ม	169.049	396	0.427		
	รวม	169.624	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.289	3	0.763	1.919	0.126
	ภายในกลุ่ม	157.45	396	0.398		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.403	3	0.468	1.855	0.137
	ภายในกลุ่ม	99.829	396	0.252		
	รวม	101.232	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งใช้สถิติความ

แปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าปัจจัยด้านราคามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันในด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี		กำลังศึกษาปริญญาโท	
	\bar{X}	จปปริญญาตรี	จปปริญญาโท	จปปริญญาโท
	3.11	3.16	3.30	3.78
กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	3.11	-	-0.19	-0.67
		(0.756)	(0.272)	(0.002*)
จบปริญญาตรี	3.16	-	-0.14	-0.14
			(0.170)	(0.000*)
กำลังศึกษาปริญญาโท	3.30	-	-	-0.48
				(0.005*)
จบปริญญาโท	3.78	-	-	-

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

กลุ่มที่จบปริญญาโท กับกลุ่มที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีจบปริญญาตรีและกลุ่มที่กำลังศึกษาปริญญาโท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002, 0.000 และ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบปริญญาโทมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านราคามากกว่ากลุ่มที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีจบปริญญาตรีและกลุ่มที่กำลังศึกษาปริญญาโทโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.67, -0.14 และ -0.48 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.5 พื้นฐานประชากรด้านสาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : สาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยสาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	5.175	10	0.517	2.194	0.017*
	ภายในกลุ่ม	91.731	389	0.236		
	รวม	96.906	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	39.534	10	3.953	5.753	0.000*
	ภายในกลุ่ม	267.297	389	0.687		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.119	10	0.712	1.704	0.078
	ภายในกลุ่ม	162.505	389	0.418		
	รวม	169.624	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	8.514	10	0.851	2.190	0.018*
	ภายในกลุ่ม	151.225	389	0.389		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.935	10	0.594	2.423	0.008*
	ภายในกลุ่ม	95.297	389	0.245		
	รวม	101.232	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีสาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน โดย ซึ่งใช้สถิติความ

แปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และภาพรวมการตลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.017, 0.000, 0.018 และ 0.008 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าสาขาวิชาที่จับต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และภาพรวมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จับ

สาขาวิชาที่จับ	การศึกษา	สังคมศาสตร์	รัฐศาสตร์	อักษรศาสตร์	กฎหมาย	เศรษฐศาสตร์	บริหารธุรกิจ	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	คอมพิวเตอร์	สาขาอื่น ๆ	
	\bar{x}	4.43	4.14	4.09	3.93	4.05	4.04	3.91	3.97	3.86	3.80	3.81
การศึกษา	4.43	-	0.29 (0.175)	0.33 (0.091)	0.49 (0.010*)	0.38 (0.085)	0.39 (0.023*)	0.51 (0.001*)	0.45 (0.019*)	0.56 (0.001*)	0.62 (0.001*)	0.61 (0.001*)
สังคมศาสตร์	4.14	-	-	0.04 (0.823)	0.21 (0.269)	0.09 (0.684)	0.10 (0.553)	0.23 (0.139)	0.17 (0.378)	0.27 (0.085)	0.33 (0.075)	0.33 (0.055)
รัฐศาสตร์	4.09	-	-	-	0.16 (0.329)	0.04 (0.823)	0.05 (0.702)	0.18 (0.154)	0.12 (0.467)	0.23 (0.088)	0.29 (0.085)	0.28 (0.056)
อักษรศาสตร์	3.93	-	-	-	-	-0.12 (0.533)	-0.11 (0.417)	0.02 (0.874)	-0.04 (0.808)	0.07 (0.607)	0.13 (0.432)	0.12 (0.400)
กฎหมาย	4.05	-	-	-	-	-	0.01 (0.952)	0.14 (0.383)	0.08 (0.682)	0.19 (0.259)	0.25 (0.200)	0.24 (0.173)
เศรษฐศาสตร์	4.04	-	-	-	-	-	-	0.13 (0.115)	0.07 (0.614)	0.18 (0.054)	0.24 (0.084)	0.23 (0.038*)
บริหารธุรกิจ	3.91	-	-	-	-	-	-	-	-0.06 (0.634)	0.05 (0.503)	0.11 (0.378)	0.10 (0.282)
วิทยาศาสตร์	3.97	-	-	-	-	-	-	-	-	0.11 (0.419)	0.17 (0.311)	0.16 (0.270)
วิศวกรรมศาสตร์	3.86	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.06 (0.629)	0.05 (0.596)
คอมพิวเตอร์	3.80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.01 (0.950)
อื่น ๆ	3.81	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จับพบว่ากลุ่มที่จับสาขาวิชาการศึกษากับกลุ่มที่จับสาขาวิชาอักษรศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์

คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.010, 0.023, 0.001, 0.019, 0.001, 0.001 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาการศึกษามีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาอักษรศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ คอมพิวเตอร์และสาขาวิชาอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49, 0.39, 0.51, 0.45, 0.56, 0.62 และ 0.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ

สาขาวิชาที่จบ	\bar{X}	การศึกษา	สังคมศาสตร์	รัฐศาสตร์	อักษรศาสตร์	กฎหมาย	เศรษฐศาสตร์	บริหารธุรกิจ	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	คอมพิวเตอร์	สาขาอื่น ๆ
		การศึกษา	4.19	-	1.15 (0.002*)	1.02 (0.002*)	2.48 (0.000*)	3.51 (0.069)	2.72 (0.000*)	3.31 (0.001*)	3.49 (0.034*)	3.30 (0.002*)
สังคมศาสตร์	3.03	-	-	-0.13 (0.689)	-0.55 (0.081)	-0.48 (0.187)	0.32 (0.252)	-0.28 (0.289)	-0.45 (0.160)	-0.26 (0.329)	-0.62 (0.054)	-0.38 (0.186)
รัฐศาสตร์	3.16	-	-	-	0.68 (0.17)	-0.35 (0.298)	0.45 (0.062)	-0.15 (0.506)	-0.32 (0.267)	-0.13 (0.564)	-0.49 (0.090)	-0.25 (0.318)
อักษรศาสตร์	2.48	-	-	-	-	-1.03 (0.002*)	-0.24 (0.304)	-0.83 (0.000*)	-1.01 (0.000*)	-0.82 (0.000*)	-1.18 (0.000*)	-0.94 (0.000*)
กฎหมาย	3.51	-	-	-	-	-	0.80 (0.006*)	0.20 (0.453)	0.03 (0.934)	0.22 (0.440)	-0.14 (0.668)	0.10 (0.749)
เศรษฐศาสตร์	2.27	-	-	-	-	-	-	-0.59 (0.000*)	-0.77 (0.001*)	-0.58 (0.000*)	-0.94 (0.000*)	-0.70 (0.000*)
บริหารธุรกิจ	3.31	-	-	-	-	-	-	-	-0.18 (0.407)	0.01 (0.913)	-0.35 (0.105)	-0.11 (0.501)
วิทยาศาสตร์	3.49	-	-	-	-	-	-	-	-	0.19 (0.398)	-0.17 (0.552)	0.07 (0.782)
วิศวกรรมศาสตร์	3.30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.36 (0.109)	-0.12 (0.489)
คอมพิวเตอร์	3.65	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.24 (0.337)
อื่น ๆ	3.42	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบพบว่า กลุ่มที่จบสาขาวิชาการศึกษากับกลุ่มที่จบสาขาวิชาสังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ อักษรศาสตร์ กฎหมาย เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002,

0.002, 0.000, 0.069, 0.000, 0.001, 0.034, 0.002, 0.107 และ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาการศึกษามีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านราคามากกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาสังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์อักษรศาสตร์กฎหมายเศรษฐศาสตร์บริหารธุรกิจวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.15, 1.02, 1.71, 0.67, 1.47, 0.88, 0.70, 0.89, 0.53 และ 0.77 ตามลำดับ

กลุ่มที่จบสาขาวิชาอักษรศาสตร์ กับกลุ่มที่จบสาขาวิชากฎหมายบริหารธุรกิจวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์คอมพิวเตอร์และสาขาวิชาอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.002, 0.000, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาอักษรศาสตร์มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านราคาน้อยกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชากฎหมาย บริหารธุรกิจวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.59, 0.77, 0.58, 0.94 และ 0.70 ตามลำดับ

กลุ่มที่จบสาขาวิชากฎหมาย กับกลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชากฎหมายมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านราคามากกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80

กลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ กับกลุ่มที่จบสาขาวิชาบริหารธุรกิจวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.001, 0.000, 0.000 และ 0.000 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านราคาน้อยกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.59, 0.77, 0.58, 0.94 และ 0.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ

สาขาวิชาที่จบ	\bar{x}	การ	สังคม	รัฐ	อักษร	กฎ	เศรษฐ	บริหาร	วิทยา	วิศวกรรม	คอม	สาขา
		ศึกษา	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	หมาย	ศาสตร์	ธุรกิจ	ศาสตร์	กรรม	พิวเตอร์	วิชาอื่น ๆ
		3.70	3.70	3.58	3.40	3.89	3.29	3.59	3.68	3.49	3.68	3.81
การศึกษา	3.70	-	0.00	0.12	0.30	-0.19	0.41	0.11	0.02	0.21	0.02	-0.11
			(0.987)	(0.628)	(0.217)	(0.502)	(0.061)	(0.597)	(0.948)	(0.314)	(0.948)	(0.612)
สังคมศาสตร์	3.70	-	-	0.13	0.31	-0.18	0.41	0.11	0.02	0.22	0.02	-0.11
				(0.65)	(0.197)	(0.502)	(0.049*)	(0.564)	(0.932)	(0.284)	(0.932)	(0.613)
รัฐศาสตร์	3.58	-	-	-	0.18	-0.31	0.29	-0.01	-0.11	0.09	-0.11	-0.24
					(0.395)	(0.219)	(0.114)	(0.932)	(0.627)	(0.601)	(0.627)	(0.214)
อักษรศาสตร์	3.40	-	-	-	-	-0.49	0.10	-0.20	-0.29	-0.09	-0.29	-0.42
						(0.046)*	(0.550)	(0.208)	(0.173)	(0.575)	(0.173)	(0.022)
กฎหมาย	3.89	-	-	-	-	-	0.59	0.30	0.20	0.40	0.20	0.07
							(0.006*)	(0.148)	(0.413)	(0.058)	(0.413)	(0.745)
เศรษฐศาสตร์	3.29	-	-	-	-	-	-	-0.30	-0.39	-0.20	-0.39	-0.52
								(0.004)*	(0.027*)	(0.094)	(0.027)*	(0.000)*
บริหารธุรกิจ	3.59	-	-	-	-	-	-	-	-0.09	0.10	-0.90	0.22
									(0.566)	(0.244)	(0.566)	(0.065)
วิทยาศาสตร์	3.68	-	-	-	-	-	-	-	-	0.20	0.00	-0.13
										(0.244)	(1.000)	0.483)
วิศวกรรมศาสตร์	3.49	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.20	-0.33
											(0.244)	(0.013*)
คอมพิวเตอร์	3.68	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.13
												(0.483)
อื่น ๆ	3.81	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ พบว่า

กลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ กับกลุ่มที่จบสาขาวิชาสังคมศาสตร์ และสาขาวิชากฎหมาย พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 และ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาสังคมศาสตร์ และสาขาวิชากฎหมาย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41 และ 0.59

กลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ กับกลุ่มที่จบสาขาวิชาบริหารธุรกิจวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์และสาขาวิชาอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.004, 0.027, 0.027 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มีระดับความคิดเห็นที่มี

ผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.30, -0.39, -0.39 และ -0.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ

ด้านภาพรวมการตลาด	การ	สังคม	รัฐ	อักษร	กฎ	เศรษฐ	บริหาร	วิทยา	วิศวะ	คอม	สาขา	
	ศึกษา	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	หมาย	ศาสตร์	ธุรกิจ	ศาสตร์	กรรม	พิวเตอร์	วิชาอื่น ๆ	
	\bar{X}	3.95	3.62	3.63	3.36	3.78	3.42	3.63	3.69	3.55	3.82	3.73
การศึกษา	3.95	-	0.33 (0.124)	0.32 (0.115)	0.59 (0.003*) (0.455)	0.17 (0.455)	0.53 (0.002*) (0.48)	0.32 (0.48)	0.26 (0.197)	0.40 (0.17)	0.14 (0.522)	0.22 (0.223)
สังคมศาสตร์	3.62	-	-	-0.02 (0.925)	0.26 (0.175)	-0.17 (0.438)	0.19 (0.247)	-0.01 (0.932)	-0.08 (0.683)	0.07 (0.677)	-0.21 (0.280)	-0.12 (0.503)
รัฐศาสตร์	3.63	-	-	-	0.28 (0.106)	-0.15 (0.454)	0.21 (0.142)	0.01 (0.969)	-0.06 (0.728)	0.09 (0.534)	-0.19 (0.274)	-0.10 (0.519)
อักษรศาสตร์	3.36	-	-	-	-	-0.42 (0.030*) (0.637)	-0.06 (0.637)	-0.27 (0.29)	-0.34 (0.46)	-0.19 (0.145)	-0.46 (0.006*) (0.011*)	-0.37 (0.011*) (0.011*)
กฎหมาย	3.78	-	-	-	-	-	0.36 (0.037*) (0.339)	0.15 (0.339)	0.09 (0.650)	0.23 (0.160)	-0.04 (0.843)	0.05 (0.770)
เศรษฐศาสตร์	3.42	-	-	-	-	-	-	-0.21 (0.014*) (0.054)	-0.27 (0.054)	-0.13 (0.176)	-0.40 (0.005*) (0.005*)	-0.31 (0.006*) (0.006*)
บริหารธุรกิจ	3.63	-	-	-	-	-	-	-	-0.07 (0.607)	0.08 (0.259)	-0.19 (0.127)	-0.10 (0.283)
วิทยาศาสตร์	3.69	-	-	-	-	-	-	-	-	0.15 (0.277)	-0.13 (0.449)	-0.04 (0.802)
วิศวกรรมศาสตร์	3.55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.27 (0.041*) (0.080)	-0.18 (0.041*) (0.080)
คอมพิวเตอร์	3.82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.09 (0.536)
อื่น ๆ	3.73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบพบว่า

กลุ่มที่จบสาขาวิชาการศึกษากับกลุ่มที่จบสาขาวิชาอักษรศาสตร์และสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.003, 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาการศึกษามีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทใน

ต่างประเทศ ในด้านภาพรวมการตลาดมากกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาอักษรศาสตร์และสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.59 และ 0.53

กลุ่มที่จบสาขาวิชาอักษรศาสตร์กับกลุ่มที่จบสาขาวิชากฎหมาย คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.030, 0.006 และ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่จบสาขาวิชาอักษรศาสตร์มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านภาพรวมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชากฎหมาย คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42, 0.46 และ 0.37 ตามลำดับ

กลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ กับกลุ่มที่จบสาขาบริหารธุรกิจ คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.014, 0.005 และ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่จบสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านภาพรวมการตลาด น้อยกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21, 0.40, 0.31 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.6 พื้นฐานประชากรด้านเกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีเกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.889	3	1.630	7.013	0.000*
	ภายในกลุ่ม	92.017	396	0.232		
	รวม	96.906	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.546	3	0.515	0.669	0.572
	ภายในกลุ่ม	305.285	396	0.771		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.558	3	1.853	4.471	0.004*
	ภายในกลุ่ม	164.066	396	0.414		
	รวม	169.624	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.991	3	0.330	0.824	0.481
	ภายในกลุ่ม	158.748	396	0.401		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.864	3	0.621	2.476	0.061
	ภายในกลุ่ม	99.369	396	0.251		
	รวม	101.232	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีเกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการให้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.004 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าเกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ย	ต่ำกว่า 2.6				2.6-2.99				3.0-3.59				3.6 ขึ้นไป			
	\bar{x}	3.81	3.76	4.02	3.98											
ต่ำกว่า 2.6	3.81	-	0.05	-0.22	-0.17											
			(0.620)	(0.011*)	(0.072)											
2.6-2.99	3.76	-	-	-0.27	-0.22											
				(0.000*)	(0.044*)											
3.0-3.59	4.02	-	-	-	0.05											
					(0.430)											
3.6 ขึ้นไป	3.98	-	-	-	-											

ผลจากตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็น ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามเกรดเฉลี่ยพบว่า

กลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.6 กับกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.0-3.59 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.6 มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์น้อยกว่ากลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.0-3.59 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.22

กลุ่มที่มีเกรดต่ำกว่า 2.6-2.99 กับกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.0-3.59 และกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ย 3.6 ขึ้นไป พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.044 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.6-2.99 มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์น้อยกว่ากลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.0-3.59 และกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ย 3.6 ขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.27 และ -0.22

ตารางที่ 4.34 ผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามเกรดเฉลี่ย

ช่องทางการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย				
	ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	3.0-3.59	3.6 ขึ้นไป	
	\bar{x}	3.75	3.63	3.79	3.50
ต่ำกว่า 2.6	3.75	-	0.13 (0.321)	-0.04 (0.756)	0.26 (0.042*)
2.6-2.99	3.63	-	-	-0.16 (0.058)	0.13 (0.187)
3.0-3.59	3.79	-	-	-	0.29 (0.001*)
3.6 ขึ้นไป	3.50	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามเกรดเฉลี่ยพบว่า

กลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ย 3.6 ขึ้นไป กับกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.6 และกลุ่มที่มีเกรดระหว่าง 3.0-3.59 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.042 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ย 3.6 ขึ้นไปมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านช่องทางการให้บริการน้อยกว่ากลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.6 และกลุ่มที่มีเกรดระหว่าง 3.0- 3.59 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26 และ 0.29

สมมติฐานที่ 1.7 พื้นฐานประชากรด้านรายได้ต่อครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : รายได้ต่อครอบครัวที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยรายได้ครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการ	แหล่งความ	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แปรปรวน					
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.720	3	0.907	3.812	0.010*
	ภายในกลุ่ม	94.186	396	0.238		
	รวม	96.906	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	18.721	3	6.240	8.577	0.000*
	ภายในกลุ่ม	288.110	396	0.728		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.827	3	1.942	4.695	0.003*
	ภายในกลุ่ม	163.797	396	0.414		
	รวม	169.624	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.978	3	0.993	2.508	0.059
	ภายในกลุ่ม	156.761	396	0.396		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.517	3	1.172	4.751	0.003*
	ภายในกลุ่ม	97.715	396	0.247		
	รวม	101.232	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีรายได้ครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการให้บริการและภาพรวมการตลาดมีค่า Sig. เท่ากับ 0.010, 0.000, 0.003 และ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่ารายได้ครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาช่องทางให้บริการ และภาพรวมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน

รายได้ครอบครัวต่อเดือน		ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท	5 หมื่นแต่ไม่ เกิน 1 แสน บาท	1 แสนแต่ไม่ เกิน 5 แสน บาท	5 แสนบาท ขึ้นไป
	\bar{X}	3.74	3.95	3.99	3.95
ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท		3.74	-	-0.21 (0.009*)	-0.25 (0.001*) -0.21 (0.025*)
5 หมื่นแต่ไม่ เกิน 1 แสนบาท		3.95	-	-	-0.05 (0.415) 0.00 (0.957)
1 แสนแต่ไม่ เกิน 5 แสนบาท		3.99	-	-	-
5 แสนบาทขึ้นไป		3.95	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือนพบว่า กลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาท กับกลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 5 หมื่นบาทแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท, 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท และ 5 แสนบาทขึ้นไปพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.009, 0.001 และ 0.025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่ำกว่า 5 หมื่นบาทมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านผลิตภัณฑ์น้อยกว่ากลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท, 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาทและ 5 แสนบาทขึ้นไปโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.21, -0.25 และ -0.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน

รายได้ครอบครัวต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5	5 หมื่นแต่ไม่	1 แสนแต่ไม่	5 แสนบาท
		หมื่นบาท	เกิน 1 แสน	เกิน 5 แสน	ขึ้นไป
		บาท	บาท	บาท	
	\bar{x}	3.26	3.51	3.18	2.82
ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท	3.26	-	-0.24 (0.078)	0.09 (0.159)	0.44 (0.008*)
5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	3.51	-	-	0.33 (0.001*)	0.69 (0.000*)
1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	3.18	-	-	-	0.36 (0.009*)
5 แสนบาทขึ้นไป	2.82	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือนพบว่า กลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ 5 แสนบาทขึ้นไป กับกลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาท, 5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท และ 1 แสนบาทแต่ไม่เกิน 5 แสนบาทพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.008, 0.000 และ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 5 แสนบาทขึ้นไปมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านราคาน้อยกว่ากลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาท, 5 หมื่นบาทแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท และ 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาทโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.44, 0.69 และ 0.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน

รายได้ครอบครัวต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5	5 หมื่นแต่ไม่	1 แสนแต่ไม่	5 แสนบาท
		หมื่นบาท	เกิน 1 แสนบาท	เกิน 5 แสนบาท	ขึ้นไป
		3.39	3.73	3.75	3.71
ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท	3.39	-	-0.35 (0.001*)	-0.36 (0.000*)	-0.32 (0.010*)
5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	3.73	-	-	0.01 (0.864)	0.02 (0.814)
1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	3.75	-	-	-	0.04 (0.709)
5 แสนบาทขึ้นไป	3.71	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือนพบว่า

กลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาท กับกลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท, 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท และกลุ่มครอบครัวที่มีรายได้ 5 แสนบาทขึ้นไป พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001, 0.000 และ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาท มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านช่องทางให้บริการ น้อยกว่ากลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท, 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท และกลุ่มครอบครัวที่มีรายได้ 5 แสนบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.35, -0.36 และ -0.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน

รายได้ครอบครัวต่อเดือน	ต่ำกว่า 5	5 หมื่นแต่ไม่	1 แสนแต่ไม่	5 แสนบาท	
	หมื่นบาท	เกิน 1 แสนบาท	เกิน 5 แสนบาท	ขึ้นไป	
	\bar{x}	3.46	3.72	3.62	3.48
ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท	3.46	-0.26	-0.17	-0.03	
		(0.001*)	(0.033*)	(0.785)	
5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	3.72		0.09	0.23	
			(0.117)	(0.005*)	
1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	3.62			0.14	
				(0.076)	
5 แสนบาทขึ้นไป	3.48	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็น ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือนพบว่า

กลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาท กับกลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท และกลุ่มครอบครัวที่มีรายได้ 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาทพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และ 0.033 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาท มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านภาพรวมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท และกลุ่มครอบครัวที่มีรายได้ 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.26 และ -0.17 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.8 พื้นฐานประชากรด้านผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยที่ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.321	3	0.440	1.825	0.142
	ภายในกลุ่ม	95.585	396	0.241		
	รวม	96.906	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	13.367	3	4.456	6.013	0.001*
	ภายในกลุ่ม	293.464	396	0.741		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	10.508	3	3.503	8.718	0.000*
	ภายในกลุ่ม	159.115	396	0.402		
	รวม	169.624	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.405	3	1.468	3.743	0.011*
	ภายในกลุ่ม	155.334	396	0.392		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.769	3	0.590	2.348	0.072
	ภายในกลุ่ม	99.463	396	0.251		
	รวม	101.232	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.40 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าปัจจัยด้านราคา ช่องทางให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001, 0.000 และ 0.011 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความที่แตกต่างกันในด้านราคา ช่องทางให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน

ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน	บิดา-มารดา	ทุนการศึกษา	ญาติพี่น้อง	ตนเอง	
	\bar{x}	3.18	3.06	3.81	3.61
บิดา-มารดา	3.18	-	0.12 (0.449)	-0.64 (0.022*)	-0.43 (0.001*)
ทุนการศึกษา	3.06	-	-	-0.75 (0.015*)	-0.55 (0.003*)
ญาติพี่น้อง	3.81	-	-	-	0.20 (0.492)
ตนเอง	3.61	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนพบว่า

กลุ่มที่บิดา-มารดา เป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน กับกลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียน และกลุ่มที่สนับสนุนตนเอง พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่บิดา-มารดา เป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน มีระดับความคิดเห็นที่มี

ผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านราคาน้อยกว่ากลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียนและกลุ่มที่สนับสนุนตนเอง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.64 และ -0.43

กลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษากับกลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียน และกลุ่มที่สนับสนุนตนเองพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 และ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษามีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านราคาน้อยกว่า กลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียน และกลุ่มที่สนับสนุนตนเอง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.75 และ -0.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน

ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน	บิดา-มารดา ทุนการศึกษา ญาติพี่น้อง ตนเอง			
	\bar{x}			
บิดา-มารดา	3.76	-	0.42 (0.000*)	-0.27 (0.181)
ทุนการศึกษา	3.35	-	-	-0.69 (0.003*)
ญาติพี่น้อง	4.04	-	-	-
ตนเอง	3.44	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนพบว่า

กลุ่มที่สนับสนุนตนเอง กับที่กลุ่มที่บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน และกลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียนพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่สนับสนุนตนเอง มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านช่องทางการให้บริการน้อยกว่ากลุ่มที่บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน และกลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33 และ 0.60

กลุ่มที่บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน กับกลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษา พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่บิดา-มารดา เป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทใน ต่างประเทศในด้านช่องทางให้บริการมากกว่ากลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42

กลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษา กับกลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียนพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษามีระดับ ความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านช่องทาง ให้บริการน้อยกว่ากลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.69

ตารางที่ 4.43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน

ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน	บิดา-มารดา ทุนการศึกษา ญาติพี่น้อง ตนเอง			
	\bar{x}			
บิดา-มารดา	3.61	-	0.36 (0.002*)	-0.12 (0.315)
ทุนการศึกษา	3.25	-	-	-0.48 (0.034*) (0.046*)
ญาติพี่น้อง	3.73	-	-	0.21 (0.335)
ตนเอง	3.52	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนพบว่า

กลุ่มที่บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน กับกลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษาพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

กลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษา กับกลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียนและกลุ่มที่สนับสนุนตนเอง พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 และ 0.046 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษา มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มที่ญาติพี่น้องสนับสนุนค่าเล่าเรียนและกลุ่มที่สนับสนุนตนเอง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.48 และ -0.27

สมมติฐานที่ 1.9 พื้นฐานประชากรด้านประเทศที่สนใจศึกษาต่อที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ประเทศที่สนใจศึกษาต่อที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : ประเทศที่สนใจศึกษาต่อที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยประเทศที่สนใจแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	12.798	5	2.560	11.990	0.000*
	ภายในกลุ่ม	84.109	394	0.213		
	รวม	96.906	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	7.595	5	1.519	2.000	0.078
	ภายในกลุ่ม	299.236	394	0.759		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.436	5	0.487	1.148	0.334
	ภายในกลุ่ม	167.187	394	0.424		
	รวม	169.624	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.398	5	0.080	0.197	0.964
	ภายในกลุ่ม	159.341	394	0.404		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.377	5	0.075	0.294	0.916
	ภายในกลุ่ม	100.855	394	0.256		
	รวม	101.232	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีประเทศที่สนใจที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าประเทศที่สนใจเพื่อศึกษาต่อแตกต่างกัน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความที่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.45 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามประเทศที่สนใจศึกษาต่อ

ประเทศที่สนใจศึกษาต่อ		สหรัฐ อเมริกา	สหราชอาณาจักร	ญี่ปุ่น	ออสเตรเลีย	เยอรมันนี	ประเทศ อื่น ๆ
	\bar{x}	3.83	4.07	3.71	3.68	3.40	3.38
สหรัฐอเมริกา	3.83	-	-0.25 (0.000*)	0.12 (0.290)	0.14 (0.109)	0.42 (0.009*)	0.45 (0.056)
สหราชอาณาจักร	4.07	-	-	0.36 (0.001*)	0.39 (0.000*)	0.67 (0.000*)	0.70 (0.003*)
ญี่ปุ่น	3.71	-	-	-	0.03 (0.838)	0.31 (0.098)	0.33 (0.187)
ออสเตรเลีย	3.68	-	-	-	-	0.28 (0.104)	0.31 (0.207)
เยอรมันนี	3.40	-	-	-	-	-	0.03 (0.920)
ประเทศอื่น ๆ	3.38	-	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามประเทศที่สนใจศึกษาต่อ พบว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหรัฐอเมริกากับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหราชอาณาจักรพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ

0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศสหรัฐอเมริกา มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหราชอาณาจักร โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.25

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหราชอาณาจักรกับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่นออสเตรเลีย เยอรมันนี และประเทศอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001, 0.000, 0.000 และ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อใน สหราชอาณาจักรมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่นออสเตรเลีย เยอรมันนี และประเทศอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36, 0.39, 0.67 และ 0.70 ตามลำดับ

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหรัฐอเมริกา กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในเยอรมันนี พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหรัฐอเมริกา มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในเยอรมันนี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42

สมมติฐานที่ 1.10 พื้นฐานประชากรด้านสาขาวิชาที่สนใจที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : สาขาวิชาที่สนใจที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาที่สนใจที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยที่สาขาวิชาที่สนใจแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.122	8	0.515	2.171	0.029*
	ภายในกลุ่ม	92.785	391	0.237		
	รวม	96.906	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	10.360	8	1.295	1.708	0.095
	ภายในกลุ่ม	296.471	391	0.758		
	รวม	306.831	399			

ตารางที่ 4.46 (ต่อ)

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการ	แหล่งความ	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แปรปรวน					
ช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.915	8	0.739	1.766	0.082
	ภายในกลุ่ม	163.709	391	0.419		
	รวม	169.624	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	9.514	8	1.189	3.095	0.002*
	ภายในกลุ่ม	150.225	391	0.384		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.585	8	0.448	1.724	0.077
	ภายในกลุ่ม	97.647	391	0.250		
	รวม	101.232	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.46 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยมีสาขาวิชาที่สนใจที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่า Sig. เท่ากับ 0.029 และ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าสาขาวิชาที่สนใจแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.47 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ

การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจ

สาขาวิชาที่สนใจ	\bar{X}	การ	สังคม	รัฐ	กฎหมาย	เศรษฐ	บริหารธุ	วิทยา	วิศวกรรม	สาขา
		ศึกษา	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	กิจ	ศาสตร์	กรรม	วิชา
									ศาสตร์	อื่น ๆ
	\bar{X}	3.84	4.15	4.16	4.06	4.11	3.93	4.17	3.67	3.92
การศึกษา	3.84	-	-0.30 (0.252)	-0.31 (0.161)	-0.21 (0.347)	-0.27 (0.184)	-0.09 (0.625)	-0.32 (0.173)	0.17 (0.380)	-0.08 (0.700)
สังคมศาสตร์	4.15	-	-	-0.01 (0.966)	0.09 (0.719)	0.03 (0.885)	0.22 (0.282)	-0.02 (0.935)	0.47 (0.032*)	0.23 (0.308)
รัฐศาสตร์	4.16	-	-	-	0.10 (0.625)	0.04 (0.807)	0.23 (0.115)	-0.01 (0.961)	0.48 (0.004*)	0.24 (0.168)
กฎหมาย	4.06	-	-	-	-	-0.06 (0.756)	0.13 (0.395)	-0.11 (0.616)	0.39 (0.028*)	0.14 (0.438)
เศรษฐศาสตร์	4.11	-	-	-	-	-	0.18 (0.096)	-0.05 (0.783)	0.44 (0.002*)	0.19 (0.181)
บริหารธุรกิจ	3.93	-	-	-	-	-	-	-0.24 (0.151)	0.26 (0.009*)	0.01 (0.927)
วิทยาศาสตร์	4.17	-	-	-	-	-	-	-	0.50 (0.009*)	0.25 (0.193)
วิศวกรรมศาสตร์	3.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.25 (0.067)
สาขาวิชาอื่น ๆ	3.92	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.47 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็น ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจพบว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาสังคมศาสตร์รัฐศาสตร์กฎหมายเศรษฐศาสตร์บริหารธุรกิจ และสาขาวิชาวิทยาศาสตร์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.032, 0.004, 0.028, 0.002, 0.009 และ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์น้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาสังคมศาสตร์รัฐศาสตร์กฎหมายเศรษฐศาสตร์บริหารธุรกิจ และสาขาวิชาวิทยาศาสตร์โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47, 0.48, 0.49, 0.44, 0.26 และ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด
ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ
จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจ

สาขาวิชาที่สนใจ	การ ศึกษา	สังคม ศาสตร์	รัฐ ศาสตร์	กฎ หมาย	เศรษฐ ศาสตร์	บริหารธุ รกิจ	วิทยา ศาสตร์	วิศวะ กรรม ศาสตร์	สาขา วิชา อื่น ๆ	
	\bar{X}	3.03	3.60	3.69	3.90	3.54	3.53	3.74	3.51	4.01
การศึกษา	3.03	-	-0.57 (0.088)	-0.66 (0.021*)	-0.87 (0.003*)	-0.50 (0.051)	-0.50 (0.026*)	-0.70 (0.020*)	-0.48 (0.056)	-0.98 (0.000*)
สังคมศาสตร์	3.60	-	-	-0.08 (0.788)	-0.29 (0.351)	0.07 (0.812)	0.08 (0.763)	-0.13 (0.687)	0.09 (0.735)	-0.41 (0.146)
รัฐศาสตร์	3.69	-	-	-	-0.21 (0.417)	0.15 (0.499)	0.16 (0.381)	-0.05 (0.859)	0.18 (0.408)	-0.33 (0.133)
กฎหมาย	3.90	-	-	-	-	0.36 (0.117)	0.37 (0.052)	0.16 (0.562)	0.39 (0.081)	-0.12 (0.601)
เศรษฐศาสตร์	3.54	-	-	-	-	-	0.01 (0.951)	-0.20 (0.418)	0.03 (0.883)	-0.48 (0.009*)
บริหารธุรกิจ	3.53	-	-	-	-	-	-	0.21 (0.320)	0.02 (0.886)	-0.49 (0.000*)
วิทยาศาสตร์	3.74	-	-	-	-	-	-	-	0.23 (0.342)	-0.28 (0.248)
วิศวกรรมศาสตร์	3.51	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.51 (0.003*)
สาขาวิชาอื่น ๆ	4.01	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.48 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจพบว่า กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาการศึกษา กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชารัฐศาสตร์กฎหมาย บริหารธุรกิจและวิทยาศาสตร์ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.021, 0.003, 0.026 และ 0.020 ซึ่งมิต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาการศึกษามีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชารัฐศาสตร์กฎหมาย บริหารธุรกิจและวิทยาศาสตร์ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.66, -0.87, -0.50 และ -0.70 ตามลำดับ

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาอื่น ๆ กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาการศึกษ เศรษฐศาสตร์บริหารธุรกิจและสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.009, 0.000 และ 0.003 ซึ่งมิต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อใน

สาขาวิชาอื่น ๆ มีระดับมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาการศึกษาศรีษฐศาสตร์และสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.98, -0.48, -0.49 และ -0.51 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.11 พื้นฐานประชากรด้านแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยที่แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.429	4	0.607	2.539	0.040*
	ภายในกลุ่ม	94.477	395	0.239		
	รวม	96.906	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	9.079	4	2.270	3.011	0.018*
	ภายในกลุ่ม	297.752	395	0.754		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	14.007	4	3.502	8.889	0.000*
	ภายในกลุ่ม	121.727	395	0.394		
	รวม	133.000	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.678	4	1.419	3.639	0.006*
	ภายในกลุ่ม	154.061	395	0.390		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.530	4	1.632	6.809	0.000*
	ภายในกลุ่ม	94.702	395	0.240		
	รวม	101.232	4			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.49 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีข้อมูลในการตัดสินใจที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านภาพรวมการตลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.040, 0.018, 0.000, 0.006 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าสาขาวิชาที่สนใจที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านภาพรวมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.50 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	อาจารย์ หรือเพื่อน	อื่น ๆ	
	\bar{X}	3.88	4.10	4.05	3.98	4.10
เว็บไซต์	3.88	-	-0.22 (0.063)	-0.17 (0.011*)	-0.10 (0.165)	-0.22 (0.323)
หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	4.10	-	-	0.05 (0.721)	0.12 (0.362)	0.00 (0.996)
ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	4.05	-	-	-	0.07 (0.406)	-0.05 (0.837)
อาจารย์ หรือเพื่อน	3.98	-	-	-	-	-0.12 (0.601)
อื่น ๆ	4.10	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.50 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจพบว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์กับกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ ในการตัดสินใจ พบว่ามีค่า Sig.

เท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจ มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านผลิตภัณฑ์น้อยกว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ ในการตัดสินใจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.17

ตารางที่ 4.51 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	อาจารย์หรือเพื่อน	อื่น ๆ
\bar{x}	3.14	3.27	3.47	3.46	3.08
เว็บไซต์	3.14	-0.13 (0.518)	-0.33 (0.006*)	-0.32 (0.012*)	0.06 (0.876)
หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	3.27	-	-0.20 (0.382)	-0.19 (0.415)	0.19 (0.656)
ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	3.47	-	-	0.01 (0.949)	0.39 (0.331)
อาจารย์หรือเพื่อน	3.46	-	-	-	0.38 (0.346)
อื่น ๆ	3.08	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.51 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจพบว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจกับกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 และ 0.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจ มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านราคาน้อยกว่ากลุ่มที่

ใช้ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.33 และ -0.32

ตารางที่ 4.52 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านช่องทางให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	\bar{x}	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	อาจารย์หรือเพื่อน	อื่น ๆ
		3.55	4.09	3.97	3.83	3.65
เว็บไซต์	3.55	-	-0.53 (0.000*)	-0.41 (0.000*)	-0.28 (0.003*)	0.00 (0.989)
หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	4.09	-	-	0.12 (0.460)	0.25 (0.127)	0.54 (0.090)
ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	3.97	-	-	-	0.13 (0.236)	0.48 (0.154)
อาจารย์ หรือเพื่อน	3.83	-	-	-	-	0.28 (0.336)
อื่น ๆ	3.55	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.52 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจพบว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจกับกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจ มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านช่องทางให้บริการน้อยกว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.53, - 0.41 และ -0.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด
ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูล
ในการตัดสินใจ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	\bar{x}	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อ พิมพ์แนะนำ มหาวิทยาลัย	ศูนย์ แนะ แนว ต่าง ๆ	อาจารย์ หรือ เพื่อน	อื่น ๆ
		3.48	3.74	3.77	3.61	3.85
เว็บไซต์	3.48	-	-0.25 (0.090)	-0.29 (0.001*)	-0.12 (0.175)	-0.37 (0.195)
หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	3.74	-	-	-0.04 (0.819)	0.13 (0.435)	-0.11 (0.719)
ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	3.77	-	-	-	0.17 (0.137)	-0.08 (0.793)
อาจารย์ หรือเพื่อน	3.61	-	-	-	-	-0.24 (0.406)
อื่น ๆ	3.85	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.53 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจพบว่า กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจ กับกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจ มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ ในการตัดสินใจโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.29

ตารางที่ 4.54 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	\bar{X}	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	อาจารย์หรือเพื่อน	อื่น ๆ
		3.51	3.80	3.81	3.72	3.64
เว็บไซต์	3.51	-	-0.28 (0.015*)	-0.30 (0.000*)	-0.21 (0.004*)	-0.13 (0.557)
หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	3.80	-	-	-0.02 (0.9893)	0.08 (0.5545)	0.15 (0.532)
ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	3.81	-	-	-	0.10 (0.276)	0.17 (0.451)
อาจารย์ หรือเพื่อน	3.72	-	-	-	-	0.08 (0.741)
อื่น ๆ	3.64	-	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.54 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจพบว่า กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจ กับกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015, 0.000 และ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจ มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านภาพรวมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย ข้อมูลจากจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.28, -0.30 และ -0.21

สมมติฐานที่ 2 พื้นฐานประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ t-test (Independent Sample t-test) และ One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.1 พื้นฐานประชากรด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.55 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน โดยที่เพศแตกต่างกัน

ปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	เพศ	\bar{x}	S.D.	t	df	Sig.
ปัจจัยภายใน	ชาย	3.67	0.606	-2.621	398	0.009*
	หญิง	3.85	0.711			
ปัจจัยภายนอก	ชาย	2.93	0.636	-1.173	398	0.241
	หญิง	3.02	0.755			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญ	ชาย	3.30	0.474	-2.440	398	0.015*
	หญิง	3.44	0.589			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.55 การทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ามีความน่าจะเป็น (Probability) ที่ 0.009 และ 0.015 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านปัจจัยภายใน และภาพรวมปัจจัยสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 พื้นฐานประชากรด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.56 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกันโดยที่อายุแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนสำคัญต่าง ๆ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ปัจจัยภายใน	ระหว่างกลุ่ม	8.271	3	2.757	6.209	0.000*
	ภายในกลุ่ม	175.827	396	0.444		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	0.129	3	0.043	0.084	0.969
	ภายในกลุ่ม	203.324	396	0.513		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	1.781	3	0.594	1.958	0.120
	ภายในกลุ่ม	120.059	396	0.303		
	รวม	121.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.56 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีอายุที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าด้านปัจจัยภายในมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกันในด้านปัจจัย

ภายในอย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.57 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ จำแนกตามอายุ

อายุ	19-22 ปี 23-26 ปี 27-30 ปี 31 ปีขึ้นไป				
	\bar{x}	3.88	3.86	3.49	3.60
19-22 ปี	3.88	-	0.02 (0.856)	0.39 (0.001*)	0.28 (0.030*)
23-26 ปี	3.86	-	-	0.37 (0.000*)	0.27 (0.017*)
27-30 ปี	3.49	-	-	-	-0.10 (0.457)
31 ปีขึ้นไป	3.60	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.57 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศ จำแนกตามอายุพบว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 19-22 ปี กับกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 27-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.001 และ 0.030 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 19-22 ปี มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านปัจจัยภายในมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 27-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39 และ 0.28

กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 23-26 ปี กับกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 27-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.000 และ 0.017 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 23-26 ปี มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านปัจจัยภายในมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 27-30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37 และ 0.27

สมมติฐานที่ 2.3 พื้นฐานประชากรด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.58 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน โดยที่สถานภาพแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	สถานภาพ	\bar{x}	S.D.	t	df	Sig.
ปัจจัยภายใน	โสด	3.81	0.676	2.254	398	0.025*
	สมรส	3.56	0.675			
ปัจจัยภายนอก	โสด	2.99	0.700	0.429	398	0.668
	สมรส	2.94	0.834			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญ	โสด	3.40	0.543	1.659	398	0.098
	สมรส	3.25	0.617			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.58 การทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ด้านปัจจัยภายในมีค่า P (Probability) 0.025 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกันในด้านปัจจัยภายในอย่างมีนัยที่ค่าทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 พื้นฐานประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.59 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน โดยที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ปัจจัยภายใน	ระหว่างกลุ่ม	1.978	3	0.659	1.434	0.233
	ภายในกลุ่ม	182.120	396	0.460		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	0.919	3	0.306	0.599	0.616
	ภายในกลุ่ม	202.534	396	0.511		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	0.806	3	0.269	0.879	0.452
	ภายในกลุ่ม	121.034	396	0.306		
	รวม	121.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.59 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) และพบว่าทุกด้านมีค่า Sig. ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 พื้นฐานประชากรด้านสาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศที่แตกต่างกัน

H_0 : สาขาวิชาที่จบที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาที่จบที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.60 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยที่สาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ปัจจัยภายใน	ระหว่างกลุ่ม	10.281	10	1.028	2.301	0.012*
	ภายในกลุ่ม	173.817	389	0.447		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	4.632	10	0.463	0.906	0.527
	ภายในกลุ่ม	198.821	389	0.511		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	4.635	10	0.463	1.538	0.124
	ภายในกลุ่ม	117.205	389	0.301		
	รวม	121.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.60 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีสาขาวิชาที่จบที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) พบว่าปัจจัยภายใน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า สาขาวิชาที่จบแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศที่แตกต่างกันในด้านปัจจัยภายใน

อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.61 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ

สาขาวิชาที่จบ	\bar{X}	การ	สังคม	รัฐ	อักษร	กฎ	เศรษฐ	บริหาร	วิทยา	วิศวะ	คอม	สาขา
		ศึกษา	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	หมาย	ศาสตร์	ธุรกิจ	ศาสตร์	กรรม	พิวเตอร์	วิชาอื่น ๆ
		3.53	3.64	3.80	3.98	3.73	3.83	3.79	3.67	3.58	4.24	4.02
การศึกษา	3.53	-	-0.10 (0.724)	-0.27 (0.319)	-0.45 (0.090)	-0.20 (0.504)	-0.30 (0.204)	-0.26 (0.242)	-0.13 (0.617)	-0.05 (0.836)	-0.70 (0.009*)	-0.49 (0.044*)
สังคมศาสตร์	3.64	-	-	-0.17 (0.527)	-0.35 (0.178)	-0.10 (0.740)	-0.19 (0.388)	-0.15 (0.464)	-0.03 (0.907)	0.06 (0.794)	-0.60 (0.021*)	-0.38 (0.100)
รัฐศาสตร์	3.80	-	-	-	-0.18 (0.435)	0.07 (0.799)	-0.03 (0.886)	0.01 (0.943)	0.14 (0.561)	0.22 (0.229)	-0.43 (0.064)	-0.22 (0.285)
อักษรศาสตร์	3.93	-	-	-	-	0.25 (0.347)	0.15 (0.413)	0.19 (0.250)	0.31 (0.165)	0.40 (0.023*)	-0.25 (0.262)	-0.04 (0.843)
กฎหมาย	3.73	-	-	-	-	-	-0.10 (0.679)	-0.06 (0.797)	0.07 (0.803)	0.15 (0.496)	-0.50 (0.060)	-0.29 (0.235)
เศรษฐศาสตร์	3.83	-	-	-	-	-	-	0.04 (0.718)	0.16 (0.389)	0.25 (0.046*)	-0.41 (0.033*)	-0.19 (0.210)
บริหารธุรกิจ	3.79	-	-	-	-	-	-	-	0.12 (0.474)	0.21 (0.029*)	-0.45 (0.010*)	-0.23 (0.074)
วิทยาศาสตร์	3.67	-	-	-	-	-	-	-	-	0.09 (0.630)	-0.57 (0.014*)	-0.35 (0.077)
วิศวกรรมศาสตร์	3.58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.66 (0.000*)	-0.44 (0.002*)
คอมพิวเตอร์	4.24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.22 (0.282)
อื่น ๆ	4.02	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.61 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่จบ พบว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาคอมพิวเตอร์กับกลุ่มที่จบสาขาวิชาการศึกษาศังคมศาสตร์เศรษฐศาสตร์บริหารธุรกิจวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.009, 0.021, 0.000, 0.010, 0.014 และ 0.033 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านปัจจัยภายในมากกว่ากับกลุ่มที่จบสาขาวิชาการศึกษา สังคมศาสตร์เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.70, -0.60, -0.41, -0.45, -0.57 และ -0.66 ตามลำดับ

กลุ่มที่จบสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์กับกลุ่มที่จบสาขาวิชาบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และอักษรศาสตร์ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.023, 0.046 และ 0.029 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านปัจจัยภายในน้อยกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และอักษรศาสตร์โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21, 0.25 และ 0.40

กลุ่มที่จบสาขาวิชาอื่น ๆ กับกลุ่มที่จบสาขาวิชาการศึกษา และวิศวกรรมศาสตร์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.044 และ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ด้านปัจจัยภายในมากกว่ากลุ่มที่จบสาขาวิชาการศึกษาและวิศวกรรมศาสตร์โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.49 และ -0.44

สมมติฐานที่ 2.6 พื้นฐานประชากรด้านเกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_a : เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.62 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยที่เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ปัจจัยภายใน	ระหว่างกลุ่ม	5.271	3	1.757	3.891	0.009*
	ภายในกลุ่ม	178.826	396	0.452		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	1.255	3	0.418	0.819	0.484
	ภายในกลุ่ม	202.198	396	0.511		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	1.316	3	0.439	1.441	0.230
	ภายในกลุ่ม	120.525	396	0.304		
	รวม	121.840	399			

ผลจากตารางที่ 4.62 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีเกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) พบว่าด้านปัจจัยภายในมีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศที่แตกต่างกันด้านปัจจัยภายในอย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.63 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ย		ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	3.0-3.59	3.6 ขึ้นไป
	\bar{x}	3.80	3.68	3.90	3.63
ต่ำกว่า 2.6	3.80	-	0.12 (0.372)	-0.10 (0.411)	0.16 (0.210)
2.6-2.99	3.68	-	-	-0.22 (0.015*)	0.05 (0.650)
3.0-3.59	3.90	-	-	-	0.26 (0.003*)
3.6 ขึ้นไป	3.63	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.63 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามเกรดเฉลี่ย พบว่ากลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.6 -2.99 กับกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.0-3.59 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.6-2.99 มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศในด้านปัจจัยภายใน น้อยกว่ากลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.0-3.59 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.22

สมมติฐานที่ 2.7 พื้นฐานประชากรด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : รายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : รายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.64 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ปัจจัยภายใน	ระหว่างกลุ่ม	6.973	3	2.324	5.196	0.002*
	ภายในกลุ่ม	177.125	396	0.447		
	รวม	184.097	399			
ปัจจัยภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	1.289	3	0.430	0.842	0.472
	ภายในกลุ่ม	202.164	396	0.511		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	1.636	3	0.545	1.796	0.147
	ภายในกลุ่ม	120.204	396	0.304		
	รวม	121.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.64 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีรายได้ครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) พบว่าปัจจัยภายในมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่ารายได้ของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันในด้านปัจจัยภายใน อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.65 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายใน ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	5 แสนบาทขึ้นไป
	\bar{x} 3.46	3.80	3.85	3.86
ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท	3.46	-0.34 (0.002*)	-0.39 (0.000*)	-0.40 (0.002*)
5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	3.80		-0.05 (0.524)	-0.06 (0.578)
1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	3.85			-0.01 (0.919)
5 แสนบาทขึ้นไป	3.86			

ผลจากตารางที่ 4.65 ผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือนพบว่า กลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทกับกลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท, 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท และ 5 แสนบาทขึ้นไป พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.002, 0.000 และ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ในด้านปัจจัยภายในน้อยกว่า กลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 5 หมื่นแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท, 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาทและ 5 แสนบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.34, -0.39 และ -0.40 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.8 พื้นฐานประชากรด้านผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.66 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ปัจจัยภายใน	ระหว่างกลุ่ม	13.609	3	4.536	10.537	0.000*
	ภายในกลุ่ม	170.489	396	0.431		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	3.234	3	1.078	2.132	0.096
	ภายในกลุ่ม	200.219	396	0.506		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	6.686	3	2.229	7.664	0.000*
	ภายในกลุ่ม	115.155	396	0.291		
	รวม	121.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.66 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) พบว่าด้านปัจจัยภายในและภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศที่แตกต่างกัน ในด้านปัจจัย

ภายในและภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.67 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ จำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน

ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน	บิคา-มารดา ทุนการศึกษา ญาติ-พี่น้อง ตนเอง				
	\bar{x}	3.88	3.44	4.13	3.46
บิคา-มารดา	3.88	-	0.43 (0.000*)	-0.26 (0.222)	0.41 (0.000*)
ทุนการศึกษา	3.44	-	-	-0.69 (0.004*)	-0.02 (0.884)
ญาติ-พี่น้อง	4.13	-	-	-	0.67 (0.003*)
ตนเอง	3.46	-	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.67 ผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนพบว่ากลุ่มที่บิคา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนกับกลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษา พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่บิคา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศมากกว่ากลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษาโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43

กลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษากับกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนค่าเล่าเรียนจากญาติ-พี่น้อง พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ากลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษา มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศน้อยกว่ากลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนค่าเล่าเรียนจากญาติ-พี่น้องโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.69

กลุ่มที่สนับสนุนตนเอง กับกลุ่มที่บิคา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนและกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนค่าเล่าเรียนจากญาติ-พี่น้อง พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.003 หมายความว่า กลุ่ม

ที่สนับสนุนตนเองมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ น้อยกว่ากลุ่มที่บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน และกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนค่าเล่าเรียนจากญาติ-พี่น้อง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41 และ 0.67

ตารางที่ 4.68 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศ จำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน

ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน	บิดา-มารดา ทุนการศึกษา ญาติ-พี่น้อง ตนเอง			
	\bar{x}			
บิดา-มารดา	3.45	-	0.25 (0.012*)	-0.06 (0.720)
ทุนการศึกษา	3.21	-	-0.31 (0.113)	0.09 (0.450)
ญาติ-พี่น้อง	3.52	-	-	0.40 (0.032*)
ตนเอง	3.12	-	-	-

ผลจากตารางที่ 4.68 ผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนพบว่า กลุ่มที่บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน กับกลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษาและกลุ่มที่สนับสนุนด้วยตนเองพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.012 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่ได้รับทุนการศึกษา และกลุ่มที่สนับสนุนด้วยตนเอง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 และ 0.33

กลุ่มที่ญาติ-พี่น้องเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนกับกลุ่มที่สนับสนุนตนเอง พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.032 หมายความว่ากลุ่มที่ญาติ-พี่น้องเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียนมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่สนับสนุนตนเอง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.40

สมมติฐานที่ 2.9 พื้นฐานประชากรด้านประเทศที่สนใจศึกษาต่อที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ประเทศที่สนใจศึกษาต่อที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศที่แตกต่างกัน

H_1 : ประเทศที่สนใจศึกษาต่อที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.69 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศ โดยประเทศที่สนใจแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ปัจจัยภายใน	ระหว่างกลุ่ม	3.315	5	0.663	1.445	0.207
	ภายในกลุ่ม	180.783	394	0.459		
	รวม	184.097	399			
ปัจจัยภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	19.162	5	3.832	8.194	0.000*
	ภายในกลุ่ม	184.291	394	0.468		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	4.681	5	0.936	3.148	0.008*
	ภายในกลุ่ม	117.159	394	0.297		
	รวม	121.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.69 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีประเทศที่สนใจที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) พบว่าด้านปัจจัยภายนอกและภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.008 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าประเทศที่สนใจศึกษาต่อแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศที่แตกต่างกันในด้านปัจจัยภายนอก และภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.70 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามประเทศที่สนใจศึกษาต่อ

ประเทศที่สนใจศึกษาต่อ	\bar{X}	สหรัฐ	สหราชอาณาจักร	ญี่ปุ่น	ออสเตรเลีย	เยอรมันนี	ประเทศอื่น ๆ
		อเมริกา	อเมริกา	อเมริกา	อเมริกา	อเมริกา	อเมริกา
	3.10	3.10	2.93	2.32	3.44	2.91	3.25
สหรัฐอเมริกา	3.10	-	0.16 (0.053)	0.78 (0.000*)	-0.34 (0.010*)	0.19 (0.428)	-0.15 (0.661)
สหราชอาณาจักร	2.93	-	-	0.62 (0.000*)	-0.51 (0.000*)	0.03 (0.908)	-0.32 (0.361)
ญี่ปุ่น	2.32	-	-	-	-1.12 (0.000*)	-0.59 (0.031*)	-0.93 (0.013*)
ออสเตรเลีย	3.44	-	-	-	-	0.53 (0.036*)	0.19 (0.595)
เยอรมันนี	2.91	-	-	-	-	-	-0.34 (0.405)
ประเทศอื่น ๆ	3.25	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.70 ผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามประเทศที่สนใจศึกษาต่อพบว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหรัฐอเมริกา กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลีย พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหรัฐอเมริกา มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก น้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศ ญี่ปุ่น และ มากกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลีย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.78 และ -0.34

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหราชอาณาจักร กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศญี่ปุ่น และ กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลีย พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหราชอาณาจักร มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอกมากกว่า กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศญี่ปุ่น และน้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลีย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.62 และ -0.51

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่น กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศออสเตรเลีย เยอรมันนี และประเทศอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.003 และ 0.013 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก น้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศออสเตรเลีย เยอรมันนี และประเทศอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.12, -0.59 และ -0.93 ตามลำดับ

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่น กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในเยอรมันนีและกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.031 และ 0.013 หมายความว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่นมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก น้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในเยอรมันนีและกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศอื่น ๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.59 และ -0.93 ตามลำดับ

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลีย กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในเยอรมันนี พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.036 หมายความว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลีย มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก มากกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในประเทศเยอรมันนี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

ตารางที่ 4.71 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามประเทศที่สนใจศึกษาต่อ

ประเทศที่สนใจศึกษาต่อ	สหรัฐ	สหราชอาณาจักร	ญี่ปุ่น	ออสเตรเลีย	เยอรมัน	ประเทศอื่น ๆ	
	อเมริกา	อเมริกา					
	\bar{x}	3.41	3.38	3.10	3.63	3.10	3.42
สหรัฐอเมริกา	3.41	0.03	0.30	-0.22	0.30	-0.01	
		(0.661)	(0.022*)	(0.035*)	(0.110)	(0.972)	
สหราชอาณาจักร	3.38		0.27	-0.25	0.28	-0.04	
			(0.028*)	(0.009*)	(0.137)	(0.887)	
ญี่ปุ่น	3.10			-0.53	0.00	-0.31	
				(0.000*)	(0.995)	(0.293)	
ออสเตรเลีย	3.63				0.53	0.21	
					(0.009*)	(0.456)	
เยอรมัน	3.10					-0.31	
						(0.337)	
ประเทศอื่น ๆ	3.42						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.71 ผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามประเทศที่สนใจศึกษาต่อพบว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหรัฐอเมริกา กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่นและกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลียพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 และ 0.035 หมายความว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหรัฐอเมริกามีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่นและน้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลียโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 และ -0.22

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหราชอาณาจักรกับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่น และกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลียพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.028 และ 0.009 หมายความว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในสหราชอาณาจักรมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่นและน้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลียโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27 และ -0.25

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่น กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลียพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในญี่ปุ่นมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ น้อยกว่ากลุ่มที่สนใจศึกษา ต่อในออสเตรเลียโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.53

กลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลีย กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในเยอรมันนี้ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 หมายความว่ากลุ่มที่สนใจศึกษาต่อในออสเตรเลียมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่สนใจ ศึกษาต่อในเยอรมันนี้โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

สมมติฐานที่ 2.10 พื้นฐานประชากรด้านสาขาวิชาที่สนใจที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : สาขาวิชาที่สนใจแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาที่สนใจแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.72 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อในต่างประเทศโดยที่สาขาวิชาที่สนใจแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ปัจจัยภายใน	ระหว่างกลุ่ม	6.568	8	0.821	1.808	0.074
	ภายในกลุ่ม	177.530	391	0.454		
	รวม	184.097	399			
ปัจจัยภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	8.871	8	1.109	2.228	0.025*
	ภายในกลุ่ม	194.582	391	0.498		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	2.834	8	0.354	1.164	0.320
	ภายในกลุ่ม	119.007	391	0.304		
	รวม	121.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.72 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีสาขาวิชาที่สนใจที่แตกต่างกันซึ่งใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) พบว่าด้านปัจจัยภายในปัจจัยภายนอกมีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าสาขาวิชาที่สนใจแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศที่แตกต่างกันในด้านปัจจัยภายนอก อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.73 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจ

สาขาวิชาที่สนใจ	การ ศึกษา	สังคม ศาสตร์	รัฐศาสตร์	กฎหมาย	เศรษฐ ศาสตร์	บริหาร ธุรกิจ	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรม ศาสตร์	สาขา อื่น ๆ	
	\bar{x}	3.00	2.72	3.19	3.30	2.79	3.02	3.19	2.54	3.04
การศึกษา	3.00	-	0.28 (0.466)	-0.19 (0.546)	-0.30 (0.356)	0.21 (0.482)	-0.02 (0.936)	-0.19 (0.589)	0.46 (1.109)	-0.04 (0.889)
สังคมศาสตร์	2.72	-	-	-0.47 (0.181)	-0.58 (0.106)	-0.07 (0.827)	-0.30 (0.307)	-0.46 (0.214)	0.18 (0.574)	-0.32 (0.322)
รัฐศาสตร์	3.19	-	-	-	-0.11 (0.713)	0.40 (0.117)	0.17 (0.402)	0.01 (0.976)	0.65 (0.008*)	0.15 (0.533)
กฎหมาย	3.30	-	-	-	-	0.51 (0.053)	0.28 (0.193)	0.12 (0.710)	0.76 (0.003*)	0.26 (0.303)
เศรษฐศาสตร์	2.79	-	-	-	-	-	-0.23 (0.157)	-0.39 (0.164)	0.25 (0.223)	-0.25 (0.239)
บริหารธุรกิจ	3.02	-	-	-	-	-	-	-0.17 (0.490)	-0.02 (0.001*)	0.48 (0.893)
วิทยาศาสตร์	3.19	-	-	-	-	-	-	-	0.64 (0.019*)	0.15 (0.597)
วิศวกรรมศาสตร์	2.54	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.50 (0.012*)
สาขาวิชาอื่น ๆ	3.04	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.73 ผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจพบว่ากลุ่มที่สนใจในสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์ กับกลุ่มที่สนใจในสาขารัฐศาสตร์กฎหมายบริหารธุรกิจ และวิทยาศาสตร์

พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.008, 0.003, 0.001 และ 0.019 หมายความว่า กลุ่มที่สนใจในสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ด้านปัจจัยภายนอกน้อยกว่ากลุ่มที่สนใจในสาขารัฐศาสตร์ กฎหมาย บริหารธุรกิจ และวิทยาศาสตร์ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.64, 0.76, -0.02 และ 0.64 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.11 พื้นฐานประชากรด้านแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : แหล่งรับทราบข้อมูลของมหาวิทยาลัยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

H_1 : แหล่งรับทราบข้อมูลของมหาวิทยาลัยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.74 แสดงผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในต่างประเทศโดยที่แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจแตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ปัจจัยภายใน	ระหว่างกลุ่ม	15.641	4	3.910	9.169	0.000*
	ภายในกลุ่ม	168.456	395	0.426		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	4.501	4	1.125	2.234	0.065
	ภายในกลุ่ม	198.952	395	0.504		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	8.783	4	2.196	7.672	0.000*
	ภายในกลุ่ม	113.057	395	0.286		
	รวม	121.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.74 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในต่างประเทศโดยมีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจที่แตกต่างกันและใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (One-Way Analysis of Variance) พบว่าด้านปัจจัยภายใน

และภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศที่แตกต่างกัน ในด้านปัจจัยภายใน และภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องทดสอบด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 4.75 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	อาจารย์หรือเพื่อน	อื่น ๆ	
	\bar{x}	3.65	4.20	4.10	3.89	3.63
เว็บไซต์	3.65	-	-0.55 (0.000*)	-0.46 (0.000*)	-0.24 (0.012*)	0.01 (0.962)
หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	4.20	-	0.10 (0.560)	0.31 (0.070)	0.57 (0.084)	
ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	4.10	-	-	0.22 (0.066)	0.47 (0.121)	
อาจารย์ หรือเพื่อน	3.89	-	-	-	0.25 (0.403)	
อื่น ๆ	3.63	-	-	-	-	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.75 ผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นกับด้านปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจพบว่า กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจ กับกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัยข้อมูลจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.012 หมายความว่า กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน

น้อยกว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย จากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.55, -0.46 และ -0.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.76 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ					
	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	อาจารย์หรือเพื่อน	แหล่งข้อมูลอื่น ๆ	
	\bar{X}	3.29	3.71	3.61	3.48	3.08
เว็บไซต์	3.29	-	-0.43 (0.001*)	-0.32 (0.000*)	-0.19 (0.013*)	0.20 (0.399)
หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย	3.71	-	-	0.11 (0.436)	0.23 (0.099)	0.63 (0.019*)
ศูนย์แนะแนวต่าง ๆ	3.61	-	-	-	0.13 (0.191)	0.52 (0.035*)
อาจารย์ หรือเพื่อน	3.48	-	-	-	-	0.40 (0.111)
อื่น ๆ	3.08	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.76 ผลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ พบว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจ กับกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัยข้อมูลจากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001, 0.000 และ 0.013 หมายความว่า กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ในการตัดสินใจมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ น้อยกว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย ข้อมูล-จากศูนย์แนะแนวต่าง ๆ และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.43, -0.32 และ -0.19 ตามลำดับ

กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจกับกลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 และ 0.035 หมายความว่า

กลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำมหาวิทยาลัย และข้อมูลจากอาจารย์หรือเพื่อนในการตัดสินใจมีระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศด้านภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่ใช้ข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ ในการตัดสินใจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.63 และ 0.52



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษาไว้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. การอภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.1 สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลประชากรด้านเพศพบว่าผู้ที่สนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 23-26 ปี อายุระหว่าง 27-30 ปี มีสถานภาพโสดจบปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00-3.59 ครอบครัวยังมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน สนใจศึกษาต่อในสหราชอาณาจักรในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ และใช้เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

ข้อมูลที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ด้านส่วนผสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านคุณภาพการเรียน-การสอนมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก รองลงมา คือเนื้อหาวิชาของหลักสูตร ส่วนด้านราคาพบว่าระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ด้านราคาค่าเล่าเรียนอยู่ในระดับมาก และมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ค่าครองชีพอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านช่องทางบริการพบว่าระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หอพัก ห้องสมุด สถานพยาบาลของมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมากและมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือระบบคมนาคมเพื่อเดินทางเข้า-ออกมหาวิทยาลัยซึ่งก็อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนในด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ด้านที่มหาวิทยาลัยเสนอให้ทุนสนับสนุนค่าเล่าเรียนอยู่ในระดับมากและมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านที่เป็นข้อมูลที่ได้จากอาจารย์หรือศิษย์เก่าอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

ข้อมูลที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ที่สนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ในด้านปัจจัยภายในพบว่าระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าเลือกเพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถอยู่ในระดับมากและมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก รองลงมาเลือกเพราะต้องการประสบการณ์ใช้ชีวิตและทำงานในต่างประเทศอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนด้านปัจจัยภายนอกพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าเลือกเพราะความต้องการของตลาดแรงงานอยู่ในระดับปานกลาง และมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเลือกเพราะได้รับทุนการศึกษาอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5.1 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานด้านส่วนผสมทางการตลาด

พื้นฐานประชากร	ด้าน	ด้านราคา	ด้านช่องทาง	ด้านส่งเสริม	ภาพรวม
เพศ	✓	-	✓	-	-
อายุ	-	✓	✓	-	-
สถานภาพ	-	✓	-	-	-
ระดับการศึกษา	-	✓	-	-	-
จบสาขาวิชา	✓	✓	-	✓	✓
เกรดเฉลี่ย	✓	-	✓	-	-
รายได้ครอบครัวต่อเดือน	✓	✓	✓	-	✓
ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน	-	✓	✓	✓	-
ประเทศที่สนใจศึกษาต่อ	✓	-	-	-	-
สาขาวิชาที่สนใจ	✓	-	-	✓	-
แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	✓	✓	✓	✓	✓

✓ คือ มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- คือ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลจากตารางที่ 5.1 สามารถสรุปและวิเคราะห์ผลพื้นฐานประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นในด้านส่วนผสมทางการตลาดได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยพื้นฐานประชากร ประกอบด้วย เพศ สาขาวิชาที่จบ เกรดเฉลี่ย รายได้ต่อครอบครัว ประเทศที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

ปัจจัยพื้นฐานประชากรประกอบด้วย อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบรายได้ ต่อครอบครัว ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นในด้านราคาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยพื้นฐานประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ เกรดเฉลี่ย รายได้ต่อครอบครัว ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นในด้านช่องทางให้บริการที่แตกต่างกัน

ปัจจัยพื้นฐานประชากรประกอบด้วย สาขาวิชาที่จบ ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน สาขาวิชาที่สนใจ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นในด้านส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน

ปัจจัยพื้นฐานประชากรประกอบด้วย สาขาวิชาที่จบรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือน และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านภาพรวมด้านส่วนผสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.2 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ

พื้นฐานประชากร	ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายนอก	ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่าง ๆ
เพศ	✓	-	✓
อายุ	✓	-	-
สถานภาพ	✓	-	-
ระดับการศึกษา	-	-	-
จบสาขาวิชา	✓	-	-
เกรดเฉลี่ย	✓	-	-
รายได้ต่อครอบครัว	✓	-	-
ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน	✓	-	✓
ประเทศที่สนใจศึกษาต่อ	-	✓	✓
สาขาวิชาที่สนใจ	-	✓	-
แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	✓	-	✓

✓ คือ มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
 - คือ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลจากตารางที่ 5.2 สามารถสรุปและวิเคราะห์ผลพื้นฐานประชากรแตกต่างกันผลต่อระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยพื้นฐานประชากรประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จบสาขาวิชา เกรดเฉลี่ย รายได้ ครอบครัวต่อเดือน ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยภายในแตกต่างกัน

ปัจจัยพื้นฐานประชากรประกอบด้วย ประเทศที่สนใจศึกษาต่อและสาขาวิชาที่สนใจแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยภายนอกแตกต่างกัน

ปัจจัยพื้นฐานประชากรประกอบด้วย เพศ ผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน ประเทศที่สนใจศึกษาต่อ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ มีผลต่อระดับความคิดเห็นในด้านภาพรวมปัจจัยต่าง ๆ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยพื้นฐานประชากรที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจด้านส่วนผสมทางการตลาด และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยพื้นฐานประชากรกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจว่ามีความแตกต่างกัน ซึ่งสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า และสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ผลจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 23-26 ปี สถานภาพโสดจบปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.00 -3.59 ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือน 1 แสนแต่ไม่เกิน 5 แสนบาท บิดา-มารดาเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน ประเทศที่สนใจศึกษาต่อคือสหราชอาณาจักร สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาจากเว็บไซต์

2. ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านคุณภาพการเรียนการสอน รองลงมาคือเนื้อหาวิชาของหลักสูตร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Arambewela & Hall (2008 : 134) รูปแบบของความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโทนานาชาติจากเอเชียพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของคุณภาพการสอน และบทบาทของอาจารย์ผู้สอนทั้งด้านวิชาการ และไม่เกี่ยวกับวิชาการ รวมถึงหลักสูตรในการศึกษาในแง่ของรายละเอียดของเนื้อหา และคุณภาพการวิจัยระหว่างประเทศ ส่วนในด้านราคาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมราคาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความคิดเห็นในมากที่สุดในด้านราคาค่าเล่าเรียนรองลงมาคือค่าครองชีพแต่ละมหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับ Chen (2007: บทคัดย่อ) ตัวเลือกสถาบันระดับ

บัณฑิตศึกษาของประเทศแคนาดาของนักเรียนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นกับมหาวิทยาลัยในสหราชอาณาจักรโดยพิจารณาว่ามีคุณภาพการศึกษาที่สูง และให้ความคิดเห็นมากที่สุดก็คือ ด้านที่อยู่อาศัยค่าเล่าเรียนที่มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าประเทศอื่น ๆ และด้านช่องทางบริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หอพัก ห้องสมุด สถานพยาบาลของมหาวิทยาลัย และรองลงมาคือ ระบบคมนาคมเพื่อเดินทางเข้า-ออกมหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับ Arambewela & Hall (2008:130) รูปแบบของความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาโทนานาชาติจากที่มาจากเอเชียพบว่าทางเลือกของการศึกษาจะพิจารณาจากการเลือกประเทศเป็นอันดับแรก และสถาบันการศึกษาเป็นอันดับที่สอง ทั้งนี้มีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ-สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงปัจจัยความปลอดภัยไลฟ์สไตล์และค่าใช้จ่ายที่พักอาศัยการเดินทาง และการให้บริการเพื่อการขอวีซ่าที่มีศักยภาพ ส่วนในด้านส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านที่มหาวิทยาลัยเสนอให้ทุนสนับสนุนค่าเล่าเรียน รองลงมาคือข้อมูลมหาวิทยาลัยที่ได้จากอาจารย์หรือศิษย์เก่าซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ปรีชา ภูมิทอง (2550 : 23-27) การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวการลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่าง ๆ กล่าวคือมหาวิทยาลัยที่เสนอทุนค่าเล่าเรียนให้ เป็นการโฆษณาเพื่อจูงใจให้กับกลุ่มที่สนใจศึกษาต่อได้ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อได้ง่าย และเป็นการเพิ่มจำนวนนักศึกษาที่ดีมีคุณภาพให้เข้าไปศึกษาในสถาบันของตนเองมากขึ้น

3. ปัจจัยสำคัญต่าง ๆ พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมปัจจัยภายในอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ เลือกเพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ รองลงมาคือเลือกเพราะต้องการประสบการณ์ใช้ชีวิตและทำงานในต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mpinganjira (2009 : บทคัดย่อ) การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่เรียนต่อต่างประเทศซึ่งพบว่าอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการศึกษาในต่างประเทศและปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับเงินใจต่าง ๆ ในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะมองหาโอกาสที่จะสามารถก้าวหน้าในอาชีพเมื่อหลังสำเร็จการศึกษาที่ซึ่งมีคุณภาพสูงเป็นที่ยอมรับทั่วโลก และยังเป็นประสบการณ์ที่ได้ศึกษาต่อในต่างประเทศอีกด้วย ส่วนในด้านปัจจัยภายนอกพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือเลือกเพราะความต้องการของตลาดแรงงาน รองลงมาคือเลือกเพราะได้รับทุนการศึกษาซึ่งสอดคล้องกับ Wiers-Jenssen (2006 : บทคัดย่อ) ผลกระทบของการศึกษานานาชาติของการทำงานใน

ระยะแรก ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์การศึกษาจากต่างประเทศนั้นมีผลกระทบต่อทั้งบวกและลบเกี่ยวกับตลาดแรงงาน การเปลี่ยนแปลงการทำงานสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาในประเทศมักจะมี ความราบรื่นในการทำงานมากกว่าสำหรับผู้ที่ยังจบการศึกษาระดับสูงในต่างประเทศ แต่ผู้ที่ได้รับการศึกษาในต่างประเทศนั้นได้รับค่าแรงที่สูงกว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในประเทศ

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลจากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ผู้ศึกษาได้มีข้อคิดเห็นและเสนอแนะดังนี้

1. ส่วนผสมทางการตลาด ในด้านราคา ควรเน้นการให้ข้อมูลกับกลุ่มที่จบปริญญาโท กลุ่มที่สาขาวิชาการศึกษากลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5 หมื่นบาทโดยแนะนำมหาวิทยาลัย ที่มีค่าเล่าเรียน- ค่าที่พักและค่าครองชีพไม่สูงมาก เพื่อให้ลูกค้ายุคนี้ได้มีช่องทางและโอกาสในการตัดสินใจเลือกเพื่อศึกษาต่อปริญญาโทในต่างประเทศด้วยงบประมาณที่ไม่สูงมากจนเกินไปเพราะว่า แนวโน้มที่มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในต่างประเทศ จะขึ้นราคาค่าเล่าเรียนและค่าที่พักในทุก ๆ ปี

2. ปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ในด้านปัจจัยภายนอก ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยให้ครอบคลุมพื้นที่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ให้มากขึ้น เช่นการทำ Social Network ระหว่างผู้ที่สนใจศึกษาต่อต่างประเทศ และมหาวิทยาลัย หรือตัวแทนต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เพื่อใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารไปกลับ เช่น Facebook Twister Widow live และอื่น ๆ การติดบอร์ดประชาสัมพันธ์ในเขตมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทำสื่อโฆษณา-มีเดีย (Media) การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ ตามสถานีรถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT การทำใบปลิว-แผ่นพับแนะนำหลักสูตรในที่ ที่มีคนเดินพลุกพล่านทำลิงค์ที่สามารถเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ที่มีความนิยมในปัจจุบันให้สามารถเชื่อมต่อถึงข้อมูลมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับในเมืองไทยได้ การลงโฆษณาในวารสารแนะนำมหาวิทยาลัยในสถาบันต่าง ๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้ เช่น British Council, IDP, ศูนย์สอบ TOEFL หรือสำนักงานข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) เป็นต้น

3. ด้านผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน ควรมีการจัดเตรียมข้อมูลในรายละเอียดแหล่งที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ราคาค่าเล่าเรียนค่าครองชีพ แหล่งอำนวยความสะดวกด้านอุปโภค และบริโภคช่องทางในการชำระค่าเล่าเรียน การคมนาคมเดินทางเข้าออกมหาวิทยาลัยให้เพียงพอสำหรับกลุ่มที่มีขีดความสามารถ และญาติพี่น้องเป็นผู้สนับสนุนค่าเล่าเรียน เพราะกลุ่มนี้มีระดับความคิดเห็นในด้านราคา ด้านช่องทางให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

4. กลุ่มที่จบในสาขาการศึกษา ควรมีการจัดเตรียมข้อมูลเนื้อหาหลักสูตร คุณภาพการเรียน-การสอน อันดับความมีชื่อเสียง คุณภาพงานวิจัย แหล่งที่ตั้งของมหาวิทยาลัยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่นที่พัก ห้องสมุด สถานพยาบาล แหล่งอำนวยความสะดวก ด้านอุปโภค-บริโภค ราคา ค่าเรียน ราคาค่าครองชีพ แหล่งที่ตั้งอาคาร-สถานที่ระบบการคมนาคม มหาวิทยาลัยที่เสนอทุนค่าเล่าเรียน เพราะโดยลักษณะของคนที่จบสาขาการศึกษานั้นต้องการเนื้อหาและข้อมูลที่ครอบคลุมทุก ๆ ด้าน มากกว่ากลุ่มที่จบในสาขาวิชาอื่นๆ

5. กลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท ซึ่งปัจจัยทางด้านราคานี้มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมากในกลุ่มนี้ควรแนะนำเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยที่มีทุนสนับสนุนค่าเล่าเรียน และมีค่าครองชีพไม่สูงมากมีงานพิเศษให้ทำเพื่อลดค่าใช้จ่ายระหว่างเรียน

6. กลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.6-2.99 ควรแนะนำสาขาวิชาที่มีเนื้อหาและวิชาใกล้เคียงกับความต้องการศึกษาต่อเพื่อเพิ่มช่องทางให้กับกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.6-2.99 ได้มีโอกาสเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยที่ดีมีชื่อเสียงได้มากขึ้น

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องช่องทางของสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่มีผลในการเพิ่มจำนวนของผู้ที่ต้องการศึกษาต่อต่างประเทศ
2. ควรศึกษาเพิ่มในปัจจัยที่มีผลทำให้หน่วยงานสนับสนุน และส่งเสริมให้พนักงานหรือคนในองค์กรได้ศึกษาต่อในต่างประเทศ

บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2550. “แนวโน้มการศึกษาไทยในครึ่งทศวรรษหน้า,” [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <http://www.kriengsak.com/node/77>, [สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2554]
- _____ 2551. “ปัจจัยสำคัญในการศึกษาต่อต่างประเทศ,” [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <http://www.oknation.net/blog/kriengsak/2008/03/22/entry-2>,
[สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2554]
- _____ 2552. “วิเคราะห์ 5 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการศึกษาไทย,” [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <http://learning.eduzones.com/drkrieng/7005>,
[สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2554]
- กุสุมา สารดี. 2551. ปัจจัยจำแนกการตัดสินใจการศึกษาต่อต่างประเทศ. ปรินซ์นิพนธ์.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรรชัช อยู่สุข. 2550. “ปัจจัยที่ควรพิจารณาในการเรียนต่อด้าน MBA,”. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <http://www.gotoknow.org/blog/kmandeducation/422667?locale=th>,
[สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2554]
- จิราภรณ์ ไหวดี. 2541. แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ปีการศึกษา 2540. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เจือจันทร์ จงสถิตอยู่. 2525. ความต้องการทางการศึกษา: โอกาสและการเลือก. วารสารการศึกษา
แห่งชาติ. 2 (ธันวาคม-มกราคม) : 17-23.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2545. พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพฯ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เบอร์เน็ท.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2553. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11.
กรุงเทพฯ. บริษัทเอส. อาร์. พรินต์ติ้งแมสโปรดักส์ จำกัด.
- ปฐม นิคมานนท์. 2528. การศึกษานอกระบบโรงเรียน กรุงเทพมหานคร. พิมพ์ครั้งที่ 4.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ทิพย์อักษร.
- เปรมจิตร ศิริสานต์. 2542. การศึกษาองค์ประกอบของแรงจูงใจในการศึกษาต่อของนักศึกษา
บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรีชา ภูมิทอง. 2550. การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโท. ปรินซ์นิพนธ์.
มหาวิทยาลัยบูรพา.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พรปณิต ปกครอง. 2554. “การศึกษายุคปฏิรูปกับความคาดหวังของผู้เรียน,” [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: http://stjohnbatch753.blogspot.com/2011/01/blog-post_3873.html,
[สืบค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2554]
- วัลภา พิริยะพิทยา. 2548. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่โรงเรียนศรีวิกรม์บริหารธุรกิจ.**
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- วันวิสาข์ แก้วสมบุญ. 2552. “เหตุจูงใจในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา,” [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: www.tsu.ac.th/grad/report_/files/06044949200949.doc,
[สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2554]
- โสมรัตน์ อมรวุฒิพงศ์. 2552. **ปัจจัยการคัดสรรที่ส่งต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของบัณฑิต.**
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- สุวัฒน์ วัฒนวงศ์. 2544. “แรงจูงใจที่มีความสำคัญในการทำให้ผู้ใหญ่แสวงหาความรู้,”
จิตวิทยาเพื่อการฝึกการอบรมผู้ใหญ่. กรุงเทพฯ. เอ็กซ์เบอร์เน็ท.
- สุภาวดี ชาวฟ้าขาว. 2548. **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาว
ต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.**
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สุภัททา ปิณฑะแพทย์. 2546. **พฤติกรรมมนุษย์และการพัฒนาตน.** กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยา
และการแนะแนว. สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- อัญชลี อ่วมฉิม. 2544. **ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทหลักสูตรศิลปะ
มหาบัณฑิตสาขาวิชาการออกแบบตกแต่งภายในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- อุษณีย์ จงสุกใส. 2545. **แรงจูงใจต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาชั้นปีที่ 1
มหาวิทยาลัยมหิดล.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เอื้อ จิตทัศน์ะภาคย์ และคณะ. 2552. “การรับรู้ของนักศึกษาไทยในการศึกษาต่อที่ประเทศออสเตรเลีย
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย,” [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: [http://dvn.iq.harvard.edu/dvn/dv/thailanddataverse/faces/study/
StudyPage.xhtml?studyId=44745&tab=catalog](http://dvn.iq.harvard.edu/dvn/dv/thailanddataverse/faces/study/StudyPage.xhtml?studyId=44745&tab=catalog), [สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2554]

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Arambewela, R., Hall J. 2008. [online]. A Model of Student Satisfaction: International Postgraduate Students from Asia.
Available: www.acrwebsite.org/volumes/eacr/vol8/eacr_vol8_77.pdf,
[Retrieved September 20, 2011]
- Chen, L. H. 2007. [online]. East-Asian Students' Choice of Canadian Graduate Schools.
Available: <http://www.palgrave-journals.com/ijea/journal/v7/n4/full/2150071a.html>,
[Retrieved September 17, 2011]
- Jinous, K. 2009. [online]. Factors Influencing the Decision to Study Abroad for Students of Color. Available: http://conservancy.umn.edu/bitstream/55058/1/Kasravi_umn_0130E_10602.pdf, [Retrieved July 30, 2010]
- Jong, P. D., & Schnusenberg, O. & Goel, L. 2008. Marketing study abroad programs effectively what do American business students think.
Available: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?iss=2046-469X&volume=3&issue=1&articleid=1896898&show=html>, [Retrieved July 30, 2010]
- Mercy, M. 2009. Comparative analysis of factors influencing the decision to study broad.
Available: www.academicjournals.org/ajbm/pdf/pdf2009/Aug/Mpinganjira.pdf,
[Retrieved July 30, 2010]
- Wiers, J. J. 2006. Effects of International Education in Early Career
Available: <http://www.aiec.idp.com/pdf/WiersJenssen%20%28Paper%29%20Wed%201520%20MR5.pdf>, [Retrieved September 25, 2011]

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ส่วนที่ 3 ความสำคัญของปัจจัยต่างๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานประชากรศาสตร์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ข้อ 1 เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

ข้อ 2 อายุ

_____ ปี (โปรดระบุ)

ข้อ 3 สถานภาพ

(1) โสด

(2) สมรส

ข้อ 4 ระดับการศึกษาของท่านคือ

(1) กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี

(2) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

(3) กำลังศึกษาระดับปริญญาโท

(4) จบการศึกษาระดับปริญญาโท

ข้อ 5 ท่านจบการศึกษาในสาขาวิชาใดต่อไปนี้

(1) การศึกษา (Education)

(7) บริหารธุรกิจ (Business Studies)

(2) สังคมศาสตร์ (Social Science)

(8) วิทยาศาสตร์ (Science)

(3) รัฐศาสตร์ (Political Science)

(9) วิศวกรรม (Engineering)

(4) อักษรศาสตร์ (Literature)

(10) คอมพิวเตอร์ (Computer Science)

(5) กฎหมาย (Laws)

(11) สาขาอื่นๆ _____

(6) เศรษฐศาสตร์ (Economics)

ข้อ 6 ท่านได้เกรดเฉลี่ยสะสมคือ

_____ (โปรดระบุ)

ข้อ 7 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

(1) ไม่เกิน 5 หมื่นบาท

(2) 5 หมื่นบาทแต่ไม่เกิน 1 แสนบาท

(3) 1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท

(4) 5 แสนบาท ขึ้นไป

ข้อ 8 ผู้ที่ให้การสนับสนุนค่าเล่าเรียน

(1) บิดา-มารดา

(2) ทุนการศึกษา

(3) ญาติ-พี่น้อง

(4) ตนเอง

ข้อ 9 ประเทศใดต่อไปนี่ที่ท่านให้ความสนใจที่จะศึกษาต่อมากที่สุด

(1) สหรัฐอเมริกา(USA)

(2) สหราชอาณาจักร(UK)

(3) ญี่ปุ่น (JAPAN)

(4) ออสเตรเลีย(AUSTRALIA)

(5) เยอรมันนี (GERMANY)

(6) ประเทศอื่นๆ _____

ข้อ 10 ท่านสนใจศึกษาต่อปริญญาโทในสาขาวิชาใดต่อไปนี่

(1) การศึกษา (Education)

(7) บริหารธุรกิจ (Business Studies)

(2) สังคมศาสตร์ (Social Science)

(8) วิทยาศาสตร์ (Science)

(3) รัฐศาสตร์ (Political Science)

(9) วิศวกรรม (Engineering)

(4) อักษรศาสตร์ (Literature)

(10) คอมพิวเตอร์ (Computer Science)

(5) กฎหมาย (Laws)

(11) สาขาอื่นๆ _____

(6) เศรษฐศาสตร์ (Economics)

ข้อ 11 ท่านเลือกใช้แหล่งข้อมูลใดต่อไปนี่ในการตัดสินใจ

(1) เว็บไซต์

(2) หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำข้อมูลของมหาวิทยาลัย

(3) เอเจนซี

(4) อาจารย์หรือเพื่อน

(5) จากแหล่งอื่นๆ _____

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ

คำชี้แจง: โปรดเลือกทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระที่ตรงกับระดับความคิดเห็นท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ข้อ 12 ผลิตภัณฑ์ (Product)	1	2	3	4	5
12.1 ชื่อปริญญา (Title Degree) มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
12.2 ระยะเวลาของหลักสูตร มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
12.3 เนื้อหาของหลักสูตร มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
12.4 คุณภาพการเรียน-การสอน ของมหาวิทยาลัยมี ผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
12.5 ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนมีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
12.6 คุณภาพการวิจัยของแต่ละมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
12.7 อันดับของมหาวิทยาลัยโดยรวม(Ranking) มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
12.8 อันดับมหาวิทยาลัยแต่ละสาขาวิชา มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
ข้อ 13 ราคา (Price)	1	2	3	4	5
13.1 ราคาค่าเล่าเรียน มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
13.2 ค่าครองชีพแต่ละมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
13.3 ราคาที่พัก มีผลต่อการตัดสินใจในของท่านระดับใด					
13.4 การเรียกเก็บค่าใบสมัครจากมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
13.5 การเรียกเก็บมัดจำค่าเล่าเรียน มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
13.6 การเรียกเก็บค่าเล่าเรียนทั้งหมด ก่อนเข้าเรียนจริง มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
13.7 การเรียกเก็บค่าที่พักทั้งหมด มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
13.8 การเรียกเก็บค่าบริการจากศูนย์แนะแนว มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
14.1 แหล่งที่ตั้งอาคาร-สถานที่ ของมหาวิทยาลัยมีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด	1	2	3	4	5
14.2 สภาพแวดล้อมและภูมิอากาศในมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
14.3 สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่พัก,ห้องสมุด, สถานพยาบาล มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
14.4 แหล่งอำนวยความสะดวกด้านอุปโภค และ บริโภคของมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
14.5 ระบบการให้บริการด้านสวัสดิการเช่น การต่อวีซ่า การหางานพิเศษ ของมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
14.6 ระบบการคมนาคมเพื่อเดินทางเข้า-ออกมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
14.7 ช่องทางเพื่อชำระค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (internet) มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
14.8 ช่องทางชำระค่าเล่าเรียนผ่านบัญชีธนาคารของศูนย์แนะแนว มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
ข้อ 15 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	1	2	3	4	5
15.1 สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆของมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
15.2 มหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรฝึกงานระหว่างเรียน มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
15.3 มหาวิทยาลัยที่รับตรง โดยการให้โอกาสในการเรียนภาษา ก่อน มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
15.4 มหาวิทยาลัยที่เสนอให้สนับสนุนทุนค่าเล่าเรียน มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
15.5 การให้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยโดยตรงในงานนิทรรศการ การศึกษาต่อต่างประเทศ มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
15.6 การให้ข้อมูลจากศูนย์แนะแนวต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
15.7 ศูนย์แนะแนวที่สามารถออกไปตอบรับเข้ามหาวิทยาลัยได้โดยตรง มีผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					
15.8 ข้อมูลมหาวิทยาลัยที่ได้รับจากอาจารย์ หรือ ศิษย์เก่า ผลต่อการตัดสินใจของท่านระดับใด					

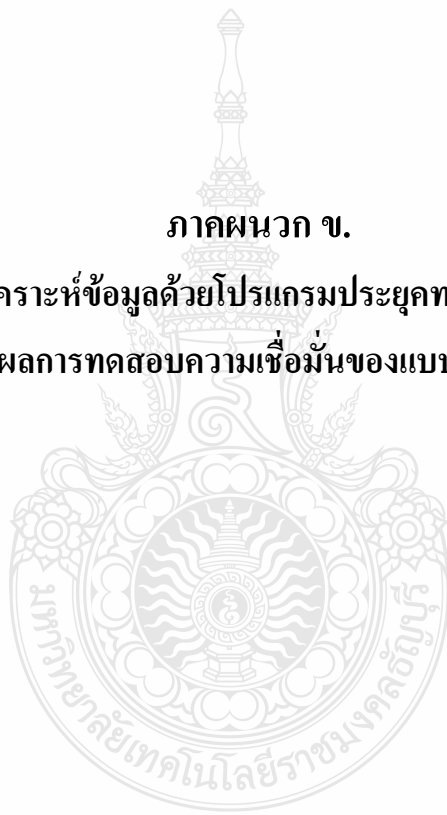
ส่วนที่ 3 ความสำคัญของปัจจัยต่างๆ

คำชี้แจง: โปรดเลือกทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระที่ตรงกับระดับความคิดเห็นท่านมากที่สุด

ความสำคัญของปัจจัยต่างๆ	ระดับการตัดสินใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
16. ปัจจัยภายใน	1	2	3	4	5
16.1 เลือกเพราะต้องการวุฒิปริญญาโท					
16.2 เลือกเพราะมีแผนการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก					
16.3 เลือกเพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ					
16.4 เลือกเพราะต้องการเลื่อนตำแหน่งงานเมื่อสำเร็จการศึกษา					
16.5 เลือกเพื่อต้องการช่องทางดำเนินธุรกิจเมื่อสำเร็จการศึกษา					
16.6 เลือกเพราะต้องการประสบการณ์ใช้ชีวิตและทำงานต่างประเทศ					
17. ปัจจัยภายนอก	1	2	3	4	5
17.1 เลือกเพราะได้รับทุนการศึกษา					
17.2 เลือกเพราะความต้องการของครอบครัว					
17.3 เลือกเพราะคำแนะนำของอาจารย์และศิษย์เก่า					
17.4 เลือกเพราะมีความต้องการของตลาดแรงงาน					
17.5 เลือกเพราะสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆของมหาวิทยาลัย					
17.6 เลือกเพราะคนในครอบครัวจบการศึกษาจากต่างประเทศ					

ภาคผนวก ข.

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมประยุกต์ทางคณิตศาสตร์
และผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม



การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
V12.1	181.0646	374.1300	.3778	.8971
V12.2	180.9979	385.0525	.1586	.8992
V12.3	180.3646	394.3546	-.1753	.9019
V12.4	180.4646	387.0447	.1032	.8996
V12.5	181.0313	373.4114	.6071	.8953
V12.6	181.2313	375.9174	.4257	.8967
V12.7	180.5646	386.9533	.0793	.9001
V12.8	180.6646	382.7982	.1790	.8994
V13.1	181.4312	364.6101	.5481	.8947
V13.2	181.3979	367.9275	.5526	.8949
V13.3	181.7979	367.4413	.5099	.8953
V13.4	182.1646	366.1925	.6201	.8941
V13.5	181.8646	360.1305	.6191	.8935
V13.6	181.3646	367.3913	.5444	.8949
V13.7	181.4646	377.8572	.3370	.8976
V13.8	181.0646	374.2938	.3478	.8975
V14.1	181.3646	376.2296	.3771	.8971
V14.2	181.2313	380.5489	.2495	.8985
V14.3	180.9979	385.8326	.1211	.8997
V14.4	180.9646	383.0878	.2785	.8982
V14.5	181.1646	374.5460	.4483	.8964
V14.6	180.9646	377.5102	.4065	.8969
V14.7	181.4312	368.0497	.5747	.8947
V14.8	181.3979	367.8822	.5339	.8951
V15.1	181.3646	366.7490	.6301	.8941
V15.2	181.0646	367.1645	.5222	.8952
V15.3	181.2646	370.6460	.4282	.8964
V15.4	180.7646	377.3313	.4557	.8966
V15.5	181.0979	371.7365	.5732	.8952
V15.6	181.1313	374.8859	.3829	.8970
V15.7	181.4979	372.8757	.3610	.8974
V15.8	180.9312	376.7329	.3919	.8970
V16.1	180.7313	384.5532	.1109	.9005
V16.2	181.7646	391.1460	-.0554	.9057
V16.3	180.3312	379.5855	.4155	.8971
V16.4	180.6979	368.6671	.5055	.8954
V16.5	180.9646	377.2732	.2644	.8987

V16.6	180.2979	384.6956	.1705	.8991
V17.1	181.6979	377.7232	.1620	.9021
V17.2	182.0313	378.5902	.1652	.9015
V17.3	181.4312	374.0907	.3393	.8977

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

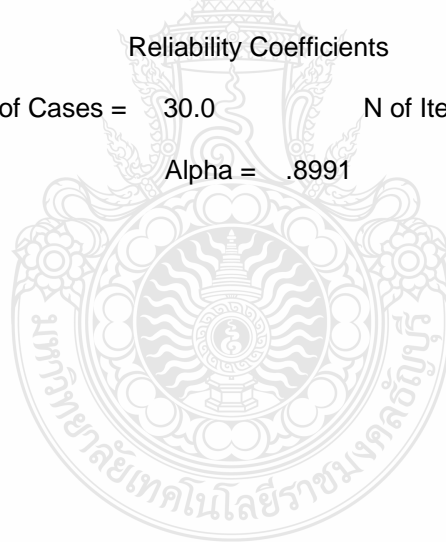
Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Scale Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
V17.4	181.2646	382.2818	.1470	.9004
V17.5	181.6979	371.4494	.5635	.8952
V17.6	182.2646	377.8550	.1972	.9005
ผลิตภัณฑ์	181.2687	382.7067	.4255	.8976
ราคา	181.5688	367.7084	.7341	.8937
ช่องทาง	181.1896	376.2871	.6247	.8958
ส่งเสริม	181.1396	371.7117	.7763	.8944
ภายใน	180.7979	380.0787	.5668	.8968
ภายนอก	181.7313	375.8137	.5443	.8960
ตลาดรวม	181.2917	374.4195	.9407	.8949
ปัจจัยรวม	181.2646	377.8525	.6584	.8961

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 52

Alpha = .8991



ตาราง 4.1

เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	147	36.8	36.8	36.8
	หญิง	253	63.3	63.3	100.0
	รวม	400	100.0	100.0	

ตาราง 4.2

อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-22 ปี	69	17.3	17.3	17.3
	23-26 ปี	233	58.3	58.3	75.5
	27-30 ปี	56	14.0	14.0	89.5
	31 ปีขึ้นไป	42	10.5	10.5	100.0
	รวม	400	100.0	100.0	

ตาราง 4.3

สถานภาพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	โสด	358	89.5	89.5	89.5
	สมรส	42	10.5	10.5	100.0
	รวม	400	100.0	100.0	

ตาราง 4.4

ระดับการศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	8.3	8.3	8.3
	จบปริญญาตรีแล้ว	226	56.5	56.5	64.8
	กำลังศึกษาปริญญาโท	108	27.0	27.0	91.8
	จบปริญญาโทแล้ว	33	8.3	8.3	100.0
	รวม	400	100.0	100.0	

ตาราง 4.6

รายได้ของครอบครัว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	55	13.8	13.8	13.8
5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	30.8	30.8	44.5
1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	42.3	42.3	86.8
5 แสนบาทขึ้นไป	53	13.3	13.3	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

ตาราง 4.7

ผู้ที่ให้การสนับสนุน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
บิดา-มารดา	299	74.8	74.8	74.8
ทุนการศึกษา	34	8.5	8.5	83.3
ญาติ-พี่น้อง	10	2.5	2.5	85.8
ตนเอง	57	14.3	14.3	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

ตาราง 4.8

ประเทศที่ให้ความสนใจที่จะศึกษาต่อ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
สหรัฐอเมริกา	93	23.3	23.3	23.3
สหราชอาณาจักร	236	59.0	59.0	82.3
ญี่ปุ่น	21	5.3	5.3	87.5
ออสเตรเลีย	37	9.3	9.3	96.8
เยอรมันนี	9	2.3	2.3	99.0
อื่นๆ	4	1.0	1.0	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

ตาราง 4.9

สาขาวิชาที่สนใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
การศึกษา	8	2.0	2.0	2.0
สังคมศาสตร์	6	1.5	1.5	3.5
รัฐศาสตร์	12	3.0	3.0	6.5
กฎหมาย	11	2.8	2.8	9.3
เศรษฐศาสตร์	21	5.3	5.3	14.5
บริหารธุรกิจ	281	70.3	70.3	84.8
วิทยาศาสตร์	9	2.3	2.3	87.0
วิศวกรรมศาสตร์	27	6.8	6.8	93.8
อื่นๆ	25	6.3	6.3	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

ตาราง 4.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เว็บไซต์	250	62.5	62.5	62.5
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	19	4.8	4.8	67.3
	ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	68	17.0	17.0	84.3
	ศูนย์แนะแนว	58	14.5	14.5	98.8
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	5	1.3	1.3	100.0
	อื่นๆ	5	1.3	1.3	100.0
	รวม	400	100.0	100.0	

ตาราง 4.12

	N		Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing		
ผลิตภัณฑ์	400	0	3.94	.493
ราคา	400	0	3.24	.877
ช่องทาง	400	0	3.69	.652
ส่งเสริม	400	0	3.57	.633
ภาพรวมตลาด	400	0	3.61	.504

ตาราง 4.13

ด้านผลิตภัณฑ์	N		Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing		
ชื่อปริญญา	400	0	3.74	.894
ระยะเวลาของหลักสูตร	400	0	3.81	.818
เนื้อหาวิชาของหลักสูตร	400	0	4.28	.778
คุณภาพการเรียน-การสอน	400	0	4.35	.710
ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน	400	0	3.67	.868
คุณภาพงานวิจัย	400	0	3.54	.846
อันดับโดยรวมของมหาวิทยาลัย	400	0	4.06	.788
อันดับแต่ละสาขาวิชา	400	0	4.07	.847
ภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์	400	0	3.94	.493

ตาราง 4.14

ด้านราคา	N		Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing		
ราคาค่าเล่าเรียน	400	0	3.50	1.097
ค่าครองชีพ	400	0	3.45	1.049
ราคาค่าที่พัก	400	0	3.23	1.100
การเรียกเก็บค่าใบสมัคร	400	0	2.90	1.103
การเรียกเก็บค่ามัดจำค่าเล่าเรียน	400	0	2.94	1.092
การเรียกเก็บค่าเล่าเรียนทั้งหมดก่อนเข้าเรียน	400	0	3.26	1.109
การเรียกเก็บค่าที่พักทั้งหมด	400	0	3.28	1.087
การเรียกเก็บค่าบริการจากศูนย์แนะแนว	400	0	3.41	1.118
ภาพรวมด้านราคา	400	0	3.24	.877

ตาราง 4.15

ด้านการส่งเสริม	N		Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing		
แหล่งที่ตั้งอาคาร-สถานที่ของมหาวิทยาลัย	400	0	3.690	.86067
สภาพแวดล้อมและภูมิอากาศในมหาวิทยาลัย	400	0	3.723	.86740
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หอพัก ห้องสมุด สถานพยาบาลของมหาวิทยาลัย	400	0	3.850	.84515
แหล่งอำนวยความสะดวกด้านอุปโภค-บริโภคของมหาวิทยาลัย	400	0	3.843	.81508
ระบบการให้บริการด้านสวัสดิการ เช่น การต่อวีซ่า การหางานพิเศษ ของมหาวิทยาลัย	400	0	3.765	.88698
ระบบคมนาคมเพื่อเดินทางเข้า-ออกมหาวิทยาลัย	400	0	3.845	.82625
ช่องทางชำระค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	400	0	3.385	.96129
ช่องทางชำระค่าเล่าเรียนผ่านบัญชีธนาคารของศูนย์แนะแนว	400	0	3.415	.93002
ภาพรวมด้านช่องทางการบริการ	400	0	3.689	.65201

ตาราง 4.16

ด้านการส่งเสริม	N		Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing		
สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆของมหาวิทยาลัย	400	0	3.3200	.87436
มหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรฝึกงานระหว่างเรียน	400	0	3.5800	.94118
มหาวิทยาลัยที่รับตรงโดยให้โอกาสในการเรียนภาษาก่อน	400	0	3.5925	1.07905
มหาวิทยาลัยที่เสนอให้ทุนสนับสนุนค่าเล่าเรียน	400	0	3.7975	.96115
การให้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยโดยตรงในงานนิทรรศการ	400	0	3.5300	.90894
การให้ข้อมูลจากศูนย์แนะแนวต่างๆ	400	0	3.5325	.82197
ศูนย์แนะแนวที่สามารถออกไปตอบรับเข้ามหาวิทยาลัยโดยตรง	400	0	3.4425	.99960
ข้อมูลมหาวิทยาลัยที่ได้จากอาจารย์ หรือศิษย์เก่า	400	0	3.7475	.86349
ภาพรวมด้านการส่งเสริม	400	0	3.5678	.63273

ตาราง 4.17

ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	N		Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing		
ภายใน	400	0	3.7858	.67926
ปัจจัยปัจจัยภายนอก	400	0	2.9892	.71408
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	400	0	3.3875	.55260

ตาราง 4.18

ปัจจัยภายใน	N		Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing		
เลือกเพราะต้องการวุฒิปริญญาโท	400	0	4.1425	.83001
เลือกเพราะมีแผนการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก	400	0	2.9600	1.18825
เลือกเพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ	400	0	4.3575	.68254
เลือกเพราะต้องการเลื่อนตำแหน่งงานเมื่อสำเร็จการศึกษา	400	0	3.9050	.98661
เลือกเพื่อต้องการช่องทางดำเนินธุรกิจเมื่อสำเร็จการศึกษา	400	0	3.8950	1.11898
เลือกเพราะต้องการประสบการณ์ใช้ชีวิต และทำงานในต่างประเทศ	400	0	4.2425	.86346
ภาพรวมปัจจัยภายใน	400	0	3.7858	.67926

ตาราง 4.19

ปัจจัยปัจจัยปัจจัยภายนอก	N		Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing		
เลือกเพราะได้รับทุนการศึกษา	400	0	3.0775	1.36791
เลือกเพราะความต้องการของครอบครัว	400	0	2.9800	1.17603
เลือกเพราะคำแนะนำจากอาจารย์หรือศิษย์เก่า	400	0	3.0600	1.02666
เลือกเพราะความต้องการของตลาดแรงงาน	400	0	3.3600	1.09012
เลือกเพราะสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆของมหาวิทยาลัย	400	0	2.8275	.92460
เลือกเพราะคนในครอบครัวจบการศึกษาจากต่างประเทศ	400	0	2.6300	1.22345
ภาพรวมปัจจัยปัจจัยภายนอก	400	0	2.9892	.71408

ตาราง 4.20

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ผลิตภัณฑ์	ชาย	147	4.0272	.45483	.03751
	หญิง	253	3.8864	.50732	.03189
ราคา	ชาย	147	3.2815	.85968	.07091
	หญิง	253	3.2228	.88777	.05581
ช่องทางให้บริการ	ชาย	147	3.5944	.57962	.04781
	หญิง	253	3.7446	.68567	.04311
ส่งเสริมการตลาด	ชาย	147	3.5434	.66138	.05455
	หญิง	253	3.5820	.61636	.03875
ภาพรวมตลาด	ชาย	147	3.6116	.47188	.03892
	หญิง	253	3.6089	.52221	.03283

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ผลิตภัณฑ์	Equal variances assumed	.103	.748	2.779	398	.006	.1408	.05068	.04121	.24049
	Equal variances not assumed			2.860	332.657	.004	.1408	.04924	.04399	.23771
ราคา	Equal variances assumed	.137	.712	.644	398	.520	.0586	.09101	.12029	.23756
	Equal variances not assumed			.650	313.294	.516	.0586	.09024	.11891	.23618
ช่องทาง	Equal variances assumed	7.519	.006	-2.232	398	.026	-.1502	.06728	.28245	-.01790
	Equal variances not assumed			-2.333	347.027	.020	-.1502	.06437	.27679	-.02357
ส่งเสริม	Equal variances assumed	.166	.684	-.589	398	.557	-.0386	.06567	.16776	.09046
	Equal variances not assumed			-.578	288.033	.564	-.0386	.06691	.17035	.09305
รวมตลาด	Equal variances assumed	2.612	.107	.051	398	.959	.0027	.05230	.10016	.10549
	Equal variances not assumed			.052	330.697	.958	.0027	.05092	.09750	.10283

ตาราง 4.21-23

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
ผลิตภัณฑ์	19-22 ปี	69	3.95	.37464	.04510	3.8575	4.0375	2.88	4.75
	23-26 ปี	233	3.95	.48263	.03162	3.8948	4.0194	2.00	5.00
	27-30 ปี	56	3.95	.56220	.07513	3.6820	3.9831	1.88	4.63
	31 ปีขึ้นไป	42	3.96	.60904	.09398	3.7685	4.1481	2.25	4.75
	รวม	400	3.94	.49282	.02464	3.8897	3.9866	1.88	5.00
ราคา	19-22 ปี	69	2.99	.68159	.08205	2.8290	3.1565	1.38	4.38
	23-26 ปี	233	3.22	.88244	.05781	3.1103	3.3381	1.00	5.00
	27-30 ปี	56	3.33	.94735	.12660	3.0744	3.5818	1.00	4.75
	31 ปีขึ้นไป	42	3.66	.89972	.13883	3.3774	3.9381	1.00	4.88
	รวม	400	3.24	.87693	.04385	3.1582	3.3306	1.00	5.00
ช่องทาง	19-22 ปี	69	3.75	.59446	.07157	3.6036	3.8892	1.88	4.88
	23-26 ปี	233	3.75	.61116	.04004	3.6700	3.8278	2.00	5.00
	27-30 ปี	56	3.46	.76237	.10188	3.2579	3.6662	1.38	4.50
	31 ปีขึ้นไป	42	3.57	.73936	.11409	3.3381	3.7989	1.38	4.75
	รวม	400	3.69	.65201	.03260	3.6253	3.7535	1.38	5.00
ส่งเสริม	19-22 ปี	69	3.59	.61324	.07382	3.4396	3.7343	2.00	4.88
	23-26 ปี	233	3.55	.62923	.04122	3.4714	3.6338	1.25	5.00
	27-30 ปี	56	3.53	.69208	.09248	3.3437	3.7144	1.25	4.63
	31 ปีขึ้นไป	42	3.67	.61172	.09439	3.4820	3.8632	1.50	4.63
	รวม	400	3.57	.63273	.03164	3.5056	3.6300	1.25	5.00
ภาพรวมตลาด	19-22 ปี	69	3.57	.38469	.04631	3.4760	3.6608	2.56	4.63
	23-26 ปี	233	3.62	.50378	.03300	3.5557	3.6857	2.06	4.75
	27-30 ปี	56	3.54	.61710	.08246	3.3727	3.7032	1.38	4.56
	31 ปีขึ้นไป	42	3.71	.50486	.07790	3.5570	3.8716	2.13	4.50
	รวม	400	3.61	.50370	.02519	3.5604	3.6594	1.38	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	.731	3	.244	1.003	.392
	Within Groups	96.175	396	.243		
	รวม	96.906	399			
ราคา	Between Groups	12.032	3	4.011	5.388	.001
	Within Groups	294.799	396	.744		
	รวม	306.831	399			
ช่องทาง	Between Groups	4.558	3	1.519	3.645	.013
	Within Groups	165.065	396	.417		
	รวม	169.624	399			
ส่งเสริม	Between Groups	.625	3	.208	.519	.670
	Within Groups	159.114	396	.402		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมตลาด	Between Groups	.894	3	.298	1.176	.319
	Within Groups	100.339	396	.253		
	รวม	101.232	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	19-22 ปี	23-26 ปี	-.01	.06754	.887	-.1424	.1232
		27-30 ปี	.11	.08864	.196	-.0594	.2891
		31 ปีขึ้นไป	-.01	.09645	.910	-.2005	.1787
	23-26 ปี	19-22 ปี	.01	.06754	.887	-.1232	.1424
		27-30 ปี	.12	.07334	.090	-.0197	.2687
		31 ปีขึ้นไป	.00	.08261	.988	-.1637	.1612
	27-30 ปี	19-22 ปี	-.11	.08864	.196	-.2891	.0594
		23-26 ปี	-.12	.07334	.090	-.2687	.0197
		31 ปีขึ้นไป	-.13	.10060	.212	-.3235	.0720
	31 ปีขึ้นไป	19-22 ปี	.01	.09645	.910	-.1787	.2005
		23-26 ปี	.00	.08261	.988	-.1612	.1637
		27-30 ปี	.13	.10060	.212	-.0720	.3235
ราคา	19-22 ปี	23-26 ปี	-.23	.11825	.051	-.4640	.0010
		27-30 ปี	-.34(*)	.15519	.031	-.6405	-.0303
		31 ปีขึ้นไป	-.66(*)	.16886	.000	-.9970	-.3330
	23-26 ปี	19-22 ปี	.23	.11825	.051	-.0010	.4640
		27-30 ปี	-.10	.12841	.419	-.3563	.1486
		31 ปีขึ้นไป	-.43(*)	.14464	.003	-.7178	-.1491
	27-30 ปี	19-22 ปี	.34(*)	.15519	.031	.0303	.6405
		23-26 ปี	.10	.12841	.419	-.1486	.3563
		31 ปีขึ้นไป	-.33	.17612	.062	-.6759	.0166
	31 ปีขึ้นไป	19-22 ปี	.66(*)	.16886	.000	.3330	.9970
		23-26 ปี	.43(*)	.14464	.003	.1491	.7178
		27-30 ปี	.33	.17612	.062	-.0166	.6759
ช่องทาง	19-22 ปี	23-26 ปี	.00	.08849	.977	-.1765	.1714
		27-30 ปี	.28(*)	.11612	.015	.0560	.5126
		31 ปีขึ้นไป	.18	.12635	.160	-.0705	.4263
	23-26 ปี	19-22 ปี	.00	.08849	.977	-.1714	.1765
		27-30 ปี	.29(*)	.09609	.003	.0980	.4758
		31 ปีขึ้นไป	.18	.10823	.096	-.0323	.3932
	27-30 ปี	19-22 ปี	-.28(*)	.11612	.015	-.5126	-.0560
		23-26 ปี	-.29(*)	.09609	.003	-.4758	-.0980
		31 ปีขึ้นไป	-.11	.13179	.420	-.3655	.1527
	31 ปีขึ้นไป	19-22 ปี	-.18	.12635	.160	-.4263	.0705
		23-26 ปี	-.18	.10823	.096	-.3932	.0323
		27-30 ปี	.11	.13179	.420	-.1527	.3655
ส่งเสริม	19-22 ปี	23-26 ปี	.03	.08688	.693	-.1364	.2052
		27-30 ปี	.06	.11401	.612	-.1662	.2821
		31 ปีขึ้นไป	-.09	.12406	.490	-.3296	.1582
	23-26 ปี	19-22 ปี	-.03	.08688	.693	-.2052	.1364
		27-30 ปี	.02	.09434	.803	-.1619	.2090
		31 ปีขึ้นไป	-.12	.10626	.259	-.3289	.0889
	27-30 ปี	19-22 ปี	-.06	.11401	.612	-.2821	.1662
		23-26 ปี	-.02	.09434	.803	-.2090	.1619
		31 ปีขึ้นไป	-.14	.12939	.268	-.3980	.1108
	31 ปีขึ้นไป	19-22 ปี	.09	.12406	.490	-.1582	.3296
		23-26 ปี	.12	.10626	.259	-.0889	.3289
		27-30 ปี	.14	.12939	.268	-.1108	.3980
ภาพรวมตลาด	19-22 ปี	23-26 ปี	-.05	.06899	.449	-.1880	.0833
		27-30 ปี	.03	.09054	.737	-.1476	.2084
		31 ปีขึ้นไป	-.15	.09851	.139	-.3396	.0478
	23-26 ปี	19-22 ปี	.05	.06899	.449	-.0833	.1880
		27-30 ปี	.08	.07491	.270	-.0645	.2300
		31 ปีขึ้นไป	-.09	.08438	.268	-.2595	.0723
	27-30 ปี	19-22 ปี	-.03	.09054	.737	-.2084	.1476
		23-26 ปี	-.08	.07491	.270	-.2300	.0645
		31 ปีขึ้นไป	-.18	.10275	.087	-.3783	.0257
	31 ปีขึ้นไป	19-22 ปี	.15	.09851	.139	-.0478	.3396
		23-26 ปี	.09	.08438	.268	-.0723	.2595
		27-30 ปี	.18	.10275	.087	-.0257	.3783

ตาราง 4.24

	สถานภาพ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ผลิตภัณฑ์	โสด	358	3.93	.481	.02544
	สมรส	42	4.01	.584	.09011
ราคา	โสด	358	3.21	.872	.04610
	สมรส	42	3.57	.859	.13262
ช่องทาง	โสด	358	3.70	.645	.03407
	สมรส	42	3.56	.706	.10896
ส่งเสริม	โสด	358	3.58	.633	.03344
	สมรส	42	3.49	.635	.09791
ภาพรวมตลาด	โสด	358	3.60	.505	.02671
	สมรส	42	3.65	.494	.07615

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ผลิตภัณฑ์	Equal variances assumed	.977	.324	-984	398	.326	-.0791	.08038	-.23714	.07892
	Equal variances not assumed			-984	47.760	.402	-.0791	.09363	-.26738	.10916
ราคา	Equal variances assumed	.000	.991	-2.549	398	.011	-.3621	.14205	-.64137	-.08283
	Equal variances not assumed			-2.579	51.420	.013	-.3621	.14041	-.64392	-.08028
ช่องทางให้บริการ	Equal variances assumed	.264	.607	1.397	398	.163	.1484	.10622	-.06041	.35723
	Equal variances not assumed			1.300	49.355	.200	.1484	.11416	-.08096	.37779
ส่งเสริมการตลาด	Equal variances assumed	.014	.906	.895	398	.371	.0924	.10323	-.11054	.29533
	Equal variances not assumed			.893	51.044	.376	.0924	.10346	-.11530	.30009
ภาพรวมตลาด	Equal variances assumed	.412	.522	-.609	398	.543	-.0501	.08222	-.21174	.11154
	Equal variances not assumed			-.621	51.615	.537	-.0501	.08070	-.21206	.11186

ตาราง 4.25-26

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตภัณฑ์	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	3.91	.451	.07851	3.7492	4.0690	2.88	4.50
	จบปริญญาตรีแล้ว	226	3.94	.506	.03367	3.8723	4.0049	2.00	5.00
	กำลังศึกษาปริญญาโท	108	3.89	.479	.04607	3.7964	3.9791	1.88	5.00
	จบปริญญาโทแล้ว	33	4.13	.459	.07985	3.9661	4.2914	3.00	4.75
	รวม	400	3.94	.493	.02464	3.8897	3.9866	1.88	5.00
ราคา	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	3.11	.593	.10318	2.8997	3.3200	2.00	4.13
	จบปริญญาตรีแล้ว	226	3.16	.898	.05975	3.0421	3.2776	1.00	5.00
	กำลังศึกษาปริญญาโท	108	3.30	.925	.08903	3.1221	3.4751	1.00	4.88
	จบปริญญาโทแล้ว	33	3.78	.571	.09942	3.5778	3.9828	2.00	4.75
	รวม	400	3.24	.877	.04385	3.1582	3.3306	1.00	5.00
ช่องทางให้บริการ	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	3.75	.575	.10008	3.5499	3.9577	1.88	4.88
	จบปริญญาตรีแล้ว	226	3.71	.680	.04522	3.6205	3.7987	1.38	5.00
	กำลังศึกษาปริญญาโท	108	3.63	.620	.05969	3.5159	3.7526	1.38	4.50
	จบปริญญาโทแล้ว	33	3.67	.645	.11237	3.4378	3.8956	1.63	4.63
	รวม	400	3.69	.652	.03260	3.6253	3.7535	1.38	5.00
ส่งเสริมการตลาด	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	3.63	.521	.09070	3.4402	3.8098	2.00	4.75
	จบปริญญาตรีแล้ว	226	3.50	.697	.04634	3.4120	3.5946	1.25	5.00
	กำลังศึกษาปริญญาโท	108	3.67	.540	.05199	3.5694	3.7755	1.25	4.88
	จบปริญญาโทแล้ว	33	3.61	.509	.08868	3.4292	3.7905	2.25	4.50
	รวม	400	3.57	.633	.03164	3.5056	3.6300	1.25	5.00
ภาพรวมตลาด	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	3.60	.339	.05907	3.4791	3.7198	2.56	4.56
	จบปริญญาตรีแล้ว	226	3.58	.544	.03616	3.5066	3.6491	2.06	4.75
	กำลังศึกษาปริญญาโท	108	3.62	.474	.04559	3.5329	3.7136	1.38	4.28
	จบปริญญาโทแล้ว	33	3.80	.420	.07315	3.6474	3.9454	2.47	4.53
	รวม	400	3.61	.504	.02519	3.5604	3.6594	1.38	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	1.502	3	.501	2.078	.103
	Within Groups	95.404	396	.241		
	รวม	96.906	399			
ราคา	Between Groups	12.008	3	4.003	5.376	.001
	Within Groups	294.823	396	.745		
	รวม	306.831	399			
ช่องทาง	Between Groups	.575	3	.192	.449	.718
	Within Groups	169.049	396	.427		
	รวม	169.624	399			
ส่งเสริม	Between Groups	2.289	3	.763	1.919	.126
	Within Groups	157.450	396	.398		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมการตลาด	Between Groups	1.403	3	.468	1.855	.137
	Within Groups	99.829	396	.252		
	รวม	101.232	399			

**Multiple Comparisons
LSD**

Dependent Variable	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
ผลิตภัณฑ์	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	จบปริญญาตรีแล้ว	-.03	.09147	.747	-.2093	.1503	
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.02	.09763	.827	-.1706	.2133	
	จบปริญญาตรีแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.22	.12084	.070	-.4573	.0179	
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.03	.09147	.747	-.1503	.2093	
	กำลังศึกษาปริญญาโท	จบปริญญาตรีแล้ว	.05	.05742	.376	-.0620	.1638	
		จบปริญญาโทแล้ว	-.19(*)	.09147	.038	-.3700	-.0104	
	จบปริญญาโทแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.02	.09763	.827	-.2133	.1706	
		จบปริญญาตรีแล้ว	-.05	.05742	.376	-.1638	.0620	
	จบปริญญาโทแล้ว	จบปริญญาโทแล้ว	-.24(*)	.09763	.014	-.4330	-.0491	
		กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.22	.12084	.070	-.0179	.4573	
	กำลังศึกษาปริญญาโท	จบปริญญาตรีแล้ว	.19(*)	.09147	.038	.0104	.3700	
		จบปริญญาโทแล้ว	.24(*)	.09763	.014	.0491	.4330	
ราคา	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	จบปริญญาตรีแล้ว	-.05	.16079	.756	-.3661	.2661	
		กำลังศึกษาปริญญาโท	-.19	.17162	.272	-.5262	.1486	
	จบปริญญาตรีแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.67(*)	.21242	.002	-1.0881	-.2528	
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.05	.16079	.756	-.2661	.3661	
	กำลังศึกษาปริญญาโท	จบปริญญาตรีแล้ว	-.14	.10093	.170	-.3372	.0597	
		จบปริญญาโทแล้ว	-.62(*)	.16079	.000	-.9366	-.3043	
	จบปริญญาโทแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.19	.17162	.272	-.1486	.5262	
		จบปริญญาตรีแล้ว	.14	.10093	.170	-.0597	.3372	
	จบปริญญาโทแล้ว	จบปริญญาโทแล้ว	-.48(*)	.17162	.005	-.8191	-.1443	
		กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.67(*)	.21242	.002	.2528	1.0881	
	กำลังศึกษาปริญญาโท	จบปริญญาตรีแล้ว	.62(*)	.16079	.000	.3043	.9366	
		จบปริญญาโทแล้ว	.48(*)	.17162	.005	.1443	.8191	
ช่องทาง	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	จบปริญญาตรีแล้ว	.04	.12176	.717	-.1952	.2835	
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.12	.12996	.358	-.1360	.3750	
	จบปริญญาตรีแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.09	.16085	.588	-.2291	.4033	
		กำลังศึกษาปริญญาโท	-.04	.12176	.717	-.2835	.1952	
	กำลังศึกษาปริญญาโท	จบปริญญาตรีแล้ว	.08	.07643	.325	-.0749	.2256	
		จบปริญญาโทแล้ว	.04	.12176	.724	-.1964	.2823	
	จบปริญญาโทแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.12	.12996	.358	-.3750	.1360	
		จบปริญญาตรีแล้ว	-.08	.07643	.325	-.2256	.0749	
	จบปริญญาโทแล้ว	จบปริญญาโทแล้ว	-.03	.12996	.803	-.2879	.2231	
		กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.09	.16085	.588	-.4033	.2291	
	กำลังศึกษาปริญญาโท	จบปริญญาตรีแล้ว	-.04	.12176	.724	-.2823	.1964	
		จบปริญญาโทแล้ว	.03	.12996	.803	-.2231	.2879	
ส่งเสริม	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	จบปริญญาตรีแล้ว	.12	.11751	.301	-.1093	.3527	
		กำลังศึกษาปริญญาโท	-.05	.12542	.705	-.2940	.1991	
	จบปริญญาตรีแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.02	.15523	.922	-.2900	.3203	
		กำลังศึกษาปริญญาโท	-.12	.11751	.301	-.3527	.1093	
	กำลังศึกษาปริญญาโท	จบปริญญาตรีแล้ว	-.17(*)	.07376	.022	-.3141	-.0241	
		จบปริญญาโทแล้ว	-.11	.11751	.365	-.3375	.1245	
	จบปริญญาโทแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.05	.12542	.705	-.1991	.2940	
		จบปริญญาตรีแล้ว	.17(*)	.07376	.022	.0241	.3141	
	จบปริญญาโทแล้ว	จบปริญญาโทแล้ว	.06	.12542	.618	-.1840	.3092	
		กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.02	.15523	.922	-.3203	.2900	
	รวมตลาด	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	จบปริญญาตรีแล้ว	.11	.11751	.365	-.1245	.3375
			กำลังศึกษาปริญญาโท	-.06	.12542	.618	-.3092	.1840
จบปริญญาตรีแล้ว	จบปริญญาตรีแล้ว	.02	.09357	.818	-.1624	.2055		
	กำลังศึกษาปริญญาโท	-.02	.09987	.812	-.2202	.1725		
กำลังศึกษาปริญญาโท	จบปริญญาโทแล้ว	-.20	.12361	.112	-.4400	.0460		
	จบปริญญาตรีแล้ว	-.02	.09357	.818	-.2055	.1624		
จบปริญญาโทแล้ว	กำลังศึกษาปริญญาโท	-.05	.05873	.440	-.1609	.0701		
	จบปริญญาตรีแล้ว	-.22(*)	.09357	.020	-.4025	-.0346		
จบปริญญาโทแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.02	.09987	.812	-.1725	.2202		
	จบปริญญาตรีแล้ว	.05	.05873	.440	-.0701	.1609		
จบปริญญาโทแล้ว	จบปริญญาโทแล้ว	-.17	.09987	.084	-.3695	.0232		
	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.20	.12361	.112	-.0460	.4400		
รวมตลาด	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	จบปริญญาตรีแล้ว	.22(*)	.09357	.020	.0346	.4025	
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.17	.09987	.084	-.0232	.3695	

ตาราง 4.27-31

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
						Lower Bound	Upper Bound			
ผลิตภัณฑ์	การศึกษา	10	4.43	.37361	.11815	4.1577	4.6923	3.75	4.75	
	สังคมศาสตร์	11	4.14	.35113	.10587	3.9005	4.3723	3.75	4.75	
	รัฐศาสตร์	16	4.09	.22592	.05648	3.9734	4.2141	3.63	4.50	
	อักษรศาสตร์	18	3.93	.32995	.07777	3.7665	4.0946	3.38	4.38	
	กฎหมาย	10	4.05	.43381	.13718	3.7397	4.3603	3.38	4.63	
	เศรษฐศาสตร์	47	4.04	.39880	.05817	3.9228	4.1570	3.25	4.75	
	บริหารธุรกิจ	148	3.91	.61172	.05028	3.8119	4.0107	1.88	5.00	
	วิทยาศาสตร์	17	3.97	.47089	.11421	3.7285	4.2127	3.13	4.63	
	วิศวกรรม	73	3.86	.35155	.04115	3.7827	3.9467	3.00	4.75	
	คอมพิวเตอร์	17	3.80	.60282	.14621	3.4915	4.1114	3.25	4.88	
	อื่นๆ	33	3.81	.36859	.06416	3.6799	3.9413	2.88	4.50	
	รวม	400	3.94	.49282	.02464	3.8897	3.9866	1.88	5.00	
	ราคา	การศึกษา	10	4.19	.38302	.12112	3.9135	4.4615	3.63	4.75
		สังคมศาสตร์	11	3.03	.81985	.24720	2.4833	3.5849	1.63	4.63
รัฐศาสตร์		16	3.16	.79414	.19854	2.7409	3.5872	2.00	5.00	
อักษรศาสตร์		18	2.48	.98635	.23248	1.9887	2.9697	1.13	4.00	
กฎหมาย		10	3.51	.52853	.16713	3.1344	3.8906	3.00	4.13	
เศรษฐศาสตร์		47	2.72	.72780	.10616	2.5017	2.9291	1.63	4.38	
บริหารธุรกิจ		148	3.31	.91768	.07543	3.1600	3.4582	1.00	5.00	
วิทยาศาสตร์		17	3.49	.84303	.20447	3.0518	3.9187	2.63	5.00	
วิศวกรรม		73	3.30	.84561	.09897	3.0989	3.4935	1.13	4.63	
คอมพิวเตอร์		17	3.65	.77122	.18705	3.2579	4.0509	2.25	4.88	
อื่นๆ		33	3.42	.56481	.09832	3.2164	3.6169	2.00	4.50	
รวม		400	3.24	.87693	.04385	3.1582	3.3306	1.00	5.00	
ช่องทาง		การศึกษา	10	3.49	.41854	.13235	3.1881	3.7869	3.13	4.13
		สังคมศาสตร์	11	3.59	.44753	.13494	3.2903	3.8916	3.13	4.50
	รัฐศาสตร์	16	3.70	.56435	.14109	3.4024	4.0038	3.00	4.50	
	อักษรศาสตร์	18	3.63	.42761	.10079	3.4193	3.8446	2.88	4.50	
	กฎหมาย	10	3.69	.49036	.15506	3.3367	4.0383	2.75	4.13	
	เศรษฐศาสตร์	47	3.65	.74347	.10845	3.4306	3.8672	2.25	4.75	
	บริหารธุรกิจ	148	3.71	.73509	.06042	3.5867	3.8255	1.38	5.00	
	วิทยาศาสตร์	17	3.64	.53925	.13079	3.3625	3.9170	2.63	4.25	
	วิศวกรรม	73	3.55	.48802	.05712	3.4358	3.6635	2.13	4.25	
	คอมพิวเตอร์	17	4.15	.61481	.14911	3.8383	4.4705	2.75	5.00	
	อื่นๆ	33	3.89	.71080	.12373	3.6343	4.1384	1.63	4.88	
	รวม	400	3.69	.65201	.03260	3.6253	3.7535	1.38	5.00	
	ส่งเสริม	การศึกษา	10	3.70	.12076	.03819	3.6136	3.7864	3.38	3.75
		สังคมศาสตร์	11	3.70	.48500	.14623	3.3787	4.0304	3.13	4.63
รัฐศาสตร์		16	3.58	.34118	.08530	3.3963	3.7599	3.13	4.13	
อักษรศาสตร์		18	3.40	.61574	.14513	3.0896	3.7020	1.50	4.38	
กฎหมาย		10	3.89	.59058	.18676	3.4650	4.3100	3.13	4.63	
เศรษฐศาสตร์		47	3.29	.59907	.08738	3.1167	3.4684	1.63	4.50	
บริหารธุรกิจ		148	3.59	.78224	.06430	3.4650	3.7191	1.25	5.00	
วิทยาศาสตร์		17	3.68	.53604	.13001	3.4082	3.9594	2.50	4.50	
วิศวกรรม		73	3.49	.46917	.05491	3.3785	3.5975	2.50	4.63	
คอมพิวเตอร์		17	3.68	.42186	.10232	3.4669	3.9007	2.88	4.25	
อื่นๆ		33	3.81	.48926	.08517	3.6409	3.9879	2.25	4.75	
รวม		400	3.57	.63273	.03164	3.5056	3.6300	1.25	5.00	
รวมตลาด		การศึกษา	10	3.95	.15464	.04890	3.8394	4.0606	3.63	4.22
		สังคมศาสตร์	11	3.62	.40986	.12358	3.3411	3.8918	3.16	4.56
	รัฐศาสตร์	16	3.63	.26238	.06560	3.4950	3.7746	3.13	4.16	
	อักษรศาสตร์	18	3.36	.39196	.09239	3.1645	3.5543	2.47	4.00	
	กฎหมาย	10	3.78	.35887	.11348	3.5277	4.0411	3.44	4.28	
	เศรษฐศาสตร์	47	3.42	.44789	.06533	3.2927	3.5557	2.50	4.13	
	บริหารธุรกิจ	148	3.63	.61328	.05041	3.5300	3.7293	1.38	4.75	
	วิทยาศาสตร์	17	3.69	.42311	.10262	3.4773	3.9124	3.31	4.53	
	วิศวกรรม	73	3.55	.40601	.04752	3.4549	3.6444	2.75	4.50	
	คอมพิวเตอร์	17	3.82	.49100	.11909	3.5711	4.0760	3.00	4.72	
	อื่นๆ	33	3.73	.41429	.07212	3.5851	3.8789	2.47	4.56	
	รวม	400	3.61	.50370	.02519	3.5604	3.6594	1.38	4.75	

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	5.175	10	.517	2.194	.017
	Within Groups	91.731	389	.236		
	รวม	96.906	399			
ราคา	Between Groups	39.534	10	3.953	5.753	.000
	Within Groups	267.297	389	.687		
	รวม	306.831	399			
ช่องทาง	Between Groups	7.119	10	.712	1.704	.078
	Within Groups	162.505	389	.418		
	รวม	169.624	399			
ส่งเสริม	Between Groups	8.514	10	.851	2.190	.018
	Within Groups	151.225	389	.389		
	รวม	159.739	399			
รวมตลาด	Between Groups	5.935	10	.594	2.423	.008
	Within Groups	95.297	389	.245		
	รวม	101.232	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) จบการศึกษา สาขาวิชา	(J) จบการศึกษา สาขาวิชา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	การศึกษา	สังคมศาสตร์	.29	.21218	.175	-.1285	.7058
		รัฐศาสตร์	.33	.19575	.091	-.0536	.7161
		อักษรศาสตร์	.49(*)	.19153	.010	-.1179	.8710
		กฎหมาย	.38	.21717	.085	-.0520	.8020
		เศรษฐศาสตร์	.39(*)	.16911	.023	.0526	.7176
		บริหารธุรกิจ	.51(*)	.15867	.001	.2017	.8256
		วิทยาศาสตร์	.45(*)	.19353	.019	.0739	.8349
		วิศวกรรม	.56(*)	.16374	.001	.2383	.8822
		คอมพิวเตอร์	.62(*)	.19353	.001	.2430	1.0040
		อื่นๆ	.61(*)	.17529	.001	.2698	.9590
	สังคมศาสตร์	การศึกษา	-.29	.21218	.175	-.7058	.1285
		รัฐศาสตร์	.04	.19020	.823	-.3313	.4166
		อักษรศาสตร์	.21	.18584	.269	-.1596	.5712
		กฎหมาย	.09	.21218	.684	-.3308	.5035
		เศรษฐศาสตร์	.10	.16265	.553	-.2233	.4163
		บริหารธุรกิจ	.23	.15176	.139	-.0733	.5234
		วิทยาศาสตร์	.17	.18791	.378	-.2037	.5352
		วิศวกรรม	.27	.15706	.085	-.0372	.5804
		คอมพิวเตอร์	.33	.18791	.075	-.0345	.7043
		อื่นๆ	.33	.16907	.055	-.0066	.6582
	รัฐศาสตร์	การศึกษา	-.33	.19575	.091	-.7161	.0536
		สังคมศาสตร์	-.04	.19020	.823	-.4166	.3313
		อักษรศาสตร์	.16	.16685	.329	-.1648	.4912
		กฎหมาย	.04	.19575	.823	-.3411	.4286
		เศรษฐศาสตร์	.05	.14055	.702	-.2225	.3302
		บริหารธุรกิจ	.18	.12780	.154	-.0688	.4337
		วิทยาศาสตร์	.12	.16914	.467	-.2094	.4557
		วิศวกรรม	.23	.13405	.088	-.0345	.4926
		คอมพิวเตอร์	.29	.16914	.085	-.0403	.6248
		อื่นๆ	.28	.14793	.056	-.0077	.5740
	อักษรศาสตร์	การศึกษา	-.49(*)	.19153	.010	-.8710	-.1179
		สังคมศาสตร์	-.21	.18584	.269	-.5712	.1596

	รัฐศาสตร์	-.16	.16685	.329	-.4912	.1648
	กฎหมาย	-.12	.19153	.533	-.4960	.2571
	เศรษฐศาสตร์	-.11	.13460	.417	-.3740	.1553
	บริหารธุรกิจ	.02	.12122	.874	-.2191	.2576
	วิทยาศาสตร์	-.04	.16423	.808	-.3629	.2829
	วิศวกรรม	.07	.12779	.607	-.1854	.3171
	คอมพิวเตอร์	.13	.16423	.432	-.1938	.4520
	อื่นๆ	.12	.14229	.400	-.1598	.3997
กฎหมาย	การศึกษา	-.38	.21717	.085	-.8020	.0520
	สังคมศาสตร์	-.09	.21218	.684	-.5035	.3308
	รัฐศาสตร์	-.04	.19575	.823	-.4286	.3411
	อักษรศาสตร์	.12	.19153	.533	-.2571	.4960
	เศรษฐศาสตร์	.01	.16911	.952	-.3224	.3426
	บริหารธุรกิจ	.14	.15867	.383	-.1733	.4506
	วิทยาศาสตร์	.08	.19353	.682	-.3011	.4599
	วิศวกรรม	.19	.16374	.259	-.1367	.5072
	คอมพิวเตอร์	.25	.19353	.200	-.1320	.6290
	อื่นๆ	.24	.17529	.173	-.1052	.5840
เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	-.39(*)	.16911	.023	-.7176	-.0526
	สังคมศาสตร์	-.10	.16265	.553	-.4163	.2233
	รัฐศาสตร์	-.05	.14055	.702	-.3302	.2225
	อักษรศาสตร์	.11	.13460	.417	-.1553	.3740
	กฎหมาย	-.01	.16911	.952	-.3426	.3224
	บริหารธุรกิจ	.13	.08131	.115	-.0313	.2884
	วิทยาศาสตร์	.07	.13744	.614	-.2009	.3395
	วิศวกรรม	.18	.09082	.054	-.0034	.3537
	คอมพิวเตอร์	.24	.13744	.084	-.0318	.5086
	อื่นๆ	.23(*)	.11029	.038	.0125	.4461
บริหารธุรกิจ	การศึกษา	-.51(*)	.15867	.001	-.8256	-.2017
	สังคมศาสตร์	-.23	.15176	.139	-.5234	.0733
	รัฐศาสตร์	-.18	.12780	.154	-.4337	.0688
	อักษรศาสตร์	-.02	.12122	.874	-.2576	.2191
	กฎหมาย	-.14	.15867	.383	-.4506	.1733
	เศรษฐศาสตร์	-.13	.08131	.115	-.2884	.0313
	วิทยาศาสตร์	-.06	.12436	.634	-.3038	.1852
	วิศวกรรม	.05	.06945	.503	-.0900	.1831
	คอมพิวเตอร์	.11	.12436	.378	-.1346	.3543
	อื่นๆ	.10	.09348	.282	-.0831	.2845
วิทยาศาสตร์	การศึกษา	-.45(*)	.19353	.019	-.8349	-.0739
	สังคมศาสตร์	-.17	.18791	.378	-.5352	.2037
	รัฐศาสตร์	-.12	.16914	.467	-.4557	.2094
	อักษรศาสตร์	.04	.16423	.808	-.2829	.3629
	กฎหมาย	-.08	.19353	.682	-.4599	.3011
	เศรษฐศาสตร์	-.07	.13744	.614	-.3395	.2009
	บริหารธุรกิจ	.06	.12436	.634	-.1852	.3038
	วิศวกรรม	.11	.13077	.419	-.1512	.3630
	คอมพิวเตอร์	.17	.16656	.311	-.1584	.4966
	อื่นๆ	.16	.14497	.270	-.1250	.4450
วิศวกรรม	การศึกษา	-.56(*)	.16374	.001	-.8822	-.2383
	สังคมศาสตร์	-.27	.15706	.085	-.5804	.0372
	รัฐศาสตร์	-.23	.13405	.088	-.4926	.0345
	อักษรศาสตร์	-.07	.12779	.607	-.3171	.1854
	กฎหมาย	-.19	.16374	.259	-.5072	.1367
	เศรษฐศาสตร์	-.18	.09082	.054	-.3537	.0034
	บริหารธุรกิจ	-.05	.06945	.503	-.1831	.0900
	วิทยาศาสตร์	-.11	.13077	.419	-.3630	.1512
	คอมพิวเตอร์	.06	.13077	.629	-.1939	.3204
	อื่นๆ	.05	.10186	.596	-.1462	.2544
คอมพิวเตอร์	การศึกษา	-.62(*)	.19353	.001	-1.0040	-.2430
	สังคมศาสตร์	-.33	.18791	.075	-.7043	.0345
	รัฐศาสตร์	-.29	.16914	.085	-.6248	.0403
	อักษรศาสตร์	-.13	.16423	.432	-.4520	.1938
	กฎหมาย	-.25	.19353	.200	-.6290	.1320
	เศรษฐศาสตร์	-.24	.13744	.084	-.5086	.0318
	บริหารธุรกิจ	-.11	.12436	.378	-.3543	.1346
	วิทยาศาสตร์	-.17	.16656	.311	-.4966	.1584
	วิศวกรรม	-.06	.13077	.629	-.3204	.1939
	อื่นๆ	-.01	.14497	.950	-.2942	.2759
อื่นๆ	การศึกษา	-.61(*)	.17529	.001	-.9590	-.2698
	สังคมศาสตร์	-.33	.16907	.055	-.6582	.0066

ราคา	การศึกษา	รัฐศาสตร์	-.28	.14793	.056	-.5740	.0077		
		อักษรศาสตร์	-.12	.14229	.400	-.3997	.1598		
		กฎหมาย	-.24	.17529	.173	-.5840	.1052		
		เศรษฐศาสตร์	-.23(*)	.11029	.038	-.4461	-.0125		
		บริหารธุรกิจ	-.10	.09348	.282	-.2845	.0831		
		วิทยาศาสตร์	-.16	.14497	.270	-.4450	.1250		
		วิศวกรรม	-.05	.10186	.596	-.2544	.1462		
		คอมพิวเตอร์	.01	.14497	.950	-.2759	.2942		
		สังคมศาสตร์	1.15(*)	.36219	.002	.4413	1.8655		
		รัฐศาสตร์	1.02(*)	.33416	.002	.3665	1.6804		
		อักษรศาสตร์	1.71(*)	.32694	.000	1.0655	2.3511		
		กฎหมาย	.67	.37071	.069	-.0539	1.4039		
		เศรษฐศาสตร์	1.47(*)	.28868	.000	.9045	2.0396		
		บริหารธุรกิจ	.88(*)	.27084	.001	.3459	1.4109		
		วิทยาศาสตร์	.70(*)	.33035	.034	.0527	1.3517		
		วิศวกรรม	.89(*)	.27951	.002	.3417	1.4408		
		คอมพิวเตอร์	.53	.33035	.107	-.1164	1.1826		
		อื่นๆ	.77(*)	.29923	.010	.1825	1.3591		
		สังคมศาสตร์	การศึกษา	-1.15(*)	.36219	.002	-1.8655	-.4413	
			รัฐศาสตร์	-.13	.32467	.689	-.7683	.5084	
			อักษรศาสตร์	.55	.31724	.081	-.0688	1.1786	
			กฎหมาย	-.48	.36219	.187	-1.1905	.2337	
			เศรษฐศาสตร์	.32	.27765	.252	-.2272	.8645	
			บริหารธุรกิจ	-.28	.25906	.289	-.7844	.2343	
			วิทยาศาสตร์	-.45	.32076	.160	-1.0818	.1794	
			วิศวกรรม	-.26	.26810	.329	-.7893	.2650	
			คอมพิวเตอร์	-.62	.32076	.054	-1.2510	.0103	
			อื่นๆ	-.38	.28860	.186	-.9500	.1848	
			รัฐศาสตร์	การศึกษา	-1.02(*)	.33416	.002	-1.6804	-.3665
				สังคมศาสตร์	.13	.32467	.689	-.5084	.7683
				อักษรศาสตร์	.68(*)	.28482	.017	.1249	1.2449
				กฎหมาย	-.35	.33416	.298	-1.0054	.3085
		เศรษฐศาสตร์		.45	.23993	.062	-.0231	.9204	
		บริหารธุรกิจ		-.15	.21815	.506	-.5740	.2838	
		วิทยาศาสตร์		-.32	.28873	.267	-.8889	.2464	
		วิศวกรรม		-.13	.22882	.564	-.5821	.3177	
		คอมพิวเตอร์		-.49	.28873	.090	-1.0580	.0773	
		อื่นๆ		-.25	.25252	.318	-.7491	.2439	
		อักษรศาสตร์		การศึกษา	-1.71(*)	.32694	.000	-2.3511	-1.0655
				สังคมศาสตร์	-.55	.31724	.081	-1.1786	.0688
				รัฐศาสตร์	-.68(*)	.28482	.017	-1.2449	-.1249
				กฎหมาย	-1.03(*)	.32694	.002	-1.6761	-.3905
			เศรษฐศาสตร์	-.24	.22977	.304	-.6880	.2155	
			บริหารธุรกิจ	-.83(*)	.20692	.000	-1.2368	-.4231	
			วิทยาศาสตร์	-1.01(*)	.28035	.000	-1.5573	-.4549	
			วิศวกรรม	-.82(*)	.21814	.000	-1.2460	-.3882	
			คอมพิวเตอร์	-1.18(*)	.28035	.000	-1.7264	-.6241	
อื่นๆ	-.94(*)		.24289	.000	-1.4150	-.4600			
กฎหมาย	การศึกษา		-.67	.37071	.069	-1.4039	.0539		
	สังคมศาสตร์		.48	.36219	.187	-.2337	1.1905		
	รัฐศาสตร์		.35	.33416	.298	-.3085	1.0054		
	อักษรศาสตร์		1.03(*)	.32694	.002	.3905	1.6761		
	เศรษฐศาสตร์	.80(*)	.28868	.006	.2295	1.3646			
	บริหารธุรกิจ	.20	.27084	.453	-.3291	.7359			
	วิทยาศาสตร์	.03	.33035	.934	-.6223	.6767			
	วิศวกรรม	.22	.27951	.440	-.3333	.7658			
	คอมพิวเตอร์	-.14	.33035	.668	-.7914	.5076			
	อื่นๆ	.10	.29923	.749	-.4925	.6841			
	เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	-1.47(*)	.28868	.000	-2.0396	-.9045		
		สังคมศาสตร์	-.32	.27765	.252	-.8645	.2272		
		รัฐศาสตร์	-.45	.23993	.062	-.9204	.0231		
		อักษรศาสตร์	.24	.22977	.304	-.2155	.6880		
กฎหมาย		-.80(*)	.28868	.006	-1.3646	-.2295			
บริหารธุรกิจ		-.59(*)	.13879	.000	-.8666	-.3208			
วิทยาศาสตร์		-.77(*)	.23461	.001	-1.2311	-.3086			
วิศวกรรม		-.58(*)	.15503	.000	-.8856	-.2760			
คอมพิวเตอร์		-.94(*)	.23461	.000	-1.4002	-.4777			
อื่นๆ		-.70(*)	.18826	.000	-1.0714	-.3311			

ช่องทาง	บริหารธุรกิจ	การศึกษา	- .88(*)	.27084	.001	-1.4109	-.3459
		สังคมศาสตร์	.28	.25906	.289	-.2343	.7844
		รัฐศาสตร์	.15	.21815	.506	-.2838	.5740
		อักษรศาสตร์	.83(*)	.20692	.000	.4231	1.2368
		กฎหมาย	-.20	.27084	.453	-.7359	.3291
		เศรษฐศาสตร์	.59(*)	.13879	.000	.3208	.8666
		วิทยาศาสตร์	-.18	.21228	.407	-.5935	.2412
		วิศวกรรม	.01	.11856	.913	-.2202	.2460
		คอมพิวเตอร์	-.35	.21228	.105	-.7626	.0721
		อื่นๆ	-.11	.15958	.501	-.4213	.2062
		วิทยาศาสตร์	การศึกษา	-.70(*)	.33035	.034	-1.3517
	สังคมศาสตร์		.45	.32076	.160	-.1794	1.0818
	รัฐศาสตร์		.32	.28873	.267	-.2464	.8889
	อักษรศาสตร์		1.01(*)	.28035	.000	.4549	1.5573
	กฎหมาย		-.03	.33035	.934	-.6767	.6223
	เศรษฐศาสตร์		.77(*)	.23461	.001	.3086	1.2311
	บริหารธุรกิจ		.18	.21228	.407	-.2412	.5935
	วิศวกรรม		.19	.22323	.398	-.2498	.6280
	คอมพิวเตอร์		-.17	.28432	.552	-.7281	.3899
	อื่นๆ		.07	.24747	.782	-.4179	.5552
	วิศวกรรม		การศึกษา	-.89(*)	.27951	.002	-1.4408
		สังคมศาสตร์	.26	.26810	.329	-.2650	.7893
		รัฐศาสตร์	.13	.22882	.564	-.3177	.5821
		อักษรศาสตร์	.82(*)	.21814	.000	.3882	1.2460
		กฎหมาย	-.22	.27951	.440	-.7658	.3333
		เศรษฐศาสตร์	.58(*)	.15503	.000	.2760	.8856
		บริหารธุรกิจ	-.01	.11856	.913	-.2460	.2202
		วิทยาศาสตร์	-.19	.22323	.398	-.6280	.2498
		คอมพิวเตอร์	-.36	.22323	.109	-.7971	.0807
		อื่นๆ	-.12	.17388	.489	-.4623	.2214
		คอมพิวเตอร์	การศึกษา	-.53	.33035	.107	-1.1826
	สังคมศาสตร์		.62	.32076	.054	-.0103	1.2510
	รัฐศาสตร์		.49	.28873	.090	-.0773	1.0580
	อักษรศาสตร์		1.18(*)	.28035	.000	.6241	1.7264
	กฎหมาย		.14	.33035	.668	-.5076	.7914
	เศรษฐศาสตร์		.94(*)	.23461	.000	.4777	1.4002
	บริหารธุรกิจ		.35	.21228	.105	-.0721	.7626
	วิทยาศาสตร์		.17	.28432	.552	-.3899	.7281
	วิศวกรรม		.36	.22323	.109	-.0807	.7971
	อื่นๆ		.24	.24747	.337	-.2488	.7243
	อื่นๆ		การศึกษา	-.77(*)	.29923	.010	-1.3591
		สังคมศาสตร์	.38	.28860	.186	-.1848	.9500
		รัฐศาสตร์	.25	.25252	.318	-.2439	.7491
		อักษรศาสตร์	.94(*)	.24289	.000	.4600	1.4150
		กฎหมาย	-.10	.29923	.749	-.6841	.4925
		เศรษฐศาสตร์	.70(*)	.18826	.000	.3311	1.0714
		บริหารธุรกิจ	.11	.15958	.501	-.2062	.4213
วิทยาศาสตร์		-.07	.24747	.782	-.5552	.4179	
วิศวกรรม		.12	.17388	.489	-.2214	.4623	
คอมพิวเตอร์		-.24	.24747	.337	-.7243	.2488	
การศึกษา		สังคมศาสตร์	-.10	.28240	.714	-.6586	.4518
	รัฐศาสตร์	-.22	.26055	.408	-.7279	.2966	
	อักษรศาสตร์	-.14	.25492	.571	-.6456	.3567	
	กฎหมาย	-.20	.28905	.489	-.7683	.3683	
	เศรษฐศาสตร์	-.16	.22509	.474	-.6040	.2811	
	บริหารธุรกิจ	-.22	.21118	.301	-.6338	.1966	
	วิทยาศาสตร์	-.15	.25758	.555	-.6586	.3542	
	วิศวกรรม	-.06	.21794	.776	-.4906	.3663	
	คอมพิวเตอร์	-.67(*)	.25758	.010	-1.1733	-.1605	
	อื่นๆ	-.40	.23331	.088	-.8576	.0598	
	สังคมศาสตร์	การศึกษา	.10	.28240	.714	-.4518	.6586
รัฐศาสตร์		-.11	.25315	.658	-.6099	.3855	
อักษรศาสตร์		-.04	.24736	.868	-.5274	.4453	
กฎหมาย		-.10	.28240	.733	-.6518	.4586	
เศรษฐศาสตร์		-.06	.21648	.789	-.4837	.3676	

	บริหารธุรกิจ	-.12	.20199	.569	-.5123	.2820
	วิทยาศาสตร์	-.05	.25010	.845	-.5405	.4429
	วิศวกรรม	.04	.20905	.844	-.3697	.4523
	คอมพิวเตอร์	-.56(*)	.25010	.025	-1.0552	-.0718
	อื่นๆ	-.30	.22503	.190	-.7379	.1470
รัฐศาสตร์	การศึกษา	.22	.26055	.408	-.2966	.7279
	สังคมศาสตร์	.11	.25315	.658	-.3855	.6099
	อักษรศาสตร์	.07	.22208	.749	-.3654	.5078
	กฎหมาย	.02	.26055	.952	-.4966	.5279
	เศรษฐศาสตร์	.05	.18708	.772	-.3136	.4220
	บริหารธุรกิจ	.00	.17009	.986	-.3374	.3315
	วิทยาศาสตร์	.06	.22513	.778	-.3792	.5060
	วิศวกรรม	.15	.17842	.390	-.1973	.5042
	คอมพิวเตอร์	-.45(*)	.22513	.046	-.8939	-.0087
	อื่นๆ	-.18	.19690	.353	-.5704	.2039
อักษรศาสตร์	การศึกษา	.14	.25492	.571	-.3567	.6456
	สังคมศาสตร์	.04	.24736	.868	-.4453	.5274
	รัฐศาสตร์	-.07	.22208	.749	-.5078	.3654
	กฎหมาย	-.06	.25492	.828	-.5567	.4456
	เศรษฐศาสตร์	-.02	.17916	.924	-.3692	.3352
	บริหารธุรกิจ	-.07	.16134	.646	-.3913	.2431
	วิทยาศาสตร์	-.01	.21859	.972	-.4375	.4220
	วิศวกรรม	.08	.17009	.629	-.2521	.4167
	คอมพิวเตอร์	-.52(*)	.21859	.017	-.9522	-.0927
	อื่นๆ	-.25	.18939	.180	-.6268	.1179
กฎหมาย	การศึกษา	.20	.28905	.489	-.3683	.7683
	สังคมศาสตร์	.10	.28240	.733	-.4586	.6518
	รัฐศาสตร์	-.02	.26055	.952	-.5279	.4966
	อักษรศาสตร์	.06	.25492	.828	-.4456	.5567
	เศรษฐศาสตร์	.04	.22509	.864	-.4040	.4811
	บริหารธุรกิจ	-.02	.21118	.930	-.4338	.3966
	วิทยาศาสตร์	.05	.25758	.853	-.4586	.5542
	วิศวกรรม	.14	.21794	.527	-.2906	.5663
	คอมพิวเตอร์	-.47	.25758	.071	-.9733	.0395
	อื่นๆ	-.20	.23331	.395	-.6576	.2598
เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	.16	.22509	.474	-.2811	.6040
	สังคมศาสตร์	.06	.21648	.789	-.3676	.4837
	รัฐศาสตร์	-.05	.18708	.772	-.4220	.3136
	อักษรศาสตร์	.02	.17916	.924	-.3352	.3692
	กฎหมาย	-.04	.22509	.864	-.4811	.4040
	บริหารธุรกิจ	-.06	.10822	.598	-.2699	.1556
	วิทยาศาสตร์	.01	.18293	.960	-.3504	.3689
	วิศวกรรม	.10	.12088	.412	-.1384	.3369
	คอมพิวเตอร์	-.51(*)	.18293	.006	-.8651	-.1458
	อื่นๆ	-.24	.14679	.107	-.5260	.0512
บริหารธุรกิจ	การศึกษา	.22	.21118	.301	-.1966	.6338
	สังคมศาสตร์	.12	.20199	.569	-.2820	.5123
	รัฐศาสตร์	.00	.17009	.986	-.3315	.3374
	อักษรศาสตร์	.07	.16134	.646	-.2431	.3913
	กฎหมาย	.02	.21118	.930	-.3966	.4338
	เศรษฐศาสตร์	.06	.10822	.598	-.1556	.2699
	วิทยาศาสตร์	.07	.16552	.689	-.2590	.3918
	วิศวกรรม	.16	.09244	.091	-.0253	.3382
	คอมพิวเตอร์	-.45(*)	.16552	.007	-.7738	-.1229
	อื่นๆ	-.18	.12443	.148	-.4249	.0643
วิทยาศาสตร์	การศึกษา	.15	.25758	.555	-.3542	.6586
	สังคมศาสตร์	.05	.25010	.845	-.4429	.5405
	รัฐศาสตร์	-.06	.22513	.778	-.5060	.3792
	อักษรศาสตร์	.01	.21859	.972	-.4220	.4375
	กฎหมาย	-.05	.25758	.853	-.5542	.4586
	เศรษฐศาสตร์	-.01	.18293	.960	-.3689	.3504
	บริหารธุรกิจ	-.07	.16552	.689	-.3918	.2590
	วิศวกรรม	.09	.17406	.605	-.2522	.4323
	คอมพิวเตอร์	-.51(*)	.22169	.021	-.9506	-.0788
	อื่นๆ	-.25	.19296	.202	-.6260	.1327

ส่งเสริม	วิศวกรรม	การศึกษา	.06	.21794	.776	-.3663	.4906	
		สังคมศาสตร์	-.04	.20905	.844	-.4523	.3697	
		รัฐศาสตร์	-.15	.17842	.390	-.5042	.1973	
		อักษรศาสตร์	-.08	.17009	.629	-.4167	.2521	
		กฎหมาย	-.14	.21794	.527	-.5663	.2906	
		เศรษฐศาสตร์	-.10	.12088	.412	-.3369	.1384	
		บริหารธุรกิจ	-.16	.09244	.091	-.3382	.0253	
		วิทยาศาสตร์	-.09	.17406	.605	-.4323	.2522	
		คอมพิวเตอร์	-.60(*)	.17406	.001	-.9470	-.2625	
		อื่นๆ	-.34(*)	.13558	.013	-.6033	-.0701	
		คอมพิวเตอร์	การศึกษา	.67(*)	.25758	.010	.1605	1.1733
			สังคมศาสตร์	.56(*)	.25010	.025	.0718	1.0552
	รัฐศาสตร์		.45(*)	.22513	.046	.0087	.8939	
	อักษรศาสตร์		.52(*)	.21859	.017	.0927	.9522	
	กฎหมาย		.47	.25758	.071	-.0395	.9733	
	เศรษฐศาสตร์		.51(*)	.18293	.006	.1458	.8651	
	บริหารธุรกิจ		.45(*)	.16552	.007	.1229	.7738	
	วิทยาศาสตร์		.51(*)	.22169	.021	.0788	.9506	
	วิศวกรรม		.60(*)	.17406	.001	.2625	.9470	
	อื่นๆ		.27	.19296	.166	-.1113	.6474	
	อื่นๆ		การศึกษา	.40	.23331	.088	-.0598	.8576
			สังคมศาสตร์	.30	.22503	.190	-.1470	.7379
		รัฐศาสตร์	.18	.19690	.353	-.2039	.5704	
		อักษรศาสตร์	.25	.18939	.180	-.1179	.6268	
		กฎหมาย	.20	.23331	.395	-.2598	.6576	
		เศรษฐศาสตร์	.24	.14679	.107	-.0512	.5260	
		บริหารธุรกิจ	.18	.12443	.148	-.0643	.4249	
		วิทยาศาสตร์	.25	.19296	.202	-.1327	.6260	
		วิศวกรรม	.34(*)	.13558	.013	.0701	.6033	
		คอมพิวเตอร์	-.27	.19296	.166	-.6474	.1113	
		การศึกษา	สังคมศาสตร์	.00	.27243	.987	-.5402	.5311
			รัฐศาสตร์	.12	.25134	.628	-.3723	.6160
	อักษรศาสตร์		.30	.24591	.217	-.1793	.7876	
	กฎหมาย		-.19	.27884	.502	-.7357	.3607	
	เศรษฐศาสตร์		.41	.21713	.061	-.0195	.8343	
	บริหารธุรกิจ		.11	.20372	.597	-.2926	.5085	
	วิทยาศาสตร์		.02	.24848	.948	-.4724	.5047	
	วิศวกรรม		.21	.21024	.314	-.2014	.6253	
	คอมพิวเตอร์		.02	.24848	.948	-.4724	.5047	
	อื่นๆ		-.11	.22507	.612	-.5569	.3281	
	สังคมศาสตร์		การศึกษา	.00	.27243	.987	-.5311	.5402
			รัฐศาสตร์	.13	.24421	.605	-.3537	.6066
อักษรศาสตร์		.31	.23862	.197	-.1604	.7779		
กฎหมาย		-.18	.27243	.502	-.7186	.3527		
เศรษฐศาสตร์		.41(*)	.20884	.049	.0014	.8226		
บริหารธุรกิจ		.11	.19485	.564	-.2706	.4956		
วิทยาศาสตร์		.02	.24127	.932	-.4536	.4951		
วิศวกรรม		.22	.20166	.284	-.1799	.6130		
คอมพิวเตอร์		.02	.24127	.932	-.4536	.4951		
อื่นๆ		-.11	.21708	.613	-.5366	.3169		
รัฐศาสตร์		การศึกษา	-.12	.25134	.628	-.6160	.3723	
		สังคมศาสตร์	-.13	.24421	.605	-.6066	.3537	
	อักษรศาสตร์	.18	.21423	.395	-.2389	.6035		
	กฎหมาย	-.31	.25134	.219	-.8035	.1848		
	เศรษฐศาสตร์	.29	.18047	.114	-.0692	.6404		
	บริหารธุรกิจ	-.01	.16408	.932	-.3365	.3087		
	วิทยาศาสตร์	-.11	.21717	.627	-.5327	.3213		
	วิศวกรรม	.09	.17211	.601	-.2483	.4285		
	คอมพิวเตอร์	-.11	.21717	.627	-.5327	.3213		
	อื่นๆ	-.24	.18994	.214	-.6097	.1372		
	อักษรศาสตร์	การศึกษา	-.30	.24591	.217	-.7876	.1793	
		สังคมศาสตร์	-.31	.23862	.197	-.7779	.1604	
รัฐศาสตร์		-.18	.21423	.395	-.6035	.2389		
กฎหมาย		-.49(*)	.24591	.046	-.9751	-.0082		
	เศรษฐศาสตร์	.10	.17283	.550	-.2365	.4431		

	บริหารธุรกิจ	-.20	.15564	.208	-.5022	.1098
	วิทยาศาสตร์	-.29	.21087	.173	-.7026	.1266
	วิศวกรรม	-.09	.16408	.575	-.4148	.2304
	คอมพิวเตอร์	-.29	.21087	.173	-.7026	.1266
	อื่นๆ	-.42(*)	.18270	.022	-.7778	-.0594
กฎหมาย	การศึกษา	.19	.27884	.502	-.3607	.7357
	สังคมศาสตร์	.18	.27243	.502	-.3527	.7186
	รัฐศาสตร์	.31	.25134	.219	-.1848	.8035
	อักษรศาสตร์	.49(*)	.24591	.046	.0082	.9751
	เศรษฐศาสตร์	.59(*)	.21713	.006	.1680	1.0218
	บริหารธุรกิจ	.30	.20372	.148	-.1051	.6960
	วิทยาศาสตร์	.20	.24848	.413	-.2849	.6922
	วิศวกรรม	.40	.21024	.058	-.0139	.8128
	คอมพิวเตอร์	.20	.24848	.413	-.2849	.6922
	อื่นๆ	.07	.22507	.745	-.3694	.5156
เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	-.41	.21713	.061	-.8343	.0195
	สังคมศาสตร์	-.41(*)	.20884	.049	-.8226	-.0014
	รัฐศาสตร์	-.29	.18047	.114	-.6404	.0692
	อักษรศาสตร์	-.10	.17283	.550	-.4431	.2365
	กฎหมาย	-.59(*)	.21713	.006	-1.0218	-.1680
	บริหารธุรกิจ	-.30(*)	.10439	.004	-.5048	-.0943
	วิทยาศาสตร์	-.39(*)	.17646	.027	-.7382	-.0443
	วิศวกรรม	-.20	.11661	.094	-.4247	.0338
	คอมพิวเตอร์	-.39(*)	.17646	.027	-.7382	-.0443
	อื่นๆ	-.52(*)	.14160	.000	-.8002	-.2434
บริหารธุรกิจ	การศึกษา	-.11	.20372	.597	-.5085	.2926
	สังคมศาสตร์	-.11	.19485	.564	-.4956	.2706
	รัฐศาสตร์	.01	.16408	.932	-.3087	.3365
	อักษรศาสตร์	.20	.15564	.208	-.1098	.5022
	กฎหมาย	-.30	.20372	.148	-.6960	.1051
	เศรษฐศาสตร์	.30(*)	.10439	.004	.0943	.5048
	วิทยาศาสตร์	-.09	.15967	.566	-.4057	.2222
	วิศวกรรม	.10	.08917	.244	-.0713	.2794
	คอมพิวเตอร์	-.09	.15967	.566	-.4057	.2222
	อื่นๆ	-.22	.12003	.065	-.4583	.0137
วิทยาศาสตร์	การศึกษา	-.02	.24848	.948	-.5047	.4724
	สังคมศาสตร์	-.02	.24127	.932	-.4951	.4536
	รัฐศาสตร์	.11	.21717	.627	-.3213	.5327
	อักษรศาสตร์	.29	.21087	.173	-.1266	.7026
	กฎหมาย	-.20	.24848	.413	-.6922	.2849
	เศรษฐศาสตร์	.39(*)	.17646	.027	.0443	.7382
	บริหารธุรกิจ	.09	.15967	.566	-.2222	.4057
	วิศวกรรม	.20	.16791	.244	-.1343	.5259
	คอมพิวเตอร์	.00	.21386	1.000	-.4205	.4205
	อื่นๆ	-.13	.18614	.483	-.4965	.2354
วิศวกรรม	การศึกษา	-.21	.21024	.314	-.6253	.2014
	สังคมศาสตร์	-.22	.20166	.284	-.6130	.1799
	รัฐศาสตร์	-.09	.17211	.601	-.4285	.2483
	อักษรศาสตร์	.09	.16408	.575	-.2304	.4148
	กฎหมาย	-.40	.21024	.058	-.8128	.0139
	เศรษฐศาสตร์	.20	.11661	.094	-.0338	.4247
	บริหารธุรกิจ	-.10	.08917	.244	-.2794	.0713
	วิทยาศาสตร์	-.20	.16791	.244	-.5259	.1343
	คอมพิวเตอร์	-.20	.16791	.244	-.5259	.1343
	อื่นๆ	-.33(*)	.13079	.013	-.5835	-.0692
คอมพิวเตอร์	การศึกษา	-.02	.24848	.948	-.5047	.4724
	สังคมศาสตร์	-.02	.24127	.932	-.4951	.4536
	รัฐศาสตร์	.11	.21717	.627	-.3213	.5327
	อักษรศาสตร์	.29	.21087	.173	-.1266	.7026
	กฎหมาย	-.20	.24848	.413	-.6922	.2849
	เศรษฐศาสตร์	.39(*)	.17646	.027	.0443	.7382
	บริหารธุรกิจ	.09	.15967	.566	-.2222	.4057
	วิทยาศาสตร์	.00	.21386	1.000	-.4205	.4205
	วิศวกรรม	.20	.16791	.244	-.1343	.5259
	อื่นๆ	-.13	.18614	.483	-.4965	.2354

รวมตลาด	อื่นๆ	การศึกษา	.11	.22507	.612	-.3281	.5569
		สังคมศาสตร์	.11	.21708	.613	-.3169	.5366
		รัฐศาสตร์	.24	.18994	.214	-.1372	.6097
		อักษรศาสตร์	.42(*)	.18270	.022	.0594	.7778
		กฎหมาย	-.07	.22507	.745	-.5156	.3694
		เศรษฐศาสตร์	.52(*)	.14160	.000	.2434	.8002
		บริหารธุรกิจ	.22	.12003	.065	-.0137	.4583
		วิทยาศาสตร์	.13	.18614	.483	-.2354	.4965
		วิศวกรรม	.33(*)	.13079	.013	.0692	.5835
		คอมพิวเตอร์	.13	.18614	.483	-.2354	.4965
		สังคมศาสตร์	.33	.21626	.124	-.0917	.7587
		รัฐศาสตร์	.32	.19952	.115	-.0770	.7075
		อักษรศาสตร์	.59(*)	.19521	.003	.2068	.9744
		กฎหมาย	.17	.22135	.455	-.2696	.6008
	สังคมศาสตร์	เศรษฐศาสตร์	.53(*)	.17237	.002	.1869	.8647
		บริหารธุรกิจ	.32(*)	.16172	.048	.0024	.6383
		วิทยาศาสตร์	.26	.19725	.197	-.1327	.6430
		วิศวกรรม	.40(*)	.16689	.017	.0722	.7285
		คอมพิวเตอร์	.13	.19725	.522	-.2613	.5143
		อื่นๆ	.22	.17867	.223	-.1333	.5693
		การศึกษา	-.33	.21626	.124	-.7587	.0917
		รัฐศาสตร์	-.02	.19386	.925	-.3994	.3629
		อักษรศาสตร์	.26	.18942	.175	-.1153	.6295
		กฎหมาย	-.17	.21626	.438	-.5931	.2573
		เศรษฐศาสตร์	.19	.16578	.247	-.1337	.5182
		บริหารธุรกิจ	-.01	.15468	.932	-.3173	.2909
		วิทยาศาสตร์	-.08	.19152	.683	-.4549	.2982
		วิศวกรรม	.07	.16008	.677	-.2479	.3816
	รัฐศาสตร์	คอมพิวเตอร์	-.21	.19152	.280	-.5836	.1695
		อื่นๆ	-.12	.17232	.503	-.4543	.2233
		การศึกษา	-.32	.19952	.115	-.7075	.0770
		สังคมศาสตร์	.02	.19386	.925	-.3629	.3994
		อักษรศาสตร์	.28	.17006	.106	-.0590	.6097
		กฎหมาย	-.15	.19952	.454	-.5419	.2427
		เศรษฐศาสตร์	.21	.14326	.142	-.0711	.4922
		บริหารธุรกิจ	.01	.13026	.969	-.2510	.2612
		วิทยาศาสตร์	-.06	.17240	.728	-.3990	.2789
		วิศวกรรม	.09	.13663	.534	-.1835	.3537
		คอมพิวเตอร์	-.19	.17240	.274	-.5277	.1502
		อื่นๆ	-.10	.15078	.519	-.3937	.1992
		การศึกษา	-.59(*)	.19521	.003	-.9744	-.2068
		สังคมศาสตร์	-.26	.18942	.175	-.6295	.1153
	อักษรศาสตร์	รัฐศาสตร์	-.28	.17006	.106	-.6097	.0590
		กฎหมาย	-.42(*)	.19521	.030	-.8088	-.0412
		เศรษฐศาสตร์	-.06	.13719	.637	-.3346	.2049
		บริหารธุรกิจ	-.27(*)	.12355	.029	-.5132	-.0274
		วิทยาศาสตร์	-.34(*)	.16739	.046	-.6646	-.0064
วิศวกรรม		-.19	.13025	.145	-.4464	.0658	
คอมพิวเตอร์		-.46(*)	.16739	.006	-.7933	-.1350	
อื่นๆ		-.37(*)	.14503	.011	-.6578	-.0875	
การศึกษา		-.17	.22135	.455	-.6008	.2696	
สังคมศาสตร์		.17	.21626	.438	-.2573	.5931	
รัฐศาสตร์		.15	.19952	.454	-.2427	.5419	
อักษรศาสตร์		.42(*)	.19521	.030	.0412	.8088	
เศรษฐศาสตร์		.36(*)	.17237	.037	.0213	.6991	
บริหารธุรกิจ		.15	.16172	.339	-.1632	.4727	
กฎหมาย	วิทยาศาสตร์	.09	.19725	.650	-.2983	.4773	
	วิศวกรรม	.23	.16689	.160	-.0934	.5628	
	คอมพิวเตอร์	-.04	.19725	.843	-.4270	.3487	
	อื่นๆ	.05	.17867	.770	-.2989	.4036	
	การศึกษา	-.53(*)	.17237	.002	-.8647	-.1869	
	สังคมศาสตร์	-.19	.16578	.247	-.5182	.1337	
	รัฐศาสตร์	-.21	.14326	.142	-.4922	.0711	
	อักษรศาสตร์	.06	.13719	.637	-.2049	.3346	
	กฎหมาย	-.36(*)	.17237	.037	-.6991	-.0213	

	บริหารธุรกิจ	-21(*)	.08287	.014	-.3684	-.0425
	วิทยาศาสตร์	-.27	.14008	.054	-.5461	.0048
	วิศวกรรม	-.13	.09256	.176	-.3074	.0565
	คอมพิวเตอร์	-.40(*)	.14008	.005	-.6747	-.1239
	อื่นๆ	-.31(*)	.11241	.006	-.5288	-.0868
บริหารธุรกิจ	การศึกษา	-.32(*)	.16172	.048	-.6383	-.0024
	สังคมศาสตร์	.01	.15468	.932	-.2909	.3173
	รัฐศาสตร์	-.01	.13026	.969	-.2612	.2510
	อักษรศาสตร์	.27(*)	.12355	.029	.0274	.5132
	กฎหมาย	-.15	.16172	.339	-.4727	.1632
	เศรษฐศาสตร์	.21(*)	.08287	.014	.0425	.3684
	วิทยาศาสตร์	-.07	.12675	.607	-.3144	.1840
	วิศวกรรม	.08	.07079	.259	-.0592	.2192
	คอมพิวเตอร์	-.19	.12675	.127	-.4431	.0553
	อื่นๆ	-.10	.09528	.283	-.2897	.0850
วิทยาศาสตร์	การศึกษา	-.26	.19725	.197	-.6430	.1327
	สังคมศาสตร์	.08	.19152	.683	-.2982	.4549
	รัฐศาสตร์	.06	.17240	.728	-.2789	.3990
	อักษรศาสตร์	.34(*)	.16739	.046	.0064	.6646
	กฎหมาย	-.09	.19725	.650	-.4773	.2983
	เศรษฐศาสตร์	.27	.14008	.054	-.0048	.5461
	บริหารธุรกิจ	.07	.12675	.607	-.1840	.3144
	วิศวกรรม	.15	.13329	.277	-.1169	.4073
	คอมพิวเตอร์	-.13	.16977	.449	-.4625	.2051
	อื่นๆ	-.04	.14776	.802	-.3277	.2534
วิศวกรรม	การศึกษา	-.40(*)	.16689	.017	-.7285	-.0722
	สังคมศาสตร์	-.07	.16008	.677	-.3816	.2479
	รัฐศาสตร์	-.09	.13663	.534	-.3537	.1835
	อักษรศาสตร์	.19	.13025	.145	-.0658	.4464
	กฎหมาย	-.23	.16689	.160	-.5628	.0934
	เศรษฐศาสตร์	.13	.09256	.176	-.0565	.3074
	บริหารธุรกิจ	-.08	.07079	.259	-.2192	.0592
	วิทยาศาสตร์	-.15	.13329	.277	-.4073	.1169
	คอมพิวเตอร์	-.27(*)	.13329	.041	-.5359	-.0118
	อื่นๆ	-.18	.10382	.080	-.3865	.0218
คอมพิวเตอร์	การศึกษา	-.13	.19725	.522	-.5143	.2613
	สังคมศาสตร์	.21	.19152	.280	-.1695	.5836
	รัฐศาสตร์	.19	.17240	.274	-.1502	.5277
	อักษรศาสตร์	.46(*)	.16739	.006	.1350	.7933
	กฎหมาย	.04	.19725	.843	-.3487	.4270
	เศรษฐศาสตร์	.40(*)	.14008	.005	.1239	.6747
	บริหารธุรกิจ	.19	.12675	.127	-.0553	.4431
	วิทยาศาสตร์	.13	.16977	.449	-.2051	.4625
	วิศวกรรม	.27(*)	.13329	.041	.0118	.5359
	อื่นๆ	.09	.14776	.536	-.1990	.3820
อื่นๆ	การศึกษา	-.22	.17867	.223	-.5693	.1333
	สังคมศาสตร์	.12	.17232	.503	-.2233	.4543
	รัฐศาสตร์	.10	.15078	.519	-.1992	.3937
	อักษรศาสตร์	.37(*)	.14503	.011	.0875	.6578
	กฎหมาย	-.05	.17867	.770	-.4036	.2989
	เศรษฐศาสตร์	.31(*)	.11241	.006	.0868	.5288
	บริหารธุรกิจ	.10	.09528	.283	-.0850	.2897
	วิทยาศาสตร์	.04	.14776	.802	-.2534	.3277
	วิศวกรรม	.18	.10382	.080	-.0218	.3865
	คอมพิวเตอร์	-.09	.14776	.536	-.3820	.1990

ตาราง 4.32-34

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 2.6	38	3.81	.45554	.07390	3.6562	3.9557	3.00	4.75
	2.6-2.99	83	3.76	.42582	.04674	3.6661	3.8520	2.00	4.50
	3.00-3.59	193	4.02	.49661	.03575	3.9541	4.0951	2.25	5.00
	3.6 ขึ้นไป	86	3.98	.51013	.05501	3.8659	4.0847	1.88	4.88
	รวม	400	3.94	.49282	.02464	3.8897	3.9866	1.88	5.00
ราคา	ต่ำกว่า 2.6	38	3.26	.80954	.13133	2.9905	3.5227	1.00	4.63
	2.6-2.99	83	3.27	.80280	.08812	3.0973	3.4479	1.63	5.00
	3.00-3.59	193	3.28	.90728	.06531	3.1536	3.4112	1.00	4.88
	3.6 ขึ้นไป	86	3.13	.90840	.09795	2.9317	3.3212	1.00	4.50
	รวม	400	3.24	.87693	.04385	3.1582	3.3306	1.00	5.00
ช่องทาง	ต่ำกว่า 2.6	38	3.75	.44880	.07281	3.6058	3.9008	2.63	4.50
	2.6-2.99	83	3.63	.57679	.06331	3.5021	3.7540	2.00	4.88
	3.00-3.59	193	3.79	.69908	.05032	3.6896	3.8881	1.38	5.00
	3.6 ขึ้นไป	86	3.50	.64625	.06969	3.3585	3.6356	1.38	4.63
	รวม	400	3.69	.65201	.03260	3.6253	3.7535	1.38	5.00
ส่งเสริม	ต่ำกว่า 2.6	38	3.56	.49979	.08108	3.3982	3.7268	2.75	4.63
	2.6-2.99	83	3.52	.48795	.05356	3.4100	3.6231	2.13	4.75
	3.00-3.59	193	3.62	.70683	.05088	3.5169	3.7176	1.25	5.00
	3.6 ขึ้นไป	86	3.51	.63298	.06826	3.3730	3.6444	1.25	4.63
	รวม	400	3.57	.63273	.03164	3.5056	3.6300	1.25	5.00
รวมตลาด	ต่ำกว่า 2.6	38	3.59	.35441	.05749	3.4781	3.7111	2.84	4.50
	2.6-2.99	83	3.54	.42709	.04688	3.4508	3.6373	2.06	4.56
	3.00-3.59	193	3.68	.54309	.03909	3.6012	3.7554	2.13	4.75
	3.6 ขึ้นไป	86	3.53	.52171	.05626	3.4150	3.6387	1.38	4.56
	รวม	400	3.61	.50370	.02519	3.5604	3.6594	1.38	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	4.889	3	1.630	7.013	.000
	Within Groups	92.017	396	.232		
	รวม	96.906	399			
ราคา	Between Groups	1.546	3	.515	.669	.572
	Within Groups	305.285	396	.771		
	รวม	306.831	399			
ช่องทาง	Between Groups	5.558	3	1.853	4.471	.004
	Within Groups	164.066	396	.414		
	รวม	169.624	399			
ส่งเสริม	Between Groups	.991	3	.330	.824	.481
	Within Groups	158.748	396	.401		
	รวม	159.739	399			
รวมตลาด	Between Groups	1.864	3	.621	2.476	.061
	Within Groups	99.369	396	.251		
	รวม	101.232	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) เกษตรเฉลี่ย	(J) เกษตรเฉลี่ย	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	.05	.09442	.620	-.1387	.2325
		3.00-3.59	-.22(*)	.08555	.011	-.3869	-.0505
		3.6 ขึ้นไป	-.17	.09390	.072	-.3540	.0152
	2.6-2.99	ต่ำกว่า 2.6	-.05	.09442	.620	-.2325	.1387
		3.00-3.59	-.27(*)	.06327	.000	-.3900	-.1412
		3.6 ขึ้นไป	-.22(*)	.07417	.004	-.3621	-.0704
	3.00-3.59	ต่ำกว่า 2.6	.22(*)	.08555	.011	.0505	.3869
		2.6-2.99	.27(*)	.06327	.000	.1412	.3900
		3.6 ขึ้นไป	.05	.06250	.430	-.0735	.1722
	3.6 ขึ้นไป	ต่ำกว่า 2.6	.17	.09390	.072	-.0152	.3540
		2.6-2.99	.22(*)	.07417	.004	.0704	.3621
		3.00-3.59	-.05	.06250	.430	-.1722	.0735
ราคา	ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	-.02	.17198	.926	-.3541	.3221
		3.00-3.59	-.03	.15583	.869	-.3322	.2805
		3.6 ขึ้นไป	.13	.17103	.447	-.2061	.4664
	2.6-2.99	ต่ำกว่า 2.6	.02	.17198	.926	-.3221	.3541
		3.00-3.59	-.01	.11525	.932	-.2364	.2168
		3.6 ขึ้นไป	.15	.13510	.280	-.1195	.4117
	3.00-3.59	ต่ำกว่า 2.6	.03	.15583	.869	-.2805	.3322
		2.6-2.99	.01	.11525	.932	-.2168	.2364
		3.6 ขึ้นไป	.16	.11384	.172	-.0679	.3797
	3.6 ขึ้นไป	ต่ำกว่า 2.6	-.13	.17103	.447	-.4664	.2061
		2.6-2.99	-.15	.13510	.280	-.4117	.1195
		3.00-3.59	-.16	.11384	.172	-.3797	.0679
ช่องทางให้บริการ	ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	.13	.12607	.321	-.1226	.3731
		3.00-3.59	-.04	.11423	.756	-.2602	.1890
		3.6 ขึ้นไป	.26(*)	.12538	.042	.0097	.5027
	2.6-2.99	ต่ำกว่า 2.6	-.13	.12607	.321	-.3731	.1226
		3.00-3.59	-.16	.08449	.058	-.3270	.0053
		3.6 ขึ้นไป	.13	.09904	.187	-.0638	.3256
	3.00-3.59	ต่ำกว่า 2.6	.04	.11423	.756	-.1890	.2602
		2.6-2.99	.16	.08449	.058	-.0053	.3270
		3.6 ขึ้นไป	.29(*)	.08345	.001	.1277	.4558
	3.6 ขึ้นไป	ต่ำกว่า 2.6	-.26(*)	.12538	.042	-.5027	-.0097
		2.6-2.99	-.13	.09904	.187	-.3256	.0638
		3.00-3.59	-.29(*)	.08345	.001	-.4558	-.1277
ส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	.05	.12401	.711	-.1979	.2897
		3.00-3.59	-.05	.11237	.626	-.2756	.1662
		3.6 ขึ้นไป	.05	.12333	.663	-.1887	.2962
	2.6-2.99	ต่ำกว่า 2.6	-.05	.12401	.711	-.2897	.1979
		3.00-3.59	-.10	.08311	.227	-.2641	.0627
		3.6 ขึ้นไป	.01	.09742	.936	-.1837	.1994
	3.00-3.59	ต่ำกว่า 2.6	.05	.11237	.626	-.1662	.2756
		2.6-2.99	.10	.08311	.227	-.0627	.2641
		3.6 ขึ้นไป	.11	.08209	.187	-.0529	.2699
	3.6 ขึ้นไป	ต่ำกว่า 2.6	-.05	.12333	.663	-.2962	.1887
		2.6-2.99	-.01	.09742	.936	-.1994	.1837
		3.00-3.59	-.11	.08209	.187	-.2699	.0529
ภาพรวมการตลาด	ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	.05	.09812	.607	-.1424	.2434
		3.00-3.59	-.08	.08890	.347	-.2585	.0911
		3.6 ขึ้นไป	.07	.09758	.488	-.1242	.2595
	2.6-2.99	ต่ำกว่า 2.6	-.05	.09812	.607	-.2434	.1424
		3.00-3.59	-.13(*)	.06575	.042	-.2635	-.0050
		3.6 ขึ้นไป	.02	.07708	.824	-.1344	.1687
	3.00-3.59	ต่ำกว่า 2.6	.08	.08890	.347	-.0911	.2585
		2.6-2.99	.13(*)	.06575	.042	.0050	.2635
		3.6 ขึ้นไป	.15(*)	.06495	.020	.0237	.2791
	3.6 ขึ้นไป	ต่ำกว่า 2.6	-.07	.09758	.488	-.2595	.1242
		2.6-2.99	-.02	.07708	.824	-.1687	.1344
		3.00-3.59	-.15(*)	.06495	.020	-.2791	-.0237

ตาราง 4.35-39

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 5 หมั่นบาท	55	3.74	.73530	.09915	3.5399	3.9374	1.88	4.63
	5 หมั่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	3.95	.44529	.04015	3.8667	4.0256	3.13	5.00
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	3.99	.41888	.03222	3.9297	4.0570	3.00	4.88
	5 แสนบาทขึ้นไป	53	3.95	.46664	.06410	3.8218	4.0791	3.25	4.88
	รวม	400	3.94	.49282	.02464	3.8897	3.9866	1.88	5.00
ราคา	ไม่เกิน 5 หมั่นบาท	55	3.26	.89935	.12127	3.0205	3.5068	1.00	5.00
	5 หมั่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	3.51	.77333	.06973	3.3701	3.6462	1.38	5.00
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	3.18	.84291	.06484	3.0502	3.3063	1.00	4.88
	5 แสนบาทขึ้นไป	53	2.82	1.0010	.13750	2.5472	3.0990	1.13	5.00
	รวม	400	3.24	.87693	.04385	3.1582	3.3306	1.00	5.00
ช่องทางให้บริการ	ไม่เกิน 5 หมั่นบาท	55	3.39	.83252	.11226	3.1636	3.6137	1.38	4.38
	5 หมั่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	3.73	.59939	.05405	3.6278	3.8417	2.13	5.00
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	3.75	.60711	.04670	3.6556	3.8400	2.25	5.00
	5 แสนบาทขึ้นไป	53	3.71	.62968	.08649	3.5363	3.8835	2.63	4.88
	รวม	400	3.69	.65201	.03260	3.6253	3.7535	1.38	5.00
ส่งเสริม	ไม่เกิน 5 หมั่นบาท	55	3.44	.77723	.10480	3.2285	3.6488	1.25	4.50
	5 หมั่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	3.67	.51673	.04659	3.5795	3.7640	1.63	5.00
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	3.57	.65391	.05030	3.4717	3.6703	1.25	5.00
	5 แสนบาทขึ้นไป	53	3.45	.61596	.08461	3.2807	3.6203	2.00	4.75
	รวม	400	3.57	.63273	.03164	3.5056	3.6300	1.25	5.00
รวมตลาด	ไม่เกิน 5 หมั่นบาท	55	3.46	.65717	.08861	3.2797	3.6350	1.38	4.53
	5 หมั่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	3.72	.39912	.03599	3.6440	3.7864	2.50	4.75
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	3.62	.50191	.03861	3.5464	3.6988	2.22	4.72
	5 แสนบาทขึ้นไป	53	3.48	.49299	.06772	3.3476	3.6194	2.56	4.56
	รวม	400	3.61	.50370	.02519	3.5604	3.6594	1.38	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	2.720	3	.907	3.812	.010
	Within Groups	94.186	396	.238		
	รวม	96.906	399			
ราคา	Between Groups	18.721	3	6.240	8.577	.000
	Within Groups	288.110	396	.728		
	รวม	306.831	399			
ช่องทาง	Between Groups	5.827	3	1.942	4.695	.003
	Within Groups	163.797	396	.414		
	รวม	169.624	399			
ส่งเสริม	Between Groups	2.978	3	.993	2.508	.059
	Within Groups	156.761	396	.396		
	รวม	159.739	399			
รวมตลาด	Between Groups	3.517	3	1.172	4.751	.003
	Within Groups	97.715	396	.247		
	รวม	101.232	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) รายได้ของครอบครัว	(J) รายได้ของครอบครัว	Mean Difference (I-J)		Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.21(*)	.07911	.009	-.3630	-.0520	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.25(*)	.07571	.001	-.4035	-.1059	
		5 แสนบาทขึ้นไป	-.21(*)	.09387	.025	-.3964	-.0273	
	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.21(*)	.07911	.009	.0520	.3630	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.05	.05780	.415	-.1608	.0664	
		5 แสนบาทขึ้นไป	.00	.08013	.957	-.1619	.1532	
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.25(*)	.07571	.001	.1059	.4035	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.05	.05780	.415	-.0664	.1608	
		5 แสนบาทขึ้นไป	.04	.07678	.577	-.1081	.1938	
	5 แสนบาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.21(*)	.09387	.025	.0273	.3964	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.00	.08013	.957	-.1532	.1619	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.04	.07678	.577	-.1938	.1081	
ราคา	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.24	.13836	.078	-.5165	.0275	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	.09	.13241	.519	-.1749	.3457	
		5 แสนบาทขึ้นไป	.44(*)	.16418	.008	.1177	.7633	
	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.24	.13836	.078	-.0275	.5165	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	.33(*)	.10109	.001	.1311	.5286	
		5 แสนบาทขึ้นไป	.69(*)	.14015	.000	.4095	.9606	
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	-.09	.13241	.519	-.3457	.1749	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.33(*)	.10109	.001	-.5286	-.1311	
		5 แสนบาทขึ้นไป	.36(*)	.13428	.009	.0911	.6191	
	5 แสนบาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	-.44(*)	.16418	.008	-.7633	-.1177	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.69(*)	.14015	.000	-.9606	-.4095	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.36(*)	.13428	.009	-.6191	-.0911	
ช่องทางให้บริการ	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.35(*)	.10432	.001	-.5512	-.1410	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.36(*)	.09984	.000	-.5554	-.1629	
		5 แสนบาทขึ้นไป	-.32(*)	.12379	.010	-.5646	-.0779	
	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.35(*)	.10432	.001	.1410	.5512	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.01	.07623	.864	-.1629	.1368	

		5 แสนบาทขึ้นไป	.02	.10567	.814	-.1829	.2326
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.36(*)	.09984	.000	.1629	.5554
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.01	.07623	.864	-.1368	.1629
		5 แสนบาทขึ้นไป	.04	.10125	.709	-.1612	.2369
	5 แสนบาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.32(*)	.12379	.010	.0779	.5646
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.02	.10567	.814	-.2326	.1829
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.04	.10125	.709	-.2369	.1612
สงเสริม	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.23(*)	.10206	.023	-.4338	-.0325
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.13	.09767	.176	-.3244	.0597
		5 แสนบาทขึ้นไป	-.01	.12111	.922	-.2499	.2263
	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.23(*)	.10206	.023	.0325	.4338
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	.10	.07457	.177	-.0459	.2473
		5 แสนบาทขึ้นไป	.22(*)	.10338	.033	.0180	.4245
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.13	.09767	.176	-.0597	.3244
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.10	.07457	.177	-.2473	.0459
		5 แสนบาทขึ้นไป	.12	.09905	.224	-.0742	.3153
	5 แสนบาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.01	.12111	.922	-.2263	.2499
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.22(*)	.10338	.033	-.4245	-.0180
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.12	.09905	.224	-.3153	.0742
รวมตลาด	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.26(*)	.08058	.001	-.4162	-.0994
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.17(*)	.07711	.033	-.3168	-.0136
		5 แสนบาทขึ้นไป	-.03	.09561	.785	-.2141	.1619
	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.26(*)	.08058	.001	.0994	.4162
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	.09	.05887	.117	-.0231	.2083
		5 แสนบาทขึ้นไป	.23(*)	.08162	.005	.0712	.3922
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.17(*)	.07711	.033	.0136	.3168
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.09	.05887	.117	-.2083	.0231
		5 แสนบาทขึ้นไป	.14	.07820	.076	-.0146	.2929
	5 แสนบาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.03	.09561	.785	-.1619	.2141
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.23(*)	.08162	.005	-.3922	-.0712
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.14	.07820	.076	-.2929	.0146

ตาราง 4.40-43

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตภัณฑ์	บิดา-มารดา	299	3.95	.47095	.02724	3.8958	4.0030	2.00	5.00
	ทุนการศึกษา	34	3.99	.64796	.11112	3.7629	4.2151	1.88	4.75
	ญาติ-พี่น้อง	10	3.60	.36705	.11607	3.3374	3.8626	2.88	4.00
	ตนเอง	57	3.91	.50749	.06722	3.7732	4.0426	2.25	4.75
	รวม	400	3.94	.49282	.02464	3.8897	3.9866	1.88	5.00
ราคา	บิดา-มารดา	299	3.18	.84502	.04887	3.0807	3.2730	1.00	5.00
	ทุนการศึกษา	34	3.06	1.10921	.19023	2.6718	3.4458	1.00	4.38
	ญาติ-พี่น้อง	10	3.81	.68275	.21590	3.3241	4.3009	3.00	5.00
	ตนเอง	57	3.61	.80041	.10602	3.3973	3.8220	1.63	4.88
	รวม	400	3.24	.87693	.04385	3.1582	3.3306	1.00	5.00
ช่องทาง	บิดา-มารดา	299	3.76	.60179	.03480	3.6961	3.8331	1.88	5.00
	ทุนการศึกษา	34	3.35	.79060	.13559	3.0697	3.6214	1.38	4.25
	ญาติ-พี่น้อง	10	4.04	.46417	.14678	3.7055	4.3695	3.38	4.63
	ตนเอง	57	3.44	.71500	.09470	3.2489	3.6283	1.38	4.63
	รวม	400	3.69	.65201	.03260	3.6253	3.7535	1.38	5.00
ส่งเสริม	บิดา-มารดา	299	3.61	.60954	.03525	3.5393	3.6781	1.25	5.00
	ทุนการศึกษา	34	3.25	.87985	.15089	2.9393	3.5533	1.25	4.38
	ญาติ-พี่น้อง	10	3.73	.39878	.12611	3.4397	4.0103	3.13	4.13
	ตนเอง	57	3.52	.56123	.07434	3.3686	3.6665	1.50	4.63
	รวม	400	3.57	.63273	.03164	3.5056	3.6300	1.25	5.00
รวมตลาด	บิดา-มารดา	299	3.62	.47862	.02768	3.5704	3.6794	2.06	4.75
	ทุนการศึกษา	34	3.41	.70189	.12037	3.1650	3.6548	1.38	4.22
	ญาติ-พี่น้อง	10	3.79	.34334	.10857	3.5481	4.0394	3.41	4.28
	ตนเอง	57	3.62	.49786	.06594	3.4863	3.7505	2.13	4.50
	รวม	400	3.61	.50370	.02519	3.5604	3.6594	1.38	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	1.321	3	.440	1.825	.142
	Within Groups	95.585	396	.241		
	รวม	96.906	399			
ราคา	Between Groups	13.367	3	4.456	6.013	.001
	Within Groups	293.464	396	.741		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางให้บริการ	Between Groups	10.508	3	3.503	8.718	.000
	Within Groups	159.115	396	.402		
	รวม	169.624	399			
ส่งเสริม	Between Groups	4.405	3	1.468	3.743	.011
	Within Groups	155.334	396	.392		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมตลาด	Between Groups	1.769	3	.590	2.348	.072
	Within Groups	99.463	396	.251		
	รวม	101.232	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ผู้ที่ให้การสนับสนุน	(J) ผู้ที่ให้การสนับสนุน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	บิดา-มารดา	ทุนการศึกษา	-.04	.08892	.657	-.2144	.1353
		ญาติ-พี่น้อง	.35(*)	.15794	.028	.0389	.6599
		ตนเอง	.04	.07101	.559	-.0981	.1811
	ทุนการศึกษา	บิดา-มารดา	.04	.08892	.657	-.1353	.2144
		ญาติ-พี่น้อง	.39(*)	.17674	.028	.0415	.7364
		ตนเอง	.08	.10646	.447	-.1282	.2904
	ญาติ-พี่น้อง	บิดา-มารดา	-.35(*)	.15794	.028	-.6599	-.0389
		ทุนการศึกษา	-.39(*)	.17674	.028	-.7364	-.0415
		ตนเอง	-.31	.16844	.068	-.6390	.0233
	ตนเอง	บิดา-มารดา	-.04	.07101	.559	-.1811	.0981
		ทุนการศึกษา	-.08	.10646	.447	-.2904	.1282
		ญาติ-พี่น้อง	.31	.16844	.068	-.0233	.6390
ราคา	บิดา-มารดา	ทุนการศึกษา	.12	.15580	.449	-.1883	.4243
		ญาติ-พี่น้อง	-.64(*)	.27674	.022	-1.1797	-.0916
		ตนเอง	-.43(*)	.12442	.001	-.6774	-.1882
	ทุนการศึกษา	บิดา-มารดา	-.12	.15580	.449	-.4243	.1883
		ญาติ-พี่น้อง	-.75(*)	.30968	.015	-1.3625	-.1448
		ตนเอง	-.55(*)	.18654	.003	-.9176	-.1841
	ญาติ-พี่น้อง	บิดา-มารดา	.64(*)	.27674	.022	.0916	1.1797
		ทุนการศึกษา	.75(*)	.30968	.015	.1448	1.3625
		ตนเอง	.20	.29514	.492	-.3774	.7831
	ตนเอง	บิดา-มารดา	.43(*)	.12442	.001	.1882	.6774
		ทุนการศึกษา	.55(*)	.18654	.003	.1841	.9176
		ญาติ-พี่น้อง	-.20	.29514	.492	-.7831	.3774
ช่องทาง	บิดา-มารดา	ทุนการศึกษา	.42(*)	.11472	.000	.1935	.6446
		ญาติ-พี่น้อง	-.27	.20378	.181	-.6735	.1277
		ตนเอง	.33(*)	.09161	.000	.1459	.5061
	ทุนการศึกษา	บิดา-มารดา	-.42(*)	.11472	.000	-.6446	-.1935
		ญาติ-พี่น้อง	-.69(*)	.22803	.003	-1.1402	-.2436
		ตนเอง	-.09	.13736	.499	-.3630	.1770
	ญาติ-พี่น้อง	บิดา-มารดา	.27	.20378	.181	-.1277	.6735
		ทุนการศึกษา	.69(*)	.22803	.003	.2436	1.1402
		ตนเอง	.60(*)	.21732	.006	.1717	1.0262
	ตนเอง	บิดา-มารดา	-.33(*)	.09161	.000	-.5061	-.1459
		ทุนการศึกษา	.09	.13736	.499	-.1770	.3630
		ญาติ-พี่น้อง	-.60(*)	.21732	.006	-1.0262	-.1717
ส่งเสริม	บิดา-มารดา	ทุนการศึกษา	.36(*)	.11335	.002	.1395	.5852
		ญาติ-พี่น้อง	-.12	.20134	.564	-.5121	.2795
		ตนเอง	.09	.09052	.315	-.0868	.2691
	ทุนการศึกษา	บิดา-มารดา	-.36(*)	.11335	.002	-.5852	-.1395
		ญาติ-พี่น้อง	-.48(*)	.22531	.034	-.9216	-.0357
		ตนเอง	-.27(*)	.13572	.046	-.5380	-.0044
	ญาติ-พี่น้อง	บิดา-มารดา	.12	.20134	.564	-.2795	.5121
		ทุนการศึกษา	.48(*)	.22531	.034	.0357	.9216
		ตนเอง	.21	.21473	.335	-.2147	.6296
	ตนเอง	บิดา-มารดา	-.09	.09052	.315	-.2691	.0868
		ทุนการศึกษา	.27(*)	.13572	.046	.0044	.5380
		ญาติ-พี่น้อง	-.21	.21473	.335	-.6296	.2147
รวมตลาด	บิดา-มารดา	ทุนการศึกษา	.21(*)	.09070	.018	.0366	.3933
		ญาติ-พี่น้อง	-.17	.16111	.295	-.4856	.1479
		ตนเอง	.01	.07243	.929	-.1359	.1489
	ทุนการศึกษา	บิดา-มารดา	-.21(*)	.09070	.018	-.3933	-.0366
		ญาติ-พี่น้อง	-.38(*)	.18029	.034	-.7383	-.0294
		ตนเอง	-.21	.10860	.056	-.4220	.0050
	ญาติ-พี่น้อง	บิดา-มารดา	.17	.16111	.295	-.1479	.4856
		ทุนการศึกษา	.38(*)	.18029	.034	.0294	.7383
		ตนเอง	.18	.17182	.308	-.1625	.5131
	ตนเอง	บิดา-มารดา	-.01	.07243	.929	-.1489	.1359
		ทุนการศึกษา	.21	.10860	.056	-.0050	.4220
		ญาติ-พี่น้อง	-.18	.17182	.308	-.5131	.1625

ตาราง 4.44-45

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตภัณฑ์	สหรัฐอเมริกา	93	3.83	.48971	.05078	3.7258	3.9275	1.88	5.00
	สหราชอาณาจักร	236	4.07	.42507	.02767	4.0181	4.1271	3.00	5.00
	ญี่ปุ่น	21	3.71	.38392	.08378	3.5336	3.8831	3.00	4.63
	ออสเตรเลีย	37	3.68	.62054	.10202	3.4755	3.8893	2.00	4.63
	เยอรมันนี	9	3.40	.58222	.19407	2.9552	3.8503	2.75	4.38
	อื่นๆ	4	3.38	.14434	.07217	3.1453	3.6047	3.25	3.50
	รวม	400	3.94	.49282	.02464	3.8897	3.9866	1.88	5.00
ราคา	สหรัฐอเมริกา	93	3.39	.77737	.08061	3.2270	3.5472	1.00	5.00
	สหราชอาณาจักร	236	3.13	.87983	.05727	3.0180	3.2437	1.00	4.88
	ญี่ปุ่น	21	3.46	1.03406	.22565	2.9876	3.9290	1.63	4.88
	ออสเตรเลีย	37	3.45	1.02170	.16797	3.1053	3.7866	1.00	5.00
	เยอรมันนี	9	3.38	.53400	.17800	2.9645	3.7855	2.38	4.00
	อื่นๆ	4	3.34	.40020	.20010	2.7070	3.9805	3.00	3.75
	รวม	400	3.24	.87693	.04385	3.1582	3.3306	1.00	5.00
ช่องทางให้บริการ	สหรัฐอเมริกา	93	3.66	.60362	.06259	3.5316	3.7802	1.38	4.75
	สหราชอาณาจักร	236	3.69	.65705	.04277	3.6027	3.7712	1.63	5.00
	ญี่ปุ่น	21	3.87	.56800	.12395	3.6105	4.1276	3.00	4.50
	ออสเตรเลีย	37	3.79	.81767	.13442	3.5213	4.0665	1.38	4.63
	เยอรมันนี	9	3.35	.30477	.10159	3.1130	3.5815	3.00	4.00
	อื่นๆ	4	3.47	.56250	.28125	2.5737	4.3638	3.00	4.13
	รวม	400	3.69	.65201	.03260	3.6253	3.7535	1.38	5.00
ส่งเสริมการตลาด	สหรัฐอเมริกา	93	3.59	.55315	.05736	3.4734	3.7013	1.25	4.88
	สหราชอาณาจักร	236	3.55	.66561	.04333	3.4665	3.6373	1.25	5.00
	ญี่ปุ่น	21	3.51	.32229	.07033	3.3592	3.6527	3.00	4.13
	ออสเตรเลีย	37	3.63	.79713	.13105	3.3592	3.8908	1.50	4.50
	เยอรมันนี	9	3.67	.50389	.16796	3.2793	4.0540	2.75	4.25
	อื่นๆ	4	3.63	.17678	.08839	3.3437	3.9063	3.38	3.75
	รวม	400	3.57	.63273	.03164	3.5056	3.6300	1.25	5.00
ภาพรวมตลาด	สหรัฐอเมริกา	93	3.61	.44437	.04608	3.5227	3.7058	1.38	4.25
	สหราชอาณาจักร	236	3.61	.52048	.03388	3.5438	3.6773	2.22	4.75
	ญี่ปุ่น	21	3.64	.42988	.09381	3.4397	3.8311	2.91	4.34
	ออสเตรเลีย	37	3.64	.63773	.10484	3.4242	3.8495	2.06	4.53
	เยอรมันนี	9	3.45	.27599	.09200	3.2358	3.6601	3.25	4.00
	อื่นๆ	4	3.45	.16437	.08219	3.1916	3.7147	3.31	3.63
	รวม	400	3.61	.50370	.02519	3.5604	3.6594	1.38	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลัดกันท์	Between Groups	12.798	5	2.560	11.990	.000
	Within Groups	84.109	394	.213		
	รวม	96.906	399			
ราคา	Between Groups	7.595	5	1.519	2.000	.078
	Within Groups	299.236	394	.759		
	รวม	306.831	399			
ช่องทาง	Between Groups	2.436	5	.487	1.148	.334
	Within Groups	167.187	394	.424		
	รวม	169.624	399			
ส่งเสริม	Between Groups	.398	5	.080	.197	.964
	Within Groups	159.341	394	.404		
	รวม	159.739	399			
รวมตลาด	Between Groups	.377	5	.075	.294	.916
	Within Groups	100.855	394	.256		
	รวม	101.232	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ประเทศที่ให้ความสนใจที่จะศึกษาต่อ	(J) ประเทศที่ให้ความสนใจที่จะศึกษาต่อ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ผลัดกันท์	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	-.25(*)	.05657	.000	-.3572	-.1347
		ญี่ปุ่น	.12	.11163	.290	-.1012	.3377
		ออสเตรเลีย	.14	.08981	.109	-.0324	.3207
		เยอรมันนี	.42(*)	.16129	.009	.1067	.7409
		อื่นๆ	.45	.23593	.056	-.0122	.9155
	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	.25(*)	.05657	.000	.1347	.3572
		ญี่ปุ่น	.36(*)	.10521	.001	.1574	.5711
		ออสเตรเลีย	.39(*)	.08170	.000	.2295	.5507
		เยอรมันนี	.67(*)	.15692	.000	.3613	.9783
		อื่นๆ	.70(*)	.23297	.003	.2396	1.1556
	ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา	-.12	.11163	.290	-.3377	.1012
		สหราชอาณาจักร	-.36(*)	.10521	.001	-.5711	-.1574
		ออสเตรเลีย	.03	.12623	.838	-.2223	.2741
		เยอรมันนี	.31	.18408	.098	-.0563	.6675
		อื่นๆ	.33	.25206	.187	-.1622	.8289
	ออสเตรเลีย	สหรัฐอเมริกา	-.14	.08981	.109	-.3207	.0324
		สหราชอาณาจักร	-.39(*)	.08170	.000	-.5507	-.2295
		ญี่ปุ่น	-.03	.12623	.838	-.2741	.2223
		เยอรมันนี	.28	.17172	.104	-.0580	.6173
		อื่นๆ	.31	.24318	.207	-.1707	.7855
เยอรมันนี	สหรัฐอเมริกา	-.42(*)	.16129	.009	-.7409	-.1067	
	สหราชอาณาจักร	-.67(*)	.15692	.000	-.9783	-.3613	
	ญี่ปุ่น	-.31	.18408	.098	-.6675	.0563	
	ออสเตรเลีย	-.28	.17172	.104	-.6173	.0580	
	อื่นๆ	.03	.27765	.920	-.5181	.5736	
อื่นๆ	สหรัฐอเมริกา	-.45	.23593	.056	-.9155	.0122	
	สหราชอาณาจักร	-.70(*)	.23297	.003	-1.1556	-.2396	
	ญี่ปุ่น	-.33	.25206	.187	-.8289	.1622	

ราคา	สหรัฐอเมริกา	ออสเตรเลีย	-.31	.24318	.207	-.7855	.1707
		เยอรมันนี	-.03	.27765	.920	-.5736	.5181
		สหราชอาณาจักร	.26(*)	.10670	.017	.0465	.4660
		ญี่ปุ่น	-.07	.21055	.735	-.4852	.3427
	สหราชอาณาจักร	ออสเตรเลีย	-.06	.16939	.728	-.3919	.2742
		เยอรมันนี	.01	.30423	.968	-.5860	.6102
		อื่นๆ	.04	.44501	.922	-.8316	.9182
		สหรัฐอเมริกา	-.26(*)	.10670	.017	-.4660	-.0465
	ญี่ปุ่น	ญี่ปุ่น	-.33	.19845	.100	-.7177	.0627
		ออสเตรเลีย	-.32(*)	.15409	.042	-.6181	-.0122
		เยอรมันนี	-.24	.29598	.410	-.8261	.3377
		อื่นๆ	-.21	.43942	.628	-1.0768	.6510
	ออสเตรเลีย	สหรัฐอเมริกา	.07	.21055	.735	-.3427	.4852
		สหราชอาณาจักร	.33	.19845	.100	-.0627	.7177
		ออสเตรเลีย	.01	.23810	.959	-.4557	.4805
		เยอรมันนี	.08	.34721	.810	-.5993	.7659
	เยอรมันนี	อื่นๆ	.11	.47543	.810	-.8201	1.0493
		สหรัฐอเมริกา	.06	.16939	.728	-.2742	.3919
		สหราชอาณาจักร	.32(*)	.15409	.042	.0122	.6181
		ญี่ปุ่น	-.01	.23810	.959	-.4805	.4557
อื่นๆ	เยอรมันนี	.07	.32390	.827	-.5658	.7077	
	อื่นๆ	.10	.45869	.824	-.7996	1.0040	
	สหรัฐอเมริกา	-.01	.30423	.968	-.6102	.5860	
	สหราชอาณาจักร	.24	.29598	.410	-.3377	.8261	
ช่องทาง	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	-.08	.34721	.810	-.7659	.5993
		ออสเตรเลีย	-.07	.32390	.827	-.7077	.5658
		อื่นๆ	.03	.52370	.952	-.9983	1.0608
		สหรัฐอเมริกา	-.04	.44501	.922	-.9182	.8316
	สหราชอาณาจักร	สหราชอาณาจักร	.21	.43942	.628	-.6510	1.0768
		ญี่ปุ่น	-.11	.47543	.810	-1.0493	.8201
		ออสเตรเลีย	-.10	.45869	.824	-1.0040	.7996
		เยอรมันนี	-.03	.52370	.952	-1.0608	.9983
	ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา	-.03	.07975	.697	-.1879	.1257
		ญี่ปุ่น	-.21	.15738	.176	-.5225	.0963
		ออสเตรเลีย	-.14	.12661	.276	-.3869	.1109
		เยอรมันนี	.31	.22740	.175	-.1384	.7558
	สหราชอาณาจักร	อื่นๆ	.19	.33264	.574	-.4668	.8411
		สหรัฐอเมริกา	.03	.07975	.697	-.1257	.1879
		ญี่ปุ่น	-.18	.14834	.220	-.4737	.1096
		ออสเตรเลีย	-.11	.11518	.354	-.3334	.1195
	ญี่ปุ่น	เยอรมันนี	.34	.22124	.125	-.0952	.7747
		อื่นๆ	.22	.32845	.507	-.4275	.8640
		สหรัฐอเมริกา	.21	.15738	.176	-.0963	.5225
		สหราชอาณาจักร	.18	.14834	.220	-.1096	.4737
ออสเตรเลีย	ออสเตรเลีย	.08	.17797	.673	-.2748	.4250	
	เยอรมันนี	.52(*)	.25953	.045	.0116	1.0321	
	อื่นๆ	.40	.35537	.261	-.2984	1.0990	
	สหรัฐอเมริกา	.14	.12661	.276	-.1109	.3869	
เยอรมันนี	สหราชอาณาจักร	.11	.11518	.354	-.1195	.3334	
	ญี่ปุ่น	-.08	.17797	.673	-.4250	.2748	
	เยอรมันนี	.45	.24211	.066	-.0293	.9227	
	อื่นๆ	.33	.34286	.344	-.3489	.9992	
อื่นๆ	สหรัฐอเมริกา	-.31	.22740	.175	-.7558	.1384	
	สหราชอาณาจักร	-.34	.22124	.125	-.7747	.0952	
	ญี่ปุ่น	-.52(*)	.25953	.045	-1.0321	-.0116	
	ออสเตรเลีย	-.45	.24211	.066	-.9227	.0293	
สหรัฐอเมริกา	อื่นๆ	-.12	.39145	.756	-.8911	.6481	
	สหรัฐอเมริกา	-.19	.33264	.574	-.8411	.4668	
	สหราชอาณาจักร	-.22	.32845	.507	-.8640	.4275	
	ญี่ปุ่น	-.40	.35537	.261	-1.0990	.2984	
สหราชอาณาจักร	ออสเตรเลีย	-.33	.34286	.344	-.9992	.3489	

ส่งเสริม	สหรัฐอเมริกา	เยอรมันนี	.12	.39145	.756	-.6481	.8911	
		สหราชอาณาจักร	.04	.07786	.649	-.1176	.1885	
		ญี่ปุ่น	.08	.15364	.596	-.2207	.3835	
		ออสเตรเลีย	-.04	.12361	.761	-.2806	.2054	
		เยอรมันนี	-.08	.22200	.721	-.5158	.3572	
	สหราชอาณาจักร	อื่น ๆ	-.04	.32474	.908	-.6761	.6008	
		สหรัฐอเมริกา	-.04	.07786	.649	-.1885	.1176	
		ญี่ปุ่น	.05	.14482	.751	-.2388	.3307	
		ออสเตรเลีย	-.07	.11245	.516	-.2942	.1480	
		เยอรมันนี	-.11	.21598	.595	-.5394	.3099	
	ญี่ปุ่น	อื่น ๆ	-.07	.32065	.820	-.7035	.5573	
		สหรัฐอเมริกา	-.08	.15364	.596	-.3835	.2207	
		สหราชอาณาจักร	-.05	.14482	.751	-.3307	.2388	
		ออสเตรเลีย	-.12	.17375	.494	-.4606	.2225	
		เยอรมันนี	-.16	.25336	.526	-.6588	.3374	
	ออสเตรเลีย	อื่น ๆ	-.12	.34693	.732	-.8011	.5630	
		สหรัฐอเมริกา	.04	.12361	.761	-.2054	.2806	
		สหราชอาณาจักร	.07	.11245	.516	-.1480	.2942	
		ญี่ปุ่น	.12	.17375	.494	-.2225	.4606	
		เยอรมันนี	-.04	.23636	.860	-.5063	.4230	
	เยอรมันนี	อื่น ๆ	.00	.33472	1.000	-.6581	.6581	
		สหรัฐอเมริกา	.08	.22200	.721	-.3572	.5158	
		สหราชอาณาจักร	.11	.21598	.595	-.3099	.5394	
		ญี่ปุ่น	.16	.25336	.526	-.3374	.6588	
		ออสเตรเลีย	.04	.23636	.860	-.4230	.5063	
	อื่น ๆ	อื่น ๆ	.04	.38215	.913	-.7096	.7930	
		สหรัฐอเมริกา	.04	.32474	.908	-.6008	.6761	
		สหราชอาณาจักร	.07	.32065	.820	-.5573	.7035	
		ญี่ปุ่น	.12	.34693	.732	-.5630	.8011	
		ออสเตรเลีย	.00	.33472	1.000	-.6581	.6581	
	รวมตลาด	สหรัฐอเมริกา	เยอรมันนี	-.04	.38215	.913	-.7930	.7096
			สหราชอาณาจักร	.00	.06194	.953	-.1181	.1255
			ญี่ปุ่น	-.02	.12224	.863	-.2615	.2191
			ออสเตรเลีย	-.02	.09834	.819	-.2159	.1708
			เยอรมันนี	.17	.17662	.347	-.1809	.5136
		สหราชอาณาจักร	อื่น ๆ	.16	.25835	.533	-.3468	.6690
			สหรัฐอเมริกา	.00	.06194	.953	-.1255	.1181
			ญี่ปุ่น	-.02	.11521	.829	-.2514	.2017
			ออสเตรเลีย	-.03	.08946	.769	-.2021	.1496
			เยอรมันนี	.16	.17183	.344	-.1752	.5005
		ญี่ปุ่น	อื่น ๆ	.16	.25511	.537	-.3441	.6590
			สหรัฐอเมริกา	.02	.12224	.863	-.2191	.2615
			สหราชอาณาจักร	.02	.11521	.829	-.2017	.2514
			ออสเตรเลีย	.00	.13823	.992	-.2732	.2704
เยอรมันนี			.19	.20157	.353	-.2088	.5838	
ออสเตรเลีย		อื่น ๆ	.18	.27601	.509	-.3604	.7249	
		สหรัฐอเมริกา	.02	.09834	.819	-.1708	.2159	
		สหราชอาณาจักร	.03	.08946	.769	-.1496	.2021	
		ญี่ปุ่น	.00	.13823	.992	-.2704	.2732	
		เยอรมันนี	.19	.18804	.316	-.1808	.5586	
เยอรมันนี		อื่น ๆ	.18	.26629	.491	-.3398	.7072	
		สหรัฐอเมริกา	-.17	.17662	.347	-.5136	.1809	
		สหราชอาณาจักร	-.16	.17183	.344	-.5005	.1752	
		ญี่ปุ่น	-.19	.20157	.353	-.5838	.2088	
		ออสเตรเลีย	-.19	.18804	.316	-.5586	.1808	
อื่น ๆ		อื่น ๆ	-.01	.30403	.986	-.6029	.5925	
		สหรัฐอเมริกา	-.16	.25835	.533	-.6690	.3468	
		สหราชอาณาจักร	-.16	.25511	.537	-.6590	.3441	
		ญี่ปุ่น	-.18	.27601	.509	-.7249	.3604	
		ออสเตรเลีย	-.18	.26629	.491	-.7072	.3398	
			เยอรมันนี	.01	.30403	.986	-.5925	.6029

ตาราง 46-48

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตภัณฑ์	การศึกษา	8	3.84	.51213	.18107	3.4156	4.2719	3.00	4.25
	สังคมศาสตร์	6	4.15	.24260	.09904	3.8912	4.4004	3.88	4.50
	รัฐศาสตร์	12	4.16	.25631	.07399	3.9934	4.3191	3.88	4.75
	กฎหมาย	11	4.06	.28703	.08654	3.8640	4.2496	3.63	4.38
	เศรษฐศาสตร์	21	4.11	.49985	.10908	3.8856	4.3406	3.38	4.88
	บริหารธุรกิจ	281	3.93	.52318	.03121	3.8678	3.9907	1.88	5.00
	วิทยาศาสตร์	9	4.17	.48814	.16271	3.7914	4.5419	3.00	4.50
	วิศวกรรม	27	3.67	.29853	.05745	3.5532	3.7894	3.25	4.25
	อื่นๆ	25	3.92	.36778	.07356	3.7682	4.0718	3.38	4.50
	รวม	400	3.94	.49282	.02464	3.8897	3.9866	1.88	5.00
ราคา	การศึกษา	8	2.80	.99986	.35350	1.9610	3.6328	1.13	4.00
	สังคมศาสตร์	6	2.79	.23274	.09501	2.5474	3.0359	2.38	3.00
	รัฐศาสตร์	12	3.32	.71402	.20612	2.8692	3.7766	2.00	4.63
	กฎหมาย	11	3.75	.79844	.24074	3.2136	4.2864	3.00	5.00
	เศรษฐศาสตร์	21	3.31	.80002	.17458	2.9454	3.6737	1.88	4.38
	บริหารธุรกิจ	281	3.19	.92105	.05495	3.0791	3.2954	1.00	5.00
	วิทยาศาสตร์	9	3.44	.77083	.25694	2.8519	4.0370	2.25	4.13
	วิศวกรรม	27	3.55	.53725	.10339	3.3338	3.7588	2.25	4.25
	อื่นๆ	25	3.43	.78062	.15612	3.1028	3.7472	2.00	4.63
	รวม	400	3.24	.87693	.04385	3.1582	3.3306	1.00	5.00
ช่องทางให้บริการ	การศึกษา	8	3.63	.43814	.15490	3.2587	3.9913	2.88	4.00
	สังคมศาสตร์	6	3.17	.43060	.17579	2.7148	3.6186	2.63	3.75
	รัฐศาสตร์	12	3.73	.58590	.16913	3.3569	4.1014	3.00	4.50
	กฎหมาย	11	3.67	.45164	.13617	3.3670	3.9739	3.00	4.13
	เศรษฐศาสตร์	21	3.99	.91214	.19904	3.5788	4.4092	1.88	4.88
	บริหารธุรกิจ	281	3.65	.65175	.03888	3.5774	3.7304	1.38	5.00
	วิทยาศาสตร์	9	3.54	.40984	.13661	3.2266	3.8567	2.75	4.13
	วิศวกรรม	27	3.76	.45114	.08682	3.5854	3.9424	3.00	4.50
	อื่นๆ	25	3.94	.74750	.14950	3.6314	4.2486	1.63	4.88
	รวม	400	3.69	.65201	.03260	3.6253	3.7535	1.38	5.00
ส่งเสริมการตลาด	การศึกษา	8	3.03	.67065	.23711	2.4706	3.5919	1.50	3.50
	สังคมศาสตร์	6	3.60	.33927	.13851	3.2481	3.9602	3.13	3.88
	รัฐศาสตร์	12	3.69	.47224	.13632	3.3875	3.9875	3.25	4.63
	กฎหมาย	11	3.90	.52386	.15795	3.5458	4.2497	3.25	4.63
	เศรษฐศาสตร์	21	3.54	.94715	.20669	3.1046	3.9669	1.63	5.00
	บริหารธุรกิจ	281	3.53	.62526	.03730	3.4537	3.6006	1.25	5.00
	วิทยาศาสตร์	9	3.74	.47370	.15790	3.3720	4.1002	2.88	4.25
	วิศวกรรม	27	3.51	.31949	.06149	3.3829	3.6356	3.00	4.13
	อื่นๆ	25	4.01	.62741	.12548	3.7560	4.2740	2.25	4.88
	รวม	400	3.57	.63273	.03164	3.5056	3.6300	1.25	5.00
ภาพรวมตลาด	การศึกษา	8	3.32	.46440	.16419	2.9360	3.7125	2.47	3.69
	สังคมศาสตร์	6	3.43	.17751	.07247	3.2408	3.6134	3.25	3.75
	รัฐศาสตร์	12	3.72	.34769	.10037	3.5030	3.9449	3.13	4.56
	กฎหมาย	11	3.84	.31654	.09544	3.6311	4.0564	3.44	4.28
	เศรษฐศาสตร์	21	3.74	.65008	.14186	3.4422	4.0340	2.50	4.59
	บริหารธุรกิจ	281	3.57	.52307	.03120	3.5130	3.6358	1.38	4.75
	วิทยาศาสตร์	9	3.72	.32077	.10692	3.4757	3.9688	3.00	3.94
	วิศวกรรม	27	3.62	.25957	.04995	3.5200	3.7254	3.22	4.09
	อื่นๆ	25	3.83	.50057	.10011	3.6184	4.0316	2.47	4.56
	รวม	400	3.61	.50370	.02519	3.5604	3.6594	1.38	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	4.122	8	.515	2.171	.029
	Within Groups	92.785	391	.237		
	รวม	96.906	399			
ราคา	Between Groups	10.360	8	1.295	1.708	.095
	Within Groups	296.471	391	.758		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางให้บริการ	Between Groups	5.915	8	.739	1.766	.082
	Within Groups	163.709	391	.419		
	รวม	169.624	399			
ส่งเสริมการตลาด	Between Groups	9.514	8	1.189	3.095	.002
	Within Groups	150.225	391	.384		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมตลาด	Between Groups	3.585	8	.448	1.794	.077
	Within Groups	97.647	391	.250		
	รวม	101.232	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) สนใจศึกษาต่อปริญญาโทสาขาวิชา	(J) สนใจศึกษาต่อปริญญาโทสาขาวิชา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
ผลิตภัณฑ์	การศึกษา	สังคมศาสตร์	-.30	.26308	.252	-.8193	.2152	
		รัฐศาสตร์	-.31	.22235	.161	-.7496	.1246	
		กฎหมาย	-.21	.22635	.347	-.6581	.2320	
		เศรษฐศาสตร์	-.27	.20239	.184	-.6673	.1286	
		บริหารธุรกิจ	-.09	.17466	.625	-.4289	.2579	
		วิทยาศาสตร์	-.32	.23671	.173	-.7883	.1425	
		วิศวกรรม	.17	.19609	.380	-.2131	.5580	
		อื่นๆ	-.08	.19788	.700	-.4653	.3128	
		สังคมศาสตร์	การศึกษา	.30	.26308	.252	-.2152	.8193
			รัฐศาสตร์	-.01	.24357	.966	-.4893	.4684
			กฎหมาย	.09	.24723	.719	-.3971	.5751
			เศรษฐศาสตร์	.03	.22550	.885	-.4106	.4761
	บริหารธุรกิจ		.22	.20098	.282	-.1786	.6117	
	วิทยาศาสตร์		-.02	.25674	.935	-.5256	.4839	
	วิศวกรรม		.47(*)	.21986	.032	.0423	.9068	
	อื่นๆ		.23	.22145	.308	-.2096	.6612	
	รัฐศาสตร์		การศึกษา	.31	.22235	.161	-.1246	.7496
			สังคมศาสตร์	.01	.24357	.966	-.4684	.4893
			กฎหมาย	.10	.20334	.625	-.3003	.4992
			เศรษฐศาสตร์	.04	.17628	.807	-.3034	.3897
		บริหารธุรกิจ	.23	.14360	.115	-.0553	.5093	
		วิทยาศาสตร์	-.01	.21481	.961	-.4327	.4119	
		วิศวกรรม	.48(*)	.16901	.004	.1527	.8172	
		อื่นๆ	.24	.17108	.168	-.1001	.5726	
		กฎหมาย	การศึกษา	.21	.22635	.347	-.2320	.6581
			สังคมศาสตร์	-.09	.24723	.719	-.5751	.3971
			รัฐศาสตร์	-.10	.20334	.625	-.4992	.3003
			เศรษฐศาสตร์	-.06	.18131	.756	-.4127	.3002
	บริหารธุรกิจ		.13	.14972	.395	-.1668	.4219	
	วิทยาศาสตร์		-.11	.21895	.616	-.5403	.3206	
	วิศวกรรม		.39(*)	.17425	.028	.0429	.7281	
	อื่นๆ		.14	.17625	.438	-.2097	.4833	
	เศรษฐศาสตร์		การศึกษา	.27	.20239	.184	-.1286	.6673
			สังคมศาสตร์	-.03	.22550	.885	-.4761	.4106
			รัฐศาสตร์	-.04	.17628	.807	-.3897	.3034
			กฎหมาย	.06	.18131	.756	-.3002	.4127
		บริหารธุรกิจ	.18	.11020	.096	-.0328	.4005	
		วิทยาศาสตร์	-.05	.19408	.783	-.4351	.3280	

ราคา	บริหารธุรกิจ	วิศวกรรม	.44(*)	.14174	.002	.1631	.7205
		อื่นๆ	.19	.14419	.181	-.0904	.4766
		การศึกษา	.09	.17466	.625	-.2579	.4289
		สังคมศาสตร์	-.22	.20098	.282	-.6117	.1786
		รัฐศาสตร์	-.23	.14360	.115	-.5093	.0553
		กฎหมาย	-.13	.14972	.395	-.4219	.1668
		เศรษฐศาสตร์	-.18	.11020	.096	-.4005	.0328
		วิทยาศาสตร์	-.24	.16496	.151	-.5617	.0869
		วิศวกรรม	.26(*)	.09815	.009	.0650	.4509
		อื่นๆ	.01	.10167	.927	-.1906	.2092
	วิทยาศาสตร์	การศึกษา	.32	.23671	.173	-.1425	.7883
		สังคมศาสตร์	.02	.25674	.935	-.4839	.5256
		รัฐศาสตร์	.01	.21481	.961	-.4119	.4327
		กฎหมาย	.11	.21895	.616	-.3206	.5403
		เศรษฐศาสตร์	.05	.19408	.783	-.3280	.4351
		บริหารธุรกิจ	.24	.16496	.151	-.0869	.5617
		วิศวกรรม	.50(*)	.18750	.009	.1267	.8640
		อื่นๆ	.25	.18936	.193	-.1256	.6190
		การศึกษา	-.17	.19609	.380	-.5580	.2131
		สังคมศาสตร์	-.47(*)	.21986	.032	-.9068	-.0423
	วิศวกรรม	รัฐศาสตร์	-.48(*)	.16901	.004	-.8172	-.1527
		กฎหมาย	-.39(*)	.17425	.028	-.7281	-.0429
		เศรษฐศาสตร์	-.44(*)	.14174	.002	-.7205	-.1631
		บริหารธุรกิจ	-.26(*)	.09815	.009	-.4509	-.0650
		วิทยาศาสตร์	-.50(*)	.18750	.009	-.8640	-.1267
		อื่นๆ	-.25	.13521	.067	-.5145	.0171
		การศึกษา	.08	.19788	.700	-.3128	.4653
		สังคมศาสตร์	-.23	.22145	.308	-.6612	.2096
		รัฐศาสตร์	-.24	.17108	.168	-.5726	.1001
		กฎหมาย	-.14	.17625	.438	-.4833	.2097
	อื่นๆ	เศรษฐศาสตร์	-.19	.14419	.181	-.4766	.0904
		บริหารธุรกิจ	-.01	.10167	.927	-.2092	.1906
		วิทยาศาสตร์	-.25	.18936	.193	-.6190	.1256
		วิศวกรรม	.25	.13521	.067	-.0171	.5145
		สังคมศาสตร์	.01	.47027	.991	-.9194	.9298
		รัฐศาสตร์	-.53	.39745	.186	-1.3074	.2554
		กฎหมาย	-.95(*)	.40461	.019	-1.7486	-.1576
		เศรษฐศาสตร์	-.51	.36178	.157	-1.2239	.1986
		บริหารธุรกิจ	-.39	.31221	.212	-1.0042	.2234
		วิทยาศาสตร์	-.65	.42312	.127	-1.4794	.1843
	การศึกษา	วิศวกรรม	-.75(*)	.35052	.033	-1.4386	-.0603
		อื่นๆ	-.63	.35371	.077	-1.3235	.0673
การศึกษา		-.01	.47027	.991	-.9298	.9194	
รัฐศาสตร์		-.53	.43538	.223	-1.3872	.3247	
กฎหมาย		-.96(*)	.44193	.031	-1.8272	-.0895	
เศรษฐศาสตร์		-.52	.40309	.200	-1.3103	.2746	
บริหารธุรกิจ		-.40	.35926	.272	-1.1019	.3107	
วิทยาศาสตร์		-.65	.45894	.156	-1.5551	.2495	
วิศวกรรม		-.75	.39301	.056	-1.5273	.0180	
อื่นๆ		-.63	.39586	.110	-1.4116	.1449	
สังคมศาสตร์	การศึกษา	.53	.39745	.186	-.2554	1.3074	
	สังคมศาสตร์	.53	.43538	.223	-.3247	1.3872	
	กฎหมาย	-.43	.36348	.241	-1.1417	.2875	
	เศรษฐศาสตร์	.01	.31511	.966	-.6061	.6329	
	บริหารธุรกิจ	.14	.25668	.597	-.3690	.6403	
	วิทยาศาสตร์	-.12	.38397	.752	-.8764	.6334	
	วิศวกรรม	-.22	.30211	.460	-.8173	.3706	
	อื่นๆ	-.10	.30580	.739	-.7033	.4991	
	การศึกษา	.95(*)	.40461	.019	.1576	1.7486	
	สังคมศาสตร์	.96(*)	.44193	.031	.0895	1.8272	
รัฐศาสตร์	รัฐศาสตร์	.43	.36348	.241	-.2875	1.1417	
	เศรษฐศาสตร์	.44	.32409	.175	-.1967	1.0777	
	บริหารธุรกิจ	.56(*)	.26764	.036	.0365	1.0889	
	วิทยาศาสตร์	.31	.39138	.435	-.4639	1.0750	
	วิศวกรรม	.20	.31147	.513	-.4087	.8161	
	อื่นๆ	.33	.31506	.303	-.2944	.9444	
	การศึกษา	.51	.36178	.157	-.1986	1.2239	
	สังคมศาสตร์	.52	.40309	.200	-.2746	1.3103	
	รัฐศาสตร์	-.01	.31511	.966	-.6329	.6061	
	กฎหมาย	-.44	.32409	.175	-1.0777	.1967	

	บริหารธุรกิจ	.12	.19699	.535	-.2650	.5095
	วิทยาศาสตร์	-.13	.34692	.698	-.8170	.5471
	วิศวกรรม	-.24	.25336	.351	-.7349	.2613
	อื่นๆ	-.12	.25775	.654	-.6222	.3913
บริหารธุรกิจ	การศึกษา	.39	.31221	.212	-.2234	1.0042
	สังคมศาสตร์	.40	.35926	.272	-.3107	1.1019
	รัฐศาสตร์	-.14	.25668	.597	-.6403	.3690
	กฎหมาย	-.56(*)	.26764	.036	-1.0889	-.0365
	เศรษฐศาสตร์	-.12	.19699	.535	-.5095	.2650
	วิทยาศาสตร์	-.26	.29487	.384	-.8369	.3226
	วิศวกรรม	-.36(*)	.17545	.041	-.7040	-.0141
	อื่นๆ	-.24	.18174	.192	-.5950	.1196
วิทยาศาสตร์	การศึกษา	.65	.42312	.127	-.1843	1.4794
	สังคมศาสตร์	.65	.45894	.156	-.2495	1.5551
	รัฐศาสตร์	.12	.38397	.752	-.6334	.8764
	กฎหมาย	-.31	.39138	.435	-1.0750	.4639
	เศรษฐศาสตร์	.13	.34692	.698	-.5471	.8170
	บริหารธุรกิจ	.26	.29487	.384	-.3226	.8369
	วิศวกรรม	-.10	.33516	.761	-.7608	.5571
	อื่นๆ	.02	.33849	.954	-.6461	.6849
วิศวกรรม	การศึกษา	.75(*)	.35052	.033	.0603	1.4386
	สังคมศาสตร์	.75	.39301	.056	-.0180	1.5273
	รัฐศาสตร์	.22	.30211	.460	-.3706	.8173
	กฎหมาย	-.20	.31147	.513	-.8161	.4087
	เศรษฐศาสตร์	.24	.25336	.351	-.2613	.7349
	บริหารธุรกิจ	.36(*)	.17545	.041	.0141	.7040
	วิทยาศาสตร์	.10	.33516	.761	-.5571	.7608
	อื่นๆ	.12	.24169	.616	-.3539	.5965
	การศึกษา	.63	.35371	.077	-.0673	1.3235
	สังคมศาสตร์	.63	.39586	.110	-.1449	1.4116
	รัฐศาสตร์	.10	.30580	.739	-.4991	.7033
	กฎหมาย	-.33	.31506	.303	-.9444	.2944
	เศรษฐศาสตร์	.12	.25775	.654	-.3913	.6222
	บริหารธุรกิจ	.24	.18174	.192	-.1196	.5950
	วิทยาศาสตร์	-.02	.33849	.954	-.6849	.6461
	วิศวกรรม	-.12	.24169	.616	-.5965	.3539
ช่องทาง	การศึกษา	.46	.34945	.190	-.2287	1.1454
	สังคมศาสตร์	-.10	.29534	.725	-.6848	.4765
	รัฐศาสตร์	-.05	.30067	.880	-.6366	.5457
	กฎหมาย	-.37	.26884	.171	-.8976	.1595
	เศรษฐศาสตร์	-.03	.23201	.901	-.4850	.4272
	บริหารธุรกิจ	.08	.31442	.791	-.5348	.7015
	วิทยาศาสตร์	-.14	.26047	.594	-.6510	.3732
	วิศวกรรม	-.31	.26284	.231	-.8318	.2018
	อื่นๆ	-.46	.34945	.190	-1.1454	.2287
สังคมศาสตร์	การศึกษา	-.56	.32353	.083	-1.1986	.0736
	รัฐศาสตร์	-.50	.32840	.126	-1.1494	.1419
	กฎหมาย	-.83(*)	.29953	.006	-1.4163	-.2385
	เศรษฐศาสตร์	-.49	.26697	.069	-1.0121	.0376
	บริหารธุรกิจ	-.38	.34103	.272	-1.0455	.2955
	วิทยาศาสตร์	-.60(*)	.29204	.042	-1.1714	-.0231
	วิศวกรรม	-.77(*)	.29416	.009	-1.3517	-.1950
	อื่นๆ	.10	.29534	.725	-.4765	.6848
รัฐศาสตร์	การศึกษา	.56	.32353	.083	-.0736	1.1986
	สังคมศาสตร์	.06	.27010	.828	-.4723	.5897
	กฎหมาย	-.26	.23416	.259	-.7252	.1955
	เศรษฐศาสตร์	.08	.19074	.693	-.2997	.4503
	บริหารธุรกิจ	.19	.28533	.511	-.3735	.7485
	วิทยาศาสตร์	-.03	.22450	.877	-.4761	.4066
	วิศวกรรม	-.21	.22724	.354	-.6576	.2359
	อื่นๆ	.05	.30067	.880	-.5457	.6366
กฎหมาย	การศึกษา	.50	.32840	.126	-.1419	1.1494
	สังคมศาสตร์	-.06	.27010	.828	-.5897	.4723
	รัฐศาสตร์	-.32	.24083	.180	-.7971	.1499
	เศรษฐศาสตร์	.02	.19888	.934	-.3745	.4075
	บริหารธุรกิจ	.13	.29083	.658	-.4430	.7006
	วิทยาศาสตร์	-.09	.23145	.687	-.5485	.3616
	วิศวกรรม	-.27	.23412	.250	-.7298	.1907
	อื่นๆ	.37	.26884	.171	-.1595	.8976
เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	.83(*)	.29953	.006	.2385	1.4163
	สังคมศาสตร์					

	รัฐศาสตร์	.26	.23416	.259	-.1955	.7252	
	กฎหมาย	.32	.24083	.180	-.1499	.7971	
	บริหารธุรกิจ	.34(*)	.14638	.021	.0523	.6279	
	วิทยาศาสตร์	.45	.25780	.080	-.0545	.9592	
	วิศวกรรม	.23	.18827	.222	-.1400	.6003	
	อื่นๆ	.05	.19153	.778	-.3225	.4306	
บริหารธุรกิจ	การศึกษา	.03	.23201	.901	-.4272	.4850	
	สังคมศาสตร์	.49	.26697	.069	-.0376	1.0121	
	รัฐศาสตร์	-.08	.19074	.693	-.4503	.2997	
	กฎหมาย	-.02	.19888	.934	-.4075	.3745	
	เศรษฐศาสตร์	-.34(*)	.14638	.021	-.6279	-.0523	
	วิทยาศาสตร์	.11	.21912	.609	-.3185	.5430	
	วิศวกรรม	-.11	.13037	.399	-.3663	.1463	
	อื่นๆ	-.29(*)	.13505	.035	-.5516	-.0206	
วิทยาศาสตร์	การศึกษา	-.08	.31442	.791	-.7015	.5348	
	สังคมศาสตร์	.38	.34103	.272	-.2955	1.0455	
	รัฐศาสตร์	-.19	.28533	.511	-.7485	.3735	
	กฎหมาย	-.13	.29083	.658	-.7006	.4430	
	เศรษฐศาสตร์	-.45	.25780	.080	-.9592	.0545	
	บริหารธุรกิจ	-.11	.21912	.609	-.5430	.3185	
	วิศวกรรม	-.22	.24906	.373	-.7119	.2674	
	อื่นๆ	-.40	.25153	.114	-.8929	.0962	
วิศวกรรม	การศึกษา	.14	.26047	.594	-.3732	.6510	
	สังคมศาสตร์	.60(*)	.29204	.042	.0231	1.1714	
	รัฐศาสตร์	.03	.22450	.877	-.4066	.4761	
	กฎหมาย	.09	.23145	.687	-.3616	.5485	
	เศรษฐศาสตร์	-.23	.18827	.222	-.6003	.1400	
	บริหารธุรกิจ	.11	.13037	.399	-.1463	.3663	
	วิทยาศาสตร์	.22	.24906	.373	-.2674	.7119	
	อื่นๆ	-.18	.17960	.327	-.5292	.1770	
อื่นๆ	การศึกษา	.31	.26284	.231	-.2018	.8318	
	สังคมศาสตร์	.77(*)	.29416	.009	.1950	1.3517	
	รัฐศาสตร์	.21	.22724	.354	-.2359	.6576	
	กฎหมาย	.27	.23412	.250	-.1907	.7298	
	เศรษฐศาสตร์	-.05	.19153	.778	-.4306	.3225	
	บริหารธุรกิจ	.29(*)	.13505	.035	.0206	.5516	
	วิทยาศาสตร์	.40	.25153	.114	-.0962	.8929	
	วิศวกรรม	.18	.17960	.327	-.1770	.5292	
ส่งเสริม	การศึกษา	สังคมศาสตร์	-.57	.33475	.088	-1.2311	.0852
		รัฐศาสตร์	-.66(*)	.28292	.021	-1.2125	-.1000
		กฎหมาย	-.87(*)	.28802	.003	-1.4327	-.3002
		เศรษฐศาสตร์	-.50	.25753	.051	-1.0108	.0019
		บริหารธุรกิจ	-.50(*)	.22225	.026	-.9328	-.0589
		วิทยาศาสตร์	-.70(*)	.30119	.020	-1.2970	-.1127
		วิศวกรรม	-.48	.24951	.056	-.9686	.0125
		อื่นๆ	-.98(*)	.25178	.000	-1.4788	-.4887
	สังคมศาสตร์	การศึกษา	.57	.33475	.088	-.0852	1.2311
		รัฐศาสตร์	-.08	.30992	.788	-.6927	.5260
		กฎหมาย	-.29	.31458	.351	-.9120	.3249
		เศรษฐศาสตร์	.07	.28693	.812	-.4957	.6326
		บริหารธุรกิจ	.08	.25574	.763	-.4258	.5798
		วิทยาศาสตร์	-.13	.32669	.687	-.7742	.5103
		วิศวกรรม	.09	.27976	.735	-.4551	.6449
		อื่นๆ	-.41	.28178	.146	-.9648	.1432
	รัฐศาสตร์	การศึกษา	.66(*)	.28292	.021	.1000	1.2125
		สังคมศาสตร์	.08	.30992	.788	-.5260	.6927
		กฎหมาย	-.21	.25874	.417	-.7189	.2985
		เศรษฐศาสตร์	.15	.22431	.499	-.2892	.5928
		บริหารธุรกิจ	.16	.18271	.381	-.1989	.5196
		วิทยาศาสตร์	-.05	.27333	.859	-.5860	.4888
		วิศวกรรม	.18	.21505	.408	-.2446	.6010
		อื่นๆ	-.33	.21768	.133	-.7555	.1005
	กฎหมาย	การศึกษา	.87(*)	.28802	.003	.3002	1.4327
		สังคมศาสตร์	.29	.31458	.351	-.3249	.9120
		รัฐศาสตร์	.21	.25874	.417	-.2985	.7189
		เศรษฐศาสตร์	.36	.23070	.117	-.0916	.8156
		บริหารธุรกิจ	.37	.19051	.052	-.0040	.7451
		วิทยาศาสตร์	.16	.27860	.562	-.3861	.7094
		วิศวกรรม	.39	.22172	.081	-.0474	.8244
		อื่นๆ	-.12	.22427	.601	-.5582	.3236

	เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	.50	.25753	.051	-.0019	1.0108
		สังคมศาสตร์	-.07	.28693	.812	-.6326	.4957
		รัฐศาสตร์	-.15	.22431	.499	-.5928	.2892
		กฎหมาย	-.36	.23070	.117	-.8156	.0916
		บริหารธุรกิจ	.01	.14022	.951	-.2671	.2843
		วิทยาศาสตร์	-.20	.24695	.418	-.6859	.2851
		วิศวกรรม	.03	.18035	.883	-.3281	.3810
		อื่นๆ	-.48(*)	.18348	.009	-.8400	-.1186
	บริหารธุรกิจ	การศึกษา	.50(*)	.22225	.026	.0589	.9328
		สังคมศาสตร์	-.08	.25574	.763	-.5798	.4258
		รัฐศาสตร์	-.16	.18271	.381	-.5196	.1989
		กฎหมาย	-.37	.19051	.052	-.7451	.0040
		เศรษฐศาสตร์	-.01	.14022	.951	-.2843	.2671
		วิทยาศาสตร์	-.21	.20990	.320	-.6216	.2037
		วิศวกรรม	.02	.12489	.886	-.2277	.2634
		อื่นๆ	-.49(*)	.12937	.000	-.7422	-.2335
	วิทยาศาสตร์	การศึกษา	.70(*)	.30119	.020	.1127	1.2970
		สังคมศาสตร์	.13	.32669	.687	-.5103	.7742
		รัฐศาสตร์	.05	.27333	.859	-.4888	.5860
		กฎหมาย	-.16	.27860	.562	-.7094	.3861
		เศรษฐศาสตร์	.20	.24695	.418	-.2851	.6859
		บริหารธุรกิจ	.21	.20990	.320	-.2037	.6216
		วิศวกรรม	.23	.23858	.342	-.2422	.6959
		อื่นๆ	-.28	.24095	.248	-.7526	.1948
	วิศวกรรม	การศึกษา	.48	.24951	.056	-.0125	.9686
		สังคมศาสตร์	-.09	.27976	.735	-.6449	.4551
		รัฐศาสตร์	-.18	.21505	.408	-.6010	.2446
		กฎหมาย	-.39	.22172	.081	-.8244	.0474
		เศรษฐศาสตร์	-.03	.18035	.883	-.3810	.3281
		บริหารธุรกิจ	-.02	.12489	.886	-.2634	.2277
		วิทยาศาสตร์	-.23	.23858	.342	-.6959	.2422
		อื่นๆ	-.51(*)	.17204	.003	-.8440	-.1675
	อื่นๆ	การศึกษา	.98(*)	.25178	.000	.4887	1.4788
		สังคมศาสตร์	.41	.28178	.146	-.1432	.9648
		รัฐศาสตร์	.33	.21768	.133	-.1005	.7555
		กฎหมาย	.12	.22427	.601	-.3236	.5582
		เศรษฐศาสตร์	.48(*)	.18348	.009	.1186	.8400
		บริหารธุรกิจ	.49(*)	.12937	.000	.2335	.7422
		วิทยาศาสตร์	.28	.24095	.248	-.1948	.7526
		วิศวกรรม	.51(*)	.17204	.003	.1675	.8440
รวมตลาด	การศึกษา	สังคมศาสตร์	-.10	.26989	.703	-.6335	.4278
		รัฐศาสตร์	-.40	.22810	.080	-.8482	.0487
		กฎหมาย	-.52(*)	.23221	.026	-.9761	-.0630
		เศรษฐศาสตร์	-.41(*)	.20763	.047	-.8221	-.0057
		บริหารธุรกิจ	-.25	.17918	.163	-.6025	.1021
		วิทยาศาสตร์	-.40	.24283	.102	-.8754	.0794
		วิศวกรรม	-.30	.20116	.139	-.6940	.0970
		อื่นๆ	-.50(*)	.20299	.014	-.8999	-.1017
	สังคมศาสตร์	การศึกษา	.10	.26989	.703	-.4278	.6335
		รัฐศาสตร์	-.30	.24987	.236	-.7881	.1944
		กฎหมาย	-.42	.25363	.101	-.9153	.0820
		เศรษฐศาสตร์	-.31	.23133	.180	-.7658	.1438
		บริหารธุรกิจ	-.15	.20618	.475	-.5527	.2581
		วิทยาศาสตร์	-.30	.26338	.263	-.8130	.2227
		วิศวกรรม	-.20	.22555	.386	-.6390	.2478
		อื่นๆ	-.40	.22718	.081	-.8446	.0487
	รัฐศาสตร์	การศึกษา	.40	.22810	.080	-.0487	.8482
		สังคมศาสตร์	.30	.24987	.236	-.1944	.7881
		กฎหมาย	-.12	.20860	.566	-.5299	.2903
		เศรษฐศาสตร์	-.01	.18084	.938	-.3697	.3414
		บริหารธุรกิจ	.15	.14731	.311	-.1401	.4392
		วิทยาศาสตร์	.00	.22036	.994	-.4315	.4350
		วิศวกรรม	.10	.17338	.559	-.2396	.4421
		อื่นๆ	-.10	.17550	.565	-.4461	.2440
	กฎหมาย	การศึกษา	.52(*)	.23221	.026	.0630	.9761
		สังคมศาสตร์	.42	.25363	.101	-.0820	.9153
		รัฐศาสตร์	.12	.20860	.566	-.2903	.5299
		เศรษฐศาสตร์	.11	.18600	.570	-.2600	.4713
		บริหารธุรกิจ	.27	.15360	.080	-.0326	.5713
		วิทยาศาสตร์	.12	.22462	.589	-.3201	.5631

	วิศวกรรม	.22	.17875	.217	-.1304	.5725
	อื่นๆ	.02	.18081	.917	-.3367	.3742
เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	.41(*)	.20763	.047	.0057	.8221
	สังคมศาสตร์	.31	.23133	.180	-.1438	.7658
	รัฐศาสตร์	.01	.18084	.938	-.3414	.3697
	กฎหมาย	-.11	.18600	.570	-.4713	.2600
	บริหารธุรกิจ	.16	.11305	.148	-.0586	.3860
	วิทยาศาสตร์	.02	.19910	.936	-.3756	.4073
	วิศวกรรม	.12	.14540	.428	-.1705	.4013
	อื่นๆ	-.09	.14792	.557	-.3777	.2039
บริหารธุรกิจ	การศึกษา	.25	.17918	.163	-.1021	.6025
	สังคมศาสตร์	.15	.20618	.475	-.2581	.5527
	รัฐศาสตร์	-.15	.14731	.311	-.4392	.1401
	กฎหมาย	-.27	.15360	.080	-.5713	.0326
	เศรษฐศาสตร์	-.16	.11305	.148	-.3860	.0586
	วิทยาศาสตร์	-.15	.16923	.383	-.4805	.1849
	วิศวกรรม	-.05	.10069	.632	-.2462	.1497
	อื่นๆ	-.25(*)	.10430	.017	-.4557	-.0455
วิทยาศาสตร์	การศึกษา	.40	.24283	.102	-.0794	.8754
	สังคมศาสตร์	.30	.26338	.263	-.2227	.8130
	รัฐศาสตร์	.00	.22036	.994	-.4350	.4315
	กฎหมาย	-.12	.22462	.589	-.5631	.3201
	เศรษฐศาสตร์	-.02	.19910	.936	-.4073	.3756
	บริหารธุรกิจ	.15	.16923	.383	-.1849	.4805
	วิศวกรรม	.10	.19235	.605	-.2786	.4777
	อื่นๆ	-.10	.19426	.597	-.4847	.2792
วิศวกรรม	การศึกษา	.30	.20116	.139	-.0970	.6940
	สังคมศาสตร์	.20	.22555	.386	-.2478	.6390
	รัฐศาสตร์	-.10	.17338	.559	-.4421	.2396
	กฎหมาย	-.22	.17875	.217	-.5725	.1304
	เศรษฐศาสตร์	-.12	.14540	.428	-.4013	.1705
	บริหารธุรกิจ	.05	.10069	.632	-.1497	.2462
	วิทยาศาสตร์	-.10	.19235	.605	-.4777	.2786
	อื่นๆ	-.20	.13870	.145	-.4750	.0704
อื่นๆ	การศึกษา	.50(*)	.20299	.014	.1017	.8999
	สังคมศาสตร์	.40	.22718	.081	-.0487	.8446
	รัฐศาสตร์	.10	.17550	.565	-.2440	.4461
	กฎหมาย	-.02	.18081	.917	-.3742	.3367
	เศรษฐศาสตร์	.09	.14792	.557	-.2039	.3777
	บริหารธุรกิจ	.25(*)	.10430	.017	.0455	.4557
	วิทยาศาสตร์	.10	.19426	.597	-.2792	.4847
	วิศวกรรม	.20	.13870	.145	-.0704	.4750

ตาราง 4.49-54

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตภัณฑ์	เว็บไซต์	250	3.88	.50489	.03193	3.8186	3.9444	1.88	4.75
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	19	4.10	.45943	.10540	3.8772	4.3201	3.25	5.00
	ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	68	4.05	.50617	.06138	3.9308	4.1758	2.88	5.00
	ศูนย์แนะแนว	58	3.98	.41079	.05394	3.8726	4.0886	3.25	4.88
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	5	4.10	.32355	.14470	3.6983	4.5017	3.75	4.38
	รวม	400	3.94	.49282	.02464	3.8897	3.9866	1.88	5.00
ราคา	เว็บไซต์	250	3.14	.85656	.05417	3.0293	3.2427	1.00	5.00
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	19	3.27	.80608	.18493	2.8812	3.6583	1.75	4.38
	ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	68	3.47	.95603	.11594	3.2355	3.6983	1.13	5.00
	ศูนย์แนะแนว	58	3.46	.85345	.11206	3.2325	3.6813	1.63	4.88
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	5	3.08	.39131	.17500	2.5891	3.5609	2.75	3.75
	รวม	400	3.24	.87693	.04385	3.1582	3.3306	1.00	5.00
ช่องทางให้บริการ	เว็บไซต์	250	3.55	.65108	.04118	3.4729	3.6351	1.38	4.75
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	19	4.09	.52383	.12017	3.8330	4.3380	3.38	4.88
	ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	68	3.97	.58425	.07085	3.8237	4.1065	2.63	5.00
	ศูนย์แนะแนว	58	3.83	.59996	.07878	3.6741	3.9896	1.88	5.00
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	5	3.55	.65907	.29475	2.7317	4.3683	2.88	4.38
	รวม	400	3.69	.65201	.03260	3.6253	3.7535	1.38	5.00
ส่งเสริมการตลาด	เว็บไซต์	250	3.48	.64267	.04065	3.4039	3.5641	1.25	4.88
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	19	3.74	.69709	.15992	3.4009	4.0728	2.75	4.75
	ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	68	3.77	.69555	.08435	3.6055	3.9423	2.00	5.00
	ศูนย์แนะแนว	58	3.61	.41256	.05417	3.4993	3.7162	2.50	4.50
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	5	3.85	.29843	.13346	3.4794	4.2206	3.38	4.13
	รวม	400	3.57	.63273	.03164	3.5056	3.6300	1.25	5.00
รวมตลาดภาพ	เว็บไซต์	250	3.51	.48540	.03070	3.4534	3.5743	1.38	4.56
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	19	3.80	.48282	.11077	3.5650	4.0304	3.25	4.63
	ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	68	3.81	.55136	.06686	3.6813	3.9483	2.56	4.75
	ศูนย์แนะแนว	58	3.72	.44266	.05812	3.6029	3.8357	2.72	4.72
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	5	3.64	.27475	.12287	3.3026	3.9849	3.41	4.06
	รวม	400	3.61	.50370	.02519	3.5604	3.6594	1.38	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	2.429	4	.607	2.539	.040
	Within Groups	94.477	395	.239		
	รวม	96.906	399			
ราคา	Between Groups	9.079	4	2.270	3.011	.018
	Within Groups	297.752	395	.754		
	รวม	306.831	399			
ช่องทางให้บริการ	Between Groups	14.007	4	3.502	8.889	.000
	Within Groups	155.616	395	.394		
	รวม	169.624	399			
ส่งเสริมการตลาด	Between Groups	5.678	4	1.419	3.639	.006
	Within Groups	154.061	395	.390		
	รวม	159.739	399			
ภาพรวมตลาด	Between Groups	6.530	4	1.632	6.809	.000
	Within Groups	94.702	395	.240		
	รวม	101.232	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) รับทราบข้อมูล มหาวิทยาลัยจากแหล่ง	(J) รับทราบข้อมูล มหาวิทยาลัยจากแหล่ง	Mean Differenc e (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	-.22	.11638	.063	-.4460	.0116
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย					
		ศูนย์แนะแนว	-.17(*)	.06689	.011	-.3033	-.0403
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.10	.07128	.165	-.2392	.0410
		อื่นๆ	-.22	.22089	.323	-.6528	.2158
		เว็บไซต์	.22	.11638	.063	-.0116	.4460
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	ศูนย์แนะแนว	.05	.12691	.721	-.2041	.2949
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.12	.12928	.362	-.1361	.3722
		อื่นๆ	.00	.24581	.996	-.4846	.4820
		เว็บไซต์	.17(*)	.06689	.011	.0403	.3033
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	-.05	.12691	.721	-.2949	.2041
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	.07	.08741	.406	-.0991	.2446
	ศูนย์แนะแนว	อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.05	.22661	.837	-.4922	.3988
		เว็บไซต์	.10	.07128	.165	-.0410	.2392
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	-.12	.12928	.362	-.3722	.1361
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.07	.08741	.406	-.2446	.0991
		ศูนย์แนะแนว	-.12	.22795	.601	-.5675	.3287
		เว็บไซต์	.22	.22089	.323	-.2158	.6528
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	.00	.24581	.996	-.4820	.4846
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	.05	.22661	.837	-.3988	.4922
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.12	.22795	.601	-.3287	.5675
		เว็บไซต์	-.13	.20661	.518	-.5399	.2725
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	-.33(*)	.11875	.006	-.5644	-.0975
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.32(*)	.12654	.012	-.5697	-.0721
อื่นๆ	อาจารย์ หรือ เพื่อน	.06	.39214	.876	-.7099	.8319	
	เว็บไซต์	.13	.20661	.518	-.2725	.5399	
	ศูนย์แนะแนว	-.20	.22530	.382	-.6401	.2458	
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.19	.22950	.415	-.6384	.2640	
	อื่นๆ	.19	.43639	.656	-.6632	1.0527	
	เว็บไซต์	.33(*)	.11875	.006	.0975	.5644	
ราคา	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	.20	.22530	.382	-.2458	.6401
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	.01	.15518	.949	-.2951	.3151
		ศูนย์แนะแนว	.39	.40230	.331	-.3990	1.1828
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.32(*)	.12654	.012	.0721	.5697
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	.19	.22950	.415	-.2640	.6384
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.01	.15518	.949	-.3151	.2951
	ศูนย์แนะแนว	อื่นๆ	.38	.40467	.346	-.4137	1.1775
		เว็บไซต์	-.06	.39214	.876	-.8319	.7099
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	-.19	.43639	.656	1.0527	.6632
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.39	.40230	.331	1.1828	.3990
		ศูนย์แนะแนว	-.38	.40467	.346	1.1775	.4137
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.38	.40467	.346	1.1775	.4137
ช่องทาง	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ	-.53(*)	.14937	.000	-.8252	-.2379
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.41(*)	.08585	.000	-.5798	-.2423
		ศูนย์แนะแนว	-.28(*)	.09148	.003	-.4577	-.0981
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.00	.28349	.989	-.5533	.5613
		อื่นๆ	.00	.28349	.989	-.5533	.5613
		เว็บไซต์	.53(*)	.14937	.000	.2379	.8252
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	ศูนย์แนะแนว	.12	.16288	.460	-.1998	.4407
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.25	.16591	.127	-.0726	.5798
		อื่นๆ	.54	.31548	.090	-.0847	1.1558
		เว็บไซต์					
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ					
		ข้อมูลของมหาวิทยาลัย					

ส่งเสริม	ศูนย์แนะแนว	เว็บไซต์	.41(*)	.08585	.000	.2423	.5798	
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.12	.16288	.460	-.4407	.1998	
		อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	.13	.11219	.236	-.0874	.3537	
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	เว็บไซต์	.42	.29084	.154	-.1567	.9869	
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	.28(*)	.09148	.003	.0981	.4577	
		ศูนย์แนะแนว	-.25	.16591	.127	-.5798	.0726	
	อื่นๆ	เว็บไซต์	-.13	.11219	.236	-.3537	.0874	
		อื่นๆ	.28	.29255	.336	-.2933	.8570	
		เว็บไซต์	.00	.28349	.989	-.5613	.5533	
	รวมตลาด	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.54	.31548	.090	1.1558	.0847
			ศูนย์แนะแนว	-.42	.29084	.154	-.9869	.1567
			อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.28	.29255	.336	-.8570	.2933
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	เว็บไซต์	-.25	.14862	.090	-.5450	.0393
			ศูนย์แนะแนว	-.29(*)	.08542	.001	-.4578	-.1220
			อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.12	.09102	.175	-.3027	.0552
ศูนย์แนะแนว		อื่นๆ	-.37	.28207	.195	-.9206	.1886	
		เว็บไซต์	.25	.14862	.090	-.0393	.5450	
		ศูนย์แนะแนว	-.04	.16206	.819	-.3557	.2816	
อาจารย์ หรือ เพื่อน		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.13	.16508	.435	-.1955	.4536	
		อื่นๆ	-.11	.31390	.719	-.7303	.5040	
		เว็บไซต์	.29(*)	.08542	.001	.1220	.4578	
อาจารย์ หรือ เพื่อน	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	.04	.16206	.819	-.2816	.3557		
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	.17	.11163	.137	-.0533	.3856		
	อื่นๆ	-.08	.28938	.793	-.6450	.4928		
อื่นๆ	เว็บไซต์	.12	.09102	.175	-.0552	.3027		
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.13	.16508	.435	-.4536	.1955		
	ศูนย์แนะแนว	-.17	.11163	.137	-.3856	.0533		
รวมตลาด	อื่นๆ	อื่นๆ	-.24	.29108	.406	-.8145	.3300	
		เว็บไซต์	.37	.28207	.195	-.1886	.9206	
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	.11	.31390	.719	-.5040	.7303	
	เว็บไซต์	ศูนย์แนะแนว	.08	.28938	.793	-.4928	.6450	
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.24	.29108	.406	-.3300	.8145	
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.28(*)	.11652	.015	-.5129	-.0547	
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	ศูนย์แนะแนว	-.30(*)	.06697	.000	-.4326	-.1693	
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.21(*)	.07136	.004	-.3457	-.0651	
		อื่นๆ	-.13	.22116	.557	-.5647	.3049	
	ศูนย์แนะแนว	เว็บไซต์	.28(*)	.11652	.015	.0547	.5129	
		ศูนย์แนะแนว	-.02	.12706	.893	-.2669	.2327	
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.08	.12943	.545	-.1761	.3329	
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	อื่นๆ	.15	.24611	.532	-.3299	.6378	
		เว็บไซต์	.30(*)	.06697	.000	.1693	.4326	
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	.02	.12706	.893	-.2327	.2669	
อื่นๆ	ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	.10	.08752	.276	-.0766	.2676		
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	.17	.22688	.451	-.2750	.6171		
	เว็บไซต์	.21(*)	.07136	.004	.0651	.3457		
อื่นๆ	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.08	.12943	.545	-.3329	.1761		
	ศูนย์แนะแนว	-.10	.08752	.276	-.2676	.0766		
	อื่นๆ	.08	.22822	.741	-.3731	.5242		
อื่นๆ	เว็บไซต์	.13	.22116	.557	-.3049	.5647		
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.15	.24611	.532	-.6378	.3299		
	ศูนย์แนะแนว	-.17	.22688	.451	-.6171	.2750		
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.08	.22822	.741	-.5242	.3731	

ตาราง 4.55

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ปัจจัยภายใน	ชาย	147	3.67	.606	.05001
	หญิง	253	3.85	.711	.04473
ปัจจัยปัจจัยปัจจัยภายนอก	ชาย	147	2.93	.636	.05245
	หญิง	253	3.02	.755	.04748
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	ชาย	147	3.30	.474	.03906
	หญิง	253	3.44	.589	.03704

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ปัจจัยภายใน	Equal variances assumed	8.134	.005	-2.513	398	.012	-.1759	.06998	-.31343	.03828
	Equal variances not assumed			-2.621	345.041	.009	-.1759	.06710	-.30783	.04389
ปัจจัยปัจจัยปัจจัยภายนอก	Equal variances assumed	2.899	.089	-1.173	398	.241	-.0868	.07402	-.23236	.05868
	Equal variances not assumed			-1.228	347.969	.220	-.0868	.07074	-.22598	.05230
ภาพรวมปัจจัยต่างๆ	Equal variances assumed	9.755	.002	-2.304	398	.022	-.1313	.05700	-.24341	.01929
	Equal variances not assumed			-2.440	358.648	.015	-.1313	.05383	-.23722	.02548

ตาราง 4.56-57

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ปัจจัยภายใน	19-22 ปี	69	3.88	.636	.07655	3.7265	4.0320	1.83	5.00
	23-26 ปี	233	3.86	.649	.04249	3.7789	3.9464	2.00	5.00
	27-30 ปี	56	3.49	.752	.10050	3.2926	3.6955	1.50	4.50
	31 ปีขึ้นไป	42	3.60	.692	.10674	3.3797	3.8108	1.50	4.83
	รวม	400	3.79	.679	.03396	3.7191	3.8526	1.50	5.00
ปัจจัยปัจจัยภายนอก	19-22 ปี	69	3.00	.646	.07782	2.8423	3.1529	1.67	4.33
	23-26 ปี	233	2.98	.711	.04656	2.8882	3.0717	1.00	4.83
	27-30 ปี	56	3.03	.692	.09248	2.8444	3.2151	1.50	4.50
	31 ปีขึ้นไป	42	2.97	.875	.13500	2.6996	3.2449	1.33	4.50
	รวม	400	2.99	.714	.03570	2.9190	3.0594	1.00	4.83
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	19-22 ปี	69	3.44	.515	.06203	3.3146	3.5622	1.83	4.67
	23-26 ปี	233	3.42	.535	.03504	3.3523	3.4903	2.00	4.67
	27-30 ปี	56	3.26	.578	.07728	3.1070	3.4168	2.08	4.50
	31 ปีขึ้นไป	42	3.28	.649	.10009	3.0816	3.4859	1.42	4.42
	รวม	400	3.39	.553	.02763	3.3332	3.4418	1.42	4.67

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยภายใน	Between Groups	8.271	3	2.757	6.209	.000
	Within Groups	175.827	396	.444		
	รวม	184.097	399			
ปัจจัยปัจจัยภายนอก	Between Groups	.129	3	.043	.084	.969
	Within Groups	203.324	396	.513		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	Between Groups	1.781	3	.594	1.958	.120
	Within Groups	120.059	396	.303		
	รวม	121.840	399			

Multiple Comparisons
LSD

Dependent Variable	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ภายใน	19-22 ปี	23-26 ปี	.02	.09133	.856	-.1630	.1961
		27-30 ปี	.39(*)	.11985	.001	.1496	.6208
		31 ปีขึ้นไป	.28(*)	.13041	.030	.0276	.5404
	23-26 ปี	19-22 ปี	-.02	.09133	.856	-.1961	.1630
		27-30 ปี	.37(*)	.09917	.000	.1737	.5636
		31 ปีขึ้นไป	.27(*)	.11170	.017	.0478	.4870
	27-30 ปี	19-22 ปี	-.39(*)	.11985	.001	-.6208	-.1496
		23-26 ปี	-.37(*)	.09917	.000	-.5636	-.1737
		31 ปีขึ้นไป	-.10	.13602	.457	-.3686	.1662
	31 ปีขึ้นไป	19-22 ปี	-.28(*)	.13041	.030	-.5404	-.0276
		23-26 ปี	-.27(*)	.11170	.017	-.4870	-.0478
		27-30 ปี	.10	.13602	.457	-.1662	.3686
ปัจจัยปัจจัย ปัจจัยภายนอก	19-22 ปี	23-26 ปี	.0176	.09821	.858	-.1755	.2107
		27-30 ปี	-.0322	.12888	.803	-.2856	.2212
		31 ปีขึ้นไป	.0254	.14024	.857	-.2503	.3011
	23-26 ปี	19-22 ปี	-.0176	.09821	.858	-.2107	.1755
		27-30 ปี	-.0498	.10664	.641	-.2594	.1599
		31 ปีขึ้นไป	.0077	.12012	.949	-.2284	.2439
	27-30 ปี	19-22 ปี	.0322	.12888	.803	-.2212	.2856
		23-26 ปี	.0498	.10664	.641	-.1599	.2594
		31 ปีขึ้นไป	.0575	.14627	.694	-.2300	.3451
	31 ปีขึ้นไป	19-22 ปี	-.0254	.14024	.857	-.3011	.2503
		23-26 ปี	-.0077	.12012	.949	-.2439	.2284
		27-30 ปี	-.0575	.14627	.694	-.3451	.2300
รวมปัจจัย	19-22 ปี	23-26 ปี	.0171	.07547	.821	-.1313	.1655
		27-30 ปี	.1765	.09903	.075	-.0182	.3712
		31 ปีขึ้นไป	.1547	.10776	.152	-.0572	.3665
	23-26 ปี	19-22 ปี	-.0171	.07547	.821	-.1655	.1313
		27-30 ปี	.1594	.08195	.052	-.0017	.3205
		31 ปีขึ้นไป	.1376	.09230	.137	-.0439	.3191
	27-30 ปี	19-22 ปี	-.1765	.09903	.075	-.3712	.0182
		23-26 ปี	-.1594	.08195	.052	-.3205	.0017
		31 ปีขึ้นไป	-.0218	.11239	.846	-.2428	.1991
	31 ปีขึ้นไป	19-22 ปี	-.1547	.10776	.152	-.3665	.0572
		23-26 ปี	-.1376	.09230	.137	-.3191	.0439
		27-30 ปี	.0218	.11239	.846	-.1991	.2428

ตาราง 4.58

Group Statistics

	สถานภาพ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ปัจจัยภายใน	โสด	358	3.81	.676	.03572
	สมรส	42	3.56	.675	.10411
ปัจจัยปัจจัยภายใน ภายนอก	โสด	358	2.99	.700	.03698
	สมรส	42	2.94	.834	.12873
ภาพรวมปัจจัย	โสด	358	3.40	.543	.02872
	สมรส	42	3.25	.617	.09517

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ปัจจัยภายใน	Equal variances assumed	.914	.340	2.254	398	.025	.2484	.11023	.03172	.46513
	Equal variances not assumed			2.257	51.143	.028	.2484	.11007	.02747	.46938
ปัจจัยปัจจัย ภายในภายนอก	Equal variances assumed	3.812	.052	.429	398	.668	.0500	.11659	-.17924	.27917
	Equal variances not assumed			.373	48.010	.711	.0500	.13394	-.21933	.31927
ภาพรวมปัจจัย	Equal variances assumed	.279	.597	1.659	398	.098	.1492	.08993	-.02761	.32600
	Equal variances not assumed			1.501	48.760	.140	.1492	.09941	-.05060	.34899

ตาราง 4.59

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ปัจจัยภายใน	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	3.9091	.62651	.10906	3.6869	4.1312	1.83	5.00
	จบปริญญาตรีแล้ว	226	3.8223	.72996	.04856	3.7266	3.9180	1.50	5.00
	กำลังศึกษาปริญญาโท	108	3.6836	.59808	.05755	3.5696	3.7977	1.50	4.67
	จบปริญญาโทแล้ว	33	3.7475	.59675	.10388	3.5359	3.9591	1.83	4.67
	รวม	400	3.7858	.67926	.03396	3.7191	3.8526	1.50	5.00
ปัจจัยปัจจัยปัจจัยภายนอก	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	2.8737	.59224	.10310	2.6637	3.0837	1.67	3.83
	จบปริญญาตรีแล้ว	226	3.0258	.75011	.04990	2.9275	3.1241	1.00	4.83
	กำลังศึกษาปริญญาโท	108	2.9660	.69330	.06671	2.8338	3.0983	1.50	4.50
	จบปริญญาโทแล้ว	33	2.9293	.64419	.11214	2.7009	3.1577	1.50	4.33
	รวม	400	2.9892	.71408	.03570	2.9190	3.0594	1.00	4.83
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	3.3914	.46045	.08015	3.2281	3.5547	1.83	4.33
	จบปริญญาตรีแล้ว	226	3.4240	.60267	.04009	3.3450	3.5030	1.42	4.67
	กำลังศึกษาปริญญาโท	108	3.3248	.48897	.04705	3.2316	3.4181	2.25	4.25
	จบปริญญาโทแล้ว	33	3.3384	.46582	.08109	3.1732	3.5036	2.08	4.25
	รวม	400	3.3875	.55260	.02763	3.3332	3.4418	1.42	4.67

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยภายใน	Between Groups	1.978	3	.659	1.434	.233
	Within Groups	182.120	396	.460		
	รวม	184.097	399			
ปัจจัยปัจจัยปัจจัยภายนอก	Between Groups	.919	3	.306	.599	.616
	Within Groups	202.534	396	.511		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	Between Groups	.806	3	.269	.879	.452
	Within Groups	121.034	396	.306		
	รวม	121.840	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ปัจจัยภายใน	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	จบปริญญาตรีแล้ว	.0868	.12638	.492	-.1616	.3353
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.2254	.13489	.095	-.0397	.4906
		จบปริญญาโทแล้ว	.1616	.16695	.334	-.1666	.4898
	จบปริญญาตรีแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.0868	.12638	.492	-.3353	.1616
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.1386	.07933	.081	-.0173	.2946
		จบปริญญาโทแล้ว	.0748	.12638	.554	-.1737	.3233
	กำลังศึกษาปริญญาโท	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.2254	.13489	.095	-.4906	.0397
		จบปริญญาตรีแล้ว	-.1386	.07933	.081	-.2946	.0173
		จบปริญญาโทแล้ว	-.0638	.13489	.636	-.3290	.2014
	จบปริญญาโทแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.1616	.16695	.334	-.4898	.1666
		จบปริญญาตรีแล้ว	-.0748	.12638	.554	-.3233	.1737
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.0638	.13489	.636	-.2014	.3290
ปัจจัยปัจจัยปัจจัยภายนอก	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	จบปริญญาตรีแล้ว	-.1521	.13327	.255	-.4141	.1099
		กำลังศึกษาปริญญาโท	-.0923	.14225	.517	-.3720	.1873
		จบปริญญาโทแล้ว	-.0556	.17606	.753	-.4017	.2906
	จบปริญญาตรีแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.1521	.13327	.255	-.1099	.4141
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.0598	.08366	.475	-.1047	.2242
		จบปริญญาโทแล้ว	.0965	.13327	.469	-.1655	.3585
	กำลังศึกษาปริญญาโท	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.0923	.14225	.517	-.1873	.3720
		จบปริญญาตรีแล้ว	-.0598	.08366	.475	-.2242	.1047
		จบปริญญาโทแล้ว	.0368	.14225	.796	-.2429	.3164
	จบปริญญาโทแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.0556	.17606	.753	-.2906	.4017
		จบปริญญาตรีแล้ว	-.0965	.13327	.469	-.3585	.1655
		กำลังศึกษาปริญญาโท	-.0368	.14225	.796	-.3164	.2429
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	จบปริญญาตรีแล้ว	-.0326	.10303	.752	-.2352	.1699
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.0666	.10996	.545	-.1496	.2828
		จบปริญญาโทแล้ว	.0530	.13610	.697	-.2145	.3206
	จบปริญญาตรีแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	.0326	.10303	.752	-.1699	.2352
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.0992	.06467	.126	-.0279	.2263
		จบปริญญาโทแล้ว	.0857	.10303	.406	-.1169	.2882
	กำลังศึกษาปริญญาโท	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.0666	.10996	.545	-.2828	.1496
		จบปริญญาตรีแล้ว	-.0992	.06467	.126	-.2263	.0279
		จบปริญญาโทแล้ว	-.0135	.10996	.902	-.2297	.2026
	จบปริญญาโทแล้ว	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	-.0530	.13610	.697	-.3206	.2145
		จบปริญญาตรีแล้ว	-.0857	.10303	.406	-.2882	.1169
		กำลังศึกษาปริญญาโท	.0135	.10996	.902	-.2026	.2297

ตาราง 4.60-61

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ปัจจัยภายใน	การศึกษา	10	3.53	.45677	.14444	3.2066	3.8601	3.17	4.50
	สังคมศาสตร์	11	3.64	.48773	.14706	3.3087	3.9640	2.67	4.50
	รัฐศาสตร์	16	3.80	.68643	.17161	3.4363	4.1679	3.00	5.00
	อักษรศาสตร์	18	3.98	.48806	.11504	3.7388	4.2242	3.00	5.00
	กฎหมาย	10	3.73	.49191	.15556	3.3814	4.0852	2.67	4.17
	เศรษฐศาสตร์	47	3.83	.80194	.11697	3.5943	4.0652	2.33	5.00
	บริหารธุรกิจ	148	3.79	.74265	.06105	3.6688	3.9101	1.50	5.00
	วิทยาศาสตร์	17	3.67	.53359	.12942	3.3923	3.9410	2.83	4.33
	วิศวกรรมศาสตร์	73	3.58	.50393	.05898	3.4623	3.6975	2.00	4.67
	คอมพิวเตอร์	17	4.24	.63207	.15330	3.9103	4.5603	2.67	5.00
	อื่นๆ	33	4.02	.71535	.12453	3.7665	4.2739	1.83	4.83
	รวม	400	3.79	.67926	.03396	3.7191	3.8526	1.50	5.00
	ปัจจัยปัจจัยปัจจัยภายนอก	การศึกษา	10	2.8333	.56656	.17916	2.4280	3.2386	2.00
สังคมศาสตร์		11	3.0303	.75210	.22677	2.5250	3.5356	2.00	4.50
รัฐศาสตร์		16	2.8854	.66030	.16507	2.5336	3.2373	1.83	3.83
อักษรศาสตร์		18	3.3148	.87240	.20563	2.8810	3.7486	2.00	4.33
กฎหมาย		10	2.8333	.63828	.20184	2.3767	3.2899	2.17	3.67
เศรษฐศาสตร์		47	2.9113	.59471	.08675	2.7367	3.0860	1.83	4.50
บริหารธุรกิจ		148	3.0518	.72787	.05983	2.9336	3.1700	1.00	4.50
วิทยาศาสตร์		17	3.0686	.69736	.16914	2.7101	3.4272	2.17	4.33
วิศวกรรมศาสตร์		73	2.8927	.78044	.09134	2.7106	3.0748	1.33	4.83
คอมพิวเตอร์		17	2.8431	.65211	.15816	2.5079	3.1784	2.17	4.00
อื่นๆ		33	3.0202	.67412	.11735	2.7812	3.2592	1.17	4.00
รวม		400	2.9892	.71408	.03570	2.9190	3.0594	1.00	4.83
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ		การศึกษา	10	3.1833	.43176	.13654	2.8745	3.4922	2.92
	สังคมศาสตร์	11	3.3333	.50963	.15366	2.9910	3.6757	2.83	4.50
	รัฐศาสตร์	16	3.3438	.39426	.09856	3.1337	3.5538	2.67	4.08
	อักษรศาสตร์	18	3.6481	.58267	.13734	3.3584	3.9379	2.75	4.42
	กฎหมาย	10	3.2833	.46181	.14604	2.9530	3.6137	2.75	3.92
	เศรษฐศาสตร์	47	3.3706	.61675	.08996	3.1895	3.5517	2.08	4.42
	บริหารธุรกิจ	148	3.4206	.56930	.04680	3.3281	3.5131	1.42	4.67
	วิทยาศาสตร์	17	3.3676	.57739	.14004	3.0708	3.6645	2.50	4.25
	วิศวกรรมศาสตร์	73	3.2363	.49807	.05829	3.1201	3.3525	2.25	4.08
	คอมพิวเตอร์	17	3.5392	.37398	.09070	3.3469	3.7315	3.08	4.17
	อื่นๆ	33	3.5202	.62083	.10807	3.3001	3.7403	2.00	4.42
	รวม	400	3.3875	.55260	.02763	3.3332	3.4418	1.42	4.67

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยภายใน	Between Groups	10.281	10	1.028	2.301	.012
	Within Groups	173.817	389	.447		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยปัจจัยปัจจัยภายในนอก	Between Groups	4.632	10	.463	.906	.527
	Within Groups	198.821	389	.511		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	Between Groups	4.635	10	.463	1.538	.124
	Within Groups	117.205	389	.301		
	รวม	121.840	399			

Multiple Comparisons



Dependent Variable	(I) จบการศึกษา สาขาวิชา	(J) จบการศึกษา สาขาวิชา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ปัจจัยภายใน	การศึกษา	สังคมศาสตร์	-.1030	.29207	.724	-.6773	.4712
		รัฐศาสตร์	-.2687	.26946	.319	-.7985	.2610
		อักษรศาสตร์	-.4481	.26364	.090	-.9665	.0702
		กฎหมาย	-.2000	.29894	.504	-.7877	.3877
		เศรษฐศาสตร์	-.2965	.23279	.204	-.7541	.1612
		บริหารธุรกิจ	-.2561	.21841	.242	-.6855	.1733
		วิทยาศาสตร์	-.1333	.26640	.617	-.6571	.3904
		วิศวกรรมศาสตร์	-.0466	.22540	.836	-.4897	.3966
		คอมพิวเตอร์	-.7020(*)	.26640	.009	-1.2257	-.1782
		อื่นๆ	-.4869(*)	.24130	.044	-.9613	-.0125
		การศึกษา	.1030	.29207	.724	-.4712	.6773
		สังคมศาสตร์	รัฐศาสตร์	-.1657	.26182	.527	-.6805
	อักษรศาสตร์		-.3451	.25582	.178	-.8481	.1578
	กฎหมาย		-.0970	.29207	.740	-.6712	.4773
	เศรษฐศาสตร์		-.1934	.22389	.388	-.6336	.2468
	บริหารธุรกิจ		-.1531	.20890	.464	-.5638	.2577
	วิทยาศาสตร์		-.0303	.25866	.907	-.5388	.4782
	วิศวกรรมศาสตร์		.0565	.21620	.794	-.3686	.4815
	คอมพิวเตอร์		-.5989(*)	.25866	.021	-1.1075	-.0904
	อื่นๆ		-.3838	.23273	.100	-.8414	.0737
	การศึกษา		.2687	.26946	.319	-.2610	.7985
	รัฐศาสตร์		.1657	.26182	.527	-.3490	.6805
	รัฐศาสตร์		อักษรศาสตร์	-.1794	.22968	.435	-.6310
		กฎหมาย	.0688	.26946	.799	-.4610	.5985
		เศรษฐศาสตร์	-.0277	.19348	.886	-.4081	.3527
		บริหารธุรกิจ	.0127	.17591	.943	-.3332	.3585
		วิทยาศาสตร์	.1354	.23283	.561	-.3224	.5932
		วิศวกรรมศาสตร์	.2222	.18452	.229	-.1406	.5850
		คอมพิวเตอร์	-.4332	.23283	.064	-.8910	.0246
		อื่นๆ	-.2181	.20363	.285	-.6185	.1822
		การศึกษา	.4481	.26364	.090	-.0702	.9665
		สังคมศาสตร์	.3451	.25582	.178	-.1578	.8481
		รัฐศาสตร์	.1794	.22968	.435	-.2722	.6310
		อักษรศาสตร์	กฎหมาย	.2481	.26364	.347	-.2702
	เศรษฐศาสตร์		.1517	.18529	.413	-.2126	.5160
	บริหารธุรกิจ		.1921	.16686	.250	-.1360	.5201
	วิทยาศาสตร์		.3148	.22607	.165	-.1297	.7593
	วิศวกรรมศาสตร์		.4016(*)	.17591	.023	.0557	.7474
	คอมพิวเตอร์		-.2538	.22607	.262	-.6983	.1907
	อื่นๆ		-.0387	.19587	.843	-.4238	.3464
	การศึกษา		.2000	.29894	.504	-.3877	.7877

	สังคมศาสตร์	.0970	.29207	.740	-.4773	.6712
	รัฐศาสตร์	-.0688	.26946	.799	-.5985	.4610
	อักษรศาสตร์	-.2481	.26364	.347	-.7665	.2702
	เศรษฐศาสตร์	-.0965	.23279	.679	-.5541	.3612
	บริหารธุรกิจ	-.0561	.21841	.797	-.4855	.3733
	วิทยาศาสตร์	.0667	.26640	.803	-.4571	.5904
	วิศวกรรมศาสตร์	.1534	.22540	.496	-.2897	.5966
	คอมพิวเตอร์	-.5020	.26640	.060	-1.0257	.0218
	อื่นๆ	-.2869	.24130	.235	-.7613	.1875
เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	.2965	.23279	.204	-.1612	.7541
	สังคมศาสตร์	.1934	.22389	.388	-.2468	.6336
	รัฐศาสตร์	.0277	.19348	.886	-.3527	.4081
	อักษรศาสตร์	-.1517	.18529	.413	-.5160	.2126
	กฎหมาย	.0965	.23279	.679	-.3612	.5541
	บริหารธุรกิจ	.0404	.11192	.718	-.1797	.2604
	วิทยาศาสตร์	.1631	.18919	.389	-.2088	.5351
	วิศวกรรมศาสตร์	.2499(*)	.12501	.046	.0041	.4957
	คอมพิวเตอร์	-.4055(*)	.18919	.033	-.7775	-.0336
	อื่นๆ	-.1904	.15181	.210	-.4889	.1081
บริหารธุรกิจ	การศึกษา	.2561	.21841	.242	-.1733	.6855
	สังคมศาสตร์	.1531	.20890	.464	-.2577	.5638
	รัฐศาสตร์	-.0127	.17591	.943	-.3585	.3332
	อักษรศาสตร์	-.1921	.16686	.250	-.5201	.1360
	กฎหมาย	.0561	.21841	.797	-.3733	.4855
	เศรษฐศาสตร์	-.0404	.11192	.718	-.2604	.1797
	วิทยาศาสตร์	.1227	.17118	.474	-.2138	.4593
	วิศวกรรมศาสตร์	.2095(*)	.09560	.029	.0215	.3975
	คอมพิวเตอร์	-.4459(*)	.17118	.010	-.7824	-.1093
	อื่นๆ	-.2308	.12868	.074	-.4838	.0222
วิทยาศาสตร์	การศึกษา	.1333	.26640	.617	-.3904	.6571
	สังคมศาสตร์	.0303	.25866	.907	-.4782	.5388
	รัฐศาสตร์	-.1354	.23283	.561	-.5932	.3224
	อักษรศาสตร์	-.3148	.22607	.165	-.7593	.1297
	กฎหมาย	-.0667	.26640	.803	-.5904	.4571
	เศรษฐศาสตร์	-.1631	.18919	.389	-.5351	.2088
	บริหารธุรกิจ	-.1227	.17118	.474	-.4593	.2138
	วิศวกรรมศาสตร์	.0868	.18001	.630	-.2672	.4407
	คอมพิวเตอร์	-.5686(*)	.22928	.014	-1.0194	-.1178
	อื่นๆ	-.3535	.19956	.077	-.7459	.0388
วิศวกรรมศาสตร์	การศึกษา	.0466	.22540	.836	-.3966	.4897
	สังคมศาสตร์	-.0565	.21620	.794	-.4815	.3686
	รัฐศาสตร์	-.2222	.18452	.229	-.5850	.1406
	อักษรศาสตร์	-.4016(*)	.17591	.023	-.7474	-.0557
	กฎหมาย	-.1534	.22540	.496	-.5966	.2897
	เศรษฐศาสตร์	-.2499(*)	.12501	.046	-.4957	-.0041
	บริหารธุรกิจ	-.2095(*)	.09560	.029	-.3975	-.0215
	วิทยาศาสตร์	-.0868	.18001	.630	-.4407	.2672
	คอมพิวเตอร์	-.6554(*)	.18001	.000	-1.0093	-.3015
	อื่นๆ	-.4403(*)	.14022	.002	-.7160	-.1646
คอมพิวเตอร์	การศึกษา	.7020(*)	.26640	.009	.1782	1.2257
	สังคมศาสตร์	.5989(*)	.25866	.021	.0904	1.1075
	รัฐศาสตร์	.4332	.23283	.064	-.0246	.8910
	อักษรศาสตร์	.2538	.22607	.262	-.1907	.6983
	กฎหมาย	.5020	.26640	.060	-.0218	1.0257
	เศรษฐศาสตร์	.4055(*)	.18919	.033	.0336	.7775
	บริหารธุรกิจ	.4459(*)	.17118	.010	.1093	.7824
	วิทยาศาสตร์	.5686(*)	.22928	.014	.1178	1.0194
	วิศวกรรมศาสตร์	.6554(*)	.18001	.000	.3015	1.0093
	อื่นๆ	.2151	.19956	.282	-.1773	.6074
อื่นๆ	การศึกษา	.4869(*)	.24130	.044	.0125	.9613
	สังคมศาสตร์	.3838	.23273	.100	-.0737	.8414
	รัฐศาสตร์	.2181	.20363	.285	-.1822	.6185
	อักษรศาสตร์	.0387	.19587	.843	-.3464	.4238
	กฎหมาย	.2869	.24130	.235	-.1875	.7613
	เศรษฐศาสตร์	.1904	.15181	.210	-.1081	.4889
	บริหารธุรกิจ	.2308	.12868	.074	-.0222	.4838
	วิทยาศาสตร์	.3535	.19956	.077	-.0388	.7459
	วิศวกรรมศาสตร์	.4403(*)	.14022	.002	.1646	.7160
	คอมพิวเตอร์	-.2151	.19956	.282	-.6074	.1773

ปัจจัยปัจจัยปัจจัย ภายนอก	การศึกษา	สังคมศาสตร์	-1970	.31237	.529	-.8111	.4172
		รัฐศาสตร์	-.0521	.28819	.857	-.6187	.5145
		อักษรศาสตร์	-.4815	.28197	.089	-1.0359	.0729
		กฎหมาย	.0000	.31972	1.000	-.6286	.6286
		เศรษฐศาสตร์	-.0780	.24897	.754	-.5675	.4115
		บริหารธุรกิจ	-.2185	.23359	.350	-.6777	.2408
		วิทยาศาสตร์	-.2353	.28491	.409	-.7955	.3249
		วิศวกรรมศาสตร์	-.0594	.24107	.806	-.5333	.4146
		คอมพิวเตอร์	-.0098	.28491	.973	-.5700	.5504
		อื่นๆ	-.1869	.25807	.469	-.6943	.3205
	สังคมศาสตร์	การศึกษา	.1970	.31237	.529	-.4172	.8111
		รัฐศาสตร์	.1449	.28002	.605	-.4056	.6954
		อักษรศาสตร์	-.2845	.27360	.299	-.8224	.2534
		กฎหมาย	.1970	.31237	.529	-.4172	.8111
		เศรษฐศาสตร์	.1190	.23946	.620	-.3518	.5897
		บริหารธุรกิจ	-.0215	.22342	.923	-.4608	.4178
		วิทยาศาสตร์	-.0383	.27664	.890	-.5822	.5056
		วิศวกรรมศาสตร์	.1376	.23123	.552	-.3170	.5922
		คอมพิวเตอร์	.1872	.27664	.499	-.3567	.7311
		อื่นๆ	.0101	.24890	.968	-.4793	.4995
	รัฐศาสตร์	การศึกษา	.0521	.28819	.857	-.5145	.6187
		สังคมศาสตร์	-.1449	.28002	.605	-.6954	.4056
		อักษรศาสตร์	-.4294	.24564	.081	-.9123	.0536
		กฎหมาย	.0521	.28819	.857	-.5145	.6187
		เศรษฐศาสตร์	-.0259	.20693	.900	-.4328	.3809
		บริหารธุรกิจ	-.1664	.18814	.377	-.5363	.2035
		วิทยาศาสตร์	-.1832	.24902	.462	-.6728	.3064
		วิศวกรรมศาสตร์	-.0073	.19735	.971	-.3953	.3807
		คอมพิวเตอร์	.0423	.24902	.865	-.4473	.5319
		อื่นๆ	-.1348	.21779	.536	-.5630	.2934
	อักษรศาสตร์	การศึกษา	.4815	.28197	.089	-.0729	1.0359
		สังคมศาสตร์	.2845	.27360	.299	-.2534	.8224
		รัฐศาสตร์	.4294	.24564	.081	-.0536	.9123
		กฎหมาย	.4815	.28197	.089	-.0729	1.0359
		เศรษฐศาสตร์	.4035(*)	.19817	.042	.0139	.7931
		บริหารธุรกิจ	.2630	.17846	.141	-.0879	.6139
		วิทยาศาสตร์	.2462	.24179	.309	-.2292	.7216
		วิศวกรรมศาสตร์	.4221(*)	.18814	.025	.0522	.7920
		คอมพิวเตอร์	.4717	.24179	.052	-.0037	.9470
		อื่นๆ	.2946	.20948	.160	-.1172	.7065
	กฎหมาย	การศึกษา	.0000	.31972	1.000	-.6286	.6286
		สังคมศาสตร์	-.1970	.31237	.529	-.8111	.4172
		รัฐศาสตร์	-.0521	.28819	.857	-.6187	.5145
		อักษรศาสตร์	-.4815	.28197	.089	-1.0359	.0729
		เศรษฐศาสตร์	-.0780	.24897	.754	-.5675	.4115
		บริหารธุรกิจ	-.2185	.23359	.350	-.6777	.2408
		วิทยาศาสตร์	-.2353	.28491	.409	-.7955	.3249
		วิศวกรรมศาสตร์	-.0594	.24107	.806	-.5333	.4146
		คอมพิวเตอร์	-.0098	.28491	.973	-.5700	.5504
		อื่นๆ	-.1869	.25807	.469	-.6943	.3205
	เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	.0780	.24897	.754	-.4115	.5675
		สังคมศาสตร์	-.1190	.23946	.620	-.5897	.3518
		รัฐศาสตร์	.0259	.20693	.900	-.3809	.4328
		อักษรศาสตร์	-.4035(*)	.19817	.042	-.7931	-.0139
		กฎหมาย	.0780	.24897	.754	-.4115	.5675
		บริหารธุรกิจ	-.1405	.11970	.241	-.3758	.0949
		วิทยาศาสตร์	-.1573	.20234	.437	-.5551	.2405
		วิศวกรรมศาสตร์	.0187	.13370	.889	-.2442	.2815
		คอมพิวเตอร์	.0682	.20234	.736	-.3296	.4660
		อื่นๆ	-.1089	.16237	.503	-.4281	.2104
	บริหารธุรกิจ	การศึกษา	.2185	.23359	.350	-.2408	.6777
		สังคมศาสตร์	.0215	.22342	.923	-.4178	.4608
		รัฐศาสตร์	.1664	.18814	.377	-.2035	.5363
		อักษรศาสตร์	-.2630	.17846	.141	-.6139	.0879
		กฎหมาย	.2185	.23359	.350	-.2408	.6777
		เศรษฐศาสตร์	.1405	.11970	.241	-.0949	.3758
		วิทยาศาสตร์	-.0168	.18308	.927	-.3768	.3431
		วิศวกรรมศาสตร์	.1591	.10225	.121	-.0419	.3601
		คอมพิวเตอร์	.2087	.18308	.255	-.1513	.5686

		อื่นๆ	.0316	.13763	.819	-.2390	.3022
	วิทยาศาสตร์	การศึกษา	.2353	.28491	.409	-.3249	.7955
		สังคมศาสตร์	.0383	.27664	.890	-.5056	.5822
		รัฐศาสตร์	.1832	.24902	.462	-.3064	.6728
		อักษรศาสตร์	-.2462	.24179	.309	-.7216	.2292
		กฎหมาย	.2353	.28491	.409	-.3249	.7955
		เศรษฐศาสตร์	.1573	.20234	.437	-.2405	.5551
		บริหารธุรกิจ	.0168	.18308	.927	-.3431	.3768
		วิศวกรรมศาสตร์	.1759	.19253	.361	-.2026	.5545
		คอมพิวเตอร์	.2255	.24522	.358	-.2566	.7076
	วิศวกรรมศาสตร์	อื่นๆ	.0484	.21343	.821	-.3712	.4681
		การศึกษา	.0594	.24107	.806	-.4146	.5333
		สังคมศาสตร์	-.1376	.23123	.552	-.5922	.3170
		รัฐศาสตร์	.0073	.19735	.971	-.3807	.3953
		อักษรศาสตร์	-.4221(*)	.18814	.025	-.7920	-.0522
		กฎหมาย	.0594	.24107	.806	-.4146	.5333
		เศรษฐศาสตร์	-.0187	.13370	.889	-.2815	.2442
		บริหารธุรกิจ	-.1591	.10225	.121	-.3601	.0419
		วิทยาศาสตร์	-.1759	.19253	.361	-.5545	.2026
		คอมพิวเตอร์	.0496	.19253	.797	-.3290	.4281
	คอมพิวเตอร์	อื่นๆ	-.1275	.14997	.396	-.4224	.1673
		การศึกษา	.0098	.28491	.973	-.5504	.5700
		สังคมศาสตร์	-.1872	.27664	.499	-.7311	.3567
		รัฐศาสตร์	-.0423	.24902	.865	-.5319	.4473
		อักษรศาสตร์	-.4717	.24179	.052	-.9470	.0037
		กฎหมาย	.0098	.28491	.973	-.5504	.5700
		เศรษฐศาสตร์	-.0682	.20234	.736	-.4660	.3296
		บริหารธุรกิจ	-.2087	.18308	.255	-.5686	.1513
		วิทยาศาสตร์	-.2255	.24522	.358	-.7076	.2566
		วิศวกรรมศาสตร์	-.0496	.19253	.797	-.4281	.3290
	อื่นๆ	อื่นๆ	-.1771	.21343	.407	-.5967	.2426
		การศึกษา	.1869	.25807	.469	-.3205	.6943
		สังคมศาสตร์	-.0101	.24890	.968	-.4995	.4793
		รัฐศาสตร์	.1348	.21779	.536	-.2934	.5630
		อักษรศาสตร์	-.2946	.20948	.160	-.7065	.1172
		กฎหมาย	.1869	.25807	.469	-.3205	.6943
		เศรษฐศาสตร์	.1089	.16237	.503	-.2104	.4281
		บริหารธุรกิจ	-.0316	.13763	.819	-.3022	.2390
		วิทยาศาสตร์	-.0484	.21343	.821	-.4681	.3712
		วิศวกรรมศาสตร์	.1275	.14997	.396	-.1673	.4224
		คอมพิวเตอร์	.1771	.21343	.407	-.2426	.5967
ภาพรวมปัจจัยสำคัญ ต่างๆ	การศึกษา	สังคมศาสตร์	-.1500	.23983	.532	-.6215	.3215
		รัฐศาสตร์	-.1604	.22127	.469	-.5955	.2746
		อักษรศาสตร์	-.4648(*)	.21649	.032	-.8905	-.0392
		กฎหมาย	-.1000	.24548	.684	-.5826	.3826
		เศรษฐศาสตร์	-.1872	.19116	.328	-.5631	.1886
		บริหารธุรกิจ	-.2373	.17935	.187	-.5899	.1153
		วิทยาศาสตร์	-.1843	.21875	.400	-.6144	.2458
		วิศวกรรมศาสตร์	-.0530	.18509	.775	-.4169	.3109
		คอมพิวเตอร์	-.3559	.21875	.105	-.7860	.0742
	สังคมศาสตร์	อื่นๆ	-.3369	.19814	.090	-.7264	.0527
		การศึกษา	.1500	.23983	.532	-.3215	.6215

	รัฐศาสตร์	-0.104	.21499	.961	-.4331	.4123
	อักษรศาสตร์	-.3148	.21007	.135	-.7278	.0982
	กฎหมาย	.0500	.23983	.835	-.4215	.5215
	เศรษฐศาสตร์	-.0372	.18385	.840	-.3987	.3242
	บริหารธุรกิจ	-.0873	.17154	.611	-.4245	.2500
	วิทยาศาสตร์	-.0343	.21240	.872	-.4519	.3833
	วิศวกรรมศาสตร์	.0970	.17753	.585	-.2520	.4461
	คอมพิวเตอร์	-.2059	.21240	.333	-.6235	.2117
	อื่นๆ	-.1869	.19111	.329	-.5626	.1889
รัฐศาสตร์	การศึกษา	.1604	.22127	.469	-.2746	.5955
	สังคมศาสตร์	.0104	.21499	.961	-.4123	.4331
	อักษรศาสตร์	-.3044	.18860	.107	-.6752	.0664
	กฎหมาย	.0604	.22127	.785	-.3746	.4955
	เศรษฐศาสตร์	-.0268	.15888	.866	-.3392	.2855
	บริหารธุรกิจ	-.0769	.14445	.595	-.3609	.2072
	วิทยาศาสตร์	-.0239	.19119	.901	-.3998	.3520
	วิศวกรรมศาสตร์	.1074	.15152	.479	-.1905	.4054
	คอมพิวเตอร์	-.1955	.19119	.307	-.5714	.1804
	อื่นๆ	-.1765	.16722	.292	-.5052	.1523
อักษรศาสตร์	การศึกษา	.4648(*)	.21649	.032	.0392	.8905
	สังคมศาสตร์	.3148	.21007	.135	-.0982	.7278
	รัฐศาสตร์	.3044	.18860	.107	-.0664	.6752
	กฎหมาย	.3648	.21649	.093	-.0608	.7905
	เศรษฐศาสตร์	.2776	.15215	.069	-.0216	.5767
	บริหารธุรกิจ	.2275	.13702	.098	-.0419	.4969
	วิทยาศาสตร์	.2805	.18564	.132	-.0845	.6455
	วิศวกรรมศาสตร์	.4118(*)	.14445	.005	.1278	.6959
	คอมพิวเตอร์	.1089	.18564	.558	-.2561	.4739
	อื่นๆ	.1279	.16084	.427	-.1883	.4442
กฎหมาย	การศึกษา	.1000	.24548	.684	-.3826	.5826
	สังคมศาสตร์	-.0500	.23983	.835	-.5215	.4215
	รัฐศาสตร์	-.0604	.22127	.785	-.4955	.3746
	อักษรศาสตร์	-.3648	.21649	.093	-.7905	.0608
	เศรษฐศาสตร์	-.0872	.19116	.648	-.4631	.2886
	บริหารธุรกิจ	-.1373	.17935	.444	-.4899	.2153
	วิทยาศาสตร์	-.0843	.21875	.700	-.5144	.3458
	วิศวกรรมศาสตร์	.0470	.18509	.800	-.3169	.4109
	คอมพิวเตอร์	-.2559	.21875	.243	-.6860	.1742
	อื่นๆ	-.2369	.19814	.233	-.6264	.1527
เศรษฐศาสตร์	การศึกษา	.1872	.19116	.328	-.1886	.5631
	สังคมศาสตร์	.0372	.18385	.840	-.3242	.3987
	รัฐศาสตร์	.0268	.15888	.866	-.2855	.3392
	อักษรศาสตร์	-.2776	.15215	.069	-.5767	.0216
	กฎหมาย	.0872	.19116	.648	-.2886	.4631
	บริหารธุรกิจ	-.0500	.09190	.586	-.2307	.1307
	วิทยาศาสตร์	.0029	.15535	.985	-.3025	.3084
	วิศวกรรมศาสตร์	.1343	.10265	.192	-.0676	.3361
	คอมพิวเตอร์	-.1686	.15535	.278	-.4741	.1368
	อื่นๆ	-.1496	.12466	.231	-.3947	.0955
บริหารธุรกิจ	การศึกษา	.2373	.17935	.187	-.1153	.5899
	สังคมศาสตร์	.0873	.17154	.611	-.2500	.4245
	รัฐศาสตร์	.0769	.14445	.595	-.2072	.3609
	อักษรศาสตร์	-.2275	.13702	.098	-.4969	.0419

	กฎหมาย	.1373	.17935	.444	-.2153	.4899
	เศรษฐศาสตร์	.0500	.09190	.586	-.1307	.2307
	วิทยาศาสตร์	.0530	.14057	.707	-.2234	.3293
	วิศวกรรมศาสตร์	.1843(*)	.07851	.019	.0300	.3387
	คอมพิวเตอร์	-.1186	.14057	.399	-.3950	.1578
	อื่นๆ	-.0996	.10567	.347	-.3073	.1082
วิทยาศาสตร์	การศึกษา	.1843	.21875	.400	-.2458	.6144
	สังคมศาสตร์	.0343	.21240	.872	-.3833	.4519
	รัฐศาสตร์	.0239	.19119	.901	-.3520	.3998
	อักษรศาสตร์	-.2805	.18564	.132	-.6455	.0845
	กฎหมาย	.0843	.21875	.700	-.3458	.5144
	เศรษฐศาสตร์	-.0029	.15535	.985	-.3084	.3025
	บริหารธุรกิจ	-.0530	.14057	.707	-.3293	.2234
	วิศวกรรมศาสตร์	.1313	.14782	.375	-.1593	.4220
	คอมพิวเตอร์	-.1716	.18827	.363	-.5417	.1986
	อื่นๆ	-.1526	.16387	.352	-.4747	.1696
วิศวกรรมศาสตร์	การศึกษา	.0530	.18509	.775	-.3109	.4169
	สังคมศาสตร์	-.0970	.17753	.585	-.4461	.2520
	รัฐศาสตร์	-.1074	.15152	.479	-.4054	.1905
	อักษรศาสตร์	-.4118(*)	.14445	.005	-.6959	-.1278
	กฎหมาย	-.0470	.18509	.800	-.4109	.3169
	เศรษฐศาสตร์	-.1343	.10265	.192	-.3361	.0676
	บริหารธุรกิจ	-.1843(*)	.07851	.019	-.3387	-.0300
	วิทยาศาสตร์	-.1313	.14782	.375	-.4220	.1593
	คอมพิวเตอร์	-.3029(*)	.14782	.041	-.5935	-.0123
	อื่นๆ	-.2839(*)	.11514	.014	-.5103	-.0575
คอมพิวเตอร์	การศึกษา	.3559	.21875	.105	-.0742	.7860
	สังคมศาสตร์	.2059	.21240	.333	-.2117	.6235
	รัฐศาสตร์	.1955	.19119	.307	-.1804	.5714
	อักษรศาสตร์	-.1089	.18564	.558	-.4739	.2561
	กฎหมาย	.2559	.21875	.243	-.1742	.6860
	เศรษฐศาสตร์	.1686	.15535	.278	-.1368	.4741
	บริหารธุรกิจ	.1186	.14057	.399	-.1578	.3950
	วิทยาศาสตร์	.1716	.18827	.363	-.1986	.5417
	วิศวกรรมศาสตร์	.3029(*)	.14782	.041	.0123	.5935
	อื่นๆ	.0190	.16387	.908	-.3032	.3412
อื่นๆ	การศึกษา	.3369	.19814	.090	-.0527	.7264
	สังคมศาสตร์	.1869	.19111	.329	-.1889	.5626
	รัฐศาสตร์	.1765	.16722	.292	-.1523	.5052
	อักษรศาสตร์	-.1279	.16084	.427	-.4442	.1883
	กฎหมาย	.2369	.19814	.233	-.1527	.6264
	เศรษฐศาสตร์	.1496	.12466	.231	-.0955	.3947
	บริหารธุรกิจ	.0996	.10567	.347	-.1082	.3073
	วิทยาศาสตร์	.1526	.16387	.352	-.1696	.4747
	วิศวกรรมศาสตร์	.2839(*)	.11514	.014	.0575	.5103
	คอมพิวเตอร์	-.0190	.16387	.908	-.3412	.3032

ตาราง 4.62-63

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
ปัจจัยภายใน	ต่ำกว่า 2.6	38	3.80	.46686	.07573	3.6448	3.9517	3.17	4.67
	2.6-2.99	83	3.68	.59822	.06566	3.5501	3.8113	2.00	5.00
	3.00-3.59	193	3.90	.74491	.05362	3.7906	4.0021	1.50	5.00
	3.6 ขึ้นไป	86	3.63	.64058	.06908	3.4964	3.7711	1.50	5.00
	รวม	400	3.79	.67926	.03396	3.7191	3.8526	1.50	5.00
ปัจจัยปัจจัยภายนอก	ต่ำกว่า 2.6	38	2.8991	.60719	.09850	2.6995	3.0987	1.67	4.17
	2.6-2.99	83	2.9317	.84104	.09232	2.7481	3.1154	1.00	4.83
	3.00-3.59	193	2.9922	.73091	.05261	2.8885	3.0960	1.17	4.50
	3.6 ขึ้นไป	86	3.0775	.57377	.06187	2.9545	3.2005	1.67	4.33
	รวม	400	2.9892	.71408	.03570	2.9190	3.0594	1.00	4.83
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	ต่ำกว่า 2.6	38	3.3487	.35081	.05691	3.2334	3.4640	2.75	4.08
	2.6-2.99	83	3.3062	.52658	.05780	3.1912	3.4212	2.25	4.33
	3.00-3.59	193	3.4443	.62096	.04470	3.3561	3.5325	1.42	4.67
	3.6 ขึ้นไป	86	3.3556	.47528	.05125	3.2537	3.4575	2.08	4.42
	รวม	400	3.3875	.55260	.02763	3.3332	3.4418	1.42	4.67

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยภายใน	Between Groups	5.271	3	1.757	3.891	.009
	Within Groups	178.826	396	.452		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยปัจจัยภายนอก	Between Groups	1.255	3	.418	.819	.484
	Within Groups	202.198	396	.511		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	Between Groups	1.316	3	.439	1.441	.230
	Within Groups	120.525	396	.304		
	รวม	121.840	399			

Multiple Comparisons

LSD							
Dependent Variable	(I) เกรตเฉลี่ย	(J) เกรตเฉลี่ย	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ปัจจัยภายใน	ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	.12	.13162	.372	-.1412	.3763
		3.00-3.59	-.10	.11926	.411	-.3326	.1363
		3.6 ขึ้นไป	.16	.13090	.210	-.0928	.4219
	2.6-2.99	ต่ำกว่า 2.6	-.12	.13162	.372	-.3763	.1412
		3.00-3.59	-.22(*)	.08821	.015	-.3891	-.0422
		3.6 ขึ้นไป	.05	.10340	.650	-.1563	.2503
	3.00-3.59	ต่ำกว่า 2.6	.10	.11926	.411	-.1363	.3326
		2.6-2.99	.22(*)	.08821	.015	.0422	.3891
		3.6 ขึ้นไป	.26(*)	.08712	.003	.0914	.4339
	3.6 ขึ้นไป	ต่ำกว่า 2.6	-.16	.13090	.210	-.4219	.0928
		2.6-2.99	-.05	.10340	.650	-.2503	.1563
		3.00-3.59	-.26(*)	.08712	.003	-.4339	-.0914
ปัจจัยปัจจัยภายนอก	ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	-.03	.13996	.816	-.3078	.2426
		3.00-3.59	-.09	.12682	.463	-.3424	.1562
		3.6 ขึ้นไป	-.18	.13919	.201	-.4520	.0952
	2.6-2.99	ต่ำกว่า 2.6	.03	.13996	.816	-.2426	.3078
		3.00-3.59	-.06	.09379	.519	-.2449	.1239
		3.6 ขึ้นไป	-.15	.10995	.186	-.3620	.0704
	3.00-3.59	ต่ำกว่า 2.6	.09	.12682	.463	-.1562	.3424
		2.6-2.99	.06	.09379	.519	-.1239	.2449
		3.6 ขึ้นไป	-.09	.09264	.358	-.2674	.0968
	3.6 ขึ้นไป	ต่ำกว่า 2.6	.18	.13919	.201	-.0952	.4520
		2.6-2.99	.15	.10995	.186	-.0704	.3620
		3.00-3.59	.09	.09264	.358	-.0968	.2674
ภาพรวมปัจจัยสำคัญต่างๆ	ต่ำกว่า 2.6	2.6-2.99	.04	.10806	.695	-.1700	.2549
		3.00-3.59	-.10	.09791	.329	-.2881	.0969
		3.6 ขึ้นไป	-.01	.10746	.949	-.2182	.2043
	2.6-2.99	ต่ำกว่า 2.6	-.04	.10806	.695	-.2549	.1700
		3.00-3.59	-.14	.07241	.057	-.2804	.0043
		3.6 ขึ้นไป	-.05	.08489	.561	-.2163	.1175
	3.00-3.59	ต่ำกว่า 2.6	.10	.09791	.329	-.0969	.2881
		2.6-2.99	.14	.07241	.057	-.0043	.2804
		3.6 ขึ้นไป	.09	.07153	.216	-.0519	.2293
	3.6 ขึ้นไป	ต่ำกว่า 2.6	.01	.10746	.949	-.2043	.2182
		2.6-2.99	.05	.08489	.561	-.1175	.2163
		3.00-3.59	-.09	.07153	.216	-.2293	.0519

ตาราง 4.64-65

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ปัจจัยภายใน	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	55	3.46	.87192	.11757	3.2249	3.6963	1.50	4.83
	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	3.80	.59790	.05391	3.6968	3.9102	2.33	5.00
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	3.85	.63130	.04856	3.7582	3.9499	2.00	5.00
	5 แสนบาทขึ้นไป	53	3.86	.70032	.09620	3.6717	4.0578	2.67	4.83
	รวม	400	3.79	.67926	.03396	3.7191	3.8526	1.50	5.00
ปัจจัยภายนอก	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	55	3.05	.74221	.10008	2.8448	3.2461	1.17	4.50
	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	2.93	.65398	.05897	2.8087	3.0422	1.50	4.17
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	3.04	.67547	.05196	2.9349	3.1401	1.33	4.50
	5 แสนบาทขึ้นไป	53	2.92	.91554	.12576	2.6722	3.1769	1.00	4.83
	รวม	400	2.99	.71408	.03570	2.9190	3.0594	1.00	4.83
ภาพรวมปัจจัยต่างๆ	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	55	3.25	.69128	.09321	3.0662	3.4399	1.42	4.25
	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	123	3.36	.46696	.04210	3.2811	3.4478	2.08	4.58
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	169	3.45	.52565	.04043	3.3659	3.5256	2.25	4.67
	5 แสนบาทขึ้นไป	53	3.39	.64117	.08807	3.2179	3.5714	2.00	4.42
	รวม	400	3.39	.55260	.02763	3.3332	3.4418	1.42	4.67

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยภายใน	Between Groups	6.973	3	2.324	5.196	.002
	Within Groups	177.125	396	.447		
	รวม	184.097	399			
ปัจจัยภายนอก	Between Groups	1.289	3	.430	.842	.472
	Within Groups	202.164	396	.511		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยต่างๆ	Between Groups	1.636	3	.545	1.796	.147
	Within Groups	120.204	396	.304		
	รวม	121.840	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) รายได้ของครอบครัว	(J) รายได้ของครอบครัว	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
ปัจจัยภายใน	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.34(*)	.10848	.002	-.5562	-.1296	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.39(*)	.10382	.000	-.5975	-.1893	
		5 แสนบาทขึ้นไป	-.40(*)	.12873	.002	-.6573	-.1511	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.34(*)	.10848	.002	.1296	.5562
			1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.05	.07927	.524	-.2064	.1053
			5 แสนบาทขึ้นไป	-.06	.10989	.578	-.2773	.1548
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.39(*)	.10382	.000	.1893	.5975	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.05	.07927	.524	-.1053	.2064	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.01	.10529	.919	-.2177	.1963	
		5 แสนบาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.40(*)	.12873	.002	.1511	.6573
			5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.06	.10989	.578	-.1548	.2773
			1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	.01	.10529	.919	-.1963	.2177
ปัจจัยภายนอก	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.12	.11590	.301	-.1079	.3478	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	.01	.11092	.943	-.2101	.2260	
		5 แสนบาทขึ้นไป	.12	.13753	.380	-.1495	.3913	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	-.12	.11590	.301	-.3478	.1079
			1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.11	.08468	.187	-.2785	.0545
			5 แสนบาทขึ้นไป	.00	.11740	.994	-.2299	.2318
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	-.01	.11092	.943	-.2260	.2101	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.11	.08468	.187	-.0545	.2785	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	.11	.11249	.316	-.1082	.3341	
		5 แสนบาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	-.12	.13753	.380	-.3913	.1495
			5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.00	.11740	.994	-.2318	.2299
			1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.11	.11249	.316	-.3341	.1082
ภาพรวมปัจจัยต่างๆ	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	-.11	.08937	.213	-.2872	.0642	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.19(*)	.08553	.025	-.3609	-.0246	
		5 แสนบาทขึ้นไป	-.14	.10605	.182	-.3501	.0669	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.11	.08937	.213	-.0642	.2872
			1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.08	.06530	.214	-.2096	.0471
			5 แสนบาทขึ้นไป	-.03	.09053	.739	-.2081	.1478
	1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.19(*)	.08553	.025	.0246	.3609	
		5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.08	.06530	.214	-.0471	.2096	
		1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	.05	.08674	.556	-.1194	.2216	
		5 แสนบาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5 หมื่นบาท	.14	.10605	.182	-.0669	.3501
			5 หมื่นบาท แต่ไม่เกิน 1 แสนบาท	.03	.09053	.739	-.1478	.2081
			1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 5 แสนบาท	-.05	.08674	.556	-.2216	.1194

ตาราง 4.66-67

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ปัจจัยภายใน	บิดา-มารดา	299	3.88	.63708	.03684	3.8026	3.9476	1.83	5.00
	ทุนการศึกษา	34	3.44	.75866	.13011	3.1765	3.7059	1.50	4.33
	ญาติ-พี่น้อง	10	4.13	.63732	.20154	3.6774	4.5892	3.17	4.83
	ตนเอง	57	3.46	.69295	.09178	3.2781	3.6459	1.50	4.67
	รวม	400	3.79	.67926	.03396	3.7191	3.8526	1.50	5.00
ปัจจัยภายนอก	บิดา-มารดา	299	3.03	.70318	.04067	2.9540	3.1140	1.00	4.83
	ทุนการศึกษา	34	2.98	.67061	.11501	2.7415	3.2095	1.83	4.50
	ญาติ-พี่น้อง	10	2.90	.63925	.20215	2.4427	3.3573	2.17	4.00
	ตนเอง	57	2.78	.78322	.10374	2.5700	2.9856	1.33	4.17
	รวม	400	2.99	.71408	.03570	2.9190	3.0594	1.00	4.83
ภาพรวมปัจจัยต่างๆ	บิดา-มารดา	299	3.45	.53022	.03066	3.3942	3.5149	1.83	4.67
	ทุนการศึกษา	34	3.21	.62471	.10714	2.9904	3.4263	2.08	4.25
	ญาติ-พี่น้อง	10	3.52	.53403	.16887	3.1346	3.8987	3.00	4.42
	ตนเอง	57	3.12	.53337	.07065	2.9784	3.2614	1.42	4.17
	รวม	400	3.39	.55260	.02763	3.3332	3.4418	1.42	4.67

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยภายใน	Between Groups	13.609	3	4.536	10.537	.000
	Within Groups	170.489	396	.431		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยภายนอก	Between Groups	3.234	3	1.078	2.132	.096
	Within Groups	200.219	396	.506		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยต่างๆ	Between Groups	6.686	3	2.229	7.664	.000
	Within Groups	115.155	396	.291		
	รวม	121.840	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ผู้ที่ให้การสนับสนุน	(J) ผู้ที่ให้การสนับสนุน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
ปัจจัยภายใน	บิดา-มารดา	ทุนการศึกษา	.43(*)	.11875	.000	.2005	.6674	
		ญาติ-พี่น้อง	-.26	.21093	.222	-.6729	.1565	
		ตนเอง	.41(*)	.09483	.000	.2267	.5996	
	ทุนการศึกษา	บิดา-มารดา	-.43(*)	.11875	.000	-.6674	-.2005	
		ญาติ-พี่น้อง	-.69(*)	.23604	.004	-1.1562	-.2281	
		ตนเอง	-.02	.14218	.884	-.3003	.2587	
	ญาติ-พี่น้อง	บิดา-มารดา	.26	.21093	.222	-.1565	.6729	
		ทุนการศึกษา	.69(*)	.23604	.004	.2281	1.1562	
		ตนเอง	.67(*)	.22496	.003	.2291	1.1136	
	ตนเอง	บิดา-มารดา	-.41(*)	.09483	.000	-.5996	-.2267	
		ทุนการศึกษา	.02	.14218	.884	-.2587	.3003	
		ญาติ-พี่น้อง	-.67(*)	.22496	.003	-1.1136	-.2291	
	ปัจจัยภายนอก	บิดา-มารดา	ทุนการศึกษา	.06	.12869	.650	-.1945	.3115
			ญาติ-พี่น้อง	.13	.22859	.558	-.3154	.5834
			ตนเอง	.26(*)	.10277	.013	.0542	.4583
ทุนการศึกษา		บิดา-มารดา	-.06	.12869	.650	-.3115	.1945	
		ญาติ-พี่น้อง	.08	.25579	.768	-.4274	.5784	
		ตนเอง	.20	.15408	.200	-.1052	.5006	
ญาติ-พี่น้อง		บิดา-มารดา	-.13	.22859	.558	-.5834	.3154	
		ทุนการศึกษา	-.08	.25579	.768	-.5784	.4274	
		ตนเอง	.12	.24378	.616	-.3571	.6015	
ตนเอง		บิดา-มารดา	-.26(*)	.10277	.013	-.4583	-.0542	
		ทุนการศึกษา	-.20	.15408	.200	-.5006	.1052	
		ญาติ-พี่น้อง	-.12	.24378	.616	-.6015	.3571	
ภาพรวมปัจจัย ภายนอกต่างๆ		บิดา-มารดา	ทุนการศึกษา	.25(*)	.09760	.012	.0544	.4381
			ญาติ-พี่น้อง	-.06	.17336	.720	-.4029	.2787
			ตนเอง	.33(*)	.07794	.000	.1815	.4879
	ทุนการศึกษา	บิดา-มารดา	-.25(*)	.09760	.012	-.4381	-.0544	
		ญาติ-พี่น้อง	-.31	.19399	.113	-.6897	.0730	
		ตนเอง	.09	.11685	.450	-.1413	.3182	
	ญาติ-พี่น้อง	บิดา-มารดา	.06	.17336	.720	-.2787	.4029	
		ทุนการศึกษา	.31	.19399	.113	-.0730	.6897	
		ตนเอง	.40(*)	.18488	.032	.0333	.7603	
	ตนเอง	บิดา-มารดา	-.33(*)	.07794	.000	-.4879	-.1815	
		ทุนการศึกษา	-.09	.11685	.450	-.3182	.1413	
		ญาติ-พี่น้อง	-.40(*)	.18488	.032	-.7603	-.0333	

ตาราง 4.69-71

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ปัจจัยภายใน	สหรัฐอเมริกา	93	3.72	.64070	.06644	3.5849	3.8488	1.50	5.00
	สหราชอาณาจักร	236	3.82	.67867	.04418	3.7336	3.9077	1.83	5.00
	ญี่ปุ่น	21	3.89	.59239	.12927	3.6192	4.1585	3.17	4.67
	ออสเตรเลีย	37	3.82	.86011	.14140	3.5330	4.1066	1.50	4.83
	เยอรมันนี	9	3.30	.32035	.10678	3.0501	3.5425	3.00	4.00
	อื่นๆ	4	3.58	.31914	.15957	3.0755	4.0912	3.33	4.00
	รวม	400	3.79	.67926	.03396	3.7191	3.8526	1.50	5.00
ปัจจัยภายนอก	สหรัฐอเมริกา	93	3.10	.56430	.05851	2.9806	3.2130	1.67	4.50
	สหราชอาณาจักร	236	2.93	.73307	.04772	2.8403	3.0283	1.00	4.83
	ญี่ปุ่น	21	2.32	.44066	.09616	2.1169	2.5180	1.50	3.00
	ออสเตรเลีย	37	3.44	.76095	.12510	3.1877	3.6952	1.33	4.33
	เยอรมันนี	9	2.91	.54716	.18239	2.4868	3.3280	2.17	4.00
	อื่นๆ	4	3.25	.72648	.36324	2.0940	4.4060	2.33	3.83
	รวม	400	2.99	.71408	.03570	2.9190	3.0594	1.00	4.83
ภาพรวมปัจจัยภายใน ต่างๆ	สหรัฐอเมริกา	93	3.41	.42719	.04430	3.3188	3.4948	1.83	4.33
	สหราชอาณาจักร	236	3.38	.57696	.03756	3.3035	3.4515	2.00	4.67
	ญี่ปุ่น	21	3.10	.32692	.07134	2.9544	3.2520	2.58	3.58
	ออสเตรเลีย	37	3.63	.71889	.11818	3.3909	3.8703	1.42	4.42
	เยอรมันนี	9	3.10	.38138	.12713	2.8087	3.3950	2.75	4.00
	อื่นๆ	4	3.42	.28054	.14027	2.9703	3.8631	3.00	3.58
	รวม	400	3.39	.55260	.02763	3.3332	3.4418	1.42	4.67

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยภายใน	Between Groups	3.315	5	.663	1.445	.207
	Within Groups	180.783	394	.459		
	รวม	184.097	399			
ปัจจัยภายนอก	Between Groups	19.162	5	3.832	8.194	.000
	Within Groups	184.291	394	.468		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัย ภายในต่างๆ	Between Groups	4.681	5	.936	3.148	.008
	Within Groups	117.159	394	.297		
	รวม	121.840	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ประเทศที่ให้ความ สนใจที่จะศึกษาต่อ	(J) ประเทศที่ ความสนใจที่จะศึกษา ต่อ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
ปัจจัยภายใน	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	-.10	.08293	.212	-.2668	.0593	
		ญี่ปุ่น	-.17	.16366	.294	-.4938	.1497	
		ออสเตรเลีย	-.10	.13166	.435	-.3618	.1559	
		เยอรมันนี	.42	.23647	.076	-.0443	.8854	
		อื่นๆ	.13	.34590	.700	-.5465	.8135	
		สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	.10	.08293	.212	-.0593	.2668
			ญี่ปุ่น	-.07	.15425	.658	-.3715	.2350
			ออสเตรเลีย	.00	.11977	.995	-.2347	.2363
			เยอรมันนี	.52(*)	.23006	.023	.0720	.9766
		ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา	.17	.16366	.294	-.1497	.4938
			สหราชอาณาจักร	.07	.15425	.658	-.2350	.3715
			ออสเตรเลีย	.07	.18507	.709	-.2948	.4329
			เยอรมันนี	.59(*)	.26987	.029	.0620	1.1232
		ออสเตรเลีย	อื่นๆ	.31	.36954	.409	-.4210	1.0321
			สหรัฐอเมริกา	.10	.13166	.435	-.1559	.3618
	สหราชอาณาจักร		.00	.11977	.995	-.2363	.2347	
	ญี่ปุ่น		-.07	.18507	.709	-.4329	.2948	
	เยอรมันนี	เยอรมันนี	.52(*)	.25176	.038	.0286	1.0185	
		อื่นๆ	.24	.35653	.508	-.4644	.9374	
		สหรัฐอเมริกา	-.42	.23647	.076	-.8854	.0443	
		สหราชอาณาจักร	-.52(*)	.23006	.023	-.9766	-.0720	
	อื่นๆ	ญี่ปุ่น	ญี่ปุ่น	-.59(*)	.26987	.029	-1.1232	-.0620
			ออสเตรเลีย	-.52(*)	.25176	.038	-1.0185	-.0286
			อื่นๆ	-.29	.40705	.481	-1.0873	.5132
		สหรัฐอเมริกา	สหรัฐอเมริกา	-.13	.34590	.700	-.8135	.5465
			สหราชอาณาจักร	-.24	.34155	.488	-.9088	.4342
			ญี่ปุ่น	-.31	.36954	.409	-1.0321	.4210
		ออสเตรเลีย	ออสเตรเลีย	-.24	.35653	.508	-.9374	.4644
			เยอรมันนี	.29	.40705	.481	-.5132	1.0873
			อื่นๆ	.29	.40705	.481	-.5132	1.0873
	ปัจจัยภายนอก	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	.16	.08373	.053	-.0022	.3271
			ญี่ปุ่น	.78(*)	.16524	.000	.4545	1.1042
			ออสเตรเลีย	-.34(*)	.13293	.010	-.6060	-.0833
			เยอรมันนี	.19	.23875	.428	-.2800	.6587
			อื่นๆ	-.15	.34924	.661	-.8398	.5334
		สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	-.16	.08373	.053	-.3271	.0022
ญี่ปุ่น			.62(*)	.15574	.000	.3107	.9231	
ออสเตรเลีย			-.51(*)	.12093	.000	-.7449	-.2694	
เยอรมันนี			.03	.23228	.908	-.4297	.4836	
อื่นๆ			-.32	.34484	.361	-.9936	.3623	
ญี่ปุ่น		สหรัฐอเมริกา	-.78(*)	.16524	.000	-1.1042	-.4545	
		สหราชอาณาจักร	-.62(*)	.15574	.000	-.9231	-.3107	
		ออสเตรเลีย	-1.12(*)	.18686	.000	-1.4913	-.7566	

		เยอรมันนี	-59(*)	.27248	.031	-1.1256	-.0543
		อื่นๆ	-93(*)	.37311	.013	-1.6661	-.1990
	ออสเตรเลีย	สหรัฐอเมริกา	.34(*)	.13293	.010	.0833	.6060
		สหราชอาณาจักร	.51(*)	.12093	.000	.2694	.7449
		ญี่ปุ่น	1.12(*)	.18686	.000	.7566	1.4913
		เยอรมันนี	.53(*)	.25419	.036	.0343	1.0338
		อื่นๆ	.19	.35997	.595	-.5163	.8991
	เยอรมันนี	สหรัฐอเมริกา	-.19	.23875	.428	-.6587	.2800
		สหราชอาณาจักร	-.03	.23228	.908	-.4836	.4297
		ญี่ปุ่น	.59(*)	.27248	.031	.0543	1.1256
		ออสเตรเลีย	-.53(*)	.25419	.036	-1.0338	-.0343
		อื่นๆ	-.34	.41098	.405	-1.1506	.4654
	อื่นๆ	สหรัฐอเมริกา	.15	.34924	.661	-.5334	.8398
		สหราชอาณาจักร	.32	.34484	.361	-.3623	.9936
		ญี่ปุ่น	.93(*)	.37311	.013	.1990	1.6661
		ออสเตรเลีย	-.19	.35997	.595	-.8991	.5163
		เยอรมันนี	.34	.41098	.405	-.4654	1.1506
ภาพรวมปัจจัยภายใน ต่างๆ	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	.03	.06676	.661	-.1019	.1606
		ญี่ปุ่น	.30(*)	.13175	.022	.0446	.5627
		ออสเตรเลีย	-.22(*)	.10599	.035	-.4322	-.0154
		เยอรมันนี	.30	.19036	.110	-.0693	.6792
		อื่นๆ	-.01	.27845	.972	-.5573	.5376
	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	-.03	.06676	.661	-.1606	.1019
		ญี่ปุ่น	.27(*)	.12418	.028	.0302	.5184
		ออสเตรเลีย	-.25(*)	.09642	.009	-.4427	-.0636
		เยอรมันนี	.28	.18520	.137	-.0885	.6397
		อื่นๆ	-.04	.27495	.887	-.5798	.5014
	ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา	-.30(*)	.13175	.022	-.5627	-.0446
		สหราชอาณาจักร	-.27(*)	.12418	.028	-.5184	-.0302
		ออสเตรเลีย	-.53(*)	.14899	.000	-.8204	-.2346
		เยอรมันนี	.00	.21726	.995	-.4258	.4284
		อื่นๆ	-.31	.29749	.293	-.8984	.2714
	ออสเตรเลีย	สหรัฐอเมริกา	.22(*)	.10599	.035	.0154	.4322
		สหราชอาณาจักร	.25(*)	.09642	.009	.0636	.4427
		ญี่ปุ่น	.53(*)	.14899	.000	.2346	.8204
		เยอรมันนี	.53(*)	.20267	.009	.1303	.9272
		อื่นๆ	.21	.28701	.456	-.3503	.7782
	เยอรมันนี	สหรัฐอเมริกา	-.30	.19036	.110	-.6792	.0693
		สหราชอาณาจักร	-.28	.18520	.137	-.6397	.0885
		ญี่ปุ่น	.00	.21726	.995	-.4284	.4258
		ออสเตรเลีย	-.53(*)	.20267	.009	-.9272	-.1303
		อื่นๆ	-.31	.32769	.337	-.9591	.3294
	อื่นๆ	สหรัฐอเมริกา	.01	.27845	.972	-.5376	.5573
		สหราชอาณาจักร	.04	.27495	.887	-.5014	.5798
		ญี่ปุ่น	.31	.29749	.293	-.2714	.8984
		ออสเตรเลีย	-.21	.28701	.456	-.7782	.3503
		เยอรมันนี	.31	.32769	.337	-.3294	.9591

ตาราง 4.72-73

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ปัจจัยภายใน	การศึกษา	8	3.75	.35635	.12599	3.4521	4.0479	3.00	4.00
	สังคมศาสตร์	6	3.39	.46746	.19084	2.8983	3.8795	2.83	4.00
	รัฐศาสตร์	12	3.86	.70293	.20292	3.4145	4.3077	3.00	5.00
	กฎหมาย	11	3.68	.44381	.13381	3.3837	3.9800	3.00	4.17
	เศรษฐศาสตร์	21	4.15	.97026	.21173	3.7091	4.5925	1.83	5.00
	บริหารธุรกิจ	281	3.75	.67701	.04039	3.6738	3.8328	1.50	5.00
	วิทยาศาสตร์	9	3.48	.40350	.13450	3.1713	3.7916	2.67	4.00
	วิศวกรรมศาสตร์	27	3.83	.52599	.10123	3.6191	4.0352	3.17	4.67
	อื่นๆ	25	4.03	.72117	.14423	3.7290	4.3244	1.83	5.00
	รวม	400	3.79	.67926	.03396	3.7191	3.8526	1.50	5.00
ปัจจัยภายนอก	การศึกษา	8	3.00	.92582	.32733	2.2260	3.7740	1.33	3.83
	สังคมศาสตร์	6	2.72	.68853	.28109	1.9997	3.4448	2.17	3.83
	รัฐศาสตร์	12	3.19	.82827	.23910	2.6682	3.7207	1.83	4.50
	กฎหมาย	11	3.30	.60470	.18232	2.8968	3.7093	2.17	3.83
	เศรษฐศาสตร์	21	2.79	.43750	.09547	2.5945	2.9928	1.83	3.33
	บริหารธุรกิจ	281	3.02	.69121	.04123	2.9390	3.1013	1.00	4.83
	วิทยาศาสตร์	9	3.19	.66377	.22126	2.6750	3.6954	2.33	4.00
	วิศวกรรมศาสตร์	27	2.54	.80807	.15551	2.2235	2.8629	1.50	3.83
	อื่นๆ	25	3.04	.83926	.16785	2.6936	3.3864	1.17	4.00
	รวม	400	2.99	.71408	.03570	2.9190	3.0594	1.00	4.83
ภาพรวมปัจจัยภายใน ต่างๆ	การศึกษา	8	3.38	.54736	.19352	2.9174	3.8326	2.50	3.92
	สังคมศาสตร์	6	3.06	.51008	.20824	2.5203	3.5909	2.50	3.67
	รัฐศาสตร์	12	3.53	.46782	.13505	3.2305	3.8250	2.67	4.50
	กฎหมาย	11	3.49	.39344	.11863	3.2281	3.7567	2.92	3.92
	เศรษฐศาสตร์	21	3.47	.67973	.14833	3.1628	3.7816	1.83	4.00
	บริหารธุรกิจ	281	3.39	.55036	.03283	3.3221	3.4513	1.42	4.67
	วิทยาศาสตร์	9	3.33	.18634	.06211	3.1901	3.4766	3.00	3.50
	วิศวกรรมศาสตร์	27	3.19	.50390	.09698	2.9858	3.3845	2.42	4.00
	อื่นๆ	25	3.53	.66840	.13368	3.2574	3.8092	2.00	4.33
	รวม	400	3.39	.55260	.02763	3.3332	3.4418	1.42	4.67

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยภายใน	Between Groups	6.568	8	.821	1.808	.074
	Within Groups	177.530	391	.454		
	รวม	184.097	399			
ปัจจัยภายนอก	Between Groups	8.871	8	1.109	2.228	.025
	Within Groups	194.582	391	.498		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัย ภายในต่างๆ	Between Groups	2.834	8	.354	1.164	.320
	Within Groups	119.007	391	.304		
	รวม	121.840	399			

ตาราง 4.74-76

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ปัจจัยภายใน	เว็บไซต์	250	3.65	.66513	.04207	3.5645	3.7302	1.50	5.00
	หนังสือ-สื่อพิมพ์ แนะนำข้อมูลของ มหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	19	4.20	.61257	.14053	3.9065	4.4970	3.50	5.00
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	68	4.10	.61019	.07400	3.9552	4.2506	2.67	5.00
	รวม	58	3.89	.65217	.08563	3.7165	4.0594	1.83	5.00
	รวม	5	3.63	.76739	.34319	2.6805	4.5862	2.83	4.50
ปัจจัยภายนอก	เว็บไซต์	250	2.93	.68852	.04355	2.8416	3.0131	1.33	4.83
	หนังสือ-สื่อพิมพ์ แนะนำข้อมูลของ มหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	19	3.23	.76620	.17578	2.8588	3.5974	2.17	4.50
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	68	3.11	.73618	.08928	2.9321	3.2885	1.00	4.33
	รวม	58	3.07	.69681	.09150	2.8915	3.2579	1.67	4.33
	รวม	5	2.53	1.26051	.56372	.9682	4.0985	1.17	3.67
ภาพรวมปัจจัยภายใน ต่างๆ	เว็บไซต์	250	3.29	.53126	.03360	3.2212	3.3535	1.42	4.50
	หนังสือ-สื่อพิมพ์ แนะนำข้อมูลของ มหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	19	3.71	.60049	.13776	3.4255	4.0043	2.83	4.67
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	68	3.61	.53035	.06431	3.4782	3.7350	2.42	4.58
	รวม	58	3.48	.48718	.06397	3.3532	3.6094	1.83	4.25
	รวม	5	3.08	.98953	.44253	1.8547	4.3120	2.00	3.83
ภาพรวมปัจจัยภายใน ต่างๆ	เว็บไซต์	250	3.29	.53126	.03360	3.2212	3.3535	1.42	4.50
	หนังสือ-สื่อพิมพ์ แนะนำข้อมูลของ มหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	19	3.71	.60049	.13776	3.4255	4.0043	2.83	4.67
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	68	3.61	.53035	.06431	3.4782	3.7350	2.42	4.58
	รวม	58	3.48	.48718	.06397	3.3532	3.6094	1.83	4.25
	รวม	5	3.08	.98953	.44253	1.8547	4.3120	2.00	3.83
ภาพรวมปัจจัยภายใน ต่างๆ	เว็บไซต์	250	3.29	.53126	.03360	3.2212	3.3535	1.42	4.50
	หนังสือ-สื่อพิมพ์ แนะนำข้อมูลของ มหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	19	3.71	.60049	.13776	3.4255	4.0043	2.83	4.67
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	68	3.61	.53035	.06431	3.4782	3.7350	2.42	4.58
	รวม	58	3.48	.48718	.06397	3.3532	3.6094	1.83	4.25
	รวม	5	3.08	.98953	.44253	1.8547	4.3120	2.00	3.83
ภาพรวมปัจจัยภายใน ต่างๆ	เว็บไซต์	250	3.29	.53126	.03360	3.2212	3.3535	1.42	4.50
	หนังสือ-สื่อพิมพ์ แนะนำข้อมูลของ มหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	19	3.71	.60049	.13776	3.4255	4.0043	2.83	4.67
	อาจารย์ หรือ เพื่อน อื่นๆ	68	3.61	.53035	.06431	3.4782	3.7350	2.42	4.58
	รวม	58	3.48	.48718	.06397	3.3532	3.6094	1.83	4.25
	รวม	5	3.08	.98953	.44253	1.8547	4.3120	2.00	3.83

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยภายใน	Between Groups	15.641	4	3.910	9.169	.000
	Within Groups	168.456	395	.426		
	รวม	184.098	399			
ปัจจัยภายนอก	Between Groups	4.501	4	1.125	2.234	.065
	Within Groups	198.952	395	.504		
	รวม	203.453	399			
ภาพรวมปัจจัยภายใน ต่างๆ	Between Groups	8.783	4	2.196	7.672	.000
	Within Groups	113.057	395	.286		
	รวม	121.840	399			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) รับทราบข้อมูล มหาวิทยาลัยจากแหล่ง	(J) รับทราบข้อมูล มหาวิทยาลัยจากแหล่ง	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ปัจจัยภายใน	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.55(*)	.15541	.000	-.8600	-.2489
		ศูนย์แนะแนว	-.46(*)	.08932	.000	-.6312	-.2800
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.24(*)	.09518	.012	-.4277	-.0535
		อื่นๆ	.01	.29496	.962	-.5659	.5939
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำข้อมูลของมหาวิทยาลัย	เว็บไซต์	.55(*)	.15541	.000	.2489	.8600
		ศูนย์แนะแนว	.10	.16946	.560	-.2343	.4320
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.31	.17262	.070	-.0256	.6532
		อื่นๆ	.57	.32824	.084	-.0769	1.2137
	ศูนย์แนะแนว	เว็บไซต์	.46(*)	.08932	.000	.2800	.6312
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.10	.16946	.560	-.4320	.2343
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.22	.11672	.066	-.0145	.4445
		อื่นๆ	.47	.30260	.121	-.1253	1.0645
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	เว็บไซต์	.24(*)	.09518	.012	.0535	.4277
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.31	.17262	.070	-.6532	.0256
		ศูนย์แนะแนว	-.22	.11672	.066	-.4445	.0145
		อื่นๆ	.25	.30438	.403	-.3438	.8530
	อื่นๆ	เว็บไซต์	-.01	.29496	.962	-.5939	.5659
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.57	.32824	.084	-1.2137	.0769
		ศูนย์แนะแนว	-.47	.30260	.121	-1.0645	.1253
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.25	.30438	.403	-.8530	.3438
ปัจจัยภายนอก	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.30	.16889	.076	-.6328	.0313
		ศูนย์แนะแนว	-.18	.09707	.060	-.3738	.0079
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.15	.10343	.155	-.3507	.0560
		อื่นๆ	.39	.32055	.220	-.2362	1.0242
	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำข้อมูลของมหาวิทยาลัย	เว็บไซต์	.30	.16889	.076	-.0313	.6328
		ศูนย์แนะแนว	.12	.18416	.523	-.2443	.4798
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	.15	.18760	.414	-.2155	.5222
		อื่นๆ	.69	.35671	.052	-.0066	1.3960
	ศูนย์แนะแนว	เว็บไซต์	.18	.09707	.060	-.0079	.3738
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-.12	.18416	.523	-.4798	.2443

ภาพรวมปัจจัยภายใน ต่างๆ	อาจารย์ หรือ เพื่อน	อาจารย์ หรือ เพื่อน	.04	.12685	.779	-.2138	.2850
		อื่นๆ	.58	.32885	.080	-.0696	1.2235
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	เว็บไซต์	.15	.10343	.155	-.0560	.3507
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	-.15	.18760	.414	-.5222	.2155
	อื่นๆ	อื่นๆ	-.04	.12685	.779	-.2850	.2138
		เว็บไซต์	.54	.33079	.103	-.1089	1.1917
	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	-.39	.32055	.220	-1.0242	.2362
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.69	.35671	.052	-1.3960	.0066
	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	-.58	.32885	.080	-1.2235	.0696
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.54	.33079	.103	-1.1917	.1089
	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	-.43(*)	.12732	.001	-.6779	-.1773
		อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.32(*)	.07317	.000	-.4631	-.1754
	หนังสือ-สื่อพิมพ์ แนะนำข้อมูลของ มหาวิทยาลัย	อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.19(*)	.07797	.013	-.3473	-.0407
		อื่นๆ	.20	.24164	.399	-.2711	.6791
	เว็บไซต์	เว็บไซต์	.43(*)	.12732	.001	.1773	.6779
		ศูนย์แนะแนว	.11	.13883	.436	-.1646	.3812
	เว็บไซต์	อาจารย์ หรือ เพื่อน	.23	.14142	.099	-.0444	.5116
		อื่นๆ	.63(*)	.26890	.019	.1029	1.1602
	ศูนย์แนะแนว	เว็บไซต์	.32(*)	.07317	.000	.1754	.4631
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.11	.13883	.436	-.3812	.1646
	เว็บไซต์	อาจารย์ หรือ เพื่อน	.13	.09562	.191	-.0627	.3133
		อื่นๆ	.52(*)	.24790	.035	.0359	1.0106
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	เว็บไซต์	.19(*)	.07797	.013	.0407	.3473
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	-.23	.14142	.099	-.5116	.0444
	เว็บไซต์	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	-.13	.09562	.191	-.3133	.0627
		อื่นๆ	.40	.24936	.111	-.0922	.8882
	อื่นๆ	เว็บไซต์	-.20	.24164	.399	-.6791	.2711
		หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	-.63(*)	.26890	.019	-1.1602	-.1029
อื่นๆ	หนังสือ-สื่อพิมพ์แนะนำ ข้อมูลของมหาวิทยาลัย ศูนย์แนะแนว	-.52(*)	.24790	.035	-1.0106	-.0359	
	อาจารย์ หรือ เพื่อน	-.40	.24936	.111	-.8882	.0922	

ภาคผนวก



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล ไอยเรศ นรินทร์รัมย์
วัน เดือน ปี เกิด 21 พฤศจิกายน 2517
ที่อยู่ 49/321 หมู่บ้านพรพิมานวิวิธ หมู่ 1 ซอย 17 ถ. รังสิต-นครนายก
อ. ธัญบุรี จ. ปทุมธานี 12110
เบอร์โทรศัพท์ 08 3032 8812
อีเมล iyarate@hotmail.com; aiyanarin@gmail.com

