

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

X แทน การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

Y แทน การตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

X_1 แทน ด้านการโฆษณา

X_2 แทน ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร

X_3 แทน ด้านการส่งเสริมการขาย

X_4 แทน ด้านการใช้พนักงานขาย

X_5 แทน ด้านการตลาดทางตรง

X_6 แทน ด้านภาพลักษณ์องค์กร

Y_1 แทน ด้านการจัดการเรียนการสอน

Y_2 แทน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา

Y_3 แทน ด้านกายภาพ

Y_4 แทน ด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน

r_{xy} แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

* แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

- SE_b แทน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่าพารามิเตอร์
- SE_{est} แทน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสมการถดถอย
- b แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
- β แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
- R แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว กับตัวแปรตาม
- R^2 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination) เป็นที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทุกตัวที่มีผลต่อตัวแปรตาม ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์
- t แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
- Sig แทน ค่าความสำคัญทางสถิติ
- a แทน ค่าคงที่ของสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ
- Z แทน คะแนนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา ประเภทสาขาวิชาที่ศึกษา โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน 6 ด้าน คือ ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการใช้พนักงานขาย ด้านการตลาดทางตรง และด้านภาพลักษณ์องค์กร โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านกายภาพ และด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาและประเภทสาขาวิชาที่ศึกษา ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	167	41.75
หญิง	233	58.25
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ไม่เกิน 16 ปี	121	30.25
ระหว่าง 16 – 17 ปี	140	35.00
ระหว่าง 17 – 18 ปี	78	19.50
อายุ 18 ปี ขึ้นไป	61	15.25
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา		
ปวช.	161	65.25
ปวส.	139	34.75
รวม	400	100.00
4. ประเภทสาขาวิชาที่ศึกษา		
พาณิชยกรรม/บริหารธุรกิจ	263	65.75
อุตสาหกรรม	109	27.25
คอมพิวเตอร์	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาลัยอาชีวศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75

อายุส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 16-17 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา คือ อายุไม่เกิน 16 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.25 อายุอยู่ระหว่าง 17-18 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และอายุ 18 ปี ขึ้นไป จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25

ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับ ปวช. จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมา คือ ระดับ ปวส. จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75

ประเภทสาขาวิชาที่ศึกษา มากที่สุด คือ สาขาวิชาพาณิชยกรรม/บริหารธุรกิจ จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมา ได้แก่ สาขาวิชาอุตสาหกรรม จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 และสาขาอื่น ๆ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

2. ผลการวิเคราะห์ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด

2.1 ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด 6 ด้าน คือ ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการใช้พนักงานขาย ด้านการตลาดทางตรง และด้านภาพลักษณ์องค์กร ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 4 ถึงที่ 10 ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน	\bar{X}	S.D.	ระดับการสื่อสารการตลาด
1. ด้านการโฆษณา	3.51	0.70	มาก
2. ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร	3.68	0.69	มาก
3. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.53	0.70	มาก
4. ด้านการใช้พนักงานขาย	3.54	0.68	มาก
5. ด้านการตลาดทางตรง	3.65	0.77	มาก
6. ด้านภาพลักษณ์องค์กร	3.70	0.75	มาก
ภาพรวม	3.60	0.72	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านภาพลักษณ์

องค์กร ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมาได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร ($\bar{X} = 3.68$) ด้านการตลาดทางตรง ($\bar{X} = 3.65$) ด้านการใช้พนักงานขาย ($\bar{X} = 3.54$) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.53$) และด้านการโฆษณา ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านของระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการโฆษณา จำแนกรายข้อ

ด้านการโฆษณา	\bar{X}	S.D.	ระดับ การสื่อสาร
1. การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ท้องถิ่น (เคเบิล)	3.27	0.69	ปานกลาง
2. การโฆษณาผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต	3.54	0.69	มาก
3. การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร ท้องถิ่น เป็นต้น	3.57	0.66	มาก
4. การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ	3.72	0.74	มาก
5. การโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น ยานพาหนะต่าง ๆ	3.45	0.71	ปานกลาง
ภาพรวม	3.51	0.69	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการโฆษณา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมาได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร ท้องถิ่นเป็นต้น ($\bar{X} = 3.57$) การโฆษณาผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.54$) การโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น ยานพาหนะต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.45$) และการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ท้องถิ่น (เคเบิล) ($\bar{X} = 3.27$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร
จำแนกรายข้อ

ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร	\bar{X}	S.D.	ระดับการสื่อสาร การตลาด
1. มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับวิทยาลัยชุมชนทราบอยู่ เสมอ	3.95	0.73	มาก
2. มีการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของวิทยาลัยผ่าน สื่อมวลชน (ท้องถิ่น)	3.69	0.71	มาก
3. มีการแจ้งข่าวสารด้านการดำเนินงานให้กับผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้องทราบ	3.76	0.69	มาก
4. มีการจัดประชุมระหว่างผู้ปกครองของนักศึกษา ร่วมกับผู้บริหารและครูผู้สอน	3.47	0.66	ปานกลาง
5. การให้การสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนของ หน่วยงานต่าง ๆ	3.53	0.69	มาก
ภาพรวม	3.68	0.69	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการประชาสัมพันธ์
และการเผยแพร่ข่าวสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า
อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย
ดังนี้ มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับวิทยาลัยชุมชนทราบอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมาได้แก่ มีการแจ้ง
ข่าวสารด้านการดำเนินงานให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทราบ ($\bar{X} = 3.76$) มีการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ
ของวิทยาลัยผ่านสื่อมวลชน (ท้องถิ่น) ($\bar{X} = 3.69$) การให้การสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนของ
หน่วยงานต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.53$) และมีการจัดประชุมระหว่างผู้ปกครองของนักศึกษาร่วมกับผู้บริหาร
และครูผู้สอน ($\bar{X} = 3.47$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกรายข้อ

ด้านการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	S.D.	ระดับการสื่อสาร การตลาด
1. มีการจัดทุนเรียนฟรีตลอดหลักสูตร	3.32	0.74	ปานกลาง
2. มีการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี	3.31	0.63	ปานกลาง
3. มีการให้สิทธิผ่อนผันการชำระค่าเทอม	3.71	0.76	มาก
4. มีบริการรถรับ-ส่งฟรีทุกเส้นทาง	3.72	0.76	มาก
5. ให้สิทธิในการโอนหน่วยกิตจากสถานศึกษาอื่น	3.59	0.61	มาก
ภาพรวม	3.53	0.70	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการส่งเสริมการขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีบริการรถรับ-ส่งฟรีทุกเส้นทาง ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมาได้แก่ มีการให้สิทธิผ่อนผันการชำระค่าเทอม ($\bar{X} = 3.71$) ให้สิทธิในการโอนหน่วยกิตจากสถานศึกษาอื่น ($\bar{X} = 3.59$) มีการจัดทุนเรียนฟรีตลอดหลักสูตร ($\bar{X} = 3.32$) และมีการแจกอุปกรณ์การเรียนฟรี ($\bar{X} = 3.31$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ด้านการใช้พนักงานขาย จำแนกรายข้อ

ด้านการใช้พนักงานขาย	\bar{X}	S.D.	ระดับการสื่อสาร การตลาด
1. มีบุคลากรด้านแนะแนวการศึกษาโดยเฉพาะ	3.37	0.71	ปานกลาง
2. มีบุคลากรออกเยี่ยมบ้านกลุ่มเป้าหมายตามชุมชน ต่าง ๆ เพื่อแนะแนวการศึกษาต่อ	3.37	0.66	ปานกลาง
3. บุคลากรของวิทยาลัยแนะนำบุตรหลานของตนให้ สมัครเรียนในวิทยาลัยที่ตนทำงานอยู่	3.56	0.65	มาก
4. นักศึกษาของวิทยาลัยแนะนำเพื่อนสนิทให้มา สมัครเรียน	3.71	0.69	มาก
5. นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาไปแล้วทำการแนะนำ รุ่นน้องและคนรู้จักให้ตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัย ที่ตนสำเร็จการศึกษามาแล้ว	3.69	0.70	มาก
ภาพรวม	3.54	0.68	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการใช้พนักงานขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ นักศึกษาของวิทยาลัยแนะนำเพื่อนสนิทให้มาสมัครเรียน ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมา ได้แก่ นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาไปแล้วทำการแนะนำรุ่นน้องและคนรู้จักให้ตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยที่ตนสำเร็จการศึกษามาแล้ว ($\bar{X} = 3.69$) บุคลากรของวิทยาลัยแนะนำบุตรหลานของตนให้สมัครเรียนในวิทยาลัยที่ตนทำงานอยู่ ($\bar{X} = 3.56$) มีบุคลากรด้านแนะแนวการศึกษาโดยเฉพาะ ($\bar{X} = 3.37$) และมีบุคลากรออกเยี่ยมบ้านกลุ่มเป้าหมายตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อแนะแนวการศึกษาต่อ ($\bar{X} = 3.37$) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ด้านการตลาดทางตรง จำแนกรายข้อ

ด้านการตลาดทางตรง	\bar{X}	S.D.	ระดับการสื่อสาร การตลาด
1. ใช้โทรศัพท์ในการแจ้งข่าวสาร โดยตรงไปยัง นักศึกษา	3.84	0.78	มาก
2. ใช้จดหมายตรงในการแจ้งข่าวสารการเปิดรับสมัคร นักศึกษาใหม่ไปยังนักศึกษา	3.65	0.76	มาก
3. ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในการแจ้งข่าวสาร การเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ไปยังนักศึกษา	3.71	0.81	มาก
4. มีการแจ้งข่าวสารไปยังนักศึกษาโดยตรง	3.47	0.78	ปานกลาง
5. มีการแจกรายชื่อสาขาที่เปิดสอนไปยังนักศึกษา โดยตรง	3.59	0.74	มาก
ภาพรวม	3.65	0.77	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการสื่อสารทางตรง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ใช้โทรศัพท์ในการแจ้งข่าวสาร โดยตรงไปยังนักศึกษา ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมาได้แก่ ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในการแจ้งข่าวสารการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ไปยังนักศึกษา ($\bar{X} = 3.71$) ใช้จดหมายตรงในการแจ้งข่าวสารการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ไปยังนักศึกษา ($\bar{X} = 3.65$) มีการแจกรายชื่อสาขาที่เปิดสอนไปยังนักศึกษาโดยตรง ($\bar{X} = 3.59$) และมีการแจ้งข่าวสารไปยังนักศึกษาโดยตรง ($\bar{X} = 3.47$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ด้านภาพลักษณ์องค์กร จำแนกรายข้อ

ด้านภาพลักษณ์องค์กร	\bar{X}	S.D.	ระดับการสื่อสาร การตลาด
1. วิทยาลัยมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.54	0.75	มาก
2. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน	3.86	0.81	มาก
3. ครูผู้สอนมีคุณวุฒิตรงตามสาขาที่ทำการสอน	3.72	0.72	มาก
4. ระบบการจัดการการศึกษาของวิทยาลัยมีคุณภาพ	3.67	0.74	มาก
5. มีการสร้างเครือข่ายที่ดีกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทุกส่วน เช่น ชุมชน ผู้ปกครอง โรงเรียน เป็นต้น	3.69	0.73	มาก
ภาพรวม	3.70	0.75	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านภาพลักษณ์องค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมา ได้แก่ ครูผู้สอนมีคุณวุฒิตรงตามสาขาที่ทำการสอน ($\bar{X} = 3.72$) มีการสร้างเครือข่ายที่ดีกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกส่วน เช่น ชุมชน ผู้ปกครอง โรงเรียน เป็นต้น ($\bar{X} = 3.69$) ระบบการจัดการการศึกษาของวิทยาลัยมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.67$) และวิทยาลัยมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านกายภาพ และด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมาคำนวณ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 11 ถึงที่ 15

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัย
อาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

การตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ด้านการจัดการเรียนการสอน	4.09	0.78	มาก
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา	4.18	0.75	มาก
3. ด้านกายภาพ	4.09	0.71	มาก
4. ด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน	4.23	0.76	มาก
ภาพรวม	4.15	0.75	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ($\bar{X} = 3.18$) ด้านการจัดการเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.09$) และด้านกายภาพ ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านและจำแนกรายข้อ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัย
อาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการจัดการเรียนการสอน จำแนกรายข้อ

ด้านการจัดการเรียนการสอน	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ครูจัดกิจกรรมให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเรียน การสอน	3.92	0.86	มาก
2. ครูใช้วิธีการสอนแบบบูรณาการ โดยเน้นผู้เรียน เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้	4.16	0.73	มาก
3. อุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย	4.20	0.75	มาก
4. มีการสอนด้วยเทคนิคต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนใจ ให้กับผู้เรียน ตามความเหมาะสม	4.08	0.78	มาก
ภาพรวม	4.09	0.78	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการจัดการเรียนการสอน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาได้แก่ ครูใช้วิธีการสอนแบบบูรณาการ โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.16$) มีการสอนด้วยเทคนิคต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนใจให้กับผู้เรียน ตามความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.08$) และครูจัดกิจกรรมให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัย
อาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำแนกรายข้อ

ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษามีความเหมาะสมกับรายได้ของผู้ปกครอง	4.04	0.83	มาก
2. ค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมกับสาขาวิชาและหลักสูตรการศึกษา	4.16	0.65	มาก
3. ค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ	4.32	0.79	มาก
4. ค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ วิทยาลัยมีการกำหนดและประกาศให้ทราบอย่างเปิดเผย	4.19	0.71	มาก
ภาพรวม	4.18	0.75	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาได้แก่ค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ วิทยาลัยมีการกำหนดและประกาศให้ทราบอย่างเปิดเผย ($\bar{X} = 4.19$) ค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมกับสาขาวิชาและหลักสูตรการศึกษา ($\bar{X} = 4.16$) และค่าใช้จ่ายในการศึกษามีความเหมาะสมกับรายได้ของผู้ปกครอง ($\bar{X} = 4.04$) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัย
อาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านกายภาพ จำแนกรายข้อ

ด้านกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม	4.19	0.71	มาก
2. การเดินทางไป-กลับสะดวก รวดเร็ว	4.36	0.71	มาก
3. อาคารเรียนมีความแข็งแรง มั่นคง ปลอดภัย	3.83	0.72	มาก
4. บรรยากาศภายในร่มรื่น น่าอยู่	3.98	0.70	มาก
ภาพรวม	4.09	0.71	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การเดินทางไปกลับสะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาได้แก่ ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.19$) บรรยากาศภายในร่มรื่น น่าอยู่ ($\bar{X} = 3.98$) และอาคารเรียนมีความแข็งแรง มั่นคง ปลอดภัย ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัย
อาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการสนับสนุนการเรียนการสอนจำแนกรายข้อ

ด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์และแหล่งเรียนรู้ภายในวิทยาลัยอย่างเพียงพอกับผู้ใช้บริการ	4.09	0.78	มาก
2. มีการนำสื่อการสอนตลอดจนอุปกรณ์ที่ทันสมัยใช้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาอย่างเพียงพอ	4.19	0.73	มาก
3. ห้องเรียนและอุปกรณ์ภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม เช่น มีแสงสว่างเพียงพอ และมีอากาศถ่ายเทสะดวก	4.23	0.78	มาก
4. จัดสาธารณูปโภคเพียงพอตามความจำเป็น มีระบบสุขาภิบาลและรักษาสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะ	4.39	0.74	มาก
ภาพรวม	4.23	0.76	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ระดับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ จัดสาธารณูปโภคเพียงพอตามความจำเป็น มีระบบสุขาภิบาลและรักษาสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะ ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาได้แก่ ห้องเรียนและอุปกรณ์ภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม เช่น มีแสงสว่างเพียงพอ และมีอากาศถ่ายเทสะดวก ($\bar{X} = 4.23$) มีการนำสื่อการสอนตลอดจนอุปกรณ์ที่ทันสมัยใช้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.19$) และมีห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์และแหล่งเรียนรู้ภายในวิทยาลัยอย่างเพียงพอกับผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จำนวน 6 ด้าน ที่คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนจังหวัดร้อยเอ็ด และนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) และสร้างสมการทำนายพยากรณ์ตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือ การตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนจังหวัดร้อยเอ็ด จากตัวแปรอิสระ 6 ด้าน ผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.1 คุณลักษณะของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ระดับช่วง (Interval Scale) การวิจัยในครั้งนี้เป็นมาตราอันดับภาค (Interval Scale) หรือมาตราอัตราส่วน (Ratio Scale) จำนวน 6 ตัวแปร คือ 1) ด้านการโฆษณา 2) ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร 3) ด้านการส่งเสริมการขาย 4) ด้านการใช้พนักงานขาย 5) ด้านการตลาดทางตรง และ 6) ด้านภาพลักษณ์องค์กร และตัวแปรตามหลัก 1 ตัวแปร คือ การตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนจังหวัดร้อยเอ็ด รวมทั้งตัวแปรย่อย 4 ตัวแปร คือ 1) ด้านการจัดการเรียนการสอน 2) ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา 3) ด้านกายภาพ และ 4) ด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามและระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ด้วยวิธี Pearson Product Moment Correlation เป็นการหา ระดับความสัมพันธ์เชิงเส้นที่เรียกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นบวก (+) หมายความว่า ข้อมูลสองชุดเปลี่ยนแปลงตามกัน คือ ถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งสูง ค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะสูงด้วย ถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งต่ำ ค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะต่ำด้วย และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นลบ (-) หมายความว่า ข้อมูลสองชุดเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้าม หรือกลับกัน กล่าวคือ ถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งสูง ค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะต่ำ และถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งต่ำ ค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะสูง

เพื่อทราบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในตัวแปรพยากรณ์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์และตัวแปรเกณฑ์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ ได้ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในตัวแปรพยากรณ์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์และตัวแปรเกณฑ์

การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ (X)	การตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน (Y)							
	X	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	Y
X	1							
X ₁	.799*	1						
X ₂	.860*	.692*	1					
X ₃	.766*	.385*	.613*	1				
X ₄	.820*	.524*	.587*	.768*	1			
X ₅	.864*	.682*	.705*	.583*	.590*	1		
X ₆	.831*	.699*	.650*	.459*	.547*	.788*	1	
Y	.841*	.672*	.705*	.549*	.570*	.788*	.886*	1

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง ($r_{xy} = 0.841$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ส่วนใหญ่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง .385 ถึง .788 ซึ่งถือว่าไม่มีปัจจัยใดที่มีค่าความสัมพันธ์เกิน 0.80 โดยตัวแปรอิสระคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงที่สุด คือ ด้านการตลาดทางตรง (X₅) กับด้านภาพลักษณ์องค์กร (X₆) เท่ากับ .788 ดังนั้นจึงสามารถทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในขั้นต่อไปได้

4.3 ผลการวิเคราะห์สมการพหุคูณการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษา

เอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิเคราะห์สมการพหุคูณการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษา
เอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้ตัวแปรพยากรณ์ทุกตัว และการคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุด ผู้วิจัยใช้
การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ได้ดัง ตารางที่ 17 ถึงที่ 18

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติของตัวแปรพยากรณ์การตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัย
อาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้ตัวแปรพยากรณ์ทุกตัว

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE _b	β	t	Sig
X ₁	.019	.104	.006	.184	.854
X ₂	.318	.097	.116	3.265	.001
X ₃	.389	.103	.134	3.771	.000
X ₄	-.138	.095	-.052	-1.459	.145
X ₅	.446	.110	.152	4.052	.000
X ₆	1.950	.107	.656	18.303	.000
R = .911		R ² = .830		F = 320.579**	
SE _{est} = .828		a = 3.878			

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการโฆษณา (X₁)
ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร (X₂) ด้านส่งเสริมการขาย (X₃) ด้านการใช้พนักงาน
ขาย (X₄) ด้านการตลาดทางตรง (X₅) และด้านภาพลักษณ์องค์กร (X₆) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .019, .318, .389, -.138, .446 และ 1.950
(Y = .019 X₁ + .318 X₂ + .389 X₃ - .138 X₄ + .446 X₅ + 1.950 X₆) ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .006, .116, .134, -.052, .152 และ .656
(Z = .006 Z₁ + .116 Z₂ + .134 Z₃ - .052 Z₄ + .152 Z₅ + .656 Z₆) ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
(R = .911) มีอำนาจในการพยากรณ์ (R² = .830) หรือร้อยละ 83.00 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (SE_{est} = .828) และมีค่าคงที่ของสมการพหุคูณในรูป

คะแนนดิบ ($a=3.878$) ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์การตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษา เอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานตามลำดับ ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 3.878 + .019 X_1 + .318 X_2 + .389 X_3 - .138 X_4 + .446 X_5 + 1.950 X_6$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = .006 X_1 + .116 X_2 + .134 X_3 - .052 X_4 + .152 X_5 + .656 X_6$$

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้ตัวแปรพยากรณ์ทุกตัว

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE _b	β	t	Sig
X ₆	1.934	.101	.656	19.139	.000
X ₂	.323	.090	.116	3.598	.000
X ₅	.429	.108	.146	3.976	.000
X ₃	.293	.078	.101	3.772	.000
R = .911		R ² = .830		F = 480.155**	
SE _{est} = .828		a = 4.049			

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านภาพลักษณ์องค์กร (X₆) ด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร (X₂) ด้านการตลาดทางตรง (X₅) ด้านการส่งเสริมการขาย (X₃) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 1.934, .323, .429 และ .293 (Y = .1934 X₆ + .323 X₂ + .429 X₅ + .293 X₃) ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .656, .116, .146 และ .101 (Z = .656 Z₆ + .116 Z₂ + .146 Z₅ + .101 Z₃) ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R = .911) มีอำนาจในการพยากรณ์ (R² = .830) หรือร้อยละ 83.00 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (SE_{est} = .828) และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (a = 4.049) ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์การตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดร้อยเอ็ด ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานตามลำดับ ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 4.049 + 1.950X_6 + 318X_2 + .446X_5 + .389X_3$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = .656X_6 + .116X_2 + .146X_5 + .101X_3$$



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY