

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชา การจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

พงษ์สันต์ ต้นหยง^{1*}, ดวงใจ คงคาหลวง¹, ผ่องใส สีนุสสุกุล¹, พชรกันต์ นิมิตรศติกุล¹
และสหพัทธ์ ชนะชัยสิทธิ์¹

¹สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*ptanyong@npru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมและระดับของการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ตัวอย่างคือนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทั่วไปปี 1 จำนวน 194 คน หาขนาดตัวอย่างด้วยโปรแกรม G*Power3 สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับปัจจัยภาพลักษณ์ของสาขา อิทธิพลการจูงใจ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทำเลที่ตั้ง บุคลากร และกายภาพ มีค่าในระดับมากทุกด้าน และระดับการตัดสินใจเลือกศึกษาอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน 2) ปัจจัยบุคลากรภาพลักษณ์ของสาขา ทำเลที่ตั้ง และกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ ส่วนปัจจัยอิทธิพลการจูงใจ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ โดยเขียนสมการคะแนนดิบทำนาย ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = .726 + .284(X5) + .231(X1) + .171(X4) + .156(X6)$$

จากผลการวิจัยทางหลักสูตรควรนำไปพัฒนาดังนี้ ควรมีการพัฒนาอาจารย์ในเรื่องการให้ได้ตำแหน่งวิชาการ การอบรมพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเพื่อนำมาใช้พัฒนาการเรียนการสอน ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสาขาด้วยการใช้โซเชียลมีเดียในการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ ส่วนทำเลที่ตั้งควรนำไปใช้ในการโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นที่ตั้งที่อยู่ในเมือง และมีการคมนาคมที่สะดวก รูปอาคารที่สวยงาม บรรยากาศในห้องเรียน และสภาพแวดล้อมที่จะดึงดูดให้มาเรียนผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ที่ได้สร้างขึ้น

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไป

Factors affecting the decision to study in the Bachelor of Business Administration program, General management of first year students, Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University

Pongsan Tanyong^{1*}, Duangjai Khongkhalaung¹, Pongsai Sinthusakun¹,
Patcharakan Nimitsadikul¹ and Sahaphat Chanachaisit¹

¹Department of General Management, Faculty of Management Science,
Nakhon Pathom Rajabhat University

*ptanyong@npru.ac.th

Abstract

The objectives of this research article aimed to: 1) study the level of factors affecting the decision to study in Bachelor of Business Administration program in General Management of first year students at Nakhon Pathom Rajabhat University and the level of the decision to study; and 2) study factors affecting the decision to study. It is quantitative research. The sample was 194 first-year general management students, calculated by the G*Power3 program, using stratified random sampling. The tool used was a questionnaire. Data were analyzed descriptively, using percentages, means, standard deviations and and test the hypotheses using multiple regression analysis.

The results of the research found that 1) the level of factors image of the department, motivational influence, educational expenses, Location, personnel and physical characteristics is a high level of value in every aspect. and the level of decision to study is also at a high level. 2) personnel factors, image of the department, location, and physical characteristics affect the decision to study further. As for the factors motivational influence, education expenses not affect the decision to study further by writing the prediction equation as follows:

$$\hat{Y}_{\text{tot}} = .726 + .284(X5) + .231(X1) + .171(X4) + .156(X6)$$

From the research results, the curriculum should be developed as follows: Teachers should be developed in terms of obtaining academic positions, information technology development training related to management to be used to develop teaching and learning, promote the image of the department by using social media to publicize various activities to make the target audience aware. As for location, it should be used in advertising through various channels, whether it is a location in the city and has convenient transportation, beautiful building pictures, classroom atmosphere and the environment that will attract them to study through various social media that have been created.

Keywords: The decision to study, Undergraduate students, Bachelor of Business Administration Program in General Management

1. บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันระหว่างประเทศเป็นไปอย่างเข้มข้น ประเทศที่มีความก้าวหน้าทางวิชาการ เทคโนโลยีและยุทธศาสตร์ที่เหนือกว่าจะมีความได้เปรียบเหนือประเทศที่มีการพัฒนาทางวิชาการและเทคโนโลยีที่ด้อยกว่า การพัฒนาประเทศให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องสร้างเสริมคุณภาพของกำลังคน ซึ่งกระบวนการที่สำคัญที่สุดในการพัฒนากำลังคนคือ กระบวนการศึกษา เพราะการศึกษา คือ เครื่องมือและกระบวนการต่อเนื่องอย่างหนึ่งซึ่งช่วยให้มนุษย์มีความเจริญงอกงาม ปรับตัวได้ดำเนินชีวิตที่ดี สามารถเรียนรู้ได้ คิดได้ ทำได้ และแก้ไขปัญหาได้ [1] คุณภาพของระบบการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจึงถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาคนให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพเป็นสิ่งจำเป็นและส่งผลกระทบต่อความเจริญก้าวหน้าของประเทศชาติในด้านต่าง ๆ ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาต่างพยายามพัฒนาตนเองให้แข่งขันได้ด้วยเหตุนี้สถาบันอุดมศึกษาจึงต้องค้นหาเอกลักษณ์เฉพาะที่ถนัด [2]

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมเป็นสถาบันอุดมศึกษาตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏปี พ.ศ. 2547 มุ่งพัฒนากำลังคนที่มีคุณภาพของภูมิภาคตะวันตกและใกล้เคียงของประเทศไทยสืบเนื่องมาตั้งแต่ดำรงสถานภาพเป็นวิทยาลัยครู สถาบันราชภัฏและมหาวิทยาลัยราชภัฏ ปัจจุบันมีระบบบริหารจัดการที่ดีเพื่อพัฒนาสังคมให้เกิดความอยู่ดีมีสุขตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ผลิตภัณฑ์ระดับปริญญาตรี ปริญญาตรีต่อเนื่อง ประกาศนียบัตรบัณฑิต ปริญญาโท และปริญญาเอก มีนักศึกษาทั้งภาคปกติและภาค กศ.พบ. [3] มุ่งผลิตบัณฑิตหลากหลายหลักสูตรและสาขาวิชาทั้งหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต วิทยาศาสตร์บัณฑิต นิติศาสตรบัณฑิต นิเทศศาสตรบัณฑิต บริหารธุรกิจบัณฑิต บัญชีบัณฑิต พยาบาลศาสตรบัณฑิต รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต ศิลปศาสตรบัณฑิต และสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป ได้กำหนดการรับนักศึกษาในแต่ละปีมีจำนวนสูงถึง 300 คน ซึ่งถือว่าเป็นหลักสูตรที่กำหนดการรับนักศึกษาจำนวนมากที่สุดในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จึงมีความเสี่ยงที่จะรับนักศึกษาได้ไม่ครบตามจำนวนที่กำหนด ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นจะส่งผลเสียอย่างร้ายแรงต่อหลักสูตรได้ เช่น หลักสูตรไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพภายใน หรือหลักสูตรอาจต้องปิดลง ซึ่งหากหลักสูตรทราบถึงปัจจัยที่แน่ชัดในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนักศึกษา ก็จะส่งผลดีในการพัฒนาหลักสูตรต่อไป สาเหตุการตัดสินใจจึงเป็นเหตุผลสำคัญและเป็นที่มาในการศึกษาครั้งนี้ Kaewtan [4] ได้กล่าวว่าการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา มีองค์ประกอบของปัจจัย เช่น ภาพลักษณ์ของสถาบัน หลักสูตรผู้สอน บุคคลและอิทธิพลการจูงใจการตัดสินใจ และตลาดแรงงานและการประกอบอาชีพ Bunma [5] ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถาบันการศึกษากับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทย พบว่า มีความสัมพันธ์กันทุกด้านในระดับค่อนข้างสูง ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ส่วน Kotler & Keller [6] กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการนั้นมีกระบวนการจากการรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจการใช้บริการ จึงตัดสินใจการใช้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหารสถาบันการศึกษาจะต้องมีความเข้าใจ

ผู้วิจัยและคณะในฐานะที่เป็นหน่วยหนึ่งขององค์การจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และนำปัจจัยที่ส่งผลและข้อเสนอแนะที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร ปรับปรุงการดูแลและให้บริการผู้เข้ามาศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และระดับของการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ปัจจัยภาพลักษณ์ของสาขาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3.2 ปัจจัยอิทธิพลการจูงใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3.3 ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

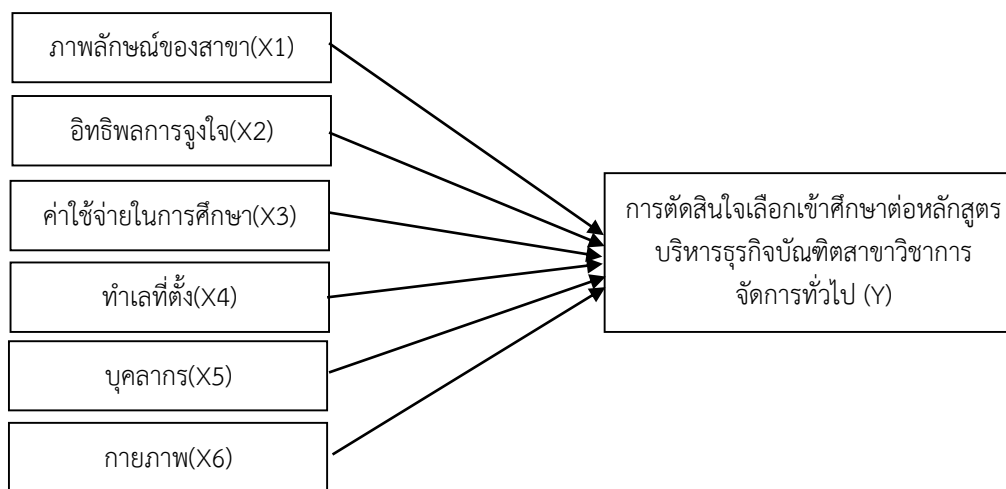
3.4 ปัจจัยทำเลที่ตั้งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3.5 ปัจจัยบุคลากรส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3.6 ปัจจัยกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

4. กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องนำมาซึ่งกรอบแนวคิดได้ดังนี้



5. การทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยขอทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

5.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้า

Kotler & Armstrong [7] ได้อธิบายถึงความหมายของภาพลักษณ์ตราสินค้า หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งการรับรู้ของผู้บริโภคมักมาจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายของสินค้าและสินค้าที่มาจากบริษัทเดียวกันก็อาจมี ภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและดีนั้นส่งผลต่อการรับรู้ในตลาดและส่งเสริมการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ

5.2 แนวคิดอิทธิพลทางสังคม

Suthin [8] กล่าวว่า อิทธิพลทางสังคม คือ การกระทำโดยคนหนึ่งหรือหลายคน เพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความคิด ความรู้สึกของคนอื่น อิทธิพลทางสังคมนี้แสดงออกมา ได้ สามารถแบ่งได้ดังนี้ 1) การชักจูงใจ (Persuasion) 2) การคล้อยตาม (Conformity) การยอมทำตาม(Compliance) การเชื่อฟัง (Obedience) ซึ่งในงานวิจัยนี้จะเน้นไปที่อิทธิพลการจูงใจเพราะเป็นวิธีการใช้อิทธิพลต่อคนอื่นที่ง่ายที่สุด

5.3 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Kotler & Keller [6] กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึงปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ และเป็นแนวคิดการตลาดแบบสมัยใหม่เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกายภาพ เพื่อให้เข้ากับบริบทของมหาวิทยาลัยที่ไม่ใช่เป็นธุรกิจอย่างชัดเจน โดยปรับ

ซื้อตัวแปรด้านราคาเป็นค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นทำเลที่ตั้ง ด้านบุคคลเป็นบุคลากร ด้านกายภาพคงซื้อไว้เหมือนเดิม

5.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ Kim et al. [9] ได้อธิบายการตัดสินใจซื้อไว้ว่า เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับ บริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลเกิดจากความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ และการบริการดังกล่าวสืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจเกิดได้จากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในตัวของผู้บริโภคเองเป็นหลัก Kotler & Keller [6] กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคสามารถพิจารณาตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การรับรู้ถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจการใช้บริการ 4) การตัดสินใจการใช้บริการ และ 5) พฤติกรรมหลังการใช้บริการ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยขอแนะนำ ดังนี้

Ammawongjit [10] วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ที่วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อฯ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.41) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและค่านิยม (ค่าเฉลี่ย 4.40) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 4.40) ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ย 4.35) ปัจจัยด้านระบบการคัดเลือก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านการแนะแนว/การบอกต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

Suwanwong [11] วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ ความมีชื่อเสียงมานามของมหาวิทยาลัยของรัฐ หลักสูตรมีระบบรับนักเรียนแบบโควตาหรือรับตรง และด้านเหตุผลส่วนตัวคือหลักสูตรตรงตามความต้องการของนักเรียนนักศึกษา

Chuayprakong [12] วิจัยเรื่องการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ระดับการตัดสินใจภาพรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ด้านอาจารย์ผู้สอนมีระดับการตัดสินใจมากที่สุด และด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน ด้านหลักสูตร ด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ด้านการบริหารจัดการ มีระดับการตัดสินใจมาก

Bunma [5] วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีน ผลการวิจัยพบว่า เพศต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอายุ รายได้จากครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และหลักสูตรที่กำลังศึกษาต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในส่วนของผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถาบันการศึกษากับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทย พบว่า มีความสัมพันธ์กันทุกด้านในระดับค่อนข้างสูง ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในทางบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.749 - 0.805 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Cubillo et al. [13] พบว่า ความชอบและความถนัดของตัวนักเรียน ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ชื่อเสียงของคณาจารย์ผู้สอน ค่าเล่าเรียน ความเป็นที่ยอมรับในวงการต่อหลักสูตรและมหาวิทยาลัยที่เลือกเรียน หรือความคาดหวังว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วจะได้รับการยอมรับจากสถานประกอบการ และได้เข้าทำงานในตำแหน่งที่ดี ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยนั้น

7. วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินงานวิจัยดังนี้

7.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำนวนทั้งสิ้น 313 ราย ข้อมูลจาก Office of Academic Promotion and Registration, Nakhon Pathom Rajabhat University [14]

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ คือ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำนวนทั้งสิ้น 194 ราย คำนวณด้วยโปรแกรม G*Power3 ที่ Effect size = 0.15 α err prob = 0.05 Power (1- β err prob) = 0.99 Number of predictors = 6 ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ตามหมู่เรียน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บ

หมู่เรียน	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
66/85	43	27
66/86	38	24
66/87	41	25
66/88	40	25
66/89	37	23
66/90	39	24
66/112	36	22
66/113	39	24
รวม	313	194

7.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในงานวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) มี 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม 8 ข้อ เป็นคำถามปลายปิดเลือกตอบข้อเดียว 7 ข้อ ได้แก่ เพศ ผลคะแนนเฉลี่ยในระดับมัธยมปลาย/ปวช./ปวส. แผนการเรียนเดิม อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ภูมิฐานะ วิธีในการเข้าศึกษาต่อ และคำถามปลายปิดเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ 1 ข้อ คือ ทราบข่าวสารเกี่ยวกับสาขาวิชาการจัดการทั่วไปเพื่อประกอบการเลือกศึกษาต่อจากทางใด

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ เพื่อแสดงความคิดเห็นต่อตัวแปรจำนวน 6 แปร ได้แก่ ภาพลักษณ์ของสาขา 4 ข้อ อิทธิพลการจูงใจ 5 ข้อ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 5 ข้อ ทำเลที่ตั้ง 4 ข้อ บุคลากร 3 ข้อ และกายภาพ 3 ข้อ มี

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ เพื่อแสดงความคิดเห็นต่อตัวแปร 11 ข้อ

7.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้นำเอาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมาตรวจสอบความตรง (validity) และความเที่ยง (reliability) ดังนี้

7.3.1 นำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและสถิติจำนวน 3 คน ตรวจสอบความตรงของวัตถุประสงค์ เนื้อหาและภาษาที่ใช้ หลังจากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเนื้อหาของคำถามแต่ละข้อของแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของคำถามวิจัย โดยมีดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 เกินเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50

7.3.2 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอาแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบกับนักศึกษาคณะอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เพื่อดูความเชื่อมั่นว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้หรือไม่ โดยค่าแอลฟาตัวแปรอิสระภาพลักษณ์ของสาขาเท่ากับ 0.933 อิทธิพลการจูงใจเท่ากับ 0.853 ค่าใช้จ่ายในการศึกษาเท่ากับ 0.900 ทำเลที่ตั้งเท่ากับ 0.894 บุคลากรเท่ากับ 0.919 กายภาพเท่ากับ 0.865 และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเท่ากับ 0.943 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ เกินเกณฑ์ค่าแอลฟา มากกว่า 0.70 จากการทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนั้นผ่านเกณฑ์การทดสอบทั้ง 2 ข้อ

7.4 วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากปรับปรุงคุณภาพของแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 194 ราย ผ่านสาขาวิชาที่กลุ่มตัวอย่างสังกัด

7.5 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน กรกฎาคม-สิงหาคม 2566

7.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

7.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ (%) แล้วนำเสนอในรูปแบบของการบรรยาย

7.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปแบบของการบรรยาย

7.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธี stepwise เพื่อทดสอบสมมติฐานแล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

8. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

8.1 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.30 มีคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.00-3.00 คิดเป็นร้อยละ 53.40 เรียนแผนการเรียนศิลป์-ภาษา มา คิดเป็นร้อยละ 32.10 อาชีพผู้ปกครองส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 45.60 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.30 มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 75.60 การเข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการจัดการด้วยวิธีสมัครสอบตรง คิดเป็นร้อยละ 74.60 ส่วนใหญ่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับคณะวิทยาการจัดการผ่านทางเว็บไซต์คณะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.90 รองลงมาเป็นเพื่อน/รุ่นพี่ คิดเป็นร้อยละ 42.80 เฟซบุ๊ก (Facebook) คิดเป็นร้อยละ 32.50 อาจารย์แนะแนวคิดเป็นร้อยละ 32.50 ญาติที่เคยเรียนคิดเป็นร้อยละ 14.40 แนะนำศึกษาต่อ (road show) คิดเป็นร้อยละ 9.30 ผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

8.2 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ พบว่า ภาพลักษณ์ของสาขา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) อิทธิพลการจูงใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) ด้านทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) และกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) ส่วนระดับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$)

8.3 ก่อนที่จะนำเสนอผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ว่ามีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) หรือไม่ ซึ่งเป็นข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญในการวิเคราะห์ ผลของความสัมพันธ์ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	ภาพลักษณ์ของสาขา	อิทธิพลการจูงใจ	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	ทำเลที่ตั้ง	บุคลากร	กายภาพ
ภาพลักษณ์ของสาขา	Pearson Correlation	.719**	.707**	.708**	.683**	.756**
อิทธิพลการจูงใจ	Pearson Correlation		.656**	.640**	.653**	.660**
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	Pearson Correlation			.760**	.690**	.720**
ทำเลที่ตั้ง	Pearson Correlation				.715**	.766**
บุคลากร	Pearson Correlation					.782**
กายภาพ	Pearson Correlation					

จากตารางที่ 2 พบว่า เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางบวกกันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าอยู่ระหว่าง .653-.782 ไม่พบว่ามีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองไม่ควรสูงกว่า 0.80 ทั้งทางบวกและลบ (Prasitrat, S. .2001 [15]) สรุปเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญ ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จึงทำการอ่านผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี stepwise ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ วิธี stepwise

ตัวแปร	b	Std Error	β	t	sig
ค่าคงที่ (Constant)	.726	.167			
บุคลากร (X5)	.284	.061	.310	4.3647*	.000
ภาพลักษณ์ของสาขา (X1)	.231	.060	.245	3.838**	.000
ทำเลที่ตั้ง (X4)	.171	.055	.206	3.117**	.002
กายภาพ (X6)	.156	.066	.180	2.362*	.019

R = .843 R Square = .710 Adjusted R Square = .704 F= 115.343 sig= .000

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ภาพลักษณ์ของสาขา ทำเลที่ตั้ง และกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยด้านอิทธิพลการจูงใจ และค่าใช้จ่ายในการศึกษา ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านบุคลากร ภาพลักษณ์ของสาขา ทำเลที่ตั้ง และด้านกายภาพ สามารถทำนายการผันแปรของการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อได้ร้อยละ 71.10 โดยเรียงลำดับค่าอิทธิพลหรือความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามลำดับดังนี้คือ บุคลากร ภาพลักษณ์ของสาขา ทำเลที่ตั้ง และด้านกายภาพ โดยเขียนสมการคะแนนดิบทำนายการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = .726 + .284(X5) + .231(X1) + .171(X4) + .156(X6)$$

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ภาพลักษณ์ของสาขาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ	เป็นไปตามสมมติฐาน
2. อิทธิพลการจูงใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3. ค่าใช้จ่ายในการศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4. ทำเลที่ตั้งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ	เป็นไปตามสมมติฐาน
5. บุคลากรส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ	เป็นไปตามสมมติฐาน
6. กายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ	เป็นไปตามสมมติฐาน

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่าเป็นไปตามสมมติฐาน 4 สมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน 2 สมมติฐาน

9. อภิปรายผล

อภิปรายผลวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลวิจัยพบว่า ระดับของการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในภาพรวมของค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านภาพลักษณ์ของสาขา ด้านอิทธิพลการจูงใจ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร และกายภาพ สามารถอธิบายได้ว่าหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นหลักสูตรที่นักศึกษาเห็นคุณค่าว่าหลักสูตรมีคุณภาพและเป็นหลักสูตรที่นักศึกษานิยมเลือกเรียนมากที่สุดในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ด้านบุคลากรนักศึกษายอมรับและยกย่องในความรู้ความสามารถ ตำแหน่งทางวิชาการและความสามารถในวิชาชีพ สอดคล้องกับ Charoenwongsak [2] ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากร อาทิ อาจารย์ผู้สอน ด้านกายภาพ เช่น อุปกรณ์การเรียน สถานที่เรียน และหลักสูตร ด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน และด้านการบริหารจัดการมีระดับการตัดสินใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Ammawongjit [10] ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านชื่อเสียงและค่านิยม ด้านภาพลักษณ์ของวิทยาลัย ด้านอาจารย์ผู้สอน และด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาอยู่ในระดับมากเช่นกัน

อภิปรายผลวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไปของนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป ด้านบุคลากร ภาพลักษณ์ของสาขา ทำเลที่ตั้ง และด้านกายภาพ สามารถอธิบายได้ว่านักศึกษามีความรู้สึกเชื่อมั่นต่ออาจารย์ผู้สอนด้านวิชาการ ด้านการวัดผล และประเมินผล ด้านทักษะและเทคนิควิธีการสอน รวมถึงด้านคุณธรรมและจริยธรรม อธิบายได้ว่านักศึกษายอมรับภาพลักษณ์ของสาขาความมีชื่อเสียงด้านมีคุณภาพที่สะท้อนมาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมที่เป็นมหาวิทยาลัยอันดับ 2 กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ และอธิบายได้ว่าทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมมีความโดดเด่น อยู่ในเขตปริมณฑลสามารถเดินทางได้สะดวกสบายอีกทั้งอยู่ใจกลางเมืองนครปฐมและใกล้กับบริษัท โรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก ทำให้เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าศึกษา ส่วนด้านกายภาพนักศึกษาได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างพอเพียง และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนการสอน สอดคล้องกับ Ammawongjit [10] ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยและเป็นที่ยอมรับของสังคม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา สอดคล้องกับ Suwanwong [11] ที่ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ ความมีชื่อเสียงมาของมหาวิทยาลัยของรัฐและด้านเหตุผลส่วนตัวคือหลักสูตรตรงตามความต้องการของนักเรียนนักศึกษา และ สอดคล้องกับ Bunma [5] พบว่าการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทยของนักศึกษาจีน มีผลจากทุกด้านในระดับค่อนข้างสูง เช่น ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลวิจัยผลการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่าปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาคือด้านอิทธิพลการจูงใจและด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา สามารถอธิบายได้ว่าอิทธิพลการจูงใจนั้นไม่ส่งผลเพราะนักศึกษาจะมองเห็นแนวทางทางชีวิตที่ได้เห็นจากบุคคลรอบข้าง ทำให้การเลือกเรียนตามค่านิยม หรืออาจเกิดจากการสนับสนุนจากครอบครัวในการตัดสินใจเข้าเรียน ขณะเดียวกันต้องสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาสาขาวิชาการจัดการทั่วไปมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับหลักสูตรที่ใกล้เคียงของมหาวิทยาลัยอื่นๆ โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยเอกชน และยังมีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาที่ครอบคลุมค่าธรรมเนียมทั้งหมด จึงทำให้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทั่วไป สอดคล้องกับ Student Loan Fund [16] เนื่องจากพระราชบัญญัติกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2560 ในการขยายโอกาสในการเข้าถึงเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาให้มากขึ้นและเพื่อรองรับการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้มีระบบการให้ทุนการศึกษาในสาขาวิชาขาดแคลนที่ต้องได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษเพิ่มขึ้น

10. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะได้ดังนี้

10.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

10.1.1 จากผลการวิจัยระดับความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อด้าน ภาพลักษณ์ของสาขา ด้านอิทธิพลการจูงใจ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร และด้าน

กายภาพ มีค่าในระดับมาก ดังนั้นหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไป ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สามารถที่จะพัฒนาได้ เช่น การสร้างภาพลักษณ์ของสาขา พัฒนาผู้สอนให้มีความรู้ความสามารถในการเรียนการสอน พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความทันสมัย สะอาดและปลอดภัยพร้อมใช้งาน เพื่อช่วยให้เกิดตัดสินใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไปฯ ต่อไป

10.1.2 จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยบุคลากร ภาพลักษณ์ของสาขา ทำเลที่ตั้ง และด้านกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไปฯ ดังนั้นสาขาวิชาฯ จึงควรนำปัจจัยดังกล่าวมาพิจารณากำหนดกลยุทธ์ในการรับนักศึกษาในอนาคต ดังนี้

1. บุคลากรในที่นี้คืออาจารย์ผู้สอน ควรมีการพัฒนาในเรื่องการให้คำปรึกษาทางวิชาการ การอบรมพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ เพื่อนำมาใช้พัฒนาการเรียนการสอน

2. สร้างภาพลักษณ์ของสาขา ด้วยการใชโซเชียลมีเดียในการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ เช่น Facebook Fanpage, Tiktok, YouTube

3. ทำเลที่ตั้งและกายภาพ ในส่วนทำเลที่ตั้งนั้นควรนำไปใช้ในการโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปอาคาร บรรยากาศในห้องเรียน และสภาพแวดล้อมที่จะดึงดูดให้มาเรียน ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ที่ได้สร้างขึ้น

10.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

10.2.1 ผู้ที่สนใจอาจทำในลักษณะงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น หรือศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปีสุดท้าย เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตร

10.2.2 ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาในลักษณะตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปีสุดท้าย เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ หรือสร้างเอกลักษณ์ของหลักสูตร

10.2.3 ผู้สนใจสามารถต่อยอดงานวิจัยในลักษณะโมเดลสมการโครงสร้าง มาใช้สร้างกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ เพื่อให้เห็นเส้นทางของความสัมพันธ์ที่ครบถ้วนยิ่งขึ้น

11. เอกสารอ้างอิง

- [1] Office of the Economic and Social Development Board. (2023). *National Economic and Social Development Plan*. 13, 2023-2027.
- [2] Charoenwongsak, K. (2016). *Directions of higher education*. <http://www.kriengsak.com/node/41>.
- [3] Office of the Higher Education Commission. (2007). *Rajabhat University Act 2004*. Bangkok. Ministry of Education.
- [4] Kaewtan, S. (2016, October). *Factors affecting further education*. <http://www.hu.ac.th/conference/conference2016>.
- [5] Bunma, W. (2021). *Factors affecting Chinese students' decision to study at universities in Thailand*. [Master's degree independent research]. Krirk University. (In Thai)
- [6] Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing management (12th ed)*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- [7] Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principle of marketing*. Pearson Education Inc: Prentice.
- [8] Suthin, T. (2008). *Social psychology*. Nakhon Si Thammarat: Walailak University.
- [9] Kim, C. et al. (2012). Factor Influencing internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Application*, 70(11), 374-387.
- [10] Ammawongjit, A. (2020). *Factors affecting the choice to study for a bachelor's degree at the College of Social Communication Innovation*. Srinakharinwirot University. [Master's degree thesis]. Srinakharinwirot University. (In Thai)



- [11] Suwanwong, N. (2017). *Factors affecting the decision to study at a bachelor's degree in a university. Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima (Quota System) Academic Year 2017*. Nakhon Ratchasima: Rajamangala University of Technology Isan. (In Thai)
- [12] Chuayprakong, W. (2019). *Deciding to pursue graduate studies*. Faculty of Political Science and Law, Burapha University. Chonburi: Burapha University. (In Thai)
- [13] Cubillo, J. M., Sanchez, J., & Cervino, J. (2006). International Student's Decision-Making Process. *International Journal of Educational Management, 20(2), 101-115*.
- [14] Office of Academic Promotion and Registration, Nakhon Pathom Rajabhat University. (2023 July 1). *Number of first year Faculty of Management Science students, Nakhon Pathom Rajabhat University*. <https://reg.npru.ac.th/registrar/studentset>
- [15] Prasitratsin, S. (2001). *Social science research methods*. Bangkok: Fueangfa Printing. (In Thai)
- [16] Student Loan Fund. (2017, March 31). *Background*. <https://www.studentloan.or.th/th/aboutus>.