

ปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัด

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Factors Influencing Master's Degree Students' Choice of Educational Institutions in Bangkok Metropolitan Area

ธัญชนก ไพบุญย์

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Thanchanok Paiboon

Email : 6614131127@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration, Management, Ramkhamhaeng University,
Thailand.

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยศึกษาจากปัจจัยส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือนักศึกษาระดับปริญญาโทจำนวน 442 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมผ่านแบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้โปรแกรม SPSS

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลบางอย่างมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษา ดังนี้:

- อายุ มีผลต่อการตัดสินใจเฉพาะในด้านค่าใช้จ่าย ($F = 49.044, p < 0.05$) โดยนักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 45 ปี มีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการศึกษามากกว่านักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า
 - รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเฉพาะในด้านค่าใช้จ่าย ($F = 74.384, p < 0.05$) โดยนักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท มีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายมากกว่านักศึกษาที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท
 - ประเภทอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเฉพาะในด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ($F = 2.424, p < 0.05$) โดยนักศึกษาที่เป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนมากกว่านักศึกษาที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน
 - หลักสูตรที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีผลต่อการตัดสินใจเฉพาะในด้านบุคลากรและอาจารย์ผู้สอน ($t = -2.321, p < 0.05$) โดยนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจากกลุ่มศิลปศาสตร์มีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงบุคลากรและอาจารย์ผู้สอนมากกว่านักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจากกลุ่มวิทยาศาสตร์
- สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท นักศึกษาให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย = 3.601, S.D. = 1.134) หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน (ค่าเฉลี่ย = 3.659, S.D. = 1.088) บุคลากรและอาจารย์ผู้สอน (ค่าเฉลี่ย = 3.573, S.D. = 1.192) และข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.609, S.D. = 1.141) ในระดับมาก ส่วนค่าใช้จ่ายในการศึกษาได้รับความสำคัญในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย = 2.984, S.D. = 0.643)
- คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนบุคคล, ชื่อเสียงสถาบัน, หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน, บุคลากรและอาจารย์ผู้สอน, ค่าใช้จ่ายการศึกษา, ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์

Abstract

This research aims to study the factors influencing the decision-making process of master's degree students in choosing educational institutions in Bangkok Metropolitan Area and its vicinity. The study focuses on personal factors. The sample group consisted of 442 master's degree students, selected through random sampling using Taro Yamane's formula at a 95% confidence level and a $\pm 5\%$ margin of error. Data were collected through a questionnaire divided into two parts: Part 1 focused on personal factors, and Part 2 focused on influencing the decision-making process of master's degree students in choosing educational institutions factors. Data were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics via SPSS.

The findings revealed that certain personal factors significantly influence the decision-making process, as follows:

- Age affects the decision-making process specifically in terms of educational costs ($F = 49.044, p < 0.05$). Students aged over 45 are more likely to consider educational costs than younger students.

- Average monthly income affects the decision-making process specifically in terms of educational costs ($F = 74.384, p < 0.05$). Students with an income of less than 20,000 baht are more likely to consider educational costs than those with an income of over 50,000 baht.

- Occupation type affects the decision-making process specifically in terms of curriculum and instructional management ($F = 2.424, p < 0.05$). Students who are government employees or work in state enterprises tend to prioritize curriculum and instructional management more than those working in private companies.

- Undergraduate program background affects the decision-making process specifically in terms of faculty and instructor qualifications ($t = -2.321, p < 0.05$). Students who graduated from arts and humanities programs are more likely to consider faculty and instructor qualifications than those who graduated from science programs.

Regarding influencing the decision-making process of master's degree students in choosing educational institutions factors, students place high importance on the reputation and credibility of the institution (Mean = 3.601, S.D. = 1.134), curriculum and instructional management (Mean = 3.659, S.D. = 1.088), faculty and instructor qualifications (Mean = 3.573, S.D. = 1.192), and information and public relations (Mean = 3.609, S.D. = 1.141). Educational costs are considered unlikely important (Mean = 2.984, S.D. = 0.643).

Keywords : Personal factors, Institutional reputation, Curriculum and instructional management, Faculty and instructor qualifications, Educational costs, Information and public relations

บทนำ

การศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรของประเทศ อย่างไรก็ตามความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลยังไม่ทราบแน่ชัด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสถาบันในการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดการเชิงกลยุทธ์ให้กับสถาบันศึกษาในการออกแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาของนักศึกษา เพื่อดึงดูดให้มีคนตัดสินใจเข้าศึกษาเพิ่มในสถานการณ์ที่มีจำนวนนักศึกษาในตลาดลดลง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมุติฐานในงานวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ประเภทอาชีพ, ลักษณะหลักสูตรที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี, หลักสูตรที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาโท, ค่าธรรมเนียมการศึกษาของหลักสูตรที่กำลังศึกษา, รูปแบบของวันในการเข้าเรียน) แตกต่างกันส่งผลให้ปัจจัยการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงกำหนดได้โดยการใช้วิธีสุ่มตัวอย่างของยามานะ (Yamane, 1973) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 ระดับ ความเชื่อมั่นที่ 95 % พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 400 คนขึ้นไปซึ่งในที่นี้ใช้ตัวอย่าง 442 คน

2. ขอบเขตเนื้อหา การวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ,

อายุ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน , ประเภทอาชีพ, ลักษณะหลักสูตรที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี, หลักสูตรที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาโท, ค่าธรรมเนียมการศึกษาของหลักสูตรที่กำลังศึกษา, รูปแบบของวันในการเข้าเรียน

3. ขอบเขตเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำเอาวิเคราะห์สถิติ เพื่อตอบข้อสมมติฐานของการวิจัยในเรื่องที่กำลังศึกษา การวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิด ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบบสอบถามเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท

4. ขอบเขตตัวแปร

ตัวแปรอิสระ: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน , ประเภทอาชีพ, ลักษณะหลักสูตรที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี, หลักสูตรที่กำลังศึกษา ใน ระดับ ปริญญาโท, ค่าธรรมเนียมการศึกษาของหลักสูตรที่กำลังศึกษา, รูปแบบของวันในการเข้าเรียน

ตัวแปรตาม: ปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัด กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบัน , หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน , ค่าใช้จ่ายในการศึกษา , บุคลากรและอาจารย์ผู้สอน, ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัด กรุงเทพมหานครและปริมณฑล” คาดว่าจะได้รับประโยชน์ ดังนี้

ประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา

1. ช่วยให้มีมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาโท
2. สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงหลักสูตร การเรียนการสอน และบริการอื่น ๆ ให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษา
3. ส่งเสริมการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดนักศึกษาให้เข้ามาเรียนมากขึ้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

1. ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาดเป็นกรอบแนวคิดที่ช่วยให้สถาบันการศึกษาออกแบบกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน โดยประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก:

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ในบริบทการศึกษาหมายถึง หลักสูตรและการบริการทางการศึกษา สถาบันต้องออกแบบหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและตลาดแรงงาน เช่น การพัฒนาหลักสูตรดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งเพื่อตอบโจทยยุคเศรษฐกิจดิจิทัล หรือหลักสูตรบริหารธุรกิจที่เน้นการแก้ไขปัญหาจริง (Case Study) การปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยช่วยสร้างความพึงพอใจและดึงดูดผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 การจัดจำหน่าย (Place)

หมายถึงช่องทางและวิธีการให้ผู้เรียนเข้าถึงบริการการศึกษา เช่น การเปิดสอนแบบออนไลน์ สำหรับนักศึกษาที่ทำงานเต็มเวลา การจัดห้องเรียนในพื้นที่ใกล้ระบบขนส่งมวลชน หรือการขยายสาขาไปยังเขตธุรกิจสำคัญ การจัดการช่องทางเหล่านี้ช่วยลดอุปสรรคทางกายภาพและเพิ่มความสะดวกในการเรียน

1.3 ราคา (Price)

ราคา คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษา ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้เรียนเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของหลักสูตรกับความสามารถทางการเงินของตนเอง สถาบันต้องกำหนดราคาโดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเสนอทุนการศึกษาให้ผู้มีรายได้น้อย หรือระบบผ่อนชำระเพื่อลดภาระทางการเงิน

1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดครอบคลุมการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความน่าสนใจในสถาบัน ตัวอย่างเช่น

การโฆษณา: ใช้สื่อออนไลน์หรือป้ายประกาศเพื่อเผยแพร่จุดแข็งของสถาบัน

การประชาสัมพันธ์: จัดงานเสวนาวิชาการหรือเผยแพร่ความสำเร็จของศิษย์เก่า

การขายโดยตรง: พูดคุยกับนักศึกษาเป้าหมายผ่านงาน Open House แนวคิดและทฤษฎี

2. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้กับการเลือกสถาบันศึกษาได้ดังนี้:

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

สิ่งกระตุ้น (Stimulus): นักศึกษาอาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น การโฆษณา หลักสูตรใหม่ หรือคำแนะนำจากเพื่อน

กระบวนการตัดสินใจ (Buyer's Black Box): ผู้เรียนประเมินข้อมูลโดยคำนึงถึงความต้องการส่วนตัว เช่น ความสนใจในสาขาวิชา หรือความจำเป็นในการพัฒนาทักษะ

การตอบสนอง (Response): การตัดสินใจสุดท้ายอาจเป็นผลจากความสมดุลระหว่างคุณภาพหลักสูตร ค่าใช้จ่าย และความสะดวกในการเรียน กระบวนการตัดสินใจ (Buyer's Black Box): ผู้เรียนประเมินข้อมูลโดยคำนึงถึงความต้องการส่วนตัว เช่น ความสนใจในสาขาวิชา หรือความจำเป็นในการพัฒนาทักษะ

การตอบสนอง (Response): การตัดสินใจสุดท้ายอาจเป็นผลจากความสมดุลระหว่างคุณภาพหลักสูตร ค่าใช้จ่าย และความสะดวกในการเรียน

3. ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ฅนัคคอร ปุณยภาสกร (2553) อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อไว้ 4 ขั้นตอน ซึ่งสอดคล้องกับการเลือกสถาบันศึกษา:

3.1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition)

ผู้เรียนตระหนักถึงความจำเป็นในการศึกษาต่อ เช่น การต้องการเลื่อนตำแหน่งงาน หรือเติมเต็มความรู้ในสาขาที่ขาด

3.2 การแสวงหาข้อมูล (Information Search)

นักศึกษาเก็บข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น เว็บไซต์สถาบัน การพูดคุยกับศิษย์เก่า หรือการร่วมงานแนะแนว

3.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

ผู้เรียนเปรียบเทียบสถาบันจากปัจจัยต่างๆ เช่น ชื่อเสียง ค่าเล่าเรียน คุณภาพอาจารย์ และความยืดหยุ่นของตารางเรียน

3.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

ขั้นสุดท้าย ผู้เรียนเลือกสถาบันที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด และประเมินความพึงพอใจหลังลงทะเบียน

4. ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation)

Maslow ระบุว่าบุคคลมีความต้องการที่เรียงลำดับจากพื้นฐานไปจนถึงสูงสุด (อนิซวังแก้ว จันทร, 2552) ดังนี้:

4.1. ความต้องการพื้นฐาน (Physiological Needs): ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย

4.2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs): ความต้องการความปลอดภัยทั้งทางร่างกายและจิตใจ

4.3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs): ความต้องการการยอมรับจากสังคมและการมีส่วนร่วมในกลุ่ม

4.4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs): ความต้องการการยกย่องและความภาคภูมิใจในตนเอง

4.5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Needs): ความต้องการบรรลุศักยภาพสูงสุดของตนเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบัน

- การดี อนันต์นาวี (2554) และอุทุมพร ไวลลาด (2559) พบว่าภาพลักษณ์ของสถาบันเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยนักศึกษามองว่าสถาบันที่มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือช่วยเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพ

- ภาวิดา กันเกษ (2558) ยืนยันว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและคุณภาพอาจารย์มีอิทธิพลสูงต่อการเลือกศึกษาต่อ

2. หลักสูตรและคุณภาพการเรียนการสอน

- งานวิจัยของการดี อนันต์นาวี (2554) และณัฐริดา ศรีวะอุไร (2556) ชี้ให้เห็นว่าหลักสูตรที่ทันสมัยและสอดคล้องกับตลาดงานเป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่เน้นความต้องการส่วนบุคคล เช่น ความมั่นคงและการยอมรับทางสังคม

- อุทุมพร ไวลลาด (2559) ยังพบว่านักศึกษาที่มีรายได้สูงมักเลือกหลักสูตรที่มีคุณภาพ

3. โอกาสทางอาชีพและความก้าวหน้า

- ชนินทร์ เลิศประภากรณ์ (2554) และอุทุมพร ไวลลาด (2559) ระบุว่าการศึกษาต่อช่วยเพิ่มโอกาสในการหางานและพัฒนาอาชีพ โดยปัจจัยด้านความก้าวหน้าในอาชีพและรายได้ในอนาคตมีผลต่อการตัดสินใจ

4. ปัจจัยทางการเงิน

- กษิษฐ์สิริ นฤพัทธ์ (2552) และ Johnstone & Marcucci (2010) พบว่าค่าใช้จ่ายในการศึกษาและความพร้อมทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญแม้บางงานวิจัยจะขัดแย้งในประเด็นนี้ เช่น งานของชนินทร์ (2554) ที่ชี้ว่าค่าใช้จ่ายในการครองชีพมีผลมากกว่าค่าเล่าเรียน

5. ปัจจัยส่วนบุคคลและบริบททางสังคม

- ณัฐริดา ศรีวะอุไร (2556) ระบุว่าเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ส่งผลต่อการตัดสินใจ ในขณะที่ภาวิดา กันเกษ (2558) พบว่าเพศไม่มีความแตกต่างทางนัยสำคัญ

วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 421 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล หรือ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ, อายุ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน , ประเภทอาชีพ, ลักษณะหลักสูตรที่สำเร็จการศึกษา

ในระดับปริญญาตรี,หลักสูตรที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาโท,ค่าธรรมเนียมการศึกษาของหลักสูตรที่กำลังศึกษา,รูปแบบของวันในการเข้าเรียน มีทั้งหมด 8 ข้อ มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท ประกอบด้วย ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบัน , ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน , ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา , ด้านบุคลากรและอาจารย์ผู้สอน, ด้านข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ โดยเป็นแบบสอบถามมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ให้เลือก 5 ระดับตามแบบของ Likert (1961) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับคำถามเชิงบวก ดังต่อไปนี้ กำหนดให้ 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด, 4 = ระดับความสำคัญมาก, 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง, 2 = ระดับความสำคัญน้อย, 1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การกำหนดเกณฑ์ ถือหลักว่าจะต้องให้ทุกระดับมีช่วงคะแนนเท่ากันจะเห็นได้ว่าคะแนนสูงสุด 5 คะแนน และต่ำสุด 1 คะแนน ซึ่งมีช่วงห่างหรือพิสัยของคะแนนเท่ากับ $5 - 1 = 4$ มี 5 ระดับ โดยแต่ละระดับควรมีช่วงห่างเท่ากับ $4/5 = 0.8$

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) โดยคำนวณค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ได้ถูกกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าว มานำเสนอเป็นแบบข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบอีกครั้ง โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

3.9.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน , ประเภทอาชีพ, ลักษณะหลักสูตรที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี,หลักสูตรที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาโท,ค่าธรรมเนียมการศึกษาของหลักสูตรที่กำลังศึกษา,รูปแบบของวันในการเข้าเรียน นำมาหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบัน , ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน , ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา , ด้านบุคลากรและอาจารย์ผู้สอน, ด้านข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ นำมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.9.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้สถิติ t-test และ F-test (ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดย t-test ใช้สำหรับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของสองกลุ่ม

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยนักศึกษาระดับปริญญาโทในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 442 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (51.4%) มีช่วงอายุระหว่าง 21–35 ปี (76%) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001–50,000 บาท (62.9%) ด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (55.7%) รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (26.5%) สำหรับภูมิลำเนา นักศึกษากลุ่มนี้ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีจากสาขาศิลปศาสตร์ (50.7%) และกำลังศึกษาต่อในระดับปริญญาโทสาขาศิลปศาสตร์เช่นเดียวกัน (71.5%) โดยค่าธรรมเนียมการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 250,001–300,000 บาท (33.5%) และรูปแบบการเข้าเรียนเป็นแบบวันธรรมดาหรือเสาร์-อาทิตย์ (82.1%)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกสถาบันศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท

2.1 ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบัน

นักศึกษาให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของสถาบันในระดับมาก ($\bar{X} = 3.601$) โดยเฉพาะการได้รับการยอมรับทางสังคมและมาตรฐานการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิตา กันเกษ (2558) ที่พบว่า "ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย" เป็นปัจจัยหลักที่นักศึกษาระดับปริญญาโทให้ความสำคัญ เนื่องจากเชื่อว่าสถาบันที่มีชื่อเสียงจะช่วยเพิ่มโอกาสในการทำงานและสร้างเครือข่ายวิชาชีพ นอกจากนี้ยังตรงกับงานวิจัยของ ภารดี อนันต์นาวี (2554) ที่ชี้ให้เห็นว่าชื่อเสียงของสถาบันส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ

2.2 ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน

ปัจจัยด้านหลักสูตรได้รับการให้ความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.659$) โดยเฉพาะความทันสมัยของเนื้อหาและการตอบโจทยตลาดงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธิดา ศรีวะอุไร (2556) ที่พบว่า "หลักสูตรที่มีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด" มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่เน้นการออกแบบหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการผู้เรียน

2.3 ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา

นักศึกษาให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.984$) โดยเฉพาะระบบผ่อนชำระและทุนการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กษิษฐ์ศิริ นฤพัทธ์ (2552) ที่พบว่า "ความพร้อมทางการเงิน" เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของ ชนินทร์ เลิศประภากรณ์ (2554) ที่พบว่าค่าใช้จ่ายไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในบางกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจอธิบายได้จากความแตกต่างของกลุ่มประชากรและบริบททางเศรษฐกิจ

2.4 ด้านบุคลากรและอาจารย์ผู้สอน

นักศึกษาให้ความสำคัญกับคุณภาพอาจารย์ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.573$) โดยเฉพาะประสบการณ์และชื่อเสียงทางวิชาการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทุมพร ไวนลาด และจงดี ไตรอิม (2559) ที่พบว่า "คุณลักษณะของอาจารย์ผู้สอน" เป็นปัจจัยลำดับต้น ๆ ที่นักศึกษาพิจารณา เนื่องจากเชื่อว่าอาจารย์ที่มีคุณภาพจะช่วยพัฒนาทักษะเชิงลึกและสร้างโอกาสในการวิจัย

2.5 ด้านข้อมูลและการประชาสัมพันธ์

นักศึกษาให้ความสำคัญกับช่องทางข้อมูลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.609$) โดยเฉพาะการเข้าถึงข้อมูลผ่านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนินทร์ เลิศประภากรณ์ (2554) ที่พบว่า "การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดิจิทัล" มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักศึกษา เนื่องจากช่วยลดความไม่แน่ใจ (Uncertainty) ในการตัดสินใจ

อภิปรายผล

- เพศ: ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างเพศชายและเพศหญิงในการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษา แสดงให้เห็นว่าเพศไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษา

- อายุ: อายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษาเฉพาะในด้านค่าใช้จ่าย โดยนักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 45 ปี มีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการศึกษามากกว่านักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า สอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ที่ว่าบุคคลที่มีอายุมากขึ้นมักจะคำนึงถึงความมั่นคงทางการเงินมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ **กนิษฐ์ศิริ นฤพัทธ์ (2552)** ซึ่งชี้ว่า ผู้มีอายุมากมักเผชิญภาระครอบครัว ทำให้การตัดสินใจศึกษาต้องพิจารณาค่าใช้จ่ายอย่างรอบคอบ

- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน: รายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษาเฉพาะในด้านค่าใช้จ่าย โดยนักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท มีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายมากกว่านักศึกษาที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่มีรายได้น้อยจะมีความกังวลเกี่ยวกับภาระค่าใช้จ่ายในการศึกษามากกว่า โดย **ชนินทร์ เลิศประภาภรณ์ (2554)** พบว่า ค่าเล่าเรียนเป็นอุปสรรคหลักสำหรับนักศึกษารายได้น้อย ซึ่งสะท้อนผลลัพธ์เดียวกันกับการวิจัยนี้

- ประเภทอาชีพ: ประเภทอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษาเฉพาะในด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน โดยนักศึกษาที่เป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนมากกว่านักศึกษาที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อาจเป็นเพราะข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมักมองหาหลักสูตรที่ช่วยพัฒนาทักษะเพื่อการเลื่อนตำแหน่งหรือการทำงานในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ **ภารดี อนันต์นารี (2554)** ที่ระบุว่า ข้าราชการต้องการหลักสูตรที่เชื่อมโยงกับทักษะการทำงานในองค์กร

- หลักสูตรที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี: หลักสูตรที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษาเฉพาะในด้านบุคลากรและอาจารย์ผู้สอน โดยนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจากกลุ่มศิลปศาสตร์มีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงบุคลากรและอาจารย์ผู้สอนมากกว่านักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจากกลุ่มวิทยาศาสตร์ อาจเป็นเพราะนักศึกษาจากกลุ่มศิลปศาสตร์มักมองหาการเรียนการสอนที่เน้นการถ่ายทอดความรู้จากอาจารย์ที่มีประสบการณ์และชื่อเสียง สอดคล้องกับงานวิจัยของ **ณัฐริดา ศรีวะอุไร (2556)** ที่พบว่า นักศึกษาสายสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญกับอาจารย์ที่มีประสบการณ์สูง เนื่องจากต้องการการเรียนรู้เชิงบูรณาการ

- หลักสูตรที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาโท: ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างหลักสูตรที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาโท แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรที่กำลังศึกษาไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษา

- ค่าธรรมเนียมการศึกษาของหลักสูตรที่กำลังศึกษา: ค่าธรรมเนียมการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษาเฉพาะในด้านค่าใช้จ่าย โดยนักศึกษาที่มีค่าธรรมเนียมการศึกษาสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายมากขึ้นและมักคาดหวังผลตอบแทนที่ชัดเจน เช่น โอกาสงานที่ดีขึ้น หรือการพัฒนาทักษะเฉพาะทาง

สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ว่าผู้บริโภคมักจะเปรียบเทียบราคากับคุณค่าที่ได้รับกับงานวิจัยของ **Johnstone & Marcucci (2010)** ซึ่งว่าค่าธรรมเนียมการศึกษาเป็นปัจจัยกำหนด "มูลค่าที่รับรู้" (Perceived Value) ของผู้เรียน

- รูปแบบของวันในการเข้าเรียน: ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างรูปแบบของวันในการเข้าเรียน แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการเรียนไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับสถาบันการศึกษา:

- สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบัน โดยการพัฒนามาตรฐานการศึกษาและส่งเสริมภาพลักษณ์ของศิษย์เก่า
- ควรพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยเฉพาะหลักสูตรที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสังคม
- ควรจัดระบบการให้ทุนการศึกษาและระบบผ่อนชำระค่าเล่าเรียนเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของนักศึกษา โดยเฉพาะนักศึกษาที่มีรายได้น้อย
- ควรพัฒนาคุณภาพของบุคลากรและอาจารย์ผู้สอน โดยการส่งเสริมการพัฒนาวิชาการและประสบการณ์การสอน
- ควรปรับปรุงช่องทางข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงนักศึกษาได้ง่ายและรวดเร็ว โดยการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายศิษย์เก่า

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังพื้นที่อื่นนอกเหนือจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

- ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษา เช่น ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม

- ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาความคิดเห็นและประสบการณ์ของนักศึกษาในเชิงลึก

เอกสารอ้างอิง

กนิษฐ์ศิริ นฤพัทธ์ (2552) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาโท : กรณีศึกษา : โครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภารดี อนันต์นารี (2554) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสาขาวิชาการบริหาร การศึกษา ศูนย์นวัตกรรมบริหารและผู้นำทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

อุทุมพร ไฉนลาด, จงดี ไต้อิม. (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ณัฐริดา ศรีวะอุไร. (2556) ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหاسبัตติ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ภาวิตา กันเกษ (2558) ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาชั้นปีที่4ปี การศึกษา 2554 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร. ศิลปศาสตรมหา บัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศาสตร์การพัฒนา, คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระ นคร.

ชนินทร์ เลิศประภากรณ์ (2554) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโททางการ บัญชี บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Johnstone, D. B., & Marcucci, P. N. (2010) Financing Higher Education Worldwide: Who Pays? Who Should Pay?. Baltimore: The Johns Hopkins University.