

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Factors of Decision Making for Studying in the Private Higher Education
Institutions in the Northeastern Region

จิฏติภักษ์ ศรีสุรธิกุล^{1*} บุญมา อิมวิเศษ² และสำราญ บุญเจริญ³

Chittiphak Srisurathikun^{1*} Boonma Imwised² and Samran Boonchareon³

^{1*2,3}คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนครราชสีมา

^{1*2,3}Faculty of Business Administration and Information Technology, Nakhonratchasima College.

*Corresponding author E-mail: chittiphak@nmc.ac.th

Received: September 16th, 2024; Revised: October 30th, 2024; Accepted: November 11th, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 ที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 389 คน จากมหาวิทยาลัยและวิทยาลัย รวม 10 แห่ง เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเรียงลำดับ 5 ลำดับแรก ได้แก่ (1) คาดหวังว่าจะประกอบอาชีพที่มีเกียรติ สร้างความภูมิใจต่อตนเองและครอบครัว (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) (2) ตัดสินใจเพราะจะนำความรู้ที่ได้กลับมาประกอบอาชีพในท้องถิ่น (ปัจจัยด้านวัฒนธรรม) (3) ตัดสินใจตามความต้องการของตนเองที่ตั้งไว้ (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) (4) สามารถกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาได้ (ปัจจัยด้านการตลาด) และ (5) หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน (ปัจจัยด้านการตลาด) ตามลำดับ และ 2) นักศึกษาที่มีเพศ อาชีพของบิดา-มารดา และผลการเรียนเฉลี่ยสะสมที่ต่างกันตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไม่แตกต่างกัน ในขณะที่นักศึกษาที่มีรายได้ครอบครัวและคณะวิชาที่ศึกษาที่ต่างกันตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจศึกษาต่อ, สถาบันอุดมศึกษาเอกชน, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Abstract

This research aimed to study and compare the decision-making factors in choosing to study in private higher education institutions in the Northeastern region. The sample consisted of 389 first-year students in the academic year 2022 studying in private higher education institutions in the Northeastern region from 10 universities and colleges. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The statistical tests were t-tests and one-way ANOVA. The research

findings were 1) the factors that are important in deciding to study in private higher education institutions in the Northeastern region are at a high level overall, which are ranked in the first 5 items as follows: (1) expectation to have an honorable career, create pride for oneself and family (psychological factor), (2) decision because the knowledge gained will be used to work in the local area (cultural factor), (3) decision according to one's own needs (psychological factor), (4) ability to borrow money from the student loan fund (marketing factor), and (5) the curriculum that is offered meets the needs of the labor market (marketing factor), respectively, and 2) students with different gender, parents' occupations, and GPAs did not make different decisions to study in private higher education institutions, while students with different family incomes and faculties of study made different decisions to study in private higher education institutions at a statistically significant level of 0.05.

Keywords: Continuing Education Decision, Private Higher Education Institution, Northeastern Region

บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ในมาตรา 54 ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษา ตั้งแต่การศึกษาก่อนวัยเรียนจนจบการศึกษาภาคบังคับอย่างมีคุณภาพ โดยไม่เก็บค่าใช้จ่า เพื่อพัฒนาร่างกาย จิตใจ วินัย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาให้สมกับวัย (สุริยา ช้องเสนาะ, 2560) เมื่อรัฐบาลได้ดำเนินการตามรัฐธรรมนูญดังกล่าวแล้ว ระบบการศึกษาของไทยจึงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและได้รับความสนใจจากประชาชนที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าการศึกษาในระดับสูงขึ้นเพื่อจะเป็นวิธีการสำคัญวิธีหนึ่งในการเลื่อนขั้นทางสังคม เนื่องจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้คนมองการศึกษาเปลี่ยนไป โดยเปรียบเทียบการศึกษาเหมือนใบเบิกทางหรือเครื่องมือในการหางานทำ นำไปสู่ความสำเร็จและความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จึงเป็นเหตุผลให้คนส่วนใหญ่มีความต้องการในการที่จะได้รับการศึกษาในระดับสูงขึ้น โดยเฉพาะการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562)

ภาพรวมการศึกษาทั่วโลกในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ถือว่ามีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีใช้ในการเรียนการสอน เช่น การเสริมทักษะต่างๆ ผ่านระบบแอปพลิเคชันและการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ก็ยิ่งเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทิศทางดังกล่าวรวดเร็วยิ่งขึ้นและมีสัดส่วนการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอนมากขึ้น การใช้สื่อออนไลน์ที่มากขึ้นดังกล่าว ทำให้ความจำเป็นในการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนลดน้อยลง และเป็นผลให้เกิดการจ้างอาจารย์ประจำลดลงด้วย มหาวิทยาลัยหลายๆ แห่งจากทั่วโลก โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยขนาดเล็กหรือวิทยาลัยท้องถิ่น ก็เริ่มมีการปิดตัวลงบ้างเนื่องจากมีนักเรียนจำนวนไม่น้อยที่เลือกเรียนในมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทนการเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย ในสหรัฐอเมริกาวิทยาลัยท้องถิ่นทั้งหมด 4,400 แห่ง ปิดตัวไปแล้ว 500-600 แห่ง และอีก 10 ปี ข้างหน้า จะปิดตัวลงอีกร้อยละ 50 เพราะเด็กหันมาเรียนผ่านเครือข่ายมากขึ้น ในกรณีของประเทศไทย ได้รับผลกระทบจากจำนวนนักเรียน นักศึกษาที่ลดลงเช่นกัน โดยในระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา มีโรงเรียนเอกชนปิดตัวลงกว่า 80 โรงเรียน ในปี 2562 ซึ่งถือว่ามากกว่าค่าเฉลี่ยถึง 4 เท่า

จากเดิมปิดตัวลงประมาณปีละ 20 โรงเรียน ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปยังจำนวนนักศึกษาที่สอบเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา ทำให้ในภาพรวมจำนวนนักเรียนใหม่เข้าเรียนในระดับอุดมศึกษาลดลงร้อยละ 10-15 โดยมหาวิทยาลัยเอกชนได้รับผลกระทบชัดเจน มหาวิทยาลัยเอกชนขนาดใหญ่ มีนักศึกษาลดลงร้อยละ 20-30 จากเหตุการณ์ดังกล่าวสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาและมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาลอาจไม่ได้รับผลกระทบมากเนื่องจากการได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง แต่สำหรับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแล้วได้รับผลกระทบอย่างมาก มีนักศึกษาลดลงถึงร้อยละ 50-70 จึงเป็นเหตุให้มหาวิทยาลัยขนาดเล็กหลายคณะที่มีผู้เรียนน้อย ต้องปิดตัวหรือควบรวมกัน (สิริกานดา กองโชค, 2564) ดังเห็นได้จากข่าวการปิดสาขาการพยาบาลรวมถึงการขอร่วมทุนกับสถาบันการศึกษาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน

ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (2564) โดยแบ่งเป็น กลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชน 5 แห่ง กลุ่มวิทยาลัย 5 แห่ง รวม 10 แห่ง ธุรกิจการศึกษาในระดับอุดมศึกษา นับว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญและเชื่อมโยงกับศักยภาพของกำลังคนและการแข่งขันของประเทศ ซึ่งจากสถานการณ์และปัญหาด้านการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นปัจจัยสำคัญของความอยู่รอดของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาภาคเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมาก การเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้น แต่ละคนอาจมีแนวคิดและปัจจัยต่างกัน เช่น บางคนให้ความสำคัญของค่าความนิยมในปริญญา การที่ได้รับปริญญาชั้นสูง จะมีประโยชน์ในการทำงานซึ่งลักษณะในการทำงานหลายอย่างในประเทศไทยขึ้นอยู่กับปริญญา คนที่มีปริญญาสูงเท่านั้นที่สามารถจะเลื่อนไปสู่อำนาจที่สูงในบางตำแหน่งได้ บางคนอาจมีความมุ่งหวังให้เป็นที่ยอมรับในสังคม ความมีชื่อเสียง เกียรติยศ และชะลอการว่างงานหรือเหตุผลอื่น ๆ อีกมากมาย ที่แฝงเร้นอยู่ในจิตใจของแต่ละคน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชน โดยศึกษาเฉพาะในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้ง 10 แห่ง เพื่อทราบถึงเหตุผลที่แท้จริงของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลังจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย วางแผนกลยุทธ์ วางแผนการตลาด การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนที่เหมาะสมต่อผู้เรียน ลดความเหลื่อมล้ำของโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการศึกษาที่มีคุณภาพ เกิดผลิตและพัฒนา กำลังคนในด้านวิชาการและวิชาชีพขั้นสูง อันเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติ และเพื่อความอยู่รอดของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1970) ซึ่งจะอธิบายเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ ซึ่งเป็นสาเหตุของแรงจูงใจในการทำสิ่งต่าง ๆ กล่าวคือ มนุษย์จะถูกกระตุ้นให้เติมเต็มความต้องการขั้นพื้นฐานในลำดับต้นก่อนที่จะมีพัฒนาความต้องการไปสู่ความต้องการสูงสุด จากด้านล่างสู่ด้านบน ซึ่งคือความต้องการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความต้องการพื้นฐาน เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม และการพักผ่อน ความต้องการด้านความปลอดภัยในชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สิน ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับทางสังคม ความต้องการการเคารพนับถือ และความชื่นชมจากสังคม และ ความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ คือ ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต เช่น จบการศึกษาระดับปริญญาเอก เป็นผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น

ทฤษฎีสี่สิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง (S-R Theory) ได้ถูกพัฒนาและนำมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของมนุษย์ในการตอบสนองความต้องการของตน เป็นแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดที่เปรียบเสมือนตัวบันทึกและควบคุมให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา แนวคิดนี้เกี่ยวข้องอย่างมากกับหลักการตลาดเชิงเหตุผล (Rational marketing) ที่มนุษย์ถูกกระตุ้นโดยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ และความต้องการซื้อนี้จะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อของมนุษย์ที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และตอบสนองผ่านพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกันในมนุษย์แต่ละคน (ศิวิฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2564) โดยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ประกอบด้วย ส่วนประสมการตลาดและการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) โดย Kotler and Keller (2009) ได้กล่าวว่า แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการกระทำเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยเครื่องมือสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่หรือที่เรียกว่า 4P ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ ต้องให้ความสนใจในปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม โดยการนำอีก 3P มาใช้กับธุรกิจบริการ ได้แก่ บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และ กระบวนการในการให้บริการ (Process) ซึ่งจำเป็นต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้รับบริการ สิ่งกระตุ้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้า เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้า ซึ่งหลักการตลาดเชิงเหตุผลกล่าวว่า ลูกค้ามีความจำเป็นและความต้องการ แต่ยังไม่มีความต้องการซื้อจนกว่าลูกค้าจะพบกับสิ่งกระตุ้น

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางวัฒนธรรม เช่น การรับรู้และเรียนรู้ผ่านชีวิตประจำวันตั้งแต่เด็ก รูปแบบการดำรงชีวิต การเลี้ยงดูจากครอบครัว จากโรงเรียน การใช้ชีวิตในชุมชน วัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่ในสังคม ความสัมพันธ์บทบาทและสถานภาพในสังคม รวมทั้งบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดและการตัดสินใจ เป็นต้น ส่วนปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดในด้านจิตใจเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม เช่น พฤติกรรม ความเชื่อ ความชอบ ค่านิยม และทัศนคติส่วนบุคคล เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนวัฒน์ อินทวิ (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา ซึ่งกำหนดขอบเขตในพื้นที่อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา มี 6 องค์ประกอบ ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 คือด้านอิทธิพลชักจูงจากบุคคลอื่น ๆ องค์ประกอบที่ 2 คือ ด้านผลผลิต และคุณภาพ องค์ประกอบที่ 3 คือ ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน องค์ประกอบที่ 4 คือ ด้านความน่าเชื่อถือของสถาบัน องค์ประกอบที่ 5 คือ ด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร องค์ประกอบที่ 6 คือ ด้านสภาพแวดล้อม

วิทวัส เหล่ามะลอ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา

2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS มากที่สุดคือ กลุ่มปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยทางด้านสังคม ตามลำดับ

ชัยวัฒน์ ชัตติวงศ์ และพุมิธร จิรายุส (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด อายุระหว่าง 18 – 22 ปี ไม่ใช่ลูกคนเดียว สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนเอกชน มีเกรดเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ที่ 2.51 – 3.00 และครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 75,001 – 100,000 บาท และมีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ตามลำดับ ส่วนประสมการตลาดด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่มีด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร และกระบวนการ และปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาคือ ผลิตภัณฑ์ ราคา และการนำเสนอและลักษณะทางกายภาพ

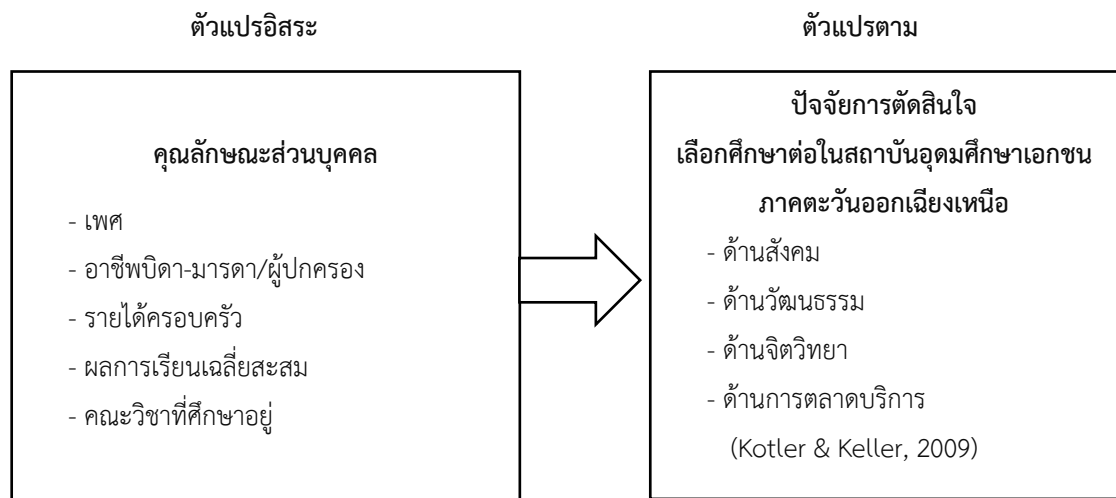
ยุพา ไทยพิทักษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาศาสนาบริหารธุรกิจ หนองจอก กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาศาสนาบริหารธุรกิจ หนองจอก กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตัดสินใจของผู้เรียนอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ค่าเฉลี่ยคือ 4.15 รองลงมาได้แก่ ด้านการเรียนการสอนของวิทยาลัยฯ ค่าเฉลี่ยคือ 3.98, ด้านชื่อเสียงของวิทยาลัยฯ ค่าเฉลี่ยคือ 3.88, ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านทัศนคติของผู้เรียน ค่าเฉลี่ยคือ 3.86 ตามลำดับ และปัจจัยที่นักเรียนให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ด้านการสนับสนุนของผู้ปกครอง ค่าเฉลี่ยคือ 3.82

นฤนาฏ สุวรรณ และภุชณิศา เดชเถลิง (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยภาพรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสถานที่ และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีระดับมาก ปัจจัยด้านจิตวิทยาปัจจัยด้านภาพลักษณ์และนำเสนอ และปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีระดับปานกลาง กระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยภาพรวมพบว่า ปัจจัยการตระหนักถึงความต้องการเป็นกระบวนการตัดสินใจระดับมาก ปัจจัยการเสาะแสวงหาข่าวสารเป็นกระบวนการตัดสินใจระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการประเมินทางเลือก ปัจจัยการตัดสินใจ และปัจจัยด้านพฤติกรรมหลังการซื้อเป็นกระบวนการตัดสินใจระดับมาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 ที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนทั้งสิ้น 10 สถาบัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (1997) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ผลจากการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกเก็บข้อมูลเพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม แบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุดในการวิเคราะห์ข้อมูลมีจำนวน 389 ชุด

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยเป็นผู้กำหนดขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด โดยมีตอบแบบเลือกตอบ (Check List) ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง ประกอบด้วย เพศ อาชีพบิดา-มารดา/ผู้ปกครอง รายได้ครอบครัว ผลการเรียนรู้เฉลี่ยสะสม และ คณะวิชาที่ศึกษาอยู่ จำนวน 5 ข้อ ส่วนตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ (Kotler & Keller, 2009) เป็นคำถามปลายปิด โดยมีตอบแบบเลือกตอบประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านจิตวิทยา และด้านการตลาดบริการ (7Ps) จำนวน 26 ข้อ ซึ่งในแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จำนวน 1 ข้อ

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษา ค้นคว้าผลงานทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการวิจัย
2. ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามสำหรับใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งได้จากการประยุกต์แนวคิด ทฤษฎีบทความวิชาการและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำเร็จแล้วเสนอที่ปรึกษาการวิจัยเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม

4. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าวกลับไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ของข้อคำถามแต่ละข้อ โดยดำเนินการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.91 ซึ่งเกณฑ์ที่กำหนดไว้ก็คือ 0.60 ขึ้นไป (วรณิ แกมเกตุ, 2555)

5. ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญดังกล่าว มาปรับปรุงแก้ไขให้ได้เนื้อหาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้น ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามกลับไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง

6. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้ไปทดลองใช้ (try – out) กับนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 30 คน

7. เมื่อทดลองใช้แล้ว จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวนี้กลับมาเพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) วิธีของคอนบราค (Cronbach, 1990) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.869

8. ผู้วิจัยดำเนินการจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นขั้นตอน โดยเริ่มจากการเตรียมแบบสอบถาม จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวันเวลาที่กำหนด ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูล หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับสถิติเชิงพรรณนา นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในแบบสอบถามตอนที่ 1 และ ตอนที่ 2 ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ระดับของคะแนนนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดระดับคะแนนค่าเฉลี่ยโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับสถิติเชิงอนุมานที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม (t-test : Independent) และ ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (one-way ANOVA หรือ F-test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 อาชีพบิดา-มารดา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม/เกษตรกร จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 รายได้ครอบครัว ส่วนใหญ่มีรายได้ ระหว่าง 9,001 - 15,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 ผลการเรียนเฉลี่ยสะสม (GPAX ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6) ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2.51 - 3.00 จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 42.93 คณะวิชาที่ศึกษาในปัจจุบัน ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจ/คณะการจัดการ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.70 (S.D. = 1.065) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ภาพรวมของผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			อันดับ
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	
1. ปัจจัยด้านสังคม	3.09	0.63	ปานกลาง	4
2. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม	3.70	1.06	มาก	3
3. ปัจจัยด้านจิตวิทยา	3.96	0.57	มาก	1
4. ปัจจัยด้านการตลาด	3.82	0.97	มาก	2
รวม	3.70	1.065	มาก	

จากตารางที่ 1 แสดงของผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย = 3.70 (S.D. = 1.065) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านจิตวิทยา รองลงมา คือ ด้านการตลาด ด้านวัฒนธรรม และด้านสังคม ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด คือ คาดหวังว่าจะประกอบอาชีพที่มีเกียรติ สร้างความภูมิใจต่อตนเองและครอบครัว ค่าเฉลี่ย = 4.55 (S.D. = 0.729) รองลงมา คือ ตัดสินใจเพราะจะนำความรู้ที่ได้กลับมาประกอบอาชีพในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.27 (S.D. = 0.887) ตัดสินใจตามความต้องการของตนเองที่ตั้งไว้ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.17 (S.D. = 0.950) และ สามารถกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาจากกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาหรือ กอว. ได้ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.09 (S.D. = 0.998) ตามลำดับ

2.1) ผลการศึกษาปัจจัยด้านสังคม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย = 3.09 (S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ตัดสินใจเพราะเป็นความต้องการของ พ่อ แม่ ผู้ปกครอง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.75 (S.D. = 0.97) รองลงมาคือ ตัดสินใจเพราะ ต้องการการยอมรับจากสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย = 3.43 (S.D. = 1.00) และ ตัดสินใจเพราะ ต้องการมีสังคมใหม่ เพื่อนใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย = 3.04 (S.D. = 1.06) ตามลำดับ

2.2) ผลการศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.70 (S.D. = 1.06) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ตัดสินใจเพราะจะนำ

ความรู้ที่ได้กลับมาประกอบอาชีพในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.75 (S.D. = 0.97) รองลงมาคือ ตัดสินใจเพราะสถาบันไม่เข้มงวด การรับน้องอบอุ่น ไม่รุนแรง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย = 3.36 (S.D. = 1.09) และ ตัดสินใจเพราะ คนส่วนใหญ่มีความนิยมในสถาบันแห่งนี้ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย = 3.03 (S.D. = 0.95) ตามลำดับ

2.3) ผลการศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.96 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ คาดหวังว่าจะประกอบอาชีพที่มีเกียรติ สร้างความภูมิใจต่อตนเองและครอบครัว อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.55 (S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ตัดสินใจตามความต้องการของตนเองที่ตั้งไว้ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.17 (S.D. = 0.95) และ ต้องการเข้าเรียนในสถาบัน อุดมศึกษาที่มีโอกาสได้รับการคัดเลือกแน่นอน มีโอกาสสำเร็จการศึกษาแน่นอน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.81 (S.D. = 0.96) ตามลำดับ

2.4) ผลการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.82 (S.D. = 0.97) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ สามารถกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาหรือ กรอ. ได้ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.09 (S.D. = 0.99) รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.99 (S.D. = 0.92) ขั้นตอนการรับสมัคร การสอบ การประกาศผล เข้าศึกษาต่อ รวดเร็ว ชัดเจน ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.97 (S.D. = 0.85) มีการให้ส่วนลด หรือ การผ่อนชำระค่าเทอมได้ และมีช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูลที่หลากหลายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย = 3.96 (S.D. = 0.82 และ 1.02) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สรุปได้ดังนี้

1) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่า ค่า $t = 1.179$ และ ค่า P-Value = 0.239 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศชายและเพศหญิงที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ไม่แตกต่างกัน

2) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพของบิดา-มารดา/ผู้ปกครอง พบว่า ค่า $F = 2.131$ และ ค่า P-Value = 0.061 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของบิดา-มารดา/ผู้ปกครองที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ไม่แตกต่างกัน

3) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ครอบครัว พบว่า ค่า $t = 2.446$ และ ค่า P-Value = 0.034 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 สรุปได้ว่า รายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD สรุปได้ว่า รายได้ไม่เกิน 9,000 บาท รายได้ 9,001-15,000 บาท รายได้ 20,001-25,000 บาท และ รายได้ 25,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลการเรียนเฉลี่ยสะสม พบว่า ค่า $F = 1.741$ และ ค่า P-Value = 0.158 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์/อักษรศาสตร์/ศิลปศาสตร์ คณะครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ/การจัดการ คณะสาธารณสุขศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์/รัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ และอื่น ๆ (คณะสหเวชศาสตร์) มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคณะวิชาที่ศึกษาในปัจจุบัน พบว่า ค่า $F = 2.569$ และ ค่า $P\text{-Value} = 0.002$ ซึ่งต่ำกว่า 0.05 สรุปได้ว่า คณะวิชาที่ศึกษาที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD สรุปได้ว่า คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์/อักษรศาสตร์/ศิลปศาสตร์ คณะครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ/การจัดการ คณะสาธารณสุขศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์/รัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ และอื่น ๆ (คณะสหเวชศาสตร์) มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านจิตวิทยา และ ด้านการตลาด ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์สรุปได้ ดังนี้

1.1 ด้านสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ตัดสินใจเพราะเป็นความต้องการของ พ่อ แม่ ผู้ปกครอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยทางสังคมเกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิงโดยตรง ครอบครัว บิดามารดาหรือผู้ปกครอง คือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลในการให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา มีอิทธิพลต่อกระบวนการความคิดและการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีด้วยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวัฒน์ อินทวิ (2564) ซึ่งพบว่า ตัดสินใจเรียนเพราะบิดา มารดาหรือผู้ปกครองต้องการให้ศึกษา รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเพราะ ต้องการการยอมรับจากสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทวัส เหล่ามะลอ (2562) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านสังคมมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สำคัญคือ การได้รับการยอมรับจากสังคม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสามารถเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีได้นั้น จะได้รับการยอมรับจากสังคมในความรู้ความสามารถ มีโอกาสได้ประกอบอาชีพที่มีเกียรติ มีเงินเดือน มีอนาคตที่ดี และผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเพราะต้องการมีสังคมใหม่ เพื่อนใหม่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม มนุษย์จะอยู่ไม่ได้ถ้าขาดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การแสวงหาสังคมใหม่ เพื่อนใหม่ ลำดับขั้นนี้จะเกี่ยวข้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity) จึงทำให้มนุษย์ต้องแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ในการซื้อสินค้าหรือบริการลูกค้าที่ได้รับการตอบสนองทางด้านกายภาพและความปลอดภัยแล้ว จะแสวงหาความต้องการทางสังคม สินค้าหรือบริการที่แสวงหาจะเป็นเพื่อสังคม ดังที่กล่าวในทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤนาฏ สุวรรณ และภุชณิศา เดชเถลิง (2559) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมากที่สุด คือ ต้องการสังคมใหม่ ๆ ในระดับอุดมศึกษา เช่น เพื่อนใหม่

1.2 ด้านวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ตัดสินใจเพราะจะนำความรู้ที่ได้กลับมาประกอบอาชีพในท้องถิ่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บุคคลในสังคมเดียวกันได้รับการถ่ายทอด หล่อหลอม สืบสอนจากครอบครัวและสภาพแวดล้อม (Bourdieu, 1986 อ้างถึงใน ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2564) ปัจจัยทางวัฒนธรรมเป็นความรู้ความเข้าใจต่อการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันตามการรับรู้การเรียนรู้และการสั่งสอนโดยครอบครัว เพื่อนและโรงเรียน ดังเช่น ปัจจุบันนักศึกษาจบใหม่มีค่านิยมและมีความต้องการประกอบอาชีพในท้องถิ่นหรือพื้นที่ใกล้บ้านเกิดมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพา ไทยพิทักษ์ (2560) ซึ่งพบว่า นักเรียนมีความตั้งใจในการศึกษาต่อเพื่อไปประกอบ

อาชีพเมื่อจบการศึกษาในระดับ ปวช. ซึ่งเป็นการวางอนาคตไว้ล่วงหน้าในการเข้าสู่ตลาดแรงงานก่อนจบปริญญาตรี รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเพราะสถาบันไม่เข้มงวด การรับน้องอบอุ่น ไม่รุนแรง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤนาฏ สุวรรณ และภุชณิศา เดชเอกริง (2559) ซึ่งพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ที่นักศึกษาให้ความสำคัญระดับมาก คือ สถานที่ใกล้ห้างสรรพสินค้า การเดินทางสะดวก รองลงมาคือการรับน้องไม่เข้มงวด ไม่รุนแรง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพยายามลด ละ เลิก วัฒนธรรมที่ไม่ดีในการต้อนรับน้องใหม่เพื่อป้องกันอันตรายและเหตุไม่คาดฝันที่อาจจะเกิดขึ้นกับตัวนักศึกษาเองดังเช่นที่เป็นข่าวอยู่ในปัจจุบัน และ ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเพราะ คนส่วนใหญ่มีความนิยมในสถาบันแห่งนี้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ค่านิยมของบุคคลจะแฝงอยู่ภายใน ความคิด อารมณ์ ความรู้สึกและเจตคติ ความเชื่อต่อสิ่งต่าง ๆ ของบุคคลในสังคมที่เห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า ควรแก่การประพฤติปฏิบัติตามแบบกันมา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตัวเองและสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ลำดับที่สาม ด้านเหตุผลส่วนตัว คือ เพื่อนส่วนใหญ่มีความนิยมในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านจิตวิทยา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ คาดหวังว่าจะประกอบอาชีพที่มีเกียรติ สร้างความภูมิใจต่อตนเองและครอบครัว รองลงมาคือ ตัดสินใจตามความต้องการของตนเองที่ตั้งไว้ และ ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเพราะต้องการเข้าเรียนในสถาบัน อุดมศึกษาที่มีโอกาสได้รับการคัดเลือกแน่นอน มีโอกาสสำเร็จการศึกษาแน่นอน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ ความท้าทายที่เกิดกับภาคการศึกษาไทยในปัจจุบันมาจากการแข่งขันที่สูงขึ้นจากสถาบันการศึกษาที่มีจำนวนมากกว่าอัตราการเกิดที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอนให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียน มีความรู้ ความสามารถ จะต้องปรับหลักสูตรให้ทันสมัย ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และทักษะที่ตรงกับความต้องการของตลาด สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยของผู้เรียนด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ ชัตติวงศ์ และพุมิตร จิรายุส (2561) ซึ่งพบว่า นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเพราะมีคณะให้เลือกตรงกับความต้องการของนักศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤนาฏ สุวรรณ และภุชณิศา เดชเอกริง (2559) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านจิตวิทยา นักศึกษาให้ความสำคัญในด้านการเข้าเรียนในสถานศึกษาที่มีโอกาสได้เข้าศึกษาแน่นอน

1.4 ด้านการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ สามารถกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาหรือ กรอ. ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤนาฏ สุวรรณ และภุชณิศา เดชเอกริง (2559) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับความสำคัญมาก คือ มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาที่ผูกกับรายได้ในอนาคต และ สอดคล้องกับ ชัยวัฒน์ ชัตติวงศ์ และ พุมิตร จิรายุส (2561) ที่พบว่า ปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาดด้านการบริการ นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ คือ มหาวิทยาลัยมีกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรายได้ครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 9,001 - 15,000 บาท รองลงมาไม่เกิน 9,000 บาท กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาสามารถตอบโจทย์และแก้ไขปัญหาให้แก่นักเรียนหรือนักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์เพื่อเป็นค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา และค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการครองชีพระหว่างศึกษา จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นให้นักเรียนนักศึกษาให้ความสำคัญต่อการมีบริการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา หรือ กรอ. รองลงมาคือ หลักสูตรที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นรินาถ เสนาจันทร์ และคณะ (2562) ซึ่งพบว่า ตัวชี้วัดที่สำคัญโดยเรียงลำดับความสำคัญ ลำดับที่สอง คือ บัณฑิตที่จบการศึกษาเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถาบันการศึกษามีความสำคัญและเชื่อมโยงกับ

ศักยภาพของกำลังคนและการแข่งขันของประเทศ การปรับปรุงคุณภาพหลักสูตรเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถ และทักษะที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานและสถานประกอบการ จึงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อด้วย และ ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเพราะขั้นตอนการรับสมัคร การสอบ การประกาศผล เข้าศึกษาต่อ รวดเร็ว ชัดเจน ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกระบวนการ ขั้นตอน ระเบียบวิธีการและการปฏิบัติงานในการบริการที่ชัดเจน ถูกต้อง รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ส่งผลโดยตรงต่อนักศึกษาที่มาสมัครเรียนให้เกิดความประทับใจและเป็นปัจจัยกระตุ้นการตัดสินใจในกรณีที่นักศึกษาสมัครเรียนต่อมากกว่า 1 แห่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤนาถ สุวรรณ และ ภูษณิศรา เดชเอกรัง (2559) โดยพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนในการรับสมัครสะดวก รวดเร็ว เอกสารที่ใช้ในการรับสมัครเข้าใจง่าย ขั้นตอนการลงทะเบียนไม่ยุ่งยาก นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดหรือการผ่อนชำระค่าเทอมได้ และมีช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูลที่หลากหลาย อยู่ในระดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นการศึกษาในระดับที่สูงกว่าการศึกษาขั้นพื้นฐานตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ซึ่งไม่ได้เป็นไปตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปี ของรัฐบาล และสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนมีค่าใช้จ่ายในการศึกษาสูงกว่าภาครัฐบาล การยืดหยุ่นผ่อนชำระค่าเทอมจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษามาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัฒน์ อินทวิ (2564) ซึ่งพบว่า การตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร อันดับที่สอง คือ มีการผ่อนผันค่าใช้จ่ายได้ และสอดคล้องกับ นีรนารถ เสนาจันทร์ และคณะ (2562) ที่พบว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ค่าเทอม ค่าบำรุงมีความเหมาะสมกับหลักสูตร มีการผ่อนชำระค่าเรียน และมีทุนการศึกษาให้นักศึกษาต่างชาติ

2. จากผลการเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและอภิปรายผล ดังนี้

2.1 เพศ อาชีพของบิดา-มารดา/ผู้ปกครอง และผลการเรียนเฉลี่ยสะสมที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนนักศึกษาทุกเพศ ที่มีบิดา-มารดา/ผู้ปกครองทำงานทุกอาชีพ และผลการเรียนเฉลี่ยสะสมทุกระดับ มีความต้องการที่จะศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมให้กับตนเองในระดับที่สูงขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง มีความมุ่งมั่นที่จะนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ เพื่อความก้าวหน้าชีวิต และเพิ่มรายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ช่วยประครอง (2562) ได้ศึกษาการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งพบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

2.2 รายได้ครอบครัวและคณะวิชาที่ศึกษาที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนนักศึกษามีความเห็นว่ารายได้ของครอบครัวมีผลต่อการเลือกสถานที่ศึกษาต่อและคณะวิชาที่ศึกษา กล่าวคือนักเรียนนักศึกษาที่มีรายได้น้อยจะเลือกเรียนต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงเกินไป ในขณะที่นักเรียนนักศึกษาที่มีรายได้ครอบครัวที่ดีมีฐานะจะสามารถเลือกเรียนในคณะวิชาและสถาบันที่มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญญา กัลยาเรือน และคณะ (2565) ที่พบว่า ผลการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมต่อเดือนของครอบครัวแตกต่างกัน มีแนวโน้มในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยเทคนิคสกลนคร สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

1) จากผลวิจัยด้านสังคมที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเพราะเป็นความต้องการของพ่อแม่ ผู้ปกครอง ต้องการการยอมรับจากสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง และต้องการมีสังคมใหม่ เพื่อนใหม่นั้น สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรมีการจัดกิจกรรมที่มีประโยชน์เปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษา พ่อแม่ ผู้ปกครอง และผู้ที่สนใจได้มีส่วนร่วมกับสถาบัน เช่น กิจกรรมวิชาการ กิจกรรมเปิดบ้าน Open House ทำความร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจัดการแข่งขันกีฬาภายในและภายนอก กิจกรรมเหล่านี้นอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์แล้วยังเป็นตัวช่วยสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ที่ดีให้กับพ่อแม่ ผู้ปกครอง ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่ฝันไว้ด้วย

2) จากผลวิจัยด้านวัฒนธรรมที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเพราะจะนำความรู้ที่ได้กลับมาประกอบอาชีพในท้องถิ่นและตัดสินใจเพราะสถาบันไม่เข้มงวด การรับน้องอบอุ่น ไม่รุนแรง นั้น นับเป็นข้อดีและจุดเด่นของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเปิดโอกาสทางการศึกษาให้กับนักเรียนนักศึกษาได้มีโอกาสเข้ารับการศึกษาย่างเท่าเทียม มีความยืดหยุ่น ไม่เข้มงวดมากนักและมีคุณภาพเทียบเท่าสถาบันของรัฐ เพราะวัฒนธรรมท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือแทบทุกครอบครัวมักส่งเสริมให้บุตรหลานเข้ารับการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพื่อนำความรู้ความสามารถที่ได้ไปประกอบอาชีพในท้องถิ่นให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจึงควรพัฒนาหลักสูตรให้หลากหลายรวมถึงหลักสูตรพิเศษและหลักสูตรระยะสั้น เปิดโอกาสทางการศึกษาสู่ท้องถิ่น การบริการทางวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมควบคู่กับการส่งเสริมกิจกรรมรับน้องสร้างสรรค์ สร้างความอบอุ่นเป็นกันเองให้กับนักศึกษาและรุ่นพี่ ซึ่งอาจส่งผลต่ออัตราการคงอยู่ของนักศึกษาให้สูงขึ้นตามไปด้วย

3) จากผลวิจัยด้านจิตวิทยาที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเพราะคาดหวังว่าจะประกอบอาชีพที่มีเกียรติ สร้างความภูมิใจต่อตนเองและครอบครัว รองลงมาคือตัดสินใจตามความต้องการของตนเองที่ตั้งไว้ และต้องการเข้าเรียนในสถาบันอุดมศึกษาที่มีโอกาสได้รับการคัดเลือกแน่นอน มีโอกาสสำเร็จการศึกษาแน่นอน สิ่งเหล่านี้คือความคาดหวังของนักศึกษาที่ตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแต่ความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นเมื่อได้เข้ามาศึกษาในสถาบันนั้นแล้ว ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรจัดทำแผนการพัฒนาสถาบันอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม รวมถึงการปรับสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับการเป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทำให้นักศึกษาเกิดความภาคภูมิใจต่อสถาบันที่ศึกษาอยู่

4) จากผลวิจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7P มีข้อเสนอแนะดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรจัดทำแผนพัฒนาสถาบันและพัฒนาหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพหลักสูตรให้มีมาตรฐานได้รับการรับรองจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมผ่านการประเมินคุณภาพตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา และองค์กรสภาวิชาชีพต่าง ๆ

- ราคา สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรพิจารณาค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรให้มีความเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป มีการให้ทุนนักศึกษาที่เรียนดีสร้างชื่อเสียงแก่สถาบันแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์

- สถานที่ แม้จะเป็นปัจจัยที่แก้ไขได้ยากเพราะอาจไม่สามารถย้ายสถานที่ตั้งสถาบันไปยังจุดที่เหมาะสมได้ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรพัฒนาปรับปรุงอาคารสถานที่ให้เหมาะสมและน่าอยู่ สนับสนุนการเดินทาง เช่น มีรถรับส่งมายังสถาบัน เป็นต้น

- การส่งเสริมการตลาด จากที่กล่าวมาในหลายปัจจัยผู้วิจัยมองว่าการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรพัฒนาปรับปรุงสถาบันให้มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่การยอมรับจากสังคมและสถานประกอบการ เท่าเทียมหรือมากกว่าการศึกษาจากสถาบันของรัฐ ประชาสัมพันธ์จุดเด่นของสถาบันให้นักเรียน พ่อแม่ และผู้ปกครองในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การแนะนำ กิจกรรมเปิดบ้าน นัดพบแรงงาน แผ่นป้ายโฆษณา และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นการตัดสินใจให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- อาจารย์และบุคลากร สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรเร่งพัฒนาบุคลากรที่สำคัญ คือ การพัฒนาอาจารย์ให้มีคุณภาพ มีการพิจารณาประเมินการสอนของอาจารย์ทุกท่านอย่างเข้มงวด ทำให้ผู้ที่มาศึกษามีความเชื่อมั่นต่อสถาบันและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถาบันอุดมศึกษา

- กระบวนการ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรมีกระบวนการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ One Stop Service มีการนำงานที่ให้บริการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษา มารวมให้บริการอยู่ในสถานที่เดียวกัน รวดเร็ว ถูกต้อง ชัดเจน ไม่ยุ่งยาก ในลักษณะที่ส่งต่องานระหว่างกันทันที

- กายภาพแวดล้อม สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรปรับปรุงบำรุงรักษาสภาพแวดล้อม ศักยภาพรอบสถาบันให้สวยงามสะอาดตาอยู่เสมอ รวมถึงการปรับปรุงซ่อมแซมทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ทรัพยากรห้องสมุด คอมพิวเตอร์ เครื่องฉาย แอร์ โต๊ะ เก้าอี้ จุดบริการถ่ายเอกสาร เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภูมิภาคอื่น ซึ่งอาจจะทำให้ค้นพบที่เหมือนหรือแตกต่างหรือข้อจำกัดอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนนักศึกษาในยุคเทคโนโลยีที่จำนวนประชากรลดลงทั่วโลก

2) ควรมีการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในระดับจังหวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลการวิจัยที่มีความละเอียดมากขึ้น เกิดประโยชน์ต่อสถาบันและนักศึกษามากขึ้น

3) ควรมีการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพ่อแม่ผู้ปกครอง เนื่องจากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มดังกล่าวมีความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนนักศึกษาโดยตรง

4) ควรนำข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ไปต่อยอดการวิจัยในเชิงคุณภาพว่าสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันกับภาครัฐได้หรือไม่ มากน้อยเท่าไร เป็นไปตามความคาดหวังของนักศึกษาต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหรือไม่ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณผู้บริหาร คณาจารย์ และบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทุกท่าน ที่ได้กรุณาประสานงานและติดตามนักศึกษาในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณท่านอธิการบดี ท่านรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ และท่านรองอธิการบดีฝ่ายบริหารวิทยาลัยนครราชสีมาที่ให้การสนับสนุนมอบทุนในการศึกษาวิจัย ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาที่ให้กำเนิดและอบรมสั่งสอนให้เป็นคนดี มองโลกในแง่ดี และมีจิตใจใฝ่เรียนรู้อยู่เสมอ ขอขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่มีมอบความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ขอขอบคุณผู้บังคับบัญชา และขอบคุณเพื่อนร่วมงาน รวมถึงบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่ช่วยเป็นกำลังใจที่ดีให้การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.). (2564). บริการสถาบันอุดมศึกษา. สืบค้น 8 มกราคม 2567, จาก <https://www.mhesi.go.th/index.php/service/higher-education.html>
- ชัยวัฒน์ ชัตติวงศ์ และพุมิธร จิรายุส. (2561). ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(3), 382-396.
- ณัชชา สุวรรณวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560 (รายงานผลการวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ธนพัฒน์ อินทวิ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 5(1), 1-14.
- นฤนาถ สุวรรณ และภูษณิศา เดชเถลิง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นිරนาท เสนาจันทร์, ภัทรภร กิณีพันธ์, นงนุช ไชยผาสุข, สัมฤทธิ์ ศิริคะเนรัตน์, ดาภาณันดา อรัญมาลา และ มาลีรัตน์ สามีว. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาให้กับบุตรหลาน ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 13(2), 92-102.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562. (1 พฤษภาคม 2562). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136 ตอนที่ 57 ก, หน้า 54.
- ยุพา ไทยพิทักษ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาสาธิตบริหารธุรกิจหนองจอก กรุงเทพมหานคร (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยอาชีวศึกษาสาธิตบริหารธุรกิจ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- วรรณณี แกมเกตุ. (2555). *วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรารณณ์ ช่วยประคอง. (2562). *การตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา* (รายงานผลการวิจัย). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิทวัส เหล่ามละอ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS (รายงานผลการวิจัย). ขอนแก่น: สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2564). *หลักการตลาด: Principles of Marketing*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ท็อป.
- สิริกานดา กองโชค. (2564). *ทิศทางการศึกษาไทยกับความเปลี่ยนแปลงของโลก*. กรุงเทพฯ: สำนักเจรจาการค้า บริการและการลงทุน.
- สุริยา ฆ้องเสนาะ. (2560). *การจัดการศึกษาเด็กเล็กให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560*. สืบค้น 30 มกราคม 2567, จาก https://old.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=42029&filename=house2558
- อัญชนา กัลยาเรือน, นิรมล พลแพงขัว และขวัญธิดา หลานเศรษฐา. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยเทคนิคสกลนคร สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 13*. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

Cochran, W. G. (1997). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harpers and Row.