

การแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Cluster Analysis of Students According to Factors of Decision Making
to Study at Nakhon Ratchasima Rajabhat University

ชมพิชาน์ เคนบ้านเป้า¹ ณัฏฐริยา ภูโพธิ์^{1*}
อาจารย์อนุชิต กล้าไพร่² และดร.พัชณา สุวรรณแสน²
Chompicha Kenbanpao Natthariya Phupho
Anuchit Klapairee and Patchana Suwannasaen

รับบทความ 18 เมษายน 2564/ ปรับแก้ไข 8 กันยายน 2564/ ตอรับบทความ 10 ตุลาคม 2564

Received: April 18, 2021/ Revised: September 8, 2021/ Accepted: October 10, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาและแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ปีการศึกษา 2562 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 343 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และการวิเคราะห์แบ่งกลุ่ม (Cluster Analysis)

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยภาพรวม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรมีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ($\bar{X} = 4.02$) ส่วนปัจจัยด้านบุคคล มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด ($\bar{X} = 3.67$)

ผลการศึกษาการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สามารถแบ่งกลุ่มนักศึกษาได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มยึดติดกับบุคคล กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มมุ่งเน้นค่าใช้จ่าย และกลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ การวิเคราะห์แบ่งกลุ่ม

¹ นักศึกษาสาขาวิชาสถิติประยุกต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เลขที่ 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

¹ Students in Applied Statistics Program, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, 340 Suranarai Road, Nai Mueang, Mueang, Nakhon Ratchasima 30000, Thailand

² อาจารย์สาขาวิชาสถิติประยุกต์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เลขที่ 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

² Lecturer in Bachelor of Science, Applied Statistics Program, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, 340 Suranarai Road, Nai Mueang, Mueang, Nakhon Ratchasima 30000, Thailand

* Corresponding author: natthariya_ke@hotmail.com

Abstract

In this research, future students were divided into groups according to factors affecting their decision to study at Nakhon Ratchasima Rajabhat University. The objectives of this study were to study the factors affecting students' admission decision and to categorize students according to factors affecting the decision of admission Nakhon Ratchasima Rajabhat University. The sample groups used in this research are 343 of the first-year students, Bachelor's degree in regular semester, academic year 2019, Nakhon Ratchasima Rajabhat University. The statistics used for data analysis were Descriptive statistics and Cluster Analysis.

Results showed that overall, the factors affecting the decision to study further were at a high level ($\bar{X} = 3.94$). In the individual factors, it was found that Course factors had the highest level of decision-making ($\bar{X} = 4.07$), followed by the factor of location ($\bar{X} = 4.02$). Furthermore, the personal factors got the lowest level of decision-making ($\bar{X} = 3.67$).

From the results of this study, the grouping of students according to factors affecting the decision to study at Nakhon Ratchasima Rajabhat University can be divided into 3 groups: the attached, the cost-oriented and the public relations group.

Keywords : Decision Making to Study, Cluster Analysis.

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ถือเป็นแผนแม่บทหลักในการพัฒนาประเทศที่มีหลักการสำคัญคือ “ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับคนไทย พัฒนาค้นให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์ มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติที่ดี รับผิดชอบ ต่อสังคม มีคุณธรรมและจริยธรรมซึ่งเป็นรากฐานของความเจริญก้าวหน้าของประเทศทั้งในปัจจุบันและอนาคต การพัฒนาประเทศนั้นประกอบด้วยหลายส่วนที่จะทำให้ประเทศเจริญก้าวหน้า แต่ส่วนที่สำคัญที่สุดคือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (อนง ณะชัยวงศ์, 2553) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการดำเนินงานที่ส่งเสริมให้บุคลากรเพิ่มความรู้และทักษะ มีพฤติกรรมการทำงานที่เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการพัฒนาองค์กรไปจนถึงการพัฒนาประเทศและโลกใบนี้ การที่จะสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพขึ้นมาในสังคมได้นั้น หนึ่งในปัจจัยสำคัญก็คือ การศึกษา (Education) การศึกษานอกจากจะทำให้มนุษย์เกิดความรู้และพัฒนาตนได้แล้ว สิ่งนี้ยังสามารถเป็นตัวกำหนดทิศทางของประเทศ ถ้ามีการส่งเสริมการศึกษาที่ถูกทิศทาง ตลอดจนวางแผนการผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ ย่อมทำให้ประเทศมีต้นทุนที่เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพในการร่วมกันสร้างประเทศให้ก้าวหน้า

การศึกษาเป็นการพัฒนาคนให้มีความรู้ มีคุณธรรม และจริยธรรม สามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้ และดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข การพัฒนาการศึกษาของประเทศจะประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องวางแผนและดำเนินการเชิงรุกพร้อมด้วย นั้นหมายความว่า การให้ความสำคัญกับการคาดการณ์แนวโน้มอนาคตทางการศึกษาเพื่อนำมาใช้ประกอบการจัดการเรียนการสอนให้ได้สอดคล้องตามสภาพการเปลี่ยนแปลงหลักเสี่ยงอุปสรรคปัญหา และใช้ประโยชน์สูงสุดจากแนวโน้มอนาคตที่จะมาถึง ซึ่งในปัจจุบันแนวโน้มทางการศึกษาได้ถูกพัฒนาขึ้นมา ซึ่งจะเป็นกระแสทำให้ผู้ปกครอง นักเรียน เกิดความกระตือรือร้น พยายามหาทางศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อพัฒนาตนเองให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ นำไปสู่การแข่งขันในช่วงชีวิตวัยทำงานการเลือกงาน อาชีพ ตำแหน่งที่เหมาะสม รายได้ที่เพิ่มขึ้น ตลอดจน เป็นที่ยอมรับจากเพื่อนฝูง ชุมชนและสังคม (ฉัตรชัย อินทรสังข์, 2552)

ในการจัดการการศึกษาระดับอุดมศึกษา เน้นการศึกษาเพื่อพัฒนาสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นมนุษย์ ความก้าวหน้า การแสวงหาความคิดใหม่เพื่อสร้างสรรค์ความเป็นเลิศทางวิชาการ อันจะนำไปสู่เป้าหมายที่สูงยิ่งของสังคม โดยผู้เรียนมีโอกาสที่จะเลือกเรียนในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน กระบวนการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของรัฐต้องมีการสอบคัดเลือกและเลือกคณะหรือสาขาวิชาที่ตนเองต้องการ ปัจจุบันสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้นกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประชาชนจึงมีโอกาสเลือกสาขาวิชาและเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่เหมาะสมกับความต้องการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีเป้าหมายเพื่อเป็นมหาวิทยาลัยของปวงชนที่เน้นคุณภาพการผลิตบัณฑิตและการวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ ตามวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำการศึกษา เพื่อพัฒนาท้องถิ่น สู่ความยั่งยืน และสืบสานศิลปวัฒนธรรมของชาติและสร้างสรรค์คุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นก้าวไกลสู่สากล” ปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีทั้งหมด 6 คณะ ได้แก่ คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะวิทยาการจัดการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และคณะสาธารณสุขศาสตร์ ทั้งนี้จากการการศึกษาข้อมูลจำนวนนักศึกษาภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 ย้อนหลัง 4 ปี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา พบว่าปีการศึกษา 2559 มีจำนวนนักศึกษา 3,843 คน ปีการศึกษา 2560 มีจำนวนนักศึกษา 3,557 คน ปีการศึกษา 2561 มีจำนวนนักศึกษา 3,449 คน และปีการศึกษา 2562 มีจำนวนนักศึกษา 3,235 คน ซึ่งเปรียบเทียบจำนวนนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ย้อนหลัง 4 ปี จะพบว่า จำนวนนักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 2562)

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสารข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์การ สถาบันกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อหวังผลในความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมที่ดีต่อหน่วยงาน อีกทั้งยังเป็นการปูพื้นฐานด้านค่านิยม ทัศนคติที่ดี และความรู้สึกที่ดีในการรับรู้ข่าวสาร ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงกระตุ้น แรงจูงใจและความต้องการในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา (วชิระ ชินหนองจอก, 2552)

การแบ่งกลุ่มนักศึกษาทำให้สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายการเข้าประชาสัมพันธ์ได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย เพราะถ้าหากประชาสัมพันธ์ออกไปโดยที่ยังไม่รู้ว่าการจะสื่อสารกับใคร ต้องการกระตุ้นความสนใจจากใคร หรือต้องการเสียงตอบรับจากใครก็จะนำมาซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ได้ผล แต่ถ้าหากมีการวางแผนและกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนก่อนที่จะมีการประชาสัมพันธ์ให้ตรงจุด ก็จะนำมาซึ่งการกระจายข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์แบ่งกลุ่ม (Cluster Analysis) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้จำแนกหรือแบ่งกลุ่มหน่วยข้อมูล (เช่น คน สัตว์ สิ่งของ องค์กร ฯลฯ เรียกว่า Case) ออกเป็นกลุ่ม (Cluster) ย่อย ๆ ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป Case ที่อยู่กลุ่มเดียวกันจะมีลักษณะที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน ส่วน Case ที่อยู่ต่างกลุ่มกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มจะแบ่งตามวิธีการสร้างกลุ่มตัวแปรและกลุ่มของสมาชิก (Case) ซึ่งมีหลายวิธี แต่ที่นิยมใช้มี 2 วิธี ได้แก่ วิธีการแบ่งกลุ่มเชิงชั้น (Hierarchical cluster analysis) และวิธีการของค่าเฉลี่ยของกลุ่มสมาชิก (K-mean) ซึ่งวิธีการของค่าเฉลี่ยของกลุ่มสมาชิก (K-mean) มีข้อดีเมื่อจำนวนข้อมูลมีจำนวนมาก วิธีการของค่าเฉลี่ยของกลุ่มสมาชิก (K-mean) อาจจะได้คำตอบได้เร็วกว่าการแบ่งกลุ่มแบบ Hierarchical (ถ้าจำนวนกลุ่มน้อย) และขั้นตอนการหาค่าเฉลี่ยแบบค่าเฉลี่ยของกลุ่มสมาชิก (K-mean) อาจจะได้กลุ่มที่หนาแน่นกว่าการแบ่งกลุ่มแบบ Hierarchical โดยเฉพาะถ้ากลุ่มเป็นวงกลม

ดังนั้นวิธีการของค่าเฉลี่ยของกลุ่มสมาชิก (K-mean) จึงมีความเหมาะสมในการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มากกว่าวิธีการแบ่งกลุ่มเชิงชั้น (Hierarchical cluster analysis)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อนำไปวางแผนการเข้าไปประชาสัมพันธ์ได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ที่เข้ามาศึกษาหรือผู้ที่มีความต้องการจะศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประจำปีการศึกษา 2562 จำนวน 3,235 คน ได้แก่ คณะครุศาสตร์ จำนวน 774 คน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 795 คน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 432 คน คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 999 คน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 151 คน และคณะสาธารณสุขศาสตร์ จำนวน 84 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปีการศึกษา 2562 ภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 จำนวน 343 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างใน ธีรวิทย์เอกกุล, 2543) และทำการสุ่มตามระดับชั้นอย่างไม่เป็นสัดส่วน (Non-Proportional stratified random sampling) ทำให้ได้คณะครุศาสตร์ จำนวน 73 คน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 75 คน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 41 คน คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 94 คน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 30 คน และคณะสาธารณสุขศาสตร์ จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ คณะ ภูมิภาค ผู้ปกครองหลัก อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนผู้ปกครอง และสถานภาพบิดามารดา โดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบและเป็นคำถามปลายปิด มีจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย 2) ด้านสถานที่ 3) ด้านหลักสูตร 4) ด้านประชาสัมพันธ์ 5) ด้านค่าใช้จ่าย และ 6) ด้านบุคคล มีจำนวน 34 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นคำถามในลักษณะปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติซึ่งมีวิธีการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา คณะ ผู้ปกครองหลัก อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนผู้ปกครอง และ สถานภาพบิดามารดา โดยใช้สถิติพรรณนา วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percent) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

2. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (อ้างใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, น. 75) ดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับน้อยที่สุด

3. การแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา วิเคราะห์แบ่งกลุ่ม (Cluster Analysis) แบบค่าเฉลี่ยของกลุ่มสมาชิก (K-Means) โดยกำหนดกลุ่มย่อยเป็น 3 กลุ่ม

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 343 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 91 คิดเป็นร้อยละ 26.50 เป็นนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 รองลงมาคือนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 75 คน คิดเป็น

ร้อยละ 21.90 มีภูมิลำเนาที่จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 70.30 รองลงมาคือ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20 ผู้ปกครองหลักเป็นมารดา จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 60.10 รองลงมาคือ บิดา จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 ผู้ปกครองประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป 112 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 รองลงมาคือ เกษตรกร จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 ผู้ปกครองที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 22.20 และสถานภาพบิดามารดาอยู่ด้วยกัน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 72.60 รองลงมาคือ แยกกันอยู่ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40

ตอนที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

2.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยภาพรวม ปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้าน พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรมีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ($\bar{X} = 4.02$) ส่วนปัจจัยด้านบุคคล มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด ($\bar{X} = 3.67$)

2.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คณาจารย์มีความรู้ความสามารถเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป มีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของสังคม ($\bar{X} = 4.07$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ มหาวิทยาลัยมีห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.75$)

2.3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปัจจัยด้านสถานที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มหาวิทยาลัยอยู่ใกล้แหล่งชุมชนมีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยมีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้ที่พักอาศัย ($\bar{X} = 4.21$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ มหาวิทยาลัยอยู่ห่างจากแหล่งอบายมุข ($\bar{X} = 3.69$)

2.4 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปัจจัยด้านหลักสูตรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า หลักสูตรที่เปิดสอนมีคุณภาพ มีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ หลักสูตรให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 4.11$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ หลักสูตรที่เปิดสอนมีความทันสมัย ($\bar{X} = 3.99$)

2.5 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การประชาสัมพันธ์จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัย มีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์จากสิ่งพิมพ์ของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.05$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์จากครูแนะแนว ($\bar{X} = 3.83$)

2.6 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มหาวิทยาลัยมีกองทุนกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา (กยศ. และ กรอ.) มีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยมีนโยบายการแบ่งจ่ายค่าบำรุงการศึกษา ($\bar{X} = 4.00$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ รายได้ของผู้ปกครอง ($\bar{X} = 3.73$)

2.7 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปัจจัยด้านบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การมีเพื่อนสนิทตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ มีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมาคือ อิทธิพลของผู้ปกครองในการแนะนำให้เลือกรเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ($\bar{X} = 3.76$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ การมีบุคคลที่ประทับใจ (Idol) เป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ($\bar{X} = 3.48$)

ตอนที่ 3 การศึกษาการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

จากการศึกษาการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่ม 1 กลุ่มยึดติดกับบุคคล มีจำนวน 58 คน โดยนักศึกษากลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดนครราชสีมา ศึกษาอยู่คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มารดาเป็นผู้ปกครองหลัก ผู้ปกครองประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้ 10,001-15,000 บาท สถานภาพบิดามารดาอยู่ด้วยกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสูงสุดของนักศึกษากลุ่มที่ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคคล ($Z = -0.88$) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ($Z = -1.26$) และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ($Z = -1.27$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

กลุ่ม 2 กลุ่มมุ่งเน้นค่าใช้จ่าย มีจำนวน 147 คน โดยนักศึกษากลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดนครราชสีมา ศึกษาอยู่คณะวิทยาการจัดการ มารดาเป็นผู้ปกครองหลัก ผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกร มีรายได้ 10,001-15,000 บาท สถานภาพบิดามารดาอยู่ด้วยกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสูงสุดของนักศึกษากลุ่มที่ 2 คือ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ($Z = -0.13$) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ($Z = -0.15$) และปัจจัยด้านหลักสูตร ($Z = -0.17$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

กลุ่ม 3 กลุ่มมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 138 คน โดยนักศึกษากลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดนครราชสีมา ศึกษาอยู่คณะวิทยาการจัดการ มารดาเป็นผู้ปกครองหลัก ผู้ปกครองประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้ 10,001-15,000 บาท สถานภาพบิดามารดาอยู่ด้วยกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสูงสุดของนักศึกษากลุ่มที่ 3 คือ ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ($Z = 0.80$) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านหลักสูตร ($Z = 0.78$) และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ($Z = 0.77$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางค่าเฉลี่ยมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของแต่ละกลุ่ม จำแนกตามรายด้าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ	กลุ่ม			F-test	Sig.
	1	2	3		
ด้านภาพลักษณ์	-1.27	-0.22	0.77	190.02*	0.00
ด้านสถานที่	-1.38	-0.15	0.74	211.60*	0.00
ด้านหลักสูตร	-1.44	-0.17	0.78	269.33*	0.00
ด้านประชาสัมพันธ์	-1.26	-0.26	0.80	241.55*	0.00
ด้านค่าใช้จ่าย	-1.32	-0.13	0.70	170.56*	0.00
ด้านบุคคล	-0.88	-0.32	0.71	102.53*	0.00

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 343 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 เป็นนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 มีภูมิลำเนาที่จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 70.30 ผู้ปกครองหลักเป็นมารดา จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 60.10 ผู้ปกครองประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 112 คน คิดเป็น ร้อยละ 32.70 ผู้ปกครองที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 และสถานภาพบิดามารดาอยู่ด้วยกัน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 72.60

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยด้านหลักสูตรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมากที่สุด

เมื่อพิจารณารายด้าน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในหัวข้อคณาจารย์มีความรู้ความสามารถ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป มีระดับการตัดสินใจสูงสุด ปัจจัยด้านสถานที่ โดยมหาวิทยาลัยอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีระดับการตัดสินใจสูงสุด ปัจจัยด้านหลักสูตร โดยหลักสูตรที่เปิดสอนมีคุณภาพ มีระดับการตัดสินใจสูงสุด ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ โดยการประชาสัมพันธ์จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัย มีระดับการตัดสินใจสูงสุด ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย โดยมหาวิทยาลัยมีกองทุนกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา (กยศ. และ ครอ.) มีระดับการตัดสินใจสูงสุด

และปัจจัยด้านบุคคล โดยการมีเพื่อนสนิทตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ มีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด

จากการศึกษางานวิจัยการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สามารถแบ่งกลุ่มนักศึกษาได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มยึดติดกับบุคคล กลุ่มมุ่งเน้นค่าใช้จ่าย และกลุ่มมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์

อภิปรายผล

จากการศึกษาการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด คือ คณาจารย์มีความรู้ความสามารถเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของสังคม ($\bar{X} = 4.07$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ มหาวิทยาลัยมีห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.75$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีนครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560 ที่พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เมื่อพิจารณารายข้อเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีชื่อเสียงมานานและเป็นมหาวิทยาลัย ที่มีคณาจารย์เก่งและมีความรู้เชี่ยวชาญเป็นข้อที่มีระดับการตัดสินใจสูงที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะนักศึกษา

ให้ความสำคัญมากในเรื่องของคณาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป อีกทั้งยังเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสังคม

ปัจจัยด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ มหาวิทยาลัยอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยมีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้ที่พักอาศัย ($\bar{X} = 4.21$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ มหาวิทยาลัยอยู่ห่างจากแหล่งอบายมุข ($\bar{X} = 3.69$) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ รักอุ (2557) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ที่พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย เมื่อพิจารณารายข้อ มหาวิทยาลัยอยู่ใกล้แหล่งชุมชนการคมนาคมไปมาสะดวก เป็นข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทั้ง 2 มหาวิทยาลัยมีสถานที่ตั้งที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านหลักสูตร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ หลักสูตรที่เปิดสอนมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมา คือ มีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 4.11$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ หลักสูตรที่เปิดสอนมีความทันสมัย ($\bar{X} = 3.99$) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ รักอุ (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ที่พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร เมื่อพิจารณารายข้อ รายวิชาที่นักศึกษาเรียนมีความทันสมัยมีผลต่อการตัดสินใจมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทั้ง 2 มหาวิทยาลัยมีหลักสูตรที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ การประชาสัมพันธ์จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์จากสื่อสิ่งพิมพ์ของมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.05$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์จากครูแนะแนว ($\bar{X} = 3.83$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ รักอุ (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ที่พบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีการประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยอย่างทั่วถึง เช่น อินเทอร์เน็ต facebook วิทยุกระจายเสียง เคเบิลทีวี

วารสารวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

Science and Technology Research Journal Nakhon Ratchasima Rajabhat University Vol.6 No.2 (July – Dec 2021)

เป็นต้น มากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะมหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาทราบข้อมูลอย่างชัดเจนจึงส่งผลให้นักศึกษาเข้าศึกษาได้ตรงตามความต้องการ

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ มหาวิทยาลัยมีกองทุนกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา (กยศ. และ กรอ.) ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยมีนโยบายการแบ่งจ่ายค่าบำรุงการศึกษา ($\bar{X} = 4.00$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ รายได้ของผู้ปกครองมี ($\bar{X} = 3.73$) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิรินทร์ เทียงทัต (2553) ได้ทำการศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ที่พบว่า ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าระเบียบการและใบสมัครสอบคัดเลือกค่าลงทะเบียนเรียนต่ำกว่าปกติมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะทั้ง 2 มหาวิทยาลัยมีระเบียบการและใบสมัครสอบคัดเลือกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจสูงสุด คือ การมีเพื่อนสนิทตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมา คือ อิทธิพลของผู้ปกครองในการแนะนำให้เลือกเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ($\bar{X} = 3.76$) ส่วนข้อที่มีระดับการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ การมีบุคคลที่ประทับใจ (Idol) เป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ($\bar{X} = 3.48$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560 ที่พบว่า ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ รุนที่เป็นผู้แนะนำให้เลือกเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดและเพื่อนส่วนใหญ่มีความนิยมในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะนักศึกษามีเพื่อนสนิทตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ดังนั้นเพื่อนสนิทจึงมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ อีกทั้งยังมีส่วนในการแนะนำให้เลือกเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้

ผลการศึกษาการแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

นครราชสีมา สามารถแบ่งกลุ่มนักศึกษาได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มยึดติดกับบุคคล กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มมุ่งเน้นค่าใช้จ่าย และกลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ผลที่ได้จากการจัดกลุ่มเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งขึ้นอยู่กับต้องการและความจำเป็นของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ที่ให้อาณัติและสนับสนุนทุนการวิจัย ประจำปีการศึกษา 2562

รายการอ้างอิง

- ฉัตรชัย อินทสังข์ . (2552). ความต้องการศึกษาต่อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาจังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา.
- ณัฏฐา สุวรรณวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2563, จาก <https://www.rmuti.ac.th/news/attach/721>
- ธนวรรณ รักอยู่. (2557). การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีของนักศึกษาภาคปกติ ปีการศึกษา 2556. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2563, จาก <http://ethesis.kru.ac.th/>
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีนซ์.
- วชิระ จินหนองจอก. (2552). ทฤษฎีการรับรู้. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/282194>
- วรรณวุฒิ ม่วงศรีเขียว. (2557). การแบ่งกลุ่มนักศึกษา

- ปริญญาโทโดยใช้ปัจจัยด้านพฤติกรรม : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน 6 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2563, จาก <https://searchlib.utcc.ac.th/>
- ศิรินทร์ เทียวทัต. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาในคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2563, จาก <http://etheses.aru.ac.th/>
- สมโภชน์ ศรีสมุทร. (2550). การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มโรงเรียนตามมาตรฐานการศึกษาเพื่อการประเมินคุณภาพภายนอก:ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ของโรงเรียนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2563, จาก <https://soreda.oas.psu.ac.th/>
- สำนักงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. (2562). สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2563, จาก <http://apro.nrru.ac.th/>
- เอนก ณะชัยวงศ์. (2553). การศึกษาความคิดเห็นต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาภาคปกติในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2563 จาก <http://www.cmruir.cmru.ac.th/>