



Journal of Education Graduate Studies Research, KKU.

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/EDGKKUJ>

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษา

กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Factors Affecting The Decision Making to Continue Further Study of Graduate Students in Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University

ประเสริฐชัย เพชรประเสริฐ^{1*} และ กนกอร สมปราชญ์²Prasertchai Petprasert^{1*} and Kanokorn Somprach²¹ นักศึกษาหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Master of Education Program in Educational Administration, Faculty of Education, Khon Kaen University

² รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Associate Professor, Educational Administration Program, Faculty of Education, Khon Kaen University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นจำนวน 260 คนได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามขนาดของคณะที่สังกัดกลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามมาตราประมาณค่า 5 ระดับวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้บริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

2. โมเดลการวัดองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เรียงลำดับค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อยได้แก่ 1) ผลสัมฤทธิ์ ($\beta = 0.993$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.929 2) ราคา ($\beta = 0.987$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.940 3) สภาพแวดล้อม ($\beta = 0.967$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.9364 การให้บริการ ($\beta = 0.949$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.9005) ช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.871$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.759 6) การส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.810$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.656 และ 7) บุคลากร ($\beta = 0.784$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.614

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, การศึกษาต่อ, การวิเคราะห์องค์ประกอบ, ผลสัมฤทธิ์

*Corresponding author Tel.: 081 3809411

E-mail address: prasertchai@kku.ac.th

Abstract

The purpose of this research was to study factors influencing decision-making in enrolling at graduate level among Humanities and Social Sciences students. 260 graduate students in Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University have been used to be samples, in which obtained by Stratified Random sample based on Faculty of Humanities and Social Sciences sizes. The questionnaire 5-level scale was used as the instrument. Data was analyzed through computer program to determine frequency, percentage, mean, standard deviation and the goodness of fit test of Structural Relationship Model.

The results of this study showed as follows.

1. Factors Affecting the decisionmaking to continue further study of graduate students in humanities and social sciences, Khon Kaen university was at high level. The factor with the highest mean score was service delivery and the factor with the lowest mean score was promotion.

2. Factor analysis model on Factors Affecting the decision making to continue further study was congruent with empirical data, as following descending sort ; 1) product ($\beta = 0.993$) with coefficient of determination (R^2) of 0.929, 2) price ($\beta = 0.987$) with coefficient of determination (R^2) of 0.940, 3) environment ($\beta = 0.967$) with coefficient of determination (R^2) of 0.936, 4) service ($\beta = 0.949$) with coefficient of determination (R^2) of 0.900, 5) Place ($\beta = 0.871$) with coefficient of determination (R^2) of 0.759, 6) promotion ($\beta = 0.810$) with coefficient of determination (R^2) of 0.656 and 7) people ($\beta = 0.784$) with coefficient of determination (R^2) of 0.614.

Keywords: Decision Making, Continue Further Study, Factor Analysis, Products

บทนำ

ประเทศไทยได้ทบทวนนโยบายการบริหารประเทศเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยจัดทำวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี พ.ศ. 2570 มุ่งให้คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทย สามารถอยู่ในประชาคมภูมิภาคและโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี (ตฤณ ศุภโชคอุดมชัย, 2558) ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) ในด้านการจัดการศึกษาเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนเมื่อวัดความรู้ของเยาวชนไทย กลับอยู่ในอันดับที่ 8 และการรายงานผลการจัดอันดับขีดความสามารถการแข่งขันโลก ประจำปี 2555-2556 จากเวทีโลก หรือเรียกอีกอย่างว่า World Economic Forum (WEF) ซึ่งด้านคุณภาพการศึกษา เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวชี้วัดขีดความสามารถทางด้านเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ซึ่งประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มท้าย โดยอยู่ในอันดับที่ 8 ส่วนในระดับโลกไทยอยู่ในอันดับที่ 78 จาก 144 ประเทศ การศึกษาของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีคุณภาพการศึกษาคือที่สุด ดังนี้ อันดับ 1 สิงคโปร์ อันดับ 2 มาเลเซีย อันดับ 3 บรูไน ดารุสซาลาม อันดับ 4 ฟิลิปปินส์ อันดับ 5 อินโดนีเซีย อันดับ 6 กัมพูชา อันดับ 7 เวียดนาม และ ลำดับ 8 ประเทศไทย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2556) จากสถานการณ์ดังกล่าวจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาบุคลากรในชาติให้มีความรู้ความสามารถเทียบเท่ากับ ประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศคู่ค้า การปฏิรูปการศึกษาและการสร้างจิตสำนึกในการบริหาร

จากการรวมตัวของประชาคมอาเซียน ในปี 2556 ทำให้เกิดการเปิดเสรีทางการศึกษา ซึ่งจะเกิดผลกระทบต่อระบบ การศึกษาอุดมศึกษา ที่จะให้คนในกลุ่มประชาคมอาเซียน สามารถเคลื่อนย้ายแรงงานได้อย่างเสรี โดยในกลุ่มมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์เป็นศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ และการทำความเข้าใจมนุษย์ เข้าใจสังคมได้อย่างลึกซึ้งและเป็นระบบผู้ที่สำเร็จการศึกษา สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้อย่างกว้างขวาง ในหลากหลายสาขาอาชีพ ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ เช่น งานด้านพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ งานพัฒนาชุมชน งานด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว งานด้านฝึกอบรมและพัฒนา งานนโยบายและแผน งานวิจัยทางสังคมศาสตร์ เป็นต้นจากที่กล่าวมามีผลทำให้ต้องดำเนินการด้านต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

การขยายตัวของมหาวิทยาลัยไทย ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาจะพบว่ามหาวิทยาลัยไทยมีการขยายตัวในเชิงปริมาณที่สูง (ดรณศักดิ์ ตติยะลาภะ, 2554) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มหาวิทยาลัยของรัฐ ที่มีการขยายตัวในเชิงสถาบัน และหลักสูตรที่หลากหลาย การขยายตัวในเชิงสถาบัน ถือว่าเป็นการจัดตั้ง “สาขา” ของมหาวิทยาลัยโดยมีการเปิดเป็น “วิทยาเขต” และ “ศูนย์บริการ” สำหรับในส่วนของการขยายตัวในเชิงหลักสูตร (สินค้า) มหาวิทยาลัยหลายๆแห่งจะเปิดหลักสูตรที่เหมือนกันและซ้ำๆกัน เช่น บริหารธุรกิจ รัฐศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการตั้งเป็นหลักสูตร “ภาคพิเศษ” มากมาย (หลักสูตรเดียวสามารถเปิดได้หลายชื่อโครงการ) ซึ่งปัญหานี้มีผลกระทบอย่างมากต่อมหาวิทยาลัย หรือสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษาอื่นๆ เนื่องจากปัจจุบันและอนาคต จำนวนประชากรมีแนวโน้มลดลง (Private University Industry, 2010) ในขณะที่สถานศึกษา ระดับอุดมศึกษา มีการขยายตัว หรือเปิดกิจกรรมเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสวนทางกับจำนวนประชากรที่ลดลง

นอกจากนี้การขยายตัวของมหาวิทยาลัยไทย ในเชิงสถาบันและหลักสูตรที่หลากหลายแล้ว ยังมีการยกสถานะของสถาบันการศึกษาเป็นมหาวิทยาลัย อาทิเช่น ยกสถานะ เทคโนโลยีราชชมงคลและสถาบันราชภัฏขึ้นเป็นมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยเอกชน ก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน ปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยในประเทศไทยทั้งหมด 172 มหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ 15 แห่ง สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 64 แห่ง (สถาบันราช มงคล 9 แห่ง สถาบันราชภัฏ 40 แห่ง มหาวิทยาลัย ในกำกับของรัฐ 15 แห่ง) มหาวิทยาลัยเอกชน ที่ตั้งอยู่ส่วนกลางและภูมิภาครวม 40 แห่ง สถาบัน 9 แห่ง วิทยาลัย เอกชน 22 แห่ง และวิทยาลัยชุมชน 21 แห่ง รวมเอกชนทั้งหมด 92 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, ประสิทธิภาพ การบริหาร, 2555) และแต่ละแห่งมีคุณภาพที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละสถาบัน

มหาวิทยาลัยในประเทศไทยแต่ละแห่งล้วนมีคุณภาพในด้านที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้เรียนนำมาประกอบการตัดสินใจ ในการเข้าศึกษาต่อ โดยในสถานการณ์ปัจจุบัน การแข่งขันเพื่อรับนักศึกษามีความรุนแรงมากขึ้นโดยมีสาเหตุสำคัญ คือ มีการเพิ่มปริมาณในการเปิดรับนักศึกษา โดยมีเทคนิค หรือเงื่อนไขใหม่ๆ โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยของรัฐ ปัจจุบันได้ปรับเป็นมหาวิทยาลัยใน กำกับของรัฐ หรือ ออกนอกระบบไปแล้วจำนวนหนึ่ง (สุนันทานิวส์, 2554) ทำให้ต้องหารายได้ เพื่อการบริหารจัดการภายใน มหาวิทยาลัยด้วยตนเอง ซึ่งแตกต่างจากเดิม ที่รับงบประมาณจากรัฐบาล ดังนั้นจึงต้องมีวิธีการทางการตลาดในการแข่งขันที่เพิ่ม สูงมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยในอนาคตที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องมีการปรับตัวเองให้เป็น มหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพ และยกมาตรฐานการเรียนการสอนให้เป็นที่ยอมรับและเข้าสู่มาตรฐานเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการ ของท้องถิ่น ชุมชน และผู้ประกอบการที่จะส่งบุตรหลานมาศึกษาต่อ (เขาวานี แก้วมโน, 2558)

ในประเทศไทย มีมหาวิทยาลัยที่เปิดรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีจำนวนมาก ขึ้น จึงมีการแข่งขันในการเปิดรับนักศึกษาใหม่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยขอนแก่นซึ่งมหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็น มหาวิทยาลัยแห่งแรกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางการศึกษา แหล่งรวบรวมความรู้และวิทยาการต่างๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเน้นผลิตบัณฑิตในเฉพาะสาขาวิชาชีพที่เป็นความต้องการของประเทศ มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ ขยายการศึกษาชั้นสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไปโดยมีการเปิดสอนในระดับบัณฑิตศึกษาแบ่งเป็นกลุ่มวิชา ดังนี้ 1) คณะกลุ่ม วิทยาศาสตร์สุขภาพ 2) คณะกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 3) คณะกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 4) วิทยาลัย 5) วิทยา เขตหนองคาย 6) สถาบันสมทบของมหาวิทยาลัย ซึ่งในคณะกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จัดมุ่งหมาย เพื่อผลิตบัณฑิตให้มี ความรู้ ทักษะ ทักษะของวิชาชีพสังคมสงเคราะห์ในการเสริมสร้าง และพัฒนาศักยภาพของคน ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อ

นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต ระบบสวัสดิการ และการพัฒนาสังคม รวมทั้งสามารถทำงานร่วมกับนักวิชาการและนักวิชาชีพอื่นได้อย่างเหมาะสม

การศึกษาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษา กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นจะทำให้ได้สารสนเทศเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการรับเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นและเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการบริหารการศึกษาและเพื่อวางแผนการรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาเชิงกลยุทธ์ในเรื่องการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษา กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 694 คน

กลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์อัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างกับจำนวนพารามิเตอร์ หรือตัวแปรในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในการวิจัยครั้งนี้ มีพารามิเตอร์จำนวน 26 พารามิเตอร์ ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีทั้งสิ้น จำนวน 264 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามขนาดของตามขนาดของคณะที่สังกัด กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้ครอบคลุมทุกคณะกลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ตามสัดส่วนประชากร

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา จำนวน 7 ตัวแปร คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การให้บริการ (Service) และสภาพแวดล้อม (Environment)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษา กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้จากการศึกษาหลักการ แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา และเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา นำไปผ่านความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน แล้วนำมาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ หลังจากนั้นได้นำไปทดสอบ (Tryout) กับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นจำนวน 30 คนเพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ ซึ่งได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.93

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามนำไปแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลข้อมูล

4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างองค์ประกอบและกำหนดน้ำหนัก ตัวแปรกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สรุปและอภิปรายผล

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษา เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การให้บริการ 2) ช่องทางการจัดจำหน่าย 3) ราคา 4) บุคลากร 5) ผลสัมฤทธิ์ 6) สภาพแวดล้อม และ 7) การส่งเสริมการตลาด

1.2 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจเข้าศึกษา

ตาราง 1 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของ องค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์	ผลการพิจารณา
$\chi^2 - \text{Test}$	ไม่มีนัยสำคัญ $P > 0.05$	$\chi^2 = 124.363$ $df = 102$ $P\text{-Value} = 0.0655$	ผ่าน
χ^2 / Df	< 2.00	1.2192	ผ่าน
RMSEA	≤ 0.05	0.029	ผ่าน
SRMR	≤ 0.08	0.035	ผ่าน
CFI	≥ 0.95	0.992	ผ่าน
TLI	≥ 0.95	0.987	ผ่าน

จากตารางพบว่า ค่าดัชนีกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด เมื่อพิจารณาค่าไคร้สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 124.363 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 102 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-Value) เท่ากับ 0.0655 แสดงว่าค่าไคร้สแควร์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.029 ค่าดัชนีรากที่สองกำลังสองเฉลี่ย (SRMR) เท่ากับ 0.035 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.992 ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน (TLI) เท่ากับ 0.987 แสดงว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

1.3 องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบที่ใช้ ในการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษา มีดังนี้

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจเข้า

องค์ประกอบ	น้ำหนักองค์ประกอบ			ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์(ร ²)
	β	S.E.	t	
1. ผลสัมฤทธิ์	0.993	0.027	29.651	0.929
2. ราคา	0.987	0.022	46.576	0.940
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.871	0.023	38.130	0.759
4. การส่งเสริมการตลาด	0.810	0.043	19.051	0.656
5. บุคลากร	0.784	0.037	21.172	0.614
6. การให้บริการ	0.949	0.026	35.885	0.900
7. สภาพแวดล้อม	0.967	0.029	33.731	0.936

จากตาราง 2 พบว่า องค์ประกอบหลักในรูปคะแนนมาตรฐานที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากที่สุด ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.993$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.929 รองลงมา คือ ราคา ($\beta = 0.987$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.940 และองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) น้อยที่สุด ได้แก่ บุคลากร ($\beta = 0.784$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.614

2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณา 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) การให้บริการทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการให้ข้อมูลแก่นักศึกษาที่เข้ามาติดต่อขอบริการข้อมูลอย่างชัดเจนและได้อธิบายรายละเอียดต่างๆ ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส ด้วยมนุษยสัมพันธ์ที่ดีพร้อมบริการทุกคนอย่างเสมอภาคและตรงตามความต้องการ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักศึกษาได้ สอดคล้องกับ Holfman and Bateston (2006) ที่กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของผู้มารับบริการ โดยต้องสร้างระบบการบริการที่มีคุณภาพซึ่งต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลัก คือ ต้องรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการอย่างต่อเนื่อง ให้บริการที่น่าเชื่อถือไว้วางใจบริการที่เป็นไปตามที่ให้สัญญาหรือตามที่เสนอไว้ รูปแบบการให้บริการที่หลากหลายจะต้องไม่ลดคุณภาพบริการหลักที่มีอยู่เดิม และสอดคล้องกับ ญัตติพัชร ล้อประดิษฐ์ (2542) ที่กล่าวว่า การให้บริการที่ดีเลิศ ทำให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจและเป็นไปตามความต้องการและคาดหวังของผู้รับบริการ 2) ช่องทางการจัดจำหน่าย อาจเป็นเพราะว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายของมหาวิทยาลัยเป็นระยะทางจากบ้านหรือที่พักมายังมหาวิทยาลัย ท่าเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และการคมนาคมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ที่นักศึกษาจำเป็นต้องได้รับความสะดวกสบาย และสัมผัสได้ถึงความปลอดภัยตลอดการเดินทาง จึงส่งผลให้นักศึกษานำมาพิจารณาในการตัดสินใจเข้าศึกษา สอดคล้องกับ ญัตติพัชร เทียมทัต (2559) กล่าวว่าสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยที่นักศึกษาใช้ในการเรียนการสอนตลอดหลักสูตร ประกอบด้วย สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่การคมนาคมไปมาสะดวก สถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้บ้านพัก หรือมีหอพักไว้บริการ และสภาพแวดล้อมโดยรวมของมหาวิทยาลัยห่างไกลแห่งอบายมุข และ 3) ราคาทั้งนี้เนื่องมาจาก ราคาค่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่นักศึกษานำมาพิจารณาในการตัดสินใจเข้าศึกษา ถ้าหากสถานศึกษาสามารถแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการศึกษา โดยเฉพาะการจัดการเกี่ยวกับทุนการศึกษาประกอบด้วยทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่มีผลการเรียนดี นักศึกษาที่มีกิจกรรมเด่น และทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์จะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา สอดคล้องกับ Kotler & Fox (1985) กล่าวว่า ราคา เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ใช้ในการพิจารณาวางแผนกลยุทธ์ของสถาบันการศึกษา เนื่องจากการดำเนินงานของสถาบันการศึกษาขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้เรียกเก็บเป็นเครื่องวัดคุณภาพของหลักสูตรและบริการของสถาบัน ปัจจุบันผู้เรียนสนใจจำนวนเงินสุทธิที่ต้องชำระจริงให้กับสถาบันการศึกษามากกว่าค่าธรรมเนียมที่สถานศึกษากำหนดขึ้นมา

2.2 องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่นสามารถเรียงลำดับค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ในรูปคะแนนมาตรฐานที่มีมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ราคา สภาพแวดล้อม การให้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและบุคลากร เมื่อพิจารณาพบว่า ด้านผลผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหลักที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผลผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษา กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทั้งนี้เนื่องจาก ผลผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่เสนอให้กับนักศึกษา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักศึกษาให้เกิดความพึงพอใจ เช่น ความพึงพอใจในด้านหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เป็นต้นเป็นสิ่งที่สำคัญทางการศึกษา เปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือที่ถ่ายทอดเจตนารมณ์ไปสู่การปฏิบัติ ทำให้การจัดการศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler & Fox (1985) ได้ให้พรศนะไว้ว่า หลักสูตรถือเป็นสินค้า (Product) เป็นเครื่องมือ

ทางการตลาด ที่ทำให้แต่ละสถาบันมีลักษณะเฉพาะตัว และมีตำแหน่ง (Position) ที่แตกต่างกันไป หลักสูตรเป็นสิ่งที่สถาบันการศึกษาจัดให้มีเพื่อเป็นการสร้างความน่าสนใจ ดึงดูดใจให้ผู้สนใจมาเรียนมากขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2550) ที่กล่าวว่าในอนาคตมหาวิทยาลัยจะมุ่งจัดการศึกษาเฉพาะที่เป็นการลงลึกระดับเชี่ยวชาญ อันเป็นการพัฒนาการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพระดับสูง และเป็นการเพิ่มความสามารถแข่งขันให้มหาวิทยาลัย จึงเป็นผลสนับสนุนที่ทำให้นักศึกษาที่จบการศึกษาจากสถาบันการศึกษานั้น ๆ จะมีคุณค่า และเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน เพราะจากผลการวิจัยนักศึกษาก็ให้ความสำคัญกับการมีหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนรองรับเมื่อจบการศึกษาเช่นเดียวกัน

ในขณะที่ด้านบุคลากรเป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุดขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษากลุ่มนี้ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาอาจจะได้เรียนกับอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาที่ไม่ตรงกับความรู้ความสามารถของอาจารย์เอง หรือนักศึกษาอาจจะมีอาจารย์ที่ปรึกษาที่ไม่ได้ดูแลเอาใจใส่นักศึกษาเท่าที่ควรจึงทำให้องค์ประกอบด้านบุคลากรเป็นด้านที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุดสอดคล้องกับการศึกษาของเขาวิน แก้วมโน (2558) ได้ทำการศึกษารายการองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เขตภาคใต้ พบว่า ตัวบ่งชี้อาจารย์ดูแลเอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี และตัวบ่งชี้อาจารย์มีความรู้ความสามารถตรงตามสาขาวิชาที่สอน ไม่มีความเที่ยงตรงตามสภาพ เนื่องจาก นักศึกษารู้สึกว่าไม่ได้รับความเอาใจใส่จากอาจารย์เท่าที่ควร และพบว่าอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถไม่ตรงกับรายวิชาที่สอน ทำให้ตัวบ่งชี้ดังกล่าวไม่ได้เป็นตัวแปรสำคัญในการเลือกศึกษาต่อ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุดอันดับแรกดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญด้านการพัฒนาพัฒนาหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนรู้ และพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือกับนักศึกษา

1.2 ด้านราคาเป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุดอันดับที่ 2 ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญต่อการจัดการเกี่ยวกับการจัดหาทุนการศึกษา ได้แก่ ทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่มีผลการเรียนดีทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่มีกิจกรรมเด่น ทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ และมีการจัดการกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาเพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีโอกาสทางการศึกษามากขึ้น

1.3 ด้านสภาพแวดล้อม เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุดอันดับที่ 3 ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญต่อการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัยมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษากลยุทธ์การพัฒนางานองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษา กลุ่มสาขามนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา ในมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพื่อค้นหาข้อดี ข้อด้อยในแต่ละด้าน แล้วนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นให้สอดคล้องและตอบสนองกับความต้องการของนักศึกษาที่แท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2556). **แนวทางการนิเทศช่วยเหลือโรงเรียนปฏิรูปการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง**. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). **ภาพอนาคตและคุณลักษณะคนไทยที่พึงประสงค์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- เชาวนี แก้วมโน. (2558). **องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เขตภาคใต้**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2542). **คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า**. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ณัฐวัชร เทียมทัต. (2559). **ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ดรณศักดิ์ ตติยะลาภะ. (2554). **มหาวิทยาลัยไทยในยุคทุนนิยมโลกาภิวัตน์: จุดปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์มหาวิทยาลัยไทยบนความท้าทาย**. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 1(2), 17-21.
- ตฤณ ศุภโชคอุดมชัย. (2558). **กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 9(1), 34 -43.
- สิรินี ว่องวิไลรัตน์. (2557). **การสร้างคุณค่าตราสินค้าผ่านส่วนประสมการตลาด และประสบการณ์ นักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย**. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุนันทานิวส์. (2554). **มหาวิทยาลัยออกนอกระบบ**. ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2560. จาก <http://www.sunandhanews.com/2011-10-14-04-42-40/37-article/1592-2011-07-17-05-16-16.html>.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564)**. กรุงเทพฯ: สหมิตรพรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2555). **ประสิทธิภาพการบริหาร**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- Adrian Payne. (1993). **The Essence of Services Marketing**, Hertfordshire. United Kingdom: Prentice Hall International (UK), Ltd.
- Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. G. (2006). **Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases** Mason. OH: Thomson
- Kotler, P. and F. A. K. Fox. (1985). **Strategic Marketing for Educationl Institutions**. New Jersey: Prentice-Hall. South-Western.
- Payne. (1993). **Private University Industry Education**. Retrieved July 1, 2017 from <https://www.scribd.com/doc/วิเคราะห์มหาวิทยาลัยเอกชน#scribd>.