

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก
หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Factors Affecting the Decision to Study at the Doctor of Business
Administration Program of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
Graduate Students.

หทัยกาญจน์ สิทธิศักดิ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 287 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี (Binary Logistic Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในภาพรวม ด้านบุคลากร (People) และด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.16 รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.14 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีสมการเชิงทำนาย ดังนี้ $Z = 5.371 - 1.604$ (Product) - 0.073 (Price) - 0.339 (Place) - 0.481 (Promotion) + 0.189 (People) + 1.122 (Process) - 0.139 (Physical) ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) คือ อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิ/ตำแหน่งทางวิชาการตามข้อกำหนด บัณฑิตมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและยอมรับ หลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัยเป็นที่ยอมรับ เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการจัดอันดับ อยู่ในลำดับต้น ๆ ของการศึกษา มีความเชื่อมั่นในผลงานทางวิชาการที่ผ่านมาของมหาวิทยาลัย ระยะเวลาในการเรียนจนจบการศึกษามีความเหมาะสม มหาวิทยาลัยเปิดสาขาที่สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรเหมาะสม เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการพัฒนาเจริญก้าวหน้าทางวิชาการอยู่ตลอดเวลา ส่งผลต่อการ

ตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต แสดงถึงด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) ระยะเวลาในการเรียนจนจบการศึกษามีความเหมาะสม มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรเหมาะสม เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศ และหลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัยเป็นที่ยอมรับ เพื่อให้เป็นที่สนใจและพิจารณาจากด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร แต่ถ้าผู้สนใจได้รับข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยในด้านลบหรือข่าวที่ไม่ดี จะมีผลทำให้ผู้สนใจศึกษาต่อไม่คิดที่จะศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ , การตัดสินใจศึกษาต่อ , ศึกษาต่อระดับปริญญาเอก

Abstract

This study was aimed to examine the marketing mix factors affecting the decision to study at the Doctor of Business Administration Program of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon graduate students. 287 samples used in this study were students attended the program during 2006 – 2014. The data were collected by a questionnaire and analyzed by mean, standard deviation (S.D.), Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient, regression analysis, and Binary logistic regression analysis.

The research showed that marketing mix affecting the decision to study at the Doctor of Business Administration Program of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon graduate students in the overall were high at statistically significant of 0.05 level, including the personnel (People) and the image of the university (Product) with a mean of 4.16, followed by the physical image (Physical) of 4.14. The marketing mix factors that influenced the students’ decision making to study for a PhD. degree in Doctor of Business Administration Program MBA students with the following prediction equations $\text{Logit} = 5.371 - 1.604 (\text{Product}) - 0.073 (\text{Price}) - 0.339 (\text{Place}) - 0.481 (\text{Promotion}) + 0.189 (\text{People}) + 1.122 (\text{Process}) - 0.139 (\text{Physical})$. The independent variables that affected the decision making included the image of the university (Product) in terms of the instructor qualifications and their academic quality as required by the market, the reputation of the university known and recognized for its curriculum diversity and the high ranking. Also, the university extracurricular activities were as well accepted in accordance with the requirements such as the study abroad and academic progress over time. However, if interested people had received negative information about the university, they would have been uninterested to further their study for a PhD. degree in Doctor of Business Administration Program.

บทนำ

การศึกษาในยุคสังคมปัจจุบันมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุคสมัยทั้งตัวหลักสูตรการเรียนการสอน ความเหมาะสมของเนื้อหา ระยะเวลาที่เรียน ประสิทธิภาพในการถ่ายทอดจากผู้สอนไปยังนิสิตนักศึกษา เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้จริง ซึ่งภาครัฐได้มีนโยบายสนับสนุนให้ประชากรมีความรู้ทางการศึกษาที่ดีเพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาประกอบสัมมาอาชีพ และเป็นอีกกลไกหนึ่งที่สำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประชากร ดังนั้น จากสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง การปรับทิศทางการพัฒนาองค์กรภาคธุรกิจให้สอดคล้องกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ จำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์กรให้มีทิศทาง การบริหารและแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับเป้าหมายของธุรกิจนั้น ๆ มีความยืดหยุ่นสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงและการเจริญเติบโตต่อไปของธุรกิจนั้น ๆ ได้ และสามารถยืนหยัดอยู่ในภาคธุรกิจนั้นอย่างสง่างามอยู่เหนือคู่แข่งและยังยืนตลอดไป การศึกษาจึงได้ถูกปฏิรูปให้มีความทันสมัยให้ตรงกับวัตถุประสงค์และความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งสอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งที่เกิดจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในหรือภายนอกก็ตามล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อภาคธุรกิจและความเป็นอยู่ของประชาชนโดยรวมแทบทั้งสิ้น องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ซึ่งการปรับตัวต่าง ๆ นั้นอาจทำได้หลายวิธี เช่น การลงทุนซื้อเครื่องจักรใหม่ เพื่อตอบรับเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ แต่อีกสิ่งหนึ่งซึ่งขาดเสียมิได้ในการปรับตัว นั่นก็คือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งถือว่าเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน การให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลถือเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องภาคธุรกิจให้ความสำคัญ โดยมี การให้ความสนใจในทรัพยากรบุคคลมากยิ่งขึ้น และนับเป็นปัจจัยที่สำคัญในทุก ๆ กิจกรรม ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการส่งผลต่อความสำเร็จของงาน ซึ่งถ้าองค์กรภาคธุรกิจใดมีทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพ มีผลสัมฤทธิ์ของงานในเกณฑ์ที่ดี ก็จะสามารถพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไปได้ ส่งผลให้บุคลากรที่อยู่ในแต่ละองค์กรมีอัตรา การแข่งขันกันสูงขึ้นตามไปด้วย เพราะจากสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจดังกล่าวทำให้บุคลากรในแต่ละองค์กรมีการตื่นตัวและสนใจที่จะพัฒนาตนเองให้มีทักษะและศักยภาพเพียงพอกับที่องค์กรต้องการและให้สอดคล้องกับการพัฒนาองค์กรด้วย อันเนื่องมาจากสภาวะทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวทั้งที่เกิดจากปัญหาภายในประเทศและต่างประเทศ ผลกระทบดังกล่าวมิได้ส่งผลแต่เฉพาะการแข่งขันในตลาดสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อการแข่งขันตลอดแรงงานในระดับที่สูงมากขึ้นด้วย แต่ในปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ เน้นบุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองการทำงานเป็นเหตุผลที่ทำให้บุคลากรในองค์กรนั้น ๆ หันมาสนใจศึกษาต่อเพิ่มเติมในระดับที่สูงขึ้น โดยจัดให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถ มีทักษะและความชำนาญทางวิชาชีพ มีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถพึ่งตนเองได้ เสริมสร้างพัฒนาความคิดอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ในปัจจุบัน การศึกษามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการแข่งขันในสังคมที่สูงขึ้น ผู้คนจึงต่างให้ความสำคัญด้านการศึกษาที่จะสืบเนื่องไปถึงหน้าที่การทำงานให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น อัน

รวมไปถึงการยกระดับทางสังคมให้กับตนเอง ดังนั้นการศึกษาจึงไม่มีการหยุดนิ่ง ซึ่งสังเกตได้จาก การที่มีผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาโทเพิ่มมากขึ้นจากอดีตที่ผ่านมา โดยเฉพาะด้านสาขา บริหารธุรกิจก็มีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะการแข่งขันทางด้านธุรกิจนั้นมีการแข่งขันกัน สูงขึ้น องค์กรต่าง ๆ ก็พยายามคัดบุคลากรที่มีความชำนาญและมีความรู้ความเข้าใจด้านธุรกิจเป็น อย่างดี จึงส่งผลให้บุคลากรและผู้ที่ต้องการเข้าทำงานในองค์กรต้องมีความกระตือรือร้นมากยิ่งขึ้น ในการพัฒนาความรู้ความสามารถ ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการขององค์กร แต่ยังเป็น การสร้างโอกาสเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานของตนเอง อีกด้วย

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษา ต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในด้านปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการศึกษา เช่น ด้านภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัย ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการจัดการศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางการตลาด การ ประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยกระตุ้นและจูงใจ ตอบสนองความ ต้องการของผู้ที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ต่อไป ในอนาคต ดังนั้นการทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระ นครเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะทำให้ผู้จัดทำหลักสูตรสามารถวางแผนการจัดการหลักสูตรทางการ ศึกษาและนโยบายต่าง ๆ ด้านการจัดการของมหาวิทยาลัย ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่ ต้องการศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อัน จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่ายคือมหาวิทยาลัยและผู้ต้องการศึกษา

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับ ปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนคร

สมมติฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตร บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 1200 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

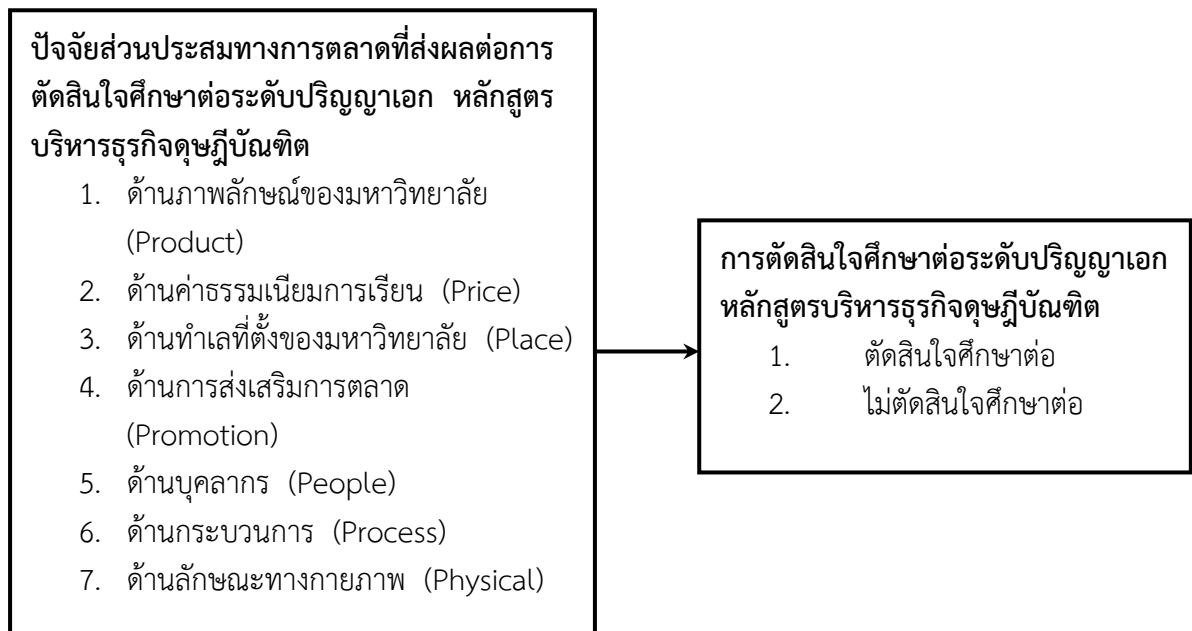
ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ

- ปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ได้แก่
- ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product)
 - ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน (Price)
 - ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย (Place)
 - ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
 - ด้านบุคลากร (People)
 - ด้านกระบวนการจัดการศึกษา (Process)
 - ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

ตัวแปรตาม การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ศึกษาต่อหรือไม่ศึกษาต่อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” ผู้วิจัยในศึกษาแนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และนำมาสังเคราะห์ สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อให้ได้ทราบคำตอบตามแนวทางที่กำหนดไว้ ดังนี้



วิธีการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 1200 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งจะมาจากหลาย ๆ ที่ประกอบอาชีพหลากหลาย การเก็บข้อมูลจึงยากต่อการกำหนดจำนวนที่แน่นอนได้ ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบบสอบถามครั้งนี้ คือ 300 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งพัฒนาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ลักษณะแบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิด โดยประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ คะแนนเฉลี่ย การสอบภาษาอังกฤษ ประสบการณ์การทำงาน แบบสอบถามเป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีน้ำหนักคะแนนรายชื่อของแบบสอบถามเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ตัดสินใจศึกษาต่อ หรือไม่ตัดสินใจศึกษาต่อ แบบสอบถามเป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check list)

การสร้างเครื่องมือและคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสารด้านวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้นำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และครอบคลุมในเนื้อหา และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาของงานวิจัย ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษา

นำผลการวิเคราะห์คุณภาพตามแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์คุณภาพ โดยหาค่า IOC (Item - Objective Congruence Index) ความสอดคล้องของเนื้อหาแล้วเลือกข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ด้วยวิธีการของ Cronbach ทั้งนี้ทำการวิเคราะห์แบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ที่ได้จากข้อคำถามในภาพรวมทั้งฉบับและแยกในรายด้านมีค่ามากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่ามากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของระดับความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาระดับปริญญาโท ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยแจกแบบสอบถามและส่งแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 340 ชุด/คน

รวบรวมแบบสอบถาม พร้อมนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม สามารถเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 287 ชุด/คน

บันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) มาทำการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ ดังนี้

หาค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และความสนใจศึกษาต่อ นำเสนอในรูปแบบของตาราง

ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร แผลผลแล้วนำเสนอในรูปแบบของตาราง

วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson 's Product Moment Correlation Coefficient)

วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี (Binary Logistic Regression Analysis)

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ในภาพรวม ด้านบุคลากร (People) และด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.16 รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.14 ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย (Place) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.10 ด้านกระบวนการจัดการศึกษา (Process) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.06 ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน (Price) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 3.96 และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 3.78 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก รายละเอียดดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product)

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ระยะเวลาในการเรียนจบ การศึกษามีความเหมาะสม มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและ

ยอมรับ บัณฑิตมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการพัฒนาเจริญก้าวหน้าทางวิชาการอยู่ตลอดเวลา มหาวิทยาลัยเปิดสาขาที่สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน มีความเชื่อมั่นในผลงานทางวิชาการที่ผ่านมาของมหาวิทยาลัย อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิ/ตำแหน่งทางวิชาการตามข้อกำหนด หลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัยเป็นที่ยอมรับ เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการจัดอันดับ อยู่ในลำดับต้น ๆ ของการศึกษา และมีกิจกรรมเสริมหลักสูตรเหมาะสม เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศ ตามลำดับ

ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน (Price)

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกด้านค่าธรรมเนียมการเรียน (Price) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ หลักสูตรมีการแจกแจงค่าธรรมเนียมแสดงให้เห็นชัดเจน มากที่สุด รองลงมาได้แก่ สามารถชำระค่าเรียนได้หลายวิธี เช่น อินเทอร์เน็ต โอนผ่านบัญชีธนาคาร เงินสด หรือบัตรเครดิต และค่าธรรมเนียมในการศึกษาถูกกว่าที่อื่น ตามลำดับ

ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย (Place)

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทางด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย (Place) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ในบริเวณที่สะดวกต่อการเดินทาง มีรถสาธารณะผ่าน มากที่สุด รองลงมาได้แก่ มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้ที่พัก สภาพแวดล้อมโดยรวมของมหาวิทยาลัยห่างไกลแหล่งอบายมุข สถานที่กว้างขวาง สะอาดสวยงาม และมีความปลอดภัย และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งเรียนรู้และหอสมุดแห่งชาติ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทางด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ มีเว็บไซต์ (Web Site) แนะนำหลักสูตรที่ให้ข้อมูลชัดเจน ครบถ้วน มากที่สุด รองลงมาได้แก่ มีเพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก/แนะนำ มีกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัยที่แสดงต่อสาธารณะ เช่น การจัดแสดงผลงานนักศึกษาประจำปี การร่วมประกวดและแข่งขันกีฬากับสถาบันต่าง ๆ มีกิจกรรมช่วยเหลือชุมชน เช่น การบริจาคโลหิต ออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท เป็นต้น มีแผนพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลหลักสูตรชัดเจน มีการโฆษณาผ่านวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสารมวลชนและมีป้ายคัดเอาที่โฆษณาขนาดใหญ่ตามลำดับ

ด้านบุคลากร (People)

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทางด้านบุคลากร (People) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ อาจารย์มีวุฒิการศึกษาตรงกับสาขาวิชา และมีความรู้ความสามารถในการสอน มากที่สุด รองลงมาได้แก่ บุคลากรและเจ้าหน้าที่ที่มีความเข้าใจปัญหาของนักศึกษาและพร้อมให้คำปรึกษา อาจารย์มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชาที่เปิดสอน

เป็นอย่างดี บุคลากรและเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็วและสุภาพ มีอาจารย์ภายนอกที่เป็นผู้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ อาจารย์มีตำแหน่งทางวิชาการและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการการศึกษา คณาจารย์มีผลงานทางวิชาการเป็นที่ยอมรับในวงการการศึกษา อาจารย์ส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางวิชาการและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการการศึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำปรึกษาแนะนำใกล้ชิดและเป็นกันเอง ตามลำดับ

ด้านกระบวนการจัดการศึกษา (Process)

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทางด้านกระบวนการจัดการศึกษา (Process) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ มีระบบบริการเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต E - mail E - learning มากที่สุด รองลงมาได้แก่ มหาวิทยาลัยมีการจัดการศึกษาและบริการต่าง ๆ อย่างหลากหลาย โดยคำนึงถึงความต้องการของนักศึกษา มีห้องการติดต่อประสานงานระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน โครงการต่าง ๆ มีพื้นที่เพื่อศึกษา ค้นคว้านอกเวลา มีความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ ในการให้บริการ มีการจัดการศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการให้บริการของเจ้าหน้าที่รวดเร็ว สุภาพ และเป็นกันเอง ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2549 - 2557 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทางด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ บรรยากาศรอบมหาวิทยาลัย และอาคารเรียนมีความสงบ ร่มรื่น สะอาด และสวยงาม มากที่สุด รองลงมาได้แก่ มหาวิทยาลัยมีอาคารเรียน ห้องประชุม ห้องปฏิบัติการต่าง ๆ และสนามกีฬาที่สวยงาม ทันสมัยอย่างเพียงพอ มหาวิทยาลัยมีการออกแบบและตกแต่งสภาพบรรยากาศภายในของคณะดูดี มีความทันสมัยและเหมาะสมกับบรรยากาศการเรียน มหาวิทยาลัยมีห้องเรียนสะอาด สวยงาม และมีขนาดเหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา และมหาวิทยาลัยมีห้องสมุดกว้างขวาง มีหนังสือที่ทันสมัยจำนวนมากเพียงพอ กับความต้องการ ตามลำดับ

และได้วิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) คือ อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิ/ตำแหน่งทางวิชาการตามข้อกำหนด บัณฑิตมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและยอมรับ หลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัยเป็นที่ยอมรับ เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการจัดอันดับ อยู่ในลำดับต้น ๆ ของการศึกษา มีความเชื่อมั่นในผลงานทางวิชาการที่ผ่านมาของมหาวิทยาลัย ระยะเวลาในการเรียนจนจบการศึกษามีความเหมาะสม มหาวิทยาลัยเปิดสาขาที่สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรเหมาะสม เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการพัฒนาเจริญก้าวหน้าทางวิชาการอยู่ตลอดเวลา ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต แสดงถึงด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) ระยะเวลาในการเรียนจนจบการศึกษามีความเหมาะสม มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรเหมาะสม เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศ

และหลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัยเป็นที่ยอมรับ เพื่อให้เป็นที่สนใจและพิจารณาจากด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร แต่ถ้าผู้สนใจได้รับข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยในด้านลบหรือข่าวที่ไม่ดี จะมีผลทำให้ผู้สนใจศึกษาต่อไม่คิดที่จะศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าน้ำหนักจากคำทำนายที่ -1.604 ต่อหน่วย

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ทำให้ทราบถึง สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ในภาพรวม ด้านบุคลากร (People) และด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.16 รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.14 ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย (Place) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.10 ด้านกระบวนการจัดการศึกษา (Process) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.06 ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน (Price) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 3.96 และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 3.78 ตามลำดับ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงศักดิ์ แสงจันทร์ (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต อยู่ในระดับมาก คือ ด้านอาจารย์ผู้สอน รองลงมาคือ ด้านหลักสูตร ด้านภาพลักษณ์ของวิทยาลัยและด้านการบริหารจัดการของวิทยาลัย ส่วนด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน อยู่ในระดับปานกลางและข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้แก่ เพศ รายได้ ภาพลักษณ์ของวิทยาลัย หลักสูตร อาจารย์ผู้สอน อุปกรณ์การเรียนการสอน และการบริหารจัดการของวิทยาลัย ยังสอดคล้องกับ เกษรา โพธิ์เย็น (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรก คือ มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาที่ผูกกับรายได้ในอนาคต (กรอ.) หรือ Income Contingent Loan : ICL ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้

ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรก คือ มีโปรแกรมวิชาให้เลือกหลากหลายโปรแกรม ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรก คือ คณาจารย์มีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดความรู้ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรก คือ มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ปัจจัยกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรก คือ เอกสารที่ใช้ในการรับสมัครเข้าใจง่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรก คือ มีการรับเทียบโอนจำนวนหน่วยกิตจากสถาบันอื่นที่เคยเรียนมาไว้ในบางวิชาเพื่อให้สามารถเรียนจนได้เร็วขึ้น ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรก คือ สะดวกต่อการเดินทางมาศึกษา ปัจจัยภายนอกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านเศรษฐกิจ คือ ต้องการประกอบอาชีพที่มีความก้าวหน้า ด้านเทคโนโลยี ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามี การพัฒนาก้าวหน้ามากขึ้น ด้านสังคมและวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ ผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีบทบาทเป็นที่ยอมรับในสังคม และด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ ต้องการเข้าเรียนในสถานศึกษาที่มีโอกาสสำเร็จการศึกษาสูง ยังสอดคล้องกับปิติพงษ์ คำแก้ว (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เขตพื้นที่พายัพ เชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในการศึกษาหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคาดหวังว่า จะสามารถที่จะเป็นผู้ที่วิเคราะห์และตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผล ในด้านความมั่นคงและก้าวหน้าในวิชาชีพ นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จะสามารถประกอบอาชีพเสริมได้ ในด้านสังคมและเศรษฐกิจของครอบครัว นักศึกษา ส่วนใหญ่ได้ตัดสินใจเลือกเรียนด้วยตนเอง สำหรับปัจจัยในด้านความถนัดและเหตุผลส่วนตัว นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า รักและศรัทธาในอาชีพครู และปัจจัยในด้านเกียรติยศชื่อเสียงของวิชาชีพ นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า สามารถนำมาประกอบอาชีพที่สุจริตและพัฒนาสังคมได้ ยังสอดคล้องกับกัลยา อุ่นจาย (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรต่อเนื่อง) ในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรต่อเนื่อง) ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้ ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และความสามารถ ปัจจัยด้านการเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เมื่อจบการศึกษาแล้วมีโอกาสสร้างฐานะที่มั่นคง ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความต้องการวุฒิปริญญาตรีทางการบัญชี ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความเชื่อถือและการยอมรับของสถานประกอบการที่มีต่อมหาวิทยาลัย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ใหญ่และมีความเจริญ ยังสอดคล้องกับฉัตรชัย

อินทสังข์ ฌพรธณ สีนุศิริ ดุษฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง และปริม หนูนัด (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องความต้องการศึกษาต่อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษา จังหวัดนครราชสีมา จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักสูตรเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการประกอบอาชีพ ด้านสถาบันการศึกษา ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา และด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามลำดับ โดยในภาพรวมปัจจัยทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในระดับมาก ยังสอดคล้องกับปาณิสรา เพชรบุรณิน (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จากการศึกษาพบว่า ทางด้านปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ นั้นนักศึกษาได้ให้ความสำคัญโดยคำนึงถึงสาขาวิชาที่เข้าศึกษาที่มีผลทำให้มีความก้าวหน้าในอนาคตมากที่สุด และทางด้านราคาได้พิจารณาถึงช่องทางในการชำระเงินที่มีหลายรูปแบบ เช่น การชำระเงินสดหรือผ่านธนาคาร ทางด้านปัจจัยทางด้านสถานที่นักศึกษาระดับปริญญาโทให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งที่อยู่ใกล้ภูมิลำเนา เพื่อจะได้มีความสะดวกในการเดินทางมาศึกษา ทางด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาดได้ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักให้มา ปัจจัยด้านบุคลากรนักศึกษาได้ให้ความสำคัญในด้านความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน และคณาจารย์ที่มีความรู้ความชำนาญตรงกับสาขาที่เปิดทำการสอน ในด้านของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ควรมีการพัฒนาด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสังคม เพราะนักศึกษาได้ให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสังคมมากที่สุด และทางด้านขั้นตอนการให้บริการนั้นนักศึกษามีความรู้สึกประทับใจและความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการและคำแนะนำที่ดีจากเจ้าหน้าที่เมื่อเข้าไปศึกษา ยังสอดคล้องกับธนาชัยวัฒน์ เดชาสินธ์เจริญ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่องความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อ คือ เนื้อหาวิชาในหลักสูตรเป็นประโยชน์กับงานที่ทำอยู่ โดยที่มีแรงจูงใจมาใช้ในทางปฏิบัติที่ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านสถาบัน และด้านสังคม และยังสอดคล้องกับปิยวรรณ เจริญสุขโสภณ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง/มีรถสาธารณะผ่าน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ทำงาน สภาพแวดล้อมโดยรอบสถานศึกษาความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับสถาบันที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน มีความสัมพันธ์กับอายุ มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น เกมจำลองทางการตลาด การศึกษาดูงานต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับอาชีพ และมีโอกาสเลือกงานที่มีผลตอบแทนสูง มีตำแหน่งที่ดี มีความสัมพันธ์กับภูมิลำเนา ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อกับคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีการดูแลเอาใจใส่ ให้คำปรึกษาในระหว่าง

การศึกษา มีความสัมพันธ์กับอายุ และการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ทำงาน ปัจจัยย่อยด้านบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว และสุภาพ มีความสัมพันธ์กับอายุ เพศ และจำนวนปริญญา เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยรอยยิ้มและเต็มใจในการให้บริการ เจ้าหน้าที่และบุคลากรมีความเข้าใจปัญหาของนักศึกษาและพร้อมให้คำปรึกษา มีความสัมพันธ์กับจำนวนใบปริญญา และคณาจารย์มีชื่อเสียงกว้างขวางเป็นที่ยอมรับในวงการศึกษา มีความสัมพันธ์กับภูมิลาเนา ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ห้องสมุดมีความทันสมัย มีความสัมพันธ์กับจำนวนใบปริญญา มีการปรับปรุงพัฒนาอาคารสถานที่ให้อยู่ในสภาพที่ดีมีความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับอาชีพ และมีสื่อการสอน/อุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอนมีเพียงพอ และทันสมัย มีความสัมพันธ์กับภูมิลาเนา ปัจจัยย่อยด้านราคา ได้แก่ กิจกรรมที่ต้องชำระเงินเพิ่มมีจำนวนน้อย มีความสัมพันธ์กับสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และรายได้ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีเพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ มีความสัมพันธ์กับภูมิลาเนา

และได้วิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) คือ อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิ/ตำแหน่งทางวิชาการตามข้อกำหนด บัณฑิตมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและยอมรับ หลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัยเป็นที่ยอมรับ เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการจัดอันดับ อยู่ในลำดับต้น ๆ ของการศึกษา มีความเชื่อมั่นในผลงานทางวิชาการที่ผ่านมาของมหาวิทยาลัย ระยะเวลาในการเรียนจนจบการศึกษา มีความเหมาะสม มหาวิทยาลัยเปิดสาขาที่สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรเหมาะสม เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการพัฒนาเจริญก้าวหน้าทางวิชาการอยู่ตลอดเวลา ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต แสดงถึงด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) ระยะเวลาในการเรียนจนจบการศึกษา มีความเหมาะสม มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรเหมาะสม เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศ และหลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัยเป็นที่ยอมรับ เพื่อให้เป็นที่สนใจและพิจารณาจากด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Product) ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร แต่ถ้าผู้สนใจได้รับข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยในด้านลบหรือข่าวที่ไม่ดี จะมีผลทำให้ผู้สนใจศึกษาต่อไม่คิดที่จะศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าน้ำหนักจากค่าทำนายที่ -1.604 ต่อหน่วย และยังสอดคล้องกับปิยวรรณ เจริญสุขโสภณ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง/มีรถสาธารณะผ่าน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ทำงาน สภาพแวดล้อมโดยรอบสถานศึกษา มีความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับสถาบันที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน มีความสัมพันธ์กับอายุ มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น เกมจำลองทางการตลาด การศึกษาดูงาน

ต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับอาชีพ และมีโอกาสเลือกงานที่มีผลตอบแทนสูง มีตำแหน่งที่ดี มีความสัมพันธ์กับภูมิสำเนา ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อกับคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีการดูแลเอาใจใส่ ให้คำปรึกษาในระหว่างการศึกา มีความสัมพันธ์กับอายุ และการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ทำงาน ปัจจัยย่อยด้านบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว และสุภาพ มีความสัมพันธ์กับอายุ เพศ และจำนวนปริญญา เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยรอยยิ้มและเต็มใจในการให้บริการ เจ้าหน้าที่และบุคลากรมีความเข้าใจปัญหาของนักศึกษาและพร้อมให้คำปรึกษา มีความสัมพันธ์กับจำนวนใบปริญญา และคณาจารย์มีชื่อเสียงกว้างขวางเป็นที่ยอมรับในวงการศึกามีความสัมพันธ์กับภูมิสำเนา ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ห้องสมุดมีความทันสมัย มีความสัมพันธ์กับจำนวนใบปริญญา มีการปรับปรุงพัฒนาอาคารสถานที่ให้อยู่ในสภาพที่ดีมีความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับอาชีพ และมีสื่อการสอน/อุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอนมีเพียงพอ และทันสมัย มีความสัมพันธ์กับภูมิสำเนา ปัจจัยย่อยด้านราคา ได้แก่ กิจกรรมที่ต้องชำระเงินเพิ่มมีจำนวนน้อย มีความสัมพันธ์กับสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และรายได้ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีเพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ มีความสัมพันธ์กับภูมิสำเนา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงระดับของส่วนประสมทางการตลาดของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลพระนคร ถึงแม้ทั้ง 7 ด้าน ผลระดับความคิดเห็นจะอยู่ในระดับมาก แต่ยังคงต้องปรับปรุงในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความพึงพอใจของนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลพระนคร มีผลเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจในการศึกษาต่อในระดับต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต โดยสำรวจจากภายนอกมหาวิทยาลัย
2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต โดยสำรวจจากนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลพระนคร

บรรณานุกรม

- กัลยา อุ่นจาย. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรต่อเนื่อง) ในจังหวัดเชียงใหม่. ค้นคว้าแบบอิสระ สาขาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เกษรา โพธิ์เย็น. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. ค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- เกรียงศักดิ์ แสงจันทร์. (2548). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ. (2552). ความต้องการศึกษาต่อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของนักศึกษาจังหวัดนครราชสีมา. โครงการวิจัย : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ธนาชัยวัฒน์ เตชาสินธ์เจริญ. (2553). ความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ปาณิสรา เพชรบุรณิน. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. โครงการวิจัยเฉลิมพระเกียรติ สาขาวิชาการตลาด (ธุรกิจระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ปิติพงษ์ คำแก้ว. (2551). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เขตพื้นที่พายัพ เชียงใหม่. ค้นคว้าแบบอิสระ ศีษศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปิยวรรณ เจริญสุขโสภณ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.