



การประชุมวิชาการราชภัฏรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 2
"การเมือง การบริหาร และสังคมในยุคดิจิทัลกับการพัฒนาที่ยั่งยืน"

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Factors Affecting the Need for Admission to the MBA Program Human Resource
Management and Development Faculty of Management Science Phuket
Rajabhat University

บัญญัติ ไหว่วงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

สมมาตุ ศรีสวัสดิ์

อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตและเพื่อทราบแนวทางในการบริหารหลักสูตร ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสังคม ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์และสาขาวิชา ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด และปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยเฉพาะหลักสูตรได้รับการรับรองมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา รูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง โครงสร้างรายวิชาที่เน้นการอภิปรายกลุ่ม สัมมนา และศึกษาดูงานนอกสถานที่ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ตามลำดับ

คำสำคัญ : ปัจจัย การเลือกศึกษาต่อ สาขาวิชา

Abstract

This research aims to study the factors affecting the need for admission to the MBA program Human Resource Management and Development Faculty of Management Science Phuket Rajabhat University and to know the guidelines for curriculum management. The result of this study shows that the factor of school fee is the highest average value followed by social factor. The image of the faculty and the field factor service and building factors, and curriculum and teaching style factors respectively. In particular, the curriculum has been accredited to the standards and quality of education. Teaching and learning management model that emphasizes practicality Course structure that focuses on group discussions seminars and study visits to locations of average values.



Keywords: Factors; Selecting for Further Study; Study Field or Major

1. บทนำ

การพัฒนาประเทศได้ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ซึ่งเป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ได้อย่างยั่งยืน และเมื่อกล่าวถึงการพัฒนาคือหรือทุนมนุษย์ให้เข้มแข็ง การเสริมสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพของคน ทั้งในเชิงสถาบัน ระบบโครงสร้างของสังคมให้เข้มแข็ง ต้องกล่าวถึงระบบการศึกษา ซึ่งสามารถสร้างให้คนมีคุณภาพอันเป็นแรงกระตุ้นในการส่งเสริมและพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้าได้อย่างดีในอนาคต การศึกษาคือบทบาทสำคัญในการทำให้คนได้เรียนรู้ และนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555)

การศึกษาถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่ง ที่จะส่งผลต่อการสร้างแนวความคิดใหม่ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนาองค์กร ภาคสังคมและประเทศได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ ภายใต้กรอบการค้าเสรีที่กำลังมีบทบาทสำคัญในปัจจุบัน โดยเฉพาะการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการผลิตกำลังคนระดับสูง การศึกษาระดับอุดมศึกษาในปัจจุบันมีการแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรง ทั้งนี้ เนื่องจากการขยายตัวและการยกฐานะของมหาวิทยาลัยใหม่ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 38 แห่ง เมื่อปี พ.ศ. 2559 และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 9 แห่ง ซึ่งยกสถานะเป็นมหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 นอกจากมหาวิทยาลัยของรัฐแล้ว มหาวิทยาลัยเอกชนก็เกิดใหม่ขึ้นหลายแห่ง ส่งผลให้มีการเปิดหลักสูตรที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2550)

สำหรับการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษานั้น นับว่ามีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในหลายมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐหรือเอกชน โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพของคนให้มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาตนเอง และประเทศชาติ และเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานที่ต้องการคนที่มีทักษะการทำงานในระดับสูง ในสภาวะทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการแข่งขันที่เข้มข้น จากสภาพการณ์ดังกล่าวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับแนวโน้มอนาคตการศึกษาของไทย เพื่อการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ตามพระราชบัญญัติอุดมศึกษาที่ว่า อุดมศึกษาเป็นแหล่งองค์ความรู้และพัฒนา กำลังคนระดับสูงที่มีคุณภาพเพื่อการพัฒนาชาติอย่างยั่งยืน สร้างสังคมการเรียนรู้ตลอดชีวิต บนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2556)

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เป็นมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวและภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตได้ปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้หลักของจังหวัดอยู่ในภาวะที่มีเม็ดเงินจากการท่องเที่ยวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ ส่งผลให้ภาคการค้าและการลงทุนของเอกชนในจังหวัดขยายตัวดีขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมของภาครัฐในการพัฒนาภูเก็ตให้เป็นเมืองนานาชาติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางความเจริญของภาคใต้ องค์การภาคธุรกิจจึงมีความต้องการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ความสามารถด้านการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในการบริหารองค์การ



หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA.) สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงเป็นหลักสูตรที่ต้องสนองความต้องการของท้องถิ่นในแถบจังหวัดอันดามัน โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จะทำให้ทราบถึงข้อมูลด้านปัจจัยที่ทำให้สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารหลักสูตรต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

3. ประโยชน์ของการวิจัย

3.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

3.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนากิจการการศึกษาของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

4. ขอบเขตการศึกษา

4.1 ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ภาคปกติและ ภาค เสาร์ – อาทิตย์ รุ่น 58 จำนวน 337 คน (ระบบบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 2561)

4.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ภาคปกติและ ภาค เสาร์ – อาทิตย์ รุ่น 58 จำนวน 337 คน ซึ่งได้ทำการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรตามทฤษฎีของ ทาโร่ ยามานะ (Yamane Taro, 1973) โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 185 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยคำนึงถึงสัดส่วนองค์ประกอบของประชากร โดยมีการแบ่งเป็น นักศึกษาภาคปกติจำนวน 85 คน และภาค เสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 100 คน ซึ่งเลือกแจกแบบสอบถามแบบบังเอิญจนครบตามจำนวนที่ต้องการตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหาและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

ตัวแปรอิสระ แบ่งออกเป็น

- ปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน
- ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน
- ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์และสาขาวิชา



- ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่
- ปัจจัยด้านสังคม

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

4.4 ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน สิงหาคม – พฤศจิกายน 2561 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาเปิดภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 และเพื่อใช้ข้อมูลในการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมรับนักศึกษาในปีการศึกษา 2562 ต่อไป

4.5 ขอบเขตด้านสถานที่ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่การวิจัยเฉพาะ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จังหวัดภูเก็ตเท่านั้น

5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้า หรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน (ซูซีย์ สมิตธิกร, 2553, น.6) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่าใครเป็นลูกค้า ความต้องการของลูกค้าคืออะไร ซื้ออย่างไร ใช้ผลิตภัณฑ์อย่างไร และปฏิกิริยาของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค (พิชญ จงสถิตย์วัฒนา, 2544, น.54)

แนวคิดทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าใดก็ตามส่วนสำคัญประการหนึ่งในเรื่องของการตลาด เป็นปัจจัยอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจ ดังนั้นปัจจัยประการแรกก็คือ แนวคิดส่วนประสมการตลาด (The Marketing Mix) ทั้งสี่องค์ประกอบนั้นเรียกอีกอย่างหนึ่งก็คือ 4Ps ของส่วนประสมการตลาด 4 ด้าน ที่จำเป็นและสัมพันธ์กัน เพื่อมุ่งสนใจตอบสนองลูกค้า ดังนี้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2534, น. 36)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองตอบ ความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ และนอกจากนี้จะต้องมีการพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาขึ้น ให้ตรงกับความต้องการของตลาด และลูกค้า รวมทั้งรูปร่างของผลิตภัณฑ์และ/หรือรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคา เป็นต้นทุนของลูกค้าผู้บริโภค ที่จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หรือการกำหนด ราคาให้ถูกต้องเหมาะสม ในเรื่องราคานี้จะเป็นใจกลางของส่วนประสมของการตลาดทั้งหมด และเป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้ ในการกำหนดราคาจะต้องพิจารณา ทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย และปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่างกัน ราคาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ผู้บริหารการตลาดต้องสนใจเป็นพิเศษ



3. สถานที่หรือช่องทางการตลาด (Place) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ดีหากไม่สามารถไปถึงทันเวลาและในสถานที่ ที่ซึ่งมีความต้องการแล้ว ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ก็ไร้ความหมาย ดังนั้น ในด้านของสถานที่จึงต้องมีการพิจารณาถึงสถานที่ เวลา และบุคคลที่สินค้าและบริการ ควรจะถูกนำไปเสนอขาย

4. การส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) เป็นโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย หรือการแจ้ง การบอกกล่าว และการขายความคิดความเข้าใจให้ลูกค้าได้รับ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับวิธีการต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับสื่อความ ให้ถึงตลาดเป้าหมาย ให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ว่าได้มีจำหน่ายที่ใด สำหรับช่องทางส่งเสริมการจัดจำหน่าย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นจะทำให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และสามารถจะจัดหาแนวทางกระตุ้นการตลาดให้เหมาะสม ซึ่งได้มีการแบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ได้แก่ (คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง : Kotler and Armstrong, 2001, p.78)

1. ค่านิยม (Value) ค่านิยมจะมีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีตัวเลือกหลายตัว ตัวเลือกที่หนึ่งอาจมีผลทำให้ค่านิยมพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปในด้านที่ดีขึ้น ในขณะที่ตัวเลือกที่สองสามารถสร้างค่านิยมใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการได้ อย่างไรก็ตามจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของบุคคลนั้น

2. ประเภทของครอบครัว (Type of Family) ประเภทของครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ขนาดของครอบครัว การเงินของครอบครัว อาชีพ และการศึกษาของสมาชิกที่อยู่อาศัยของครอบครัวจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ

3. ทรัพยากรครอบครัว (Family Resources) ทรัพยากรครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ กล่าวคือ บุคคลโดยทั่วไปมักจะทำตามรูปแบบการซื้อในสิ่งเดิมที่เคยซื้อในอดีต ทำให้รอบคอบมากขึ้นเพราะเกิดการตัดสินใจขั้นสุดท้ายและเป็นนิสัย

4. ทิศทางของเศรษฐกิจสังคม (The Socioeconomic Setting) เศรษฐกิจของประเทศจะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อ กล่าวคือ ในช่วงที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองผู้คนส่วนใหญ่จะทำงานและมีเงินสำหรับใช้จ่ายใช้สอยได้อย่างสบายใจ แต่เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำก็จะตระหนักถึงสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงจึงใช้จ่ายใช้สอยน้อยลง

6. กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน ปัจจัยด้านค่านิยมการเรียน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์และสาขาวิชา ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านสังคม

ตัวแปรตาม คือ ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ หรือ การตัดสินใจไม่เข้าศึกษาต่อ ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต



ตัวแปรอิสระ

- ปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน
- ปัจจัยด้านค่านิยมการเรียน
- ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์และสาขาวิชา
- ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่
- ปัจจัยด้านสังคม

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ
ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

7. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

7.1 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาประเด็นหลักของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต

7.2 ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ท่าน หากไม่สอดคล้อง ผู้วิจัยจะทำการแก้ไขหรือเพิ่มเติมเพื่อให้แบบสอบถามมีความสอดคล้องกับการวิจัยมากที่สุด

7.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามตามความจริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

7.4 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากงานวิจัย และประมวลผลการวิจัยสรุปผลการวิเคราะห์และจัดทำรายงานวิจัย

8. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ได้แก่ ปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน ปัจจัยด้านค่านิยมการเรียน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์และสาขาวิชา ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านสังคม ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามให้เลือกในลักษณะการให้มาตรวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale)
ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง

9. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำข้อมูลมาประมวลผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์

9.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage)

9.2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์และสาขาวิชา ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

10. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการวิจัย จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 185 ชุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 71.35 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 28.65 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 24 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 44.87 รองลงมาคืออายุระหว่าง 25 - 29 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 40.54 ลำดับสุดท้าย อายุ 30 ปี ขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.59 ตามลำดับ ด้านการประกอบอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานในหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 41.62 รองลงมาศึกษาเพียงอย่างเดียว จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 41.17 ทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.97 และลำดับสุดท้าย พนักงานในหน่วยงานภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.24 รายได้รวมต่อเดือนของครอบครัว โดยเฉลี่ย พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 39.46 รองลงมาคือรายได้ มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 28.11 รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.95 และลำดับสุดท้ายคือรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.48 ด้านสถานภาพทางสมรส ด้านสถานภาพทางสมรส โสด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 82.70 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการเข้าศึกษาต่อประกอบด้วยปัจจัย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์ และสาขาวิชา ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านสังคม ดังนี้



ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทั้ง 5 ด้านในภาพรวม

ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน	4.42	0.48	มากที่สุด	1
ปัจจัยด้านสังคม	4.33	0.49	มากที่สุด	2
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์ และสาขาวิชา	4.30	0.59	มาก	3
ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่	4.25	0.68	มาก	4
ปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบ การเรียนการสอน	4.23	0.67	มาก	5
รวม	4.30	0.58	มาก	

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสังคม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์และสาขาวิชาค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.30$) ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่ ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.25$) และปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรกค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ หลักสูตรมีการแจกแจงค่าธรรมเนียมการเรียนโดยแสดงรายละเอียดที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) รองลงมาลำดับที่สองได้แก่ สามารถชำระเงินค่าเรียนได้หลายวิธี โอนเงินผ่านธนาคาร บัตรเครดิต หรือการชำระเงินสดที่งานการเงิน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) ลำดับถัดมาลำดับที่สามได้แก่ค่าธรรมเนียมในการเรียนได้รวมค่าศึกษาตางานต่างประเทศไว้แล้ว ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.92) ลำดับถัดมาลำดับที่สี่ได้แก่ค่าธรรมเนียมการเรียนมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับสถาบันการศึกษาอื่น ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$) และลำดับที่ห้า สามารถผ่อนชำระเงินค่าธรรมเนียมการเรียนเป็นงวดได้ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรกค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การสำเร็จการศึกษาระดับมหาบัณฑิตเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาลำดับที่สองได้แก่ การสำเร็จการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาเป็นการยกระดับทางสังคมให้สูงขึ้น ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) ลำดับถัดมาลำดับที่สามได้แก่ การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาเป็นการสร้างเครือข่ายกับเพื่อร่วมชั้นเรียนทั้งจากวิชาชีพเดียวกัน



และต่างวิชาชีพ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) ลำดับถัดมาลำดับที่สี่ ได้แก่ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาไปพัฒนางานของตนเองและนำวุฒิการศึกษาไปปรับฐานเงินเดือน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) และลำดับที่ห้า ต้องการนำวุฒิการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาไปใช้ในการสมัครงานใหม่ ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์และสาขาวิชา ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรกคือคณาจารย์มีความรู้ความสามารถในวิชาชีพและวิชาการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาลำดับที่สองได้แก่ คณาจารย์และสาขาวิชาเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) ลำดับถัดมาลำดับที่สามได้แก่ ภาพลักษณ์ในชื่อเสียงของคณาจารย์และสาขาวิชาในการให้คำปรึกษาการดูแลนักศึกษา ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.50$) ลำดับถัดมาลำดับที่สี่ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านจำนวนคณาจารย์ที่เพียงพอต่อการรับนักศึกษาในแต่ละรุ่น ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.35$) และ ลำดับที่ห้า คณาจารย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในระดับประเทศ ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.33$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรก ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.46$) ลำดับที่สอง มีสถานที่ให้นั่งพักผ่อนอย่างเพียงพอนอกเวลาเรียน ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.43$) ลำดับที่สามห้องเรียนที่ใหม่และอุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.42$) ลำดับที่สี่ ห้องสาขาวิชาสามารถติดต่อขอรับบริการได้อย่างสะดวก ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.41$) และ ลำดับที่ห้า มีลิฟท์โดยสารบริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ หลักสูตรได้รับการรับรองมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาลำดับที่สองได้แก่ รูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง ค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 4.54$) ลำดับถัดมาลำดับที่สามได้แก่ โครงสร้างรายวิชาที่เน้นการอภิปรายกลุ่ม สัมมนา และศึกษาดูงานนอกสถานที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) ลำดับถัดมาลำดับที่สี่ ได้แก่ มีการศึกษาดูงานต่างประเทศค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) และ ลำดับที่ห้า สามารถยืดหยุ่นด้านเวลาในการเข้าห้องเรียนได้ตามความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$)

11. อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยโดยมีประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้



ด้านข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมา เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานในหน่วยงานภาคเอกชน รองลงมาศึกษาเพียงอย่างเดียว รายได้รวมต่อเดือนของครอบครัว พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ที่เพียงพอต่อการชำระค่าลงทะเบียน แต่ด้วยเนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดภูเก็ตอยู่ในช่วงชะลอตัว จึงส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา และด้านสถานภาพทางการสมรสพบว่าผู้ที่มีสถานภาพโสดหรือสมรสมีความต้องการในการศึกษาต่อไม่แตกต่างกันโดยการเลือกศึกษาต่อสถาบันการศึกษาที่อยู่ในท้องถิ่นใกล้บ้าน ได้อยู่กับครอบครัว ไม่ต้องการเดินทางไกลเพื่อไปศึกษาที่อื่นโดยไม่กระทบต่อการดำเนินชีวิตปกติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรสุดา จารุธีรพันธุ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสาขาวิชา ในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าศึกษาต่อจะมีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในท้องถิ่นใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัย โดยส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมือง รองลงมาเป็นภูมิลำเนาอื่น ๆ ตามลำดับ และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 รองลงมาคือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ตามลำดับ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัสมา บุญชัยยะ (2551) เรื่อง แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยผลการวิจัยพบว่า นิสิตมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ด้านสถาบันอยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของเจริญ โสภา (2551) เรื่อง แรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีด้านสถาบันอยู่ในระดับมาก

Oral

227

ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียน มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ใน 3 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยว คือ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีระบบเศรษฐกิจที่ดี จึงส่งผลให้รายได้ของครอบครัวส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มีฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวิสาข์ แก้วสมบุญ (2556) ทำงานวิจัย เรื่อง เหตุจูงใจที่ให้นิสิตเข้าศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณโดยปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสม ระบบการจ่ายค่าเล่าเรียนมีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิสรา เพชรบุญ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จากการศึกษาพบว่า ทางด้านปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์นั้น นักศึกษาได้ให้ความสำคัญทางด้านราคาโดยได้พิจารณาถึงช่องทางในการชำระเงินที่มีหลายรูปแบบ เช่น การชำระเงินสด หรือผ่านธนาคาร เพื่อจะได้มีความสะดวกในการเดินทาง ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาชัยวัฒน์ เดชาสินธ์เจริญ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านสถาบัน และด้านสังคม ตามลำดับ

ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจาก ข้อที่เป็นเหตุผลในการเลือกเข้าศึกษาต่อของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ การ



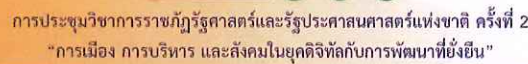
สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโทเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือในสายตาคณะภายนอกโดยทั่วไป การสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโทจะเป็นการยกระดับสถานภาพทางสังคมให้สูงขึ้น ซึ่งอาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยในปัจจุบันเปิดรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีไม่จำกัดสาขาทำให้ผู้เข้าศึกษามีเพื่อนร่วมชั้นเรียนที่มีความหลากหลายทางวิชาชีพ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีงานทำแล้ว ทำให้มีการแลกเปลี่ยนทัศนะและประสบการณ์กับเพื่อนร่วมชั้นเรียนทั้งจากวิชาชีพเดียวกันและต่างวิชาชีพ เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น รวมทั้งสังคมภายนอกให้การยอมรับในเรื่องความรู้ความสามารถของผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการเข้าสังคมกับผู้สำเร็จการศึกษาไม่ว่าจะเป็นสังคมกลุ่มเพื่อนหรือหน่วยงานที่ปฏิบัติงานอยู่ ซึ่งผู้สำเร็จการศึกษาเชื่อว่าจะได้รับการยอมรับด้านความรู้ความสามารถจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้าง อาทิ พ่อแม่ ญาติพี่น้อง รวมทั้งเกิดความภาคภูมิใจว่าได้สำเร็จการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ประศาสน์ ไสลงษ์ (2552) เรื่อง แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตของนักศึกษา ปริญญาโทมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต ด้านสังคม อยู่ในระดับมาก และ อัสมา บุญชัยยะ (2551) เรื่อง แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒโดยผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านสังคม อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของคณาจารย์และสาขาวิชา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชาโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีชื่อเสียงมายาวนานกว่า 10 ปี มีความเป็นเลิศทางวิชาการและวิชาชีพ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของสาขาวิชา อันจะช่วยให้เกิดการจดจำ การบอกถึงคุณลักษณะเด่นของสาขาวิชา รวมทั้งก่อให้เกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้เข้ามาศึกษาและสำเร็จการศึกษาออกไปอีกทั้งยังเป็นสาขาวิชาที่มีเครือข่ายภาคธุรกิจและตลาดแรงงานนั้นคือ ชมรมบริหารงานบุคคล จังหวัดภูเก็ต ส่งผลให้สาขาวิชา เป็นที่รู้จักในวงกว้างของตลาดแรงงานที่จะพร้อมรับบัณฑิตเข้าไปเป็นบุคลากรในสถานประกอบการ รวมทั้งชื่อเสียงของคณาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการผลิตบัณฑิตให้เป็นที่ยอมรับจากตลาดแรงงาน โดยการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง มีความหลากหลายในรูปแบบการสอนโดยนำเทคโนโลยี เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในห้องเรียนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีการอภิปรายกลุ่ม การสัมมนา ตลอดจนการทำโครงการและโครงการให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้กับการใช้งานอุปกรณ์และเครื่องมือทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้จริง ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากชมรมบริหารงานบุคคลจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ใจชนก ภาคออต (2556) เรื่อง ปัจจัยด้านการพัฒนาคุณภาพของสถาบันที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาระดับปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยพบว่า นิสิตมีทัศนคติต่อด้านภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งภาพลักษณ์ของสถาบันจะช่วยให้เกิดการจดจำ การบอกถึงคุณลักษณะเด่นของสถาบันนั้นๆ ได้ รวมทั้งก่อให้เกิดความภาคภูมิใจเมื่อสามารถเข้าศึกษาและสำเร็จการศึกษาจากสถาบัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่นักศึกษามีทัศนคติที่ดีมากกว่าข้ออื่นๆ คือมหาวิทยาลัยต้องมีชื่อเสียงและมีความเป็นเลิศทางวิชาการโดยเฉพาะอย่างยิ่งความมีชื่อเสียงของการเรียนการสอนและคณาจารย์ในหลักสูตรต้องเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงมีคุณวุฒิเฉพาะด้านและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาเป็นอย่างดี



ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านการบริการและอาคารสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนประกอบสำคัญในการจัดการเรียนการสอน ซึ่งการเรียนการสอนจะประสบผลสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องมีอาคารที่น่าเรียนและใช้ประโยชน์ได้ตามจุดประสงค์การจัดการศึกษา สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ได้คำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางการศึกษา ตลอดจนการดูแลสภาพแวดล้อมให้ทันสมัย ถูกสุขลักษณะ มุ่งพัฒนาสถานที่ให้เอื้อต่อการเรียนรู้ สอดคล้องกับ ดลฤดี สุวรรณศิริ (2550) ที่ทำการศึกษาระียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อซึ่งปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา โดยมุ่งที่อาคารสถานที่และชื่อเสียงของคณาจารย์ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรียงศักดิ์ แสงจันทร์ (2549) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยพบว่า นักศึกษามีทัศนคติต่อด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้าน ห้องปฏิบัติการ เครื่องมือ ตลอดจนอุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความทันสมัยและเพียงพอสำหรับนักศึกษาเพราะนักศึกษาต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อและสนับสนุนต่อการเรียนการสอนให้ลุล่วงไปด้วยดี

ปัจจัยที่ 5 ปัจจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก หลักสูตรที่เปิดสอนต้องเน้นตรงตามความต้องการของสถานประกอบการอันจะทำให้ผู้สำเร็จการศึกษาเชื่อมั่นได้ว่า หากสำเร็จการศึกษาจากสาขาวิชานี้จะได้รับการยอมรับและได้รับการพิจารณา เพราะหลักสูตรได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา มีจำนวนหน่วยกิตและจำนวนภาคเรียนต่อปีการศึกษาที่เหมาะสม และมีความคุ้มค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยกลุ่มราชภัฏอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไกรสิงห์ สุดสงวน (2560) เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า หลักสูตรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมาก เนื่องจากให้ความสำคัญเมื่อสำเร็จการศึกษาไปสู่การประกอบอาชีพหรือการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งต้องการความมั่นคงในอาชีพและเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วริศรา ดวงตาน้อย (2556) เรื่อง ความต้องการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาด้านการบัญชี โดยพบว่า นักศึกษามีทัศนคติต่อการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติมากกว่าข้ออื่นๆ คือ การจัดรูปแบบการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีชั่วโมงปฏิบัติการ อภิปรายกลุ่ม สัมมนา โครงการหรือวิจัยเรียนรู้นอกสถานที่ ฝึกงาน เพราะนักศึกษาให้ความสำคัญและสนใจในการเรียนการสอนที่หลากหลาย ผสมผสานกัน ทั้งแบบภาคบรรยายและภาคปฏิบัติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยกาญจน์ สิทธิศักดิ์ (2559) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ความเชื่อมั่นในผลงานทางวิชาการที่ผ่านมาของมหาวิทยาลัยระยะเวลาในการเรียนจนจบการศึกษา มีความเหมาะสม มหาวิทยาลัยเปิดสาขาที่สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรเหมาะสม เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าทางวิชาการอยู่ตลอดเวลา ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต แสดงถึงด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หลักสูตรมีความหลากหลายและทันสมัยเป็นที่ยอมรับเพื่อให้เป็นที่สนใจและพิจารณาจากด้านภาพลักษณ์จะมีผลทำให้ผู้สนใจคิดที่จะศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



12.1 ด้านการบริหารจัดการระบบค่าธรรมเนียมนักเรียน หลักสูตรควรมีรูปแบบการชำระค่าลงทะเบียน
หลากหลายช่องทางเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่นักศึกษา มีระบบการชำระเป็นงวด และต้องชี้แจงรายละเอียด
ค่าลงทะเบียนอย่างชัดเจน โดยประสานความร่วมมือกับสถาบันการเงินในจังหวัดภูเก็ตด้านการชำระผ่านธนาคาร

12.3 ด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน หลักสูตรควรจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง มีการอภิปราย สัมมนา และการศึกษาดูงาน เพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์และทักษะแก่นักศึกษา โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในกลุ่มประเทศอาเซียนในการแลกเปลี่ยนคณาจารย์ นักศึกษา และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการในการเข้าศึกษาดูงานในองค์กรที่มีความเป็นมืออาชีพด้านการบริการ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์

Oral
230

13.2 ควรศึกษาวิจัยด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน การยอมรับทางวิชาการและวิชาชีพ ที่สังคมมีความคิดเห็นต่อหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

14. บรรณานุกรม

มหาบัณฑิต(สาขาวิชาการบริหารทั่วไป). ชลบุรี: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา. อัดสำเนา. ไกรสิงห์ สุดสงวน. (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร. วารสารวิชาการ Veridian E – Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ. ปีที่ 10(ฉบับที่ 1) : 201-207.



- เจริญ โสภา. (2551). แรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(สาขาบริหารธุรกิจ). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. ถ่ายเอกสาร.
- ใจชนก ภาคอ้อต. (2556). ปัจจัยด้านการพัฒนาคุณภาพของสถาบันที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดลฤดี สุวรรณศิริ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียน มัธยมศึกษา ชั้นปีที่ 6 ทั่วประเทศ. วารสารพัฒนาสังคม. ปีที่ 9(ฉบับที่ 1): 157-174.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2534). การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาชัยวัฒน์ เคาสินธ์เจริญ. (2553). ความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัย เอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต(สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.
- ประศาสน์ ไสลงษ์. (2552). แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัย ราชภัฏพระนคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(สาขาวิชาบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. ถ่ายเอกสาร.
- ปณิสรา เพชรบุรณิน. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัย ราชภัฏเพชรบูรณ์. โครงการวิจัยเฉลิมพระเกียรติ(สาขาวิชาการตลาดและธุรกิจระหว่างประเทศ). เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. ถ่ายเอกสาร.
- พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2544). การบริหารการตลาด การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรสุดา จารุธีรพันธุ์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสาขาวิชา ในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. (รายงานผลการวิจัย). เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. ถ่ายเอกสาร.
- ระบบบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. (2561) สถิติการรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี รุ่น 2558. ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- วรศรา ดวงตาน้อย. (2556). ความต้องการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาสาขาการบัญชี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). อุดรดิตถ์: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุดรดิตถ์. ถ่ายเอกสาร.
- วันวิสาข์ แก้วสมบุญ. (2556). เหตุจูงใจที่ทำให้ลิตเข้าศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัย ทักษิณ. วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยทักษิณ. ปีที่ 13 (ฉบับที่ 2) กรกฎาคม – ธันวาคม: 48-61.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2556). แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559.) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2550). กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- หทัยกาญจน์ สิทธิศักดิ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. ถ่ายเอกสาร.
- อัสมา บุญชัยยะ. (2551). แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing*. (9th ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Yamane Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Third edition. New York : Harper and Row Publication.