

พฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Decision-Making Behavior for Undergraduate Students

Faculty of Management Science Chiang Rai Rajabhat University

วันที่รับบทความ: 23 ก.ย. 65

วันที่แก้ไขบทความ: 29 พ.ย. 65

วันที่ตอบรับ: 15 ธ.ค. 65

ณัฐกิตต์ เฮงตระกุล¹

Nattakrit Hengtrakool¹

เฉลิมชัย คำแสน²

Chalearmchai Khamsaen²

ธัญพร ฟุ้งเฟื่อง³

Thanyaporn Fung-Fuang³

ศุภนิดา เรืองศิริ⁴

Supanida Ruangsiri⁴

¹ รองศาสตราจารย์ ประจำโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

¹ Associate Professor of Business Administration Program (Marketing), Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² Assistant Professor of Business Administration Program (Marketing), Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University.

³⁻⁴ อาจารย์ ประจำโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³⁻⁴ Lecturer of Business Administration Program (Marketing), Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University.

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาฯ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปีการศึกษา 2564 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางหลักสถิติพรรณนา เพื่อคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมพบว่า ปัจจัยด้านสถานศึกษาหรือสภาพลักษณะของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งของคณะฯ/มหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอน ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีบุคลากรด้านผู้สอนที่เก่ง มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาที่สอน ปัจจัยด้านการเงิน/สภาพคล่องทางการเงินของครอบครัว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ครอบครัวสนับสนุนทุกๆ ด้านของการเข้าศึกษาต่อ ปัจจัยด้านบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถตรงกับสาขาวิชาที่สอน ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับ

ความต้องการ และเหตุผลที่เลือกศึกษาต่อในสาขาวิชาที่เรียนอยู่ในขณะนี้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ

คำสำคัญ : พฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ

Abstract

The objective of this study was to examine the factors influencing decision-making behavior of undergraduate students in choosing to study at the university, and to compare the factors influencing their decision-making behavior in choosing to study at the university. The population consisted of 400 undergraduate students from Management Science Faculty, Chiang Rai Rajabhat University (CRRU) in their academic year 2021. The statistics for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. The results showed that:

The factors influencing decision-making of undergraduate students in choosing to study at the Management Science Faculty, CRRU, in overall, was rated at the high level and the aspect showing the highest mean was location of the faculty/university convenient for traveling. The faculty public relations, in overall, was rated with the high level and the aspect showing the highest mean was faculty having Facebook Page advertising activities of the faculty. The curriculum and instructional management of the Management Science Faculty, CRRU, in overall, was rated at the high level and the aspect showing the highest mean was expertise and competent teachers in their discipline. The financial status of family, in overall, was rated at the high level and the aspect showing the highest mean was family supporting all aspects in pursuing higher education. The personnel of the Management Science Faculty, in overall, was rated at the high level and the aspect showing the highest mean was teachers holding competency fitted with their responsible courses. The student personal factor,

in overall, was rated at the high level and the aspect showing the highest mean was the offered programs matched with their needs. Finally, the reason choosing to study the selected program, in overall, was rated at the high level and the aspect showing the highest mean was the offered programs matched with their needs.

Keywords: Behavior, Factors Influencing Decision-making, Management Science Faculty Students

บทนำ

จากสถานการณ์ในปัจจุบันที่จำนวนนักศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศลดลง ซึ่งสาเหตุหลักๆ มาจากจำนวนประชากรเกิดลดลง เด็กบางส่วนไม่เข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเพราะต้องการเข้าสู่ตลาดแรงงาน หรือต้องการทำงานหาประสบการณ์ก่อน หรือเพราะวิกฤตเศรษฐกิจของครอบครัว เป็นต้น และปัจจุบันมีทางเลือกในการศึกษาต่อที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการศึกษานอกระบบ ทำให้นักศึกษาเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยลดลง นักศึกษาเข้าเรียนมหาวิทยาลัยลดลงตามจำนวนประชากร นพ.อุดม คชินทร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการ (ศธ.) ระบุว่าตัวเลขการรับนักศึกษาเข้าเรียนของมหาวิทยาลัยทั่วประเทศลดลง 10-15% ขณะที่กลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชน โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยเอกชนขนาดเล็กในต่างจังหวัด บางแห่งลดลงมากถึง 30% เชื่อว่าภายใน 1-2 ปีนี้จะลดลงมากกว่านี้ว่า ตัวเลขการรับนักศึกษาลดลงจริง ส่วนจะลดลงเท่าไรอยู่ระหว่างหาข้อมูลตัวเลขมาขึ้นชั้น อย่างข้อมูลตัวเลขจาก ทปอ.จำนวนนักเรียนที่เข้าลงทะเบียนออนไลน์สมัครในระบบการคัดเลือกบุคคลกลางเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ปีการศึกษา 2563 หรือที่แคส มีที่นั่งมีเกือบ 4 แสนที่นั่ง แต่มียอดนักเรียนลงทะเบียนไม่ถึง 3 แสนคน ซึ่งเห็นได้ชัดว่าจำนวนนักศึกษาลดลง 10-15% นายภาวิศ ทองโรจน์ อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา (กกอ.) กล่าวว่า นักศึกษาเข้าเรียนมหาวิทยาลัยลดลงตามจำนวนประชากร ซึ่งมีเรื่องที่น่ากังวลอย่างหนึ่งคือ ในแผนนโยบายของรัฐบาล ต้องการให้นักเรียนเรียนอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้น 60% แต่ขณะนี้ไม่มีไม่ถึง 40% ถ้านโยบายนี้ประสบความสำเร็จ

สามารถดึงนักเรียนเข้าเรียนอาชีวะได้ 60% มหาวิทยาลัยจะได้รับผลกระทบมากขึ้นแน่นอน มองว่าถึงเวลาที่ต้องมีระบบกันใหม่ ทบทวนว่าการแยกอุดมศึกษา และอาชีวะออกจากกันเป็นเรื่องดีหรือไม่ มองว่าทั้ง 2 ส่วนนี้มีหน้าที่เหมือนกันคือ ผลิตและพัฒนากำลังคนเข้าสู่ตลาดแรงงาน และการวิจัยเพื่อหาความรู้ ฉะนั้น การที่ประเทศไทยแยกอาชีวะและอุดมศึกษาออกจากกัน ไม่ใช่แนวทางที่ถูกต้องนัก ปัจจุบันการรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของแต่ละแห่ง ไม่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ เพราะขณะนี้เปิดรับเสรี มหาวิทยาลัยอยากรับเท่าไรก็เปิดรับได้เรื่อยๆ กลายเป็นมหาวิทยาลัยใหญ่ที่มีชื่อเสียง เปิดรับนักศึกษาจำนวนมาก ทำให้มหาวิทยาลัยขนาดเล็กได้รับผลกระทบอย่างมาก อาจถึงขั้นปิดตัวลง หากทุกมหาวิทยาลัยวางแผนร่วมกัน จัดสรรจำนวนนักเรียนให้ลงมาสู่มหาวิทยาลัยขนาดเล็กบ้าง จะทำให้มหาวิทยาลัยขนาดเล็กอยู่รอดได้ แต่มหาวิทยาลัยขนาดเล็กต้องไปพิจารณาคุณภาพทางวิชาการด้วย ไม่เช่นนั้นจะไม่ใช่ธรรมกับผู้เรียนได้ “ผลที่ตามมาจากการที่มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่รับนักศึกษาไม่จำกัด คืออาจารย์มีภาระงานสอนเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักเรียน ทำให้เวลาสอนรुकล้าเวลาในการทำงานวิจัย ทำให้งานวิจัยอ่อนลง กลายเป็นปัญหาระดับประเทศ เพราะจากงานวิจัยที่แย่ ทำให้อันดับมหาวิทยาลัยของไทยแย่ตามไปด้วย เนื่องจากเกณฑ์หนึ่งของการจัดอันดับมหาวิทยาลัย คือคู่มือรายงานวิจัยว่ามหาวิทยาลัยได้สร้างความรู้ให้กับสังคมมากแค่ไหน ดังนั้น หากปล่อยให้สถานการณ์เป็นอย่างนี้ต่อไป อันดับของมหาวิทยาลัยไทยจะแย่ลงตามไปด้วย”

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ก็เช่นกันที่ประสบปัญหา สถานการณ์จำนวนนักศึกษาลดลงอย่างต่อเนื่องมาหลายปี แม้ว่าคณะวิทยาการจัดการจะดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อดึงดูดนักเรียนในการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ทั้งการทำการตลาดเชิงรุก เช่น Road Show ไปยังสถานศึกษามัธยมปลายต่างๆ ในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งการสื่อสารการตลาดผ่าน Social media นำเสนอกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการทำตามนโยบายของมหาวิทยาลัยคือการให้ส่วนลดแลกเข้าแก่นักศึกษาที่สมัครเรียน แต่กระนั้น ก็ยังไม่สามารถเพิ่มจำนวนนักศึกษาให้มากขึ้นเหมือนสมัยก่อนได้ ผู้วิจัยจึงสนใจ

ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เพื่อจะสร้างและวางกลยุทธ์ในการดึงดูด และเชิญชวนให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปีการศึกษา 2564 จำนวน 1,542 คน (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, 4 ตุลาคม 2564)

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรมีจำนวนมาก จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยคำนวณตามสูตรที่ผู้วิจัยทราบขนาดของประชากรที่ต้องการศึกษาคือ $N = 1,542$ คน และกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 โดยที่ $e = 0.05$ ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาเท่ากับ 399.99 ตัวอย่าง จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยมีข้อคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย

ราชภัฏเชียงราย โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบคำตอบเดียว มีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert, 1967)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) เพื่อความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลแล้วจึงให้ตอบแบบสอบถาม ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แบบสอบถามที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ จำนวน 400 ตัวอย่าง

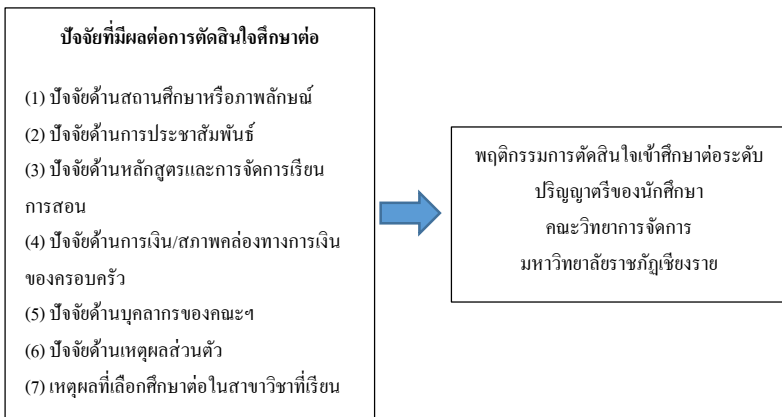
การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบโดยยึดหลักให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ทุกฉบับด้วยตนเองแล้วจึงนำไปเข้ารหัสข้อมูล (Code) ตามที่ได้กำหนดไว้ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผลทางสถิติ โดย (1) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประมวลผลโดยวิธีการทางหลักสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อกำหนดหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และ (2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี^๑ เป็นการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศหญิง โปรแกรมบริหารธุรกิจ (การจัดการการค้าสมัยใหม่) นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 3 โดยสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าด้วยแผนการภาษาอังกฤษ - ภาษา (ศิลป์-ภาษา) ส่วนใหญ่จบจากโรงเรียนสามัญของรัฐบาล มีผลการเรียน (GPA) ในระดับ 2.01-2.99 ผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป/เกษตรกร โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว (รายได้ของบิดาและมารดา รวมกัน) อยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท และส่วนใหญ่มิมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงราย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในคณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ผลการวิเคราะห์จำแนกตามสาขาวิชาที่ผู้ตอบ
แบบสอบถามกำลังศึกษา โดยกำหนดให้

X1 = โปรแกรมวิทยาการจัดการ

X2 = โปรแกรมวิทยาการตลาด

X3 = โปรแกรมวิทยาการจัดการทรัพยากรมนุษย์

X4 = โปรแกรมวิทยาการจัดการการค้าสมัยใหม่

X5 = โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

X6 = โปรแกรมวิทยาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

X7 = โปรแกรมวิทยาการสื่อสารสื่อใหม่

X8 = โปรแกรมวิชาดิจิทัลมัลติมีเดีย

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับ
ปริญญาตรี ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำแนกตามสาขาวิชาที่
ผู้ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษา ปรากฏดังนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านสถานศึกษาหรือภาพลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชา
ต่าง ๆ ดังนี้

1) นักศึกษาสาขาวิทยาการจัดการ (X1) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$)
เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ตั้งของคณะฯ/มหาวิทยาลัยสะดวก
ต่อการเดินทาง ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาคือ คณะมีความทันสมัย มีความพร้อมและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ทั้งอุปกรณ์การสอน ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด ($\bar{X} = 4.12$)
และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะฯมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน ($\bar{X} = 3.60$)

2) นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด (X2) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เป็นคณะที่เข้าศึกษาต่อได้ง่าย ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของคณะ/มหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทาง ฯลฯ ($\bar{X} = 3.96$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะ/มหาวิทยาลัยมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.13$)

3) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (X3) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คณะมีความทันสมัย มีความพร้อมและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ทั้งอุปกรณ์การสอน ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมาคือ เป็นคณะที่เข้าศึกษาต่อได้ง่าย และสถานที่ตั้งของคณะ/มหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.08$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะ/มหาวิทยาลัยมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.33$)

4) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ (X4) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คณะมีสภาพแวดล้อมที่ดี บรรยากาศการเรียนที่ดี และปลอดภัย มีการจัดการสถานที่สำหรับทำกิจกรรม/พักผ่อน เพียงพอ ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมาคือ คณะมีการจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีอยู่เสมอ เช่น กิจกรรมประกวดดาว-เดือน, MS Road Show, กิจกรรมช่วยเหลือชุมชน/ท้องถิ่น ฯลฯ ($\bar{X} = 4.23$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ศิษย์เก่าของคณะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.85$)

5) นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (X5) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.42$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ตั้งของคณะ/มหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมาคือ คณะมีสภาพแวดล้อมที่ดี บรรยากาศการเรียนที่ดี และปลอดภัย มีการจัดการสถานที่สำหรับทำกิจกรรม/พักผ่อน เพียงพอ ($\bar{X} = 3.59$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ศิษย์เก่าของคณะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.24$)

6) นักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (X6) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คณะมีการจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีอยู่เสมอ เช่น กิจกรรมประกวดดาว-เดือน, MS Road Show,

กิจกรรมช่วยเหลือชุมชน/ท้องถิ่น ฯลฯ ($\bar{x} = 4.25$) รองลงมาคือ คณะมีความทันสมัย มีความพร้อมและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ทั้งอุปกรณ์การสอน ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด ($\bar{x} = 4.21$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะฯ/มหาวิทยาลัยมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านของนักศึกษา ($\bar{x} = 3.93$)

7) นักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ (X7) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ สถานที่ตั้งของคณะฯ/มหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{x} = 4.03$) รองลงมาคือ คณะฯมีการจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีอยู่เสมอ เช่น กิจกรรมประกวดดาว-เดือน, MS Road Show, กิจกรรมช่วยเหลือชุมชน/ท้องถิ่น ฯลฯ ($\bar{x} = 3.90$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะฯมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน ($\bar{x} = 3.72$)

8) นักศึกษาสาขาวิชาดิจิทัลมัลติมีเดีย (X8) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ คณะฯ/มหาวิทยาลัยมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านของนักศึกษา ($\bar{x} = 4.01$) รองลงมาคือ เป็นคณะฯที่เข้าศึกษาต่อได้ง่าย ($\bar{x} = 4.00$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ศิษย์เก่าของคณะฯเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง ($\bar{x} = 3.56$)

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาต่างๆ ดังนี้

1) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ (X1) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดคือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอน ($\bar{x} = 4.32$) รองลงมาคือ คณะฯมีการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัย เช่น MS Road Show, กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ, กิจกรรม Open House ($\bar{x} = 4.12$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ นักศึกษาได้รับข้อมูลจากครูแนะแนวแนะนำ ($\bar{x} = 3.24$)

2) นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด (X2) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอน ($\bar{x} = 4.17$) รองลงมาคือ คณะฯมีการจัด

กิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัย เช่น MS Road Show, กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ, กิจกรรม Open House ($\bar{x} = 4.00$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ นักศึกษาเข้าศึกษาเพราะได้รับคำแนะนำจากบิดา/มารดา ($\bar{x} = 3.17$)

3) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (X3) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอน ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมาคือ คณะฯมีการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัย เช่น MS Road Show, กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ, กิจกรรม Open House และคณะฯมีการโฆษณาผ่านวิทยุ หนังสือพิมพ์ การคิดป้ายประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.25$) และข้อที่น้อยที่สุดคือนักศึกษาเข้าศึกษาเพราะได้รับคำแนะนำจากบิดา/มารดา ($\bar{x} = 3.42$)

4) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ (X4) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัย เช่น MS Road Show, กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ, กิจกรรม Open House ($\bar{x} = 4.30$) รองลงมาคือ คณะฯมีการโฆษณาผ่านวิทยุ หนังสือพิมพ์ การคิดป้ายประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชน ($\bar{x} = 4.17$) และข้อที่น้อยที่สุดคือนักศึกษาเข้าศึกษาเพราะได้รับคำแนะนำจากบิดา/มารดา ($\bar{x} = 3.70$)

5) นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (X5) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.32$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัย เช่น MS Road Show, กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ, กิจกรรม Open House ($\bar{x} = 4.00$) รองลงมาคือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอนและคณะฯมีการโฆษณาผ่านวิทยุ หนังสือพิมพ์ การคิดป้ายประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชน ($\bar{x} = 3.47$) และข้อที่น้อยที่สุดคือนักศึกษาเข้าศึกษาเพราะได้รับคำแนะนำจากบิดา/มารดา ($\bar{x} = 2.65$)

6) นักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (X6) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ คณะฯมีการจัด

กิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัย เช่น MS Road Show, กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ, กิจกรรม Open House ($\bar{x} = 4.18$) รองลงมาคือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอน ($\bar{x} = 4.14$) และน้อยที่สุดคือ นักศึกษาเข้าศึกษาเพราะได้รับคำแนะนำจากบิดา/มารดา และนักศึกษาได้รับข้อมูลจากครูแนะแนวแนะนำ ($\bar{x} = 3.82$)

7) นักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ (X7) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอน ($\bar{x} = 4.143$) รองลงมาคือ คณะฯมีการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัย เช่น MS Road Show, กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ, กิจกรรม Open House ($\bar{x} = 3.83$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะฯมีแผนับการประชาสัมพันธ์ที่ให้ข้อมูลชัดเจน ($\bar{x} = 3.28$)

8) นักศึกษาสาขาวิชาดิจิทัลมัลติมีเดีย (X8) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอน ($\bar{x} = 4.20$) รองลงมาคือ คณะฯมีการจัดกิจกรรมพิเศษนอกมหาวิทยาลัย เช่น MS Road Show, กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ, กิจกรรม Open House ($\bar{x} = 3.80$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ นักศึกษาเข้าศึกษาเพราะได้รับคำแนะนำจากบิดา/มารดา ($\bar{x} = 3.40$)

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาต่างๆ ดังนี้

1) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ (X1) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คณะฯมีบุคลากรด้านผู้สอนที่เก่ง มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาที่สอน และคณะฯมีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.08$) รองลงมาคือ คณะฯมีอุปกรณ์ สื่อการสอน เครื่องมือเครื่องใช้สื่อ

เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเพียงพอ ($\bar{X} = 4.00$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะฯมีการชี้แจงเกี่ยวกับหลักสูตรในแต่ละสาขาวิชาให้นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.76$)

2) นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด (X2) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีบุคลากรด้านผู้สอนที่เก่ง มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาที่สอน ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ คณะฯมีสาขาวิชาที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการศึกษาต่อ ($\bar{X} = 3.96$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ หลักสูตรที่เปิดสอนมีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม ไม่มากไม่น้อยเกินไป ($\bar{X} = 3.58$)

3) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (X3) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีอุปกรณ์สื่อการสอน เครื่องมือเครื่องใช้สื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเพียงพอ ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมาคือ คณะฯมีสาขาวิชาที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.45$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ หลักสูตรที่เปิดสอนมีจำนวนภาคการศึกษา(เทอม) ต่อปีที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.17$)

4) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ (X4) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯเปิดสอนหลากหลายสาขาวิชา ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาคือ คณะฯมีบุคลากรด้านผู้สอนที่เก่ง มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาที่สอน ($\bar{X} = 4.26$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ หลักสูตรที่เปิดสอนมี
จ น ว น
ภาคการศึกษา(เทอม) ต่อปีที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.09$)

5) นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (X5) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีสาขาวิชาที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการศึกษาต่อ ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมาคือ คณะฯเปิดสอนหลากหลายสาขาวิชา และคณะฯมีการชี้แจงเกี่ยวกับหลักสูตรในแต่ละสาขาวิชาให้นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 3.71$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ คณะฯมีสาขาวิชาที่จบแล้วสามารถหางานทำได้ง่าย ($\bar{X} = 3.41$)

6) นักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (X6) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ คณะมีสาขาวิชาที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ คณะมีระบบรับนักเรียนแบบโควตาหรือรับตรง ($\bar{X} = 4.32$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะเปิดสอนหลากหลายสาขาวิชา ($\bar{X} = 4.18$)

7) นักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ (X7) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ คณะมีการชี้แจงเกี่ยวกับหลักสูตรในแต่ละสาขาวิชาให้นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ คณะมีบุคลากรด้านผู้สอนที่เก่ง มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาที่สอน ($\bar{X} = 3.97$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะมีสาขาวิชาที่จบแล้วสามารถหางานทำได้ง่าย ($\bar{X} = 3.59$)

8) นักศึกษาสาขาวิชาดิจิทัลมัลติมีเดีย (X8) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ คณะมีสาขาวิชาที่จบแล้วสามารถหางานทำได้ง่าย ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมาคือ คณะมีสาขาวิชาที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.00$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะมีระบบรับนักเรียนแบบโควตาหรือรับตรง ($\bar{X} = 3.40$)

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการเงิน/สภาพคล่องทางการเงินของครอบครัว ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาต่างๆ ดังนี้

1) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ (X1) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ รายได้ของครอบครัว/สภาพคล่องทางการเงิน ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาคือ ครอบครัวสนับสนุนทุกๆ ด้าน ของการเข้าศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.08$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) มีความเหมาะสม ราคาไม่สูงเกินความสามารถของครอบครัว ($\bar{X} = 3.88$)

2) นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด (X2) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ครอบครัวสนับสนุนทุกๆ ด้าน ของ

การเข้าศึกษาต่อ ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมาคือ ค่าครองชีพ ค่าหนังสือ/อุปกรณ์การเรียน และค่าอาหารจากโรงอาหารของมหาวิทยาลัยมีราคาไม่สูง ($\bar{X} = 3.79$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ คณะฯ/มหาวิทยาลัยมีทุนสนับสนุนการศึกษา/มีการจัดสรรทุนการศึกษาให้กับนักศึกษา ($\bar{X} = 3.57$)

3) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (X3) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ค่าครองชีพ ค่าหนังสือ/อุปกรณ์การเรียน และค่าอาหารจากโรงอาหารของมหาวิทยาลัยมีราคาไม่สูง ($\bar{X} = 4.53$) รองลงมาคือ ครอบครัวยุติสนับสนุนทุกๆ ด้าน ของการเข้าศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.50$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) และค่าใช้จ่ายอื่น ไม่สูงเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ($\bar{X} = 4.17$)

4) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ (X4) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ครอบครัวยุติสนับสนุนทุกๆ ด้าน ของการเข้าศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ คณะฯ/มหาวิทยาลัยมีทุนสนับสนุนการศึกษา/มีการจัดสรรทุนการศึกษาให้กับนักศึกษา ($\bar{X} = 4.04$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ ค่าครองชีพ ค่าหนังสือ/อุปกรณ์การเรียน และค่าอาหารจากโรงอาหารของมหาวิทยาลัยมีราคาไม่สูง ($\bar{X} = 3.89$)

5) นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (X5) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) และค่าใช้จ่ายอื่น ไม่สูงเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) มีความเหมาะสม ราคาไม่สูงเกินความสามารถของครอบครัวยุติ และคณะฯ/มหาวิทยาลัยมีทุนสนับสนุนการศึกษา/มีการจัดสรรทุนการศึกษาให้กับนักศึกษา ($\bar{X} = 3.76$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ ครอบครัวยุติสนับสนุนทุกๆ ด้าน ของการเข้าศึกษาต่อ ($\bar{X} = 3.47$)

6) นักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (X6) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ครอบครัวยุติ

สนับสนุนทุกๆ ด้าน ของการเข้าศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ คณะฯ/มหาวิทยาลัยมีทุนสนับสนุนการศึกษา/มีการจัดสรรทุนการศึกษาให้กับนักศึกษา ($\bar{X} = 4.21$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ค่าครองชีพ ค่าหนังสือ/อุปกรณ์การเรียน และค่าอาหารจากโรงอาหารของมหาวิทยาลัยมีราคาไม่สูง ($\bar{X} = 4.76$)

7) นักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ (X7) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ครอบคลุมสนับสนุนทุกๆ ด้านของการเข้าศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) และค่าใช้จ่ายอื่น ไม่สูงเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ($\bar{X} = 4.03$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวและภาระหนี้สิน ($\bar{X} = 3.62$)

8) นักศึกษาสาขาวิชาจิตลัลลิตมีเดีย (X8) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) มีความเหมาะสม ราคาไม่สูงเกินความสามารถของครอบครัว และค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) และค่าใช้จ่ายอื่น ไม่สูงเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น มีค่าเฉลี่ยสูงเท่ากัน ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ ค่าครองชีพ ค่าหนังสือ/อุปกรณ์การเรียน และค่าอาหารจากโรงอาหารของมหาวิทยาลัยมีราคาไม่สูง และค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวและภาระหนี้สิน ($\bar{X} = 4.00$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณะฯ/มหาวิทยาลัยมีทุนสนับสนุนการศึกษา/มีการจัดสรรทุนการศึกษาให้กับนักศึกษา ($\bar{X} = 3.60$)

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาต่างๆ ดังนี้

1) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ (X1) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ อาจารย์ที่ปรึกษามีการให้คำปรึกษา แนะนำในเรื่องการเรียนการสอน เอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมาคือ คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถตรงกับสาขาวิชาที่สอน ($\bar{X} = 4.20$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ คณาจารย์มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ ($\bar{X} = 3.92$)

2) นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด (X2) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถตรงกับสาขาวิชาที่สอน ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมาคือ อาจารย์ที่ปรึกษามีการให้คำปรึกษา แนะนำในเรื่องการเรียนการสอน เอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.92$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ คณาจารย์มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ ($\bar{X} = 3.63$)

3) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (X3) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถตรงกับสาขาวิชาที่สอน ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาคือ คณาจารย์มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือและมีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดความรู้ และเจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับงานวิชาการในการให้คำแนะนำและคำตอบแก่นักศึกษาเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.58$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ คณาจารย์มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ ($\bar{X} = 4.17$)

4) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ (X4) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถตรงกับสาขาวิชาที่สอน ($\bar{X} = 4.28$) รองลงมาคือ อาจารย์ที่ปรึกษามีการให้คำปรึกษา แนะนำในเรื่องการเรียนการสอน เอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.21$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่มีจิตสำนึกในการให้บริการและรับฟังปัญหาของนักศึกษา ($\bar{X} = 4.06$)

5) นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (X5) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ อาจารย์ที่ปรึกษามีการให้คำปรึกษา แนะนำในเรื่องการเรียนการสอน เอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี และเจ้าหน้าที่และบุคลากรเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถเหมาะสม ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมาคือ คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถตรงกับสาขาวิชาที่สอน และคณาจารย์มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือและมีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดความรู้ ($\bar{X} = 3.76$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ คณาจารย์มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ ($\bar{X} = 3.53$)

6) นักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (X6) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับงานวิชาการในการให้คำแนะนำและคำตอบแก่นักศึกษาเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และสุภาพ ($\bar{X} = 4.21$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถตรงกับสายวิชาที่สอน ($\bar{X} = 4.11$)

7) นักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ (X7) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ระบบการติดต่อระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ผู้สอนมีความสะดวก เข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีจิตสำนึกในการให้บริการและรับฟังปัญหาของนักศึกษา ($\bar{X} = 4.03$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ คณาจารย์มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ ($\bar{X} = 3.69$)

8) นักศึกษาสาขาวิชาดิจิทัลมัลติมีเดีย (X8) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ระบบการติดต่อระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ผู้สอนมีความสะดวก เข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับงานวิชาการในการให้คำแนะนำและคำตอบแก่นักศึกษาเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.80$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ผู้บริหารคณะฯ มีวิสัยทัศน์และมีการเข้าถึงนักศึกษา ($\bar{X} = 3.40$)

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาต่างๆ ดังนี้

1) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ (X1) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ คิดว่าในอนาคตสามารถเรียนต่อได้หลากหลายสาขาวิชา ($\bar{X} = 4.04$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ ผู้ปกครองสำเร็จการศึกษาจากคณะนี้/ครอบครัวอยากให้มาเรียนที่นี่ ($\bar{X} = 3.35$)

และคิดว่าในอนาคตสามารถเรียนต่อได้หลากหลายสาขาวิชา ($\bar{x} = 4.25$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ เพื่อนส่วนใหญ่เลือกเข้าศึกษาต่อที่นี้เป็นจำนวนมาก ($\bar{x} = 4.04$)

7) นักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ (X7) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{x} = 3.97$) รองลงมาคือ คิดว่าสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้ ($\bar{x} = 3.93$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ผู้ปกครองสำเร็จการศึกษาจากคณะฯนี้/ครอบครัวอยากให้มาเรียนที่นี้ ($\bar{x} = 3.21$)

8) นักศึกษาสาขาวิชาดิจิทัลมัลติมีเดีย (X8) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{x} = 4.20$) รองลงมาคือ คิดว่าสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้ ($\bar{x} = 3.86$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ผู้ปกครองสำเร็จการศึกษาจากคณะฯนี้/ครอบครัวอยากให้มาเรียนที่นี้ ($\bar{x} = 3.32$)

การวิเคราะห์เหตุผลที่นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เลือกศึกษาต่อในสาขาวิชาต่างๆ ดังนี้

1) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ (X1) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{x} = 3.64$) รองลงมาคือ มีเพื่อนเข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการจัดการแห่งนี้ ($\bar{x} = 3.56$) และข้อที่น้อยที่สุดคือ กิจกรรมแนะแนว/ MS Road Show มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่นี้ ($\bar{x} = 3.08$)

2) นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด (X2) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ และมีเพื่อนเข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการจัดการแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 3.67$) รองลงมาคือ เพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก/ครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อที่นี้

($\bar{X}$ = 3.46) และข้อที่น้อยที่สุดคือ กิจกรรมแนะแนว/ MS Road Show มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่นี้ ($\bar{X}$ = 2.96)

3) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (X3) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.73) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า มีเพื่อนเข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการจัดการแห่งนี้ ($\bar{X}$ = 4.33) รองลงมาคือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{X}$ = 4.00) และข้อที่น้อยที่สุดคือ กิจกรรมแนะแนว/ MS Road Show มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่นี้ ($\bar{X}$ = 3.08)

4) นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ (X4) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.93) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า กิจกรรมแนะแนว/ MS Road Show มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่นี้ ($\bar{X}$ = 4.17) รองลงมาคือ มีเพื่อนเข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการจัดการแห่งนี้ ($\bar{X}$ = 4.02) และข้อที่น้อยที่สุดคือ เพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก/ครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อที่นี้ ($\bar{X}$ = 3.66)

5) นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (X5) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.46) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า เพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก/ครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อที่นี้ ($\bar{X}$ = 3.88) รองลงมาคือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{X}$ = 3.82) และข้อที่น้อยที่สุดคือ เพื่อนส่วนใหญ่เลือกเข้าศึกษาต่อที่นี้เป็นจำนวนมาก ($\bar{X}$ = 2.94)

6) นักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (X6) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.94) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก/ครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อที่นี้ ($\bar{X}$ = 4.04) รองลงมาคือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{X}$ = 4.00) และด้านที่น้อยที่สุดคือ เพื่อนส่วนใหญ่เลือกเข้าศึกษาต่อที่นี้เป็นจำนวนมาก ($\bar{X}$ = 3.84)

7) นักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ (X7) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.41) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{X}$ = 3.86) รองลงมาคือ เพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก/ครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อที่นี้ ($\bar{X}$ = 3.83) และด้านที่น้อยที่สุดคือ เพื่อนส่วนใหญ่เลือกเข้าศึกษาต่อที่นี้เป็นจำนวนมาก ($\bar{X}$ = 2.86)

8) นักศึกษาสาขาวิชาจิตพัฒนศาสตร์ (X8) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาคือ มีเพื่อนเข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการจัดการแห่งนี้ ($\bar{X} = 3.60$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ เพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก/ครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อที่นี่ ($\bar{X} = 3.13$)

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมพบว่า ปัจจัยด้านสถานศึกษาหรือภาพลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งของคณะฯ/มหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอน ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีบุคลากรด้านผู้สอนที่เก่ง มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาที่สอน ปัจจัยด้านการเงิน/สภาพคล่องทางการเงินของครอบครัว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ครอบครัวสนับสนุนทุกๆ ด้านของการเข้าศึกษาต่อ ปัจจัยด้านบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถตรงกับสาขาวิชาที่สอน ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ และเหตุผลที่เลือกศึกษาต่อในสาขาวิชาที่เรียนอยู่ในขณะนี้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ

เมื่อแยกการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำแนกตามสาขาวิชา พบว่า

1) ปัจจัยด้านสถานศึกษาหรือภาพลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ และสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ และสาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งของคณะฯ/มหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทาง เหมือนกัน แต่ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด มากที่สุด คือ เป็นคณะฯที่เข้าศึกษาต่อได้ง่าย และมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มากที่สุด คือ คณะมีความทันสมัย มีความพร้อมและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ทั้งอุปกรณ์การสอน ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ คือ คณะฯมีสภาพแวดล้อมที่ดี บรรยากาศการเรียนที่ดี และปลอดภัย มีการจัดการสถานที่สำหรับทำกิจกรรม/พักผ่อนเพียงพอ และนักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีการจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีอยู่เสมอ เช่น กิจกรรมประกวดดาว-เดือน, MS Road Show, กิจกรรมช่วยเหลือชุมชน/ท้องถิ่น ฯลฯ สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาดิจิทัลมีเดีย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯ/มหาวิทยาลัยมีสถานที่ตั้งใกล้บ้านของนักศึกษา

2) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ และสาขาวิชาดิจิทัลมีเดีย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมี page facebook ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆ ของคณะฯ และการเรียนการสอน แต่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ และสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีการจัดกิจกรรม

พิเศษนอกมหาวิทยาลัย เช่น MS Road Show, กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ, กิจกรรม Open House

3) ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ และการตลาด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คณะฯมีบุคลากรด้านผู้สอนที่เก่ง มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในสาขาที่สอน และคณะฯมีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของ ตลาดแรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน แต่นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ข้อที่มี ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมีอุปกรณ์ สื่อการสอน เครื่องมือเครื่องใช้สื่อเทคโนโลยีที่ ทันสมัยและเพียงพอ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯเปิดสอนหลากหลายสาขาวิชา ส่วนนักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ และ นักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณะฯมี สาขาวิชาที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการศึกษาต่อ และนักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารสื่อ ใหม่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คณะฯมีการชี้แจงเกี่ยวกับหลักสูตรในแต่ละสาขาวิชาให้ นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน และนักศึกษาสาขาวิชาดิจิทัลมีเดีย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คณะฯมีสาขาวิชาที่จบแล้วสามารถหางานทำได้ง่าย

4) ปัจจัยด้านการเงิน/สภาพคล่องทางการเงินของครอบครัว ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชา การจัดการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ รายได้ของ ครอบครัว/สภาพคล่องทางการเงิน นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด การจัดการการค้าสมัยใหม่ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารสื่อใหม่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ครอบครัวสนับสนุนทุกๆ ด้าน ของการเข้าศึกษาต่อ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากร มนุษย์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ค่าครองชีพ ค่าหนังสือ/อุปกรณ์การเรียน และค่าอาหาร จากโรงอาหารของมหาวิทยาลัยมีราคาไม่สูง และนักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ กับ สาขาวิชาดิจิทัลมีเดีย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) มีความเหมาะสม ราคาไม่สูงเกินความสามารถของครอบครัว และค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) และค่าใช้จ่ายอื่น ไม่สูงเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น มีค่าเฉลี่ยสูงเท่ากัน

5) ปัจจัยด้านบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ อาจารย์ที่ปรึกษามีการให้คำปรึกษา แนะนำในเรื่องการเรียนการสอน เอาใจใส่นักศึกษาเป็น อย่างดี นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการการค้า สมัยใหม่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถตรงกับสายวิชาที่ สอน นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ อาจารย์ที่ปรึกษามี การให้คำปรึกษา แนะนำในเรื่องการเรียนการสอน เอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี และ เจ้าหน้าที่และบุคลากรเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถเหมาะสม ส่วนนักศึกษาสาขาวิชาการ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับงาน วิชาการในการให้คำแนะนำและคำตอบแก่นักศึกษาเป็นอย่างดี และนักศึกษาสาขาวิชาการ สื่อสารสื่อใหม่ และดิจิทัลมีเดีย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ระบบการติดต่อระหว่าง นักศึกษากับอาจารย์ผู้สอนมีความสะดวก เข้าถึงได้ง่าย

6) ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงรายที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ การจัดการ การค้าสมัยใหม่ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารสื่อใหม่ และสาขาวิชาดิจิทัล มีเดีย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ ส่วนนักศึกษา สาขาวิชาการตลาด และเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คิดว่าสามารถนำ ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้ และนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คิดว่าในอนาคตสามารถเรียนต่อได้หลากหลายสาขาวิชา

7) ด้านเหตุผลที่นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเลือก ศึกษาต่อในสาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบันนี้ พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ การสื่อสารสื่อใหม่ และสาขาวิชาดิจิทัลมีเดีย เลือกเหตุผล มีสาขาวิชาที่ตรงกับความ ต้องการ มากที่สุด นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เลือกเหตุผล มีสาขาวิชาที่ตรงกับความ ต้องการ และมีเพื่อนเข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการจัดการแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยสูงเท่ากัน นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เลือกเหตุผล มีเพื่อนเข้าศึกษาต่อในคณะ

วิทยาการจัดการแห่งนี้ ส่วนนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ เลือกเหตุผลกิจกรรมแนะแนว/ MS Road Show มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่นี่ และนักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ และการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เลือกเหตุผลคือ เพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก/ครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อที่นี่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อย่างสม่ำเสมอ
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการศึกษาต่อในหลากหลายช่องทางมากขึ้น
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตรให้ทราบอย่างชัดเจนเพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่นักเรียน อาจารย์แนะแนว บิดามารดาหรือผู้ปกครองของนักเรียนในการช่วยพิจารณาสาขาวิชาที่นักเรียนควรตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจที่ดียิ่งขึ้น
4. ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต สื่อวิทยุกระจายเสียง สิ่งพิมพ์ ทั้งในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งจังหวัดใกล้เคียง เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ:ธรรมสาร.
- เกษรา โพธิ์เย็น. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไกรสิงห์ สุดสงวน. (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร. *Veridian E-Journal* (ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ). 10 (1), (2560), 201-207.
- คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. (2556). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553*. กรุงเทพฯ: เดอะบุคส์.
- จุฑามาศ ชูจินดา. (2555). แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษา ชั้นปีที่ 6 และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 ในเขตจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. 9 (2), (2558), 66-77.
- นัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ณัชชา สุวรรณวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปี การศึกษา 2560. *รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.
- ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์. (2551). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วิ.พรินท์.
- มีสิทธิ ชัยมณี. (2559). การเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานี. *ว.มท.ส. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 1(1), (2559), 97-107.

- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ : ธรรมสารจำกัด.
- เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, สำนักงาน. (2561). *TCAS ระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษารูปแบบใหม่*. กรุงเทพฯ; สภาผู้แทนราษฎร.
- สภามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย. (2546). *พระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546*. กรุงเทพฯ.
- สมาน อัสวภูมิ. (2551). *การบริหารการศึกษาแนวใหม่: แนวคิด ทฤษฎี และการปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). อุบลราชธานี : อุบลกิจออฟเซตการพิมพ์.
- Barnard, Chester I. (1938). *The Function of Executive*. Cambridge, Massachusetts : University Press.
- Cubillo, J. M., Sanchez, J., and Cervino, J. (2006). International Student's Decision-Making Process. *International Journal of Educational Management* 20(2):101-115.
- Oppenheim, A. N. (1966), *Questionnaire design and attitude measurement*. (2nd ed.). New York : Basic Book.
- Pfiffner, John M. and Robert V. Presthus. (1960). *Public Administration* . (4 th ed.). New York : The Ronald Press Company
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- Simon, H. A. (1960). *Administrative Behavior*. (3rd ed.). New York: The free Press.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). Newyork : Harper and Row Publication.

