

# การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

## A Discriminant Analysis of Factors Decision to Study The Undergraduate Program in Saengtham College.

กัญวสุ ศรีไทย

\* ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวัด ประเมิน และวิจัยการศึกษา

สาขาการวัดประเมินและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รศ.ดร.วิไลลักษณ์ ลังกา

\* อาจารย์ประจำสาขาการวัดประเมินและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Kanvasu Srithai

\* Master of Education Program in Educational Measurement, Evaluation, and Research.

Education Measurement Evaluation and Research, Faculty of Education, Srinakharinwirot University.

Assoc.Prof.Dr.Wilailak Langka

\* Lecturer, Education Measurement Evaluation and Research, Faculty of Education, Srinakharinwirot University.

### ข้อมูลบทความ

\* รับบทความ 27 มีนาคม 2566

\* แก้ไข 11 พฤษภาคม 2566

\* ตอบรับบทความ 18 พฤษภาคม 2566

## การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) เปรียบเทียบปัจจัยระหว่างกลุ่มที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา 2) ศึกษาปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2565 จำนวน 182 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาวิทยาลัยแสงธรรม ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็นปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยทางจิตวิทยา รวม 55 ข้อ ค่าอำนาจจำแนก ( $r$ ) อยู่ระหว่าง 0.22 - 0.94 ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูป เพื่อหาค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์จำแนก (Discriminant Analysis)

### ผลการวิจัยพบว่า

การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยในกลุ่มนักศึกษาที่มีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อแตกต่างกัน พบว่าปัจจัยรายได้ของครอบครัว ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการบริการ หลักฐานทางกายภาพ ความคาดหวังในอนาคตในการทำงาน ด้านศาสนา แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา และทัศนคติต่อผู้นำศาสนา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่นำมาศึกษาครั้งนี้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ปัจจัยที่ได้รับคัดเลือกเข้าในสมการจำแนก มี 11 ปัจจัย โดยเรียงลำดับตัวแปรตามค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานจากมากไปน้อยโดยไม่คำนึงถึงเครื่องหมาย ได้แก่

หลักฐานทางกายภาพ ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา  
ผลิตภัณฑ์ รายได้ของครอบครัว สถานที่ แรงจูงใจในการทำงานด้าน  
ศาสนา กระบวนการบริการ ทักษะติดต่อผู้นำศาสนา การส่งเสริมการ  
ขาย ราคา และบุคลากร ซึ่งสมการจำแนกที่สามารถคาดคะเนการ  
เป็นสมาชิกของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อแตกต่างกันได้  
ถูกต้องร้อยละ 70.80 โดยมีสมการจำแนกกลุ่ม (Discriminant Func-  
tion) ดังนี้

$$Y = .727(\text{Physical}) - .525(\text{Expectation}) + .510(\text{Product}) \\ + .408(\text{family income}) + .369(\text{Place}) + .343(\text{Motivation}) \\ - .335(\text{Process}) - .148(\text{Attitude}) + .077(\text{Promotion}) \\ - .076(\text{Price}) + .056(\text{People})$$

**คำสำคัญ:** การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนก  
การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ  
ส่วนประสมทางการตลาด

## Abstract

The purposes of this research are as follows: 1) to compare the factors affecting students' decision to choose to pursue further study, and 2) to study discrete factors affecting students' decision to choose to pursue further study. The samples consisted of 182 undergraduate students studying in the academic year 2022, selected by purposive sampling.

The instrument used for data collection was 1 copy of a questionnaire on discriminant factors affecting students' decision to study at the undergraduate level of Saengtham College, a 5-level estimation scale consisting of 55 items which were divided into personal factors, marketing mix, and psychological factors. The discriminant power ( $r$ ) ranged from 0.22 - 0.94 and the reliability was 0.96. The data were analyzed using a ready-made processing program to find percentage, mean, standard deviation, and discriminant analysis.

The study found that:

A comparison of the differences in factors among students who made a decision to choose to study differently found that the factors of family income, product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, future expectations in religious work, motivation for religious work and attitudes towards religious leaders were different as a statistically significant a level of .01 which indicated that the factors used in this study affected students' decision to choose to continue their

studies. This is in line with the results of the discriminant factor analysis that affects the student's decision to choose to study further. There were 11 factors that were recruited into the discriminant equation, arranged in descending order of the standard coefficients, regardless of the sign, namely physical evidence, future expectations of religious work, product, family income, place, motivation for religious work, process, attitudes towards religious leaders, promotion, price, and people. The classification equation was able to predict the membership of different groups of students who decided to study in different groups correctly at 70.80 percent, with the classification equation. (Discriminant Function) as follows

$$\begin{aligned} Y = & .727(\text{Physical}) - .525(\text{Expectation}) + .510(\text{Product}) \\ & + .408(\text{family income}) + .369(\text{Place}) + .343(\text{Motivation}) \\ & - .335(\text{Process}) - .148(\text{Attitude}) + .077(\text{Promotion}) \\ & - .076(\text{Price}) + .056(\text{People}) \end{aligned}$$

**Keywords:** discriminant analysis  
the decision to study  
marketing mix

## การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

### บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญอยู่กับสถานการณ์ของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่มีอัตราการเกิดลดลงและมีแนวโน้มประชากรผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้นส่งผลให้จำนวนประชากรวัยอุดมศึกษาที่อยู่ในช่วงอายุ ระหว่าง 18-22 ปี ลดลง การเปลี่ยนแปลงนี้เกิดผลกระทบกับอุดมศึกษาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะทำให้ความสามารถในการรับนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาส่งผลกระทบจากการลดลงของจำนวนนักศึกษา ดังนั้นการเตรียมความพร้อมของสถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งการปรับยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการลดลงของจำนวนนักศึกษา สถาบันอุดมศึกษาต้องมีการกำหนดมาตรการและต้องเพิ่มระดับคุณภาพต่างๆ ให้พร้อมกับสภาวะที่เปลี่ยนแปลง (สำนักนโยบายและแผนการอุดมศึกษา, 2561) เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษารักษาคุณภาพการผลิตบัณฑิตไว้ การรับสมัครนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาจึงเกิดการแข่งขันในด้านคุณภาพกันมากขึ้นเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักศึกษาตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในสถาบันของตน (วิจัยและนวัตกรรม, 2562)

ดังนั้นในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาจึงเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจที่สำคัญในชีวิตเพราะจะส่งผลกระทบต่อในชีวิตส่วนตัวและอาชีพในอนาคต นักศึกษาหลายคนเลือกตามความสนใจ ตามความรู้สึก แต่การตัดสินใจที่สำคัญต้องผ่านการพิจารณาที่สูงขึ้นจะต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญบางประการเหล่านี้ที่จะนำมาพิจารณาในการเลือกสถานศึกษา เพื่อดูว่าสถานศึกษานั้นเหมาะสมและตรงตามความต้องการของตนเองมากที่สุด (Becton Loveless, 2021) และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้ปัจจัยดังต่อไปนี้ ปัจจัยแรก คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ของครอบครัว เป็นลักษณะส่วนบุคคล และเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่ยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อของลูกค้านี้ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Wilson และ Gilligan, 1997) ปัจจัยที่สอง คือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการบริการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ ครอบคลุมในเรื่องสินค้าและบริการ และการศึกษาจัดเป็นสินค้าบริการ (Booms & Bitner, 1981) และปัจจัยที่สาม คือ ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา และทัศนคติต่อผู้นำทางด้านศาสนา ปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่ตอบสนองทางอารมณ์ที่แสดงถึงบุคคล ระดับความชอบหรือไม่ชอบเพื่อให้เข้าใจพฤติกรรม

ของลูกค้า ขั้นตอนหลักคือการศึกษาแรงจูงใจของแต่ละบุคคล ความต้องการสามารถเข้าใจเหตุผลพื้นฐานเกี่ยวกับสาเหตุที่ลูกค้ามีพฤติกรรมดังกล่าวและวิธีการตัดสินใจเลือกซื้อโดยตระหนักถึงทัศนคติ ความเชื่อ แรงจูงใจ และแรงกดดันอื่นๆ ของลูกค้า (Mooij, 2004)

จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ส่งผลกระทบต่อวิทยาลัยแสงธรรมด้วยเช่นกันในการรับนักศึกษาไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่สถาบันกำหนดไว้ในแต่ละปีการศึกษา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม ในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายที่จะช่วยกระตุ้นการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของวิทยาลัยแสงธรรมต่อไป

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยระหว่างกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกกับกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกของนักศึกษา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยจำแนกที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกของนักศึกษา

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัย สามารถจำแนกกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกกับกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกของนักศึกษาได้
2. ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกของนักศึกษามีความแตกต่างกัน

### ขอบเขตการวิจัย

#### ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ในปีการศึกษา 2565 ของวิทยาลัยแสงธรรม มีจำนวนทั้งสิ้น 182 คน ตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ในปีการศึกษา 2565 ของวิทยาลัยแสงธรรม ใช้วิธีการสุ่ม

## การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

ตามลักษณะข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminant Analysis) ต้องมีจำนวนตัวอย่างประมาณ 20 เท่าของจำนวนตัวแปรอิสระ (สุวิมล ติรกานันท์, 2553) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างเป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่ได้มาโดยผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามไปสำรวจข้อมูลของนักศึกษาจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก และกลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก แบ่งให้แต่ละกลุ่มมีขนาดที่เท่ากัน

### ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย

#### ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ของครอบครัว
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการบริการ หลักฐานทางกายภาพ
3. ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา ทศนคติต่อผู้นำทางศาสนา

**ตัวแปรตาม** คือ การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก
- 2) กลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาวិทยาลัยแสงธรรม มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของนักศึกษาในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในวิทยาลัยแสงธรรม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ มีจำนวน 1 ข้อ

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาวิทยาลัยแสงธรรม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบและเติมคำตอบลงในช่องว่าง มีจำนวน 4 ข้อ

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาวิทยาลัยแสงธรรม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีจำนวน 35 ข้อ

**ตอนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลที่เป็นปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาวิทยาลัยแสงธรรม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีจำนวน 15 ข้อ

#### การสร้างเครื่องมือได้ดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยกำหนดความมุ่งหมายในการสร้างเครื่องมือการวิจัย
2. ศึกษา นิยาม ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษาในการกำหนดนิยามศัพท์และโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการวัด
3. เขียนนิยามศัพท์จากการศึกษา นิยาม ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้กำหนดข้อคำถาม
4. สร้างข้อคำถามในเครื่องมือให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์ตามตัวแปรที่ศึกษา ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด ปานกลาง มาก น้อย น้อยที่สุด
5. นำเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ในการตรวจสอบแก้ไข และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ตลอดจนไปทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง และคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป
6. นำเครื่องมือการวิจัยไปปรับปรุงแก้ไขในส่วนข้อคำถามให้ชัดเจนยิ่งขึ้นตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ แล้วส่งเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท พิจารณาตรวจสอบอีกครั้ง
7. นำเครื่องมือการวิจัยที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาโท ชั้นปีที่ 1-2 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 16 คน เพื่อใช้เป็นข้อคำถามจริงและนำผลที่ได้ไปหาค่าอำนาจจำแนกด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item Total Correlation) ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนก ตั้งแต่ 0.22 – 0.94 ขึ้นไป
8. นำเครื่องมือการวิจัยไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.96
9. นำแบบสอบถามที่มีคุณภาพไปจัดพิมพ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยต่อไป

## การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์จากอธิการบดีวิทยาลัยแสงธรรมในการเก็บข้อมูลนักศึกษาที่เป็นตัวอย่าง
2. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลตามวันเวลาที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง
3. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบ และคัดเลือกรูปแบบที่สมบูรณ์เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติ
4. นำผลการวิจัยจากการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณมาสรุปและรายงานผลการวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์สถิติพื้นฐานเพื่อทราบลักษณะของตัวอย่างและการแจกแจงของตัวแปร โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์จำแนกตัวแปรที่ทำให้กลุ่มแตกต่างกัน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ประเภท (Discriminant Analysis) แบบวิธีการนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสมการ (Enter independents together)

### ผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปรในกลุ่มนักศึกษาที่มีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อที่ต่างกัน ระหว่างกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาเป็นอันดับแรก ปรากฏว่าทุกตัวแปร คือ รายได้ของครอบครัว ผลิตภัณฑ์ ราคาสถานที่ การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการบริการ หลักฐานทางกายภาพ ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา และทัศนคติต่อผู้นำศาสนา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
2. ผลการวิเคราะห์จำแนกตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาเป็นอันดับแรก ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้ามาในสมการจำแนกจากตัวแปรทั้งหมด 11 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำแนกจากมากไปน้อยโดยไม่คิดเครื่องหมาย ได้แก่ หลักฐานทางกายภาพ ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา ผลิตภัณฑ์ รายได้ของครอบครัว สถานที่ แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา กระบวนการบริการ ทัศนคติต่อผู้นำศาสนา การส่งเสริมการขาย ราคา และบุคลากร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ตาราง 1** ค่าสถิติที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกกับกลุ่มที่ไม่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก

| Function | $\lambda$<br>(Eigenvalue) | $R_c$ | $\Lambda$<br>(Wilks' Lambda) | $X^2$<br>(Chi-square) | df | Sig  |
|----------|---------------------------|-------|------------------------------|-----------------------|----|------|
| 1        | .425                      | .546  | .702                         | 43.377                | 11 | .000 |

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรจำแนกทั้ง 11 ตัว สามารถจำแนกกลุ่มตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกกับกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก ค่าไคสแควร์ของฟังก์ชัน 43.377 (df=11 และ  $p < .01$ ) แสดงว่าฟังก์ชันจำแนกเหมาะสม ค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคัล มีค่า .546 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกลุ่มกับฟังก์ชันค่อนข้างสูง สรุปได้ว่าตัวแปรกลุ่มมีความแปรปรวนร่วมกับฟังก์ชันอยู่ 30%

**ตาราง 2** ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานและสัมประสิทธิ์โครงสร้างของตัวแปรในสมการจำแนกประเภทของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก

| ตัวแปร                                            | ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์โครงสร้าง |
|---------------------------------------------------|------------------------|-----------------------|
| หลักฐานทางกายภาพ                                  | .727                   | .729                  |
| ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา             | -.525                  | .382                  |
| ผลิตภัณฑ์                                         | .510                   | .629                  |
| รายได้ของครอบครัว                                 | .408                   | .343                  |
| สถานที่                                           | .369                   | .551                  |
| แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา                       | .343                   | .535                  |
| กระบวนการบริการ                                   | -.335                  | .438                  |
| ทัศนคติต่อผู้นำศาสนา                              | -.148                  | .435                  |
| การส่งเสริมการขาย                                 | .077                   | .443                  |
| ราคา                                              | -.076                  | .387                  |
| บุคลากร                                           | .056                   | .523                  |
| ค่าเฉลี่ยของสมการจำแนกกลุ่ม (Group Centroids)     |                        |                       |
| กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก    | .599                   |                       |
| กลุ่มที่ไม่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก | -.699                  |                       |

การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี  
ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

จากตาราง 2 พิจารณาค่าเฉลี่ยของกลุ่ม (Group Centroids) ของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ พบว่า นักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกมีค่าเฉลี่ยเป็นบวก คือ .599 ส่วนค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก มีค่าเป็นลบ คือ -.699 ซึ่งมีความแตกต่างกันมาก แสดงว่าสมการจำแนกกลุ่มได้ดีและนำค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของตัวแปรจำแนกเขียนสมการจำแนกกลุ่ม (Discriminant function) 1 มิติ ดังนี้

$$Y = .727(\text{Physical}) - .525(\text{Expectation}) + .510(\text{Product}) + .408(\text{Salary}) + .369(\text{Place}) + .343(\text{Motivation}) - .335(\text{Process}) - .148(\text{Attitude}) + .077(\text{Promotion}) - .076(\text{Price}) + .056(\text{People})$$

ค่าสัมประสิทธิ์โครงสร้าง ซึ่งเป็นค่าที่แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรเดิมกับฟังก์ชัน พบว่า หลักฐานทางกายภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์โครงสร้างสูงที่สุดคือ .729 และสัมประสิทธิ์ที่มีค่ารองลงมาคือ ผลิตรัณฑ์ (.629) สถานที่ (.551) แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา (.535) บุคลากร (.523) การส่งเสริมการขาย (.443) กระบวนการบริการ (.438) ทักษะติดต่อผู้นำศาสนา (.435) ราคา (.387) ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา (.382) และรายได้ของครอบครัว (.343)

ตาราง 3 ผลการจำแนกกลุ่มที่เป็นจริงและกลุ่มที่คาดคะเนและอัตราส่วนที่ทำการจำแนกถูกต้องในแต่ละกลุ่มของทั้ง 2 กลุ่ม

| กลุ่มจริง                                          | จำนวน | กลุ่มที่คาดคะเน                             |                                                      |
|----------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|                                                    |       | กลุ่มตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก | กลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก |
| กลุ่มตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก        | 70    | 53                                          | 17                                                   |
|                                                    |       | 75.7%                                       | 24.3%                                                |
| กลุ่มตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก        | 60    | 21                                          | 39                                                   |
|                                                    |       | 35.0%                                       | 65.0%                                                |
| ร้อยละของการคาดคะเนได้ถูกต้องจากสมการเท่ากับ 70.8% |       |                                             |                                                      |

จากตาราง 3 แสดงว่า สมการจำแนกประเภทสามารถนำมาพยากรณ์เป็นสมาชิกของกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกได้ถูกต้องร้อยละ 75.7 และกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกได้ถูกต้องร้อยละ 65.0 เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า สมการจำแนกกลุ่มสามารถพยากรณ์การเป็นสมาชิกของกลุ่มตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกได้ถูกต้องร้อยละ 70.8

## อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปรในกลุ่มนักศึกษาที่มีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกกับกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก พบว่า รายได้ของครอบครัว ผลิตรถยนต์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการบริการ หลักฐานทางกายภาพ ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา และทัศนคติต่อผู้นำศาสนา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อ 2 ที่ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกของนักศึกษามีความแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาครั้งนี้ เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกของนักศึกษา

2. ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่สามารถจำแนกกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก มีตัวแปรทั้งหมด 11 ตัวแปร ได้แก่ หลักฐานทางกายภาพ ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา ผลิตรถยนต์ รายได้ของครอบครัว สถานที่ แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา กระบวนการบริการ ทัศนคติต่อผู้นำศาสนา การส่งเสริมการขาย ราคา และบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยข้อ 1 ที่ว่ามีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัย สามารถจำแนกกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกกับกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกของนักศึกษาได้

## การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

ตัวแปรที่มีแนวโน้มที่เป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรกและกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาเป็นอันดับแรก ที่มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานในสมการจำแนกกลุ่มเรียงลำดับจากมากไปน้อย โดยสามารถจำแนกตามกลุ่ม ดังนี้

### กลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก

จากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าตัวแปรทั้งสิ้น 7 ตัวแปรที่เป็นลักษณะของกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก สามารถอธิบายความสำคัญของตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักในสมการจำแนกจากมากไปน้อย ดังนี้

ตัวแปรหลักฐานทางกายภาพมีน้ำหนักสูงสุดในสมการจำแนก ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่สามารถจำแนกนักศึกษา 2 กลุ่มได้ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าหลักฐานทางกายภาพเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยให้นักศึกษามีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมากกว่าตัวแปรอื่นๆ ที่ศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากการมีสภาพแวดล้อมเป็นการสร้างบรรยากาศให้นักศึกษาได้เรียนรู้อย่างมีความสุข สอดคล้องกับ ผ่องใส (2561) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีคณะวิทยาการจัดการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในคณะวิทยาการจัดการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักศึกษาให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งที่การคมนาคมเข้าถึงสะดวกเป็นปัจจัยจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อ

ตัวแปรผลิตภัณฑ์ ตัวแปรอันดับที่ 2 เป็นตัวแปรที่มีแนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึงหลักสูตรที่มีเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทาง มีจุดเด่นแตกต่างจากสถาบันอื่น มีการเรียนการสอนเน้นทางด้านศาสนา จัดกิจกรรมทางด้านศาสนา ส่งเสริมการเรียนรู้และฝึกประสบการณ์ทำงานควบคู่ไปกับการเรียนการสอนเป็นประโยชน์ต่อการเป็นผู้นำศาสนาในอนาคต สอดคล้องกับ ชูตินันท์ (2561) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น พบว่า หลักสูตรส่งผลกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น เป็นหลักสูตรที่มีเอกลักษณ์มีจุดเด่นที่แตกต่างจากสถาบันอื่น

ตัวแปรรายได้ของครอบครัว ตัวแปรอันดับที่ 3 เป็นตัวแปรที่มีแนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก รายได้ของครอบครัว ซึ่งเป็นจำนวนราย

ได้ทั้งหมดต่อปีของครอบครัวหรือผู้ปกครองที่นักศึกษาอาศัยอยู่ด้วย และวิทยาลัยมีทุนการศึกษาให้กับนักศึกษาที่มีความสนใจและต้องการที่จะทำงานทางด้านศาสนา ทำให้นักศึกษาสามารถเข้าศึกษาต่อได้อย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับ รัชตานันท์ (2561) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักศึกษาโควตา ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2555 พบว่าปัจจัยด้านรายได้ของครอบครัวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่ มทส. เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีทุนการศึกษาจำนวนมากและเพียงพอที่นักศึกษาสามารถขอรับบริการได้

ตัวแปรสถานที่ ตัวแปรอันดับที่ 4 เป็นตัวแปรที่แนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก สถานที่ที่ตั้งของวิทยาลัยแสงธรรมอยู่ใกล้บริเวณที่พักมีความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ห่างไกลจากแหล่งอบายมุข สอดคล้องกับ ทิพวรรณ (2561) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ : กรณีศึกษา ผู้มีสิทธิ์สอบสัมภาษณ์ประจำปีการศึกษา 2561 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ตั้งส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา ตัวแปรอันดับที่ 5 เป็นตัวแปรที่แนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก แรงจูงใจในการทำงานด้านศาสนา เป็นแรงผลักดันทั้งภายในและภายนอกในตัวบุคคลให้แสดงพฤติกรรมสามารถทำงานได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Mark Murphy (2561) เรื่องแรงจูงใจในการทำงาน ยิ่งรู้จักตนเองเท่าไร ยิ่งมีโอกาสที่จะเลือกงานที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับตนเองอย่างดีที่สุด เพื่อให้มีภาระงานที่สมบูรณ์และประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง

ตัวแปรการส่งเสริมการขาย ตัวแปรอันดับที่ 6 เป็นตัวแปรที่มีแนวโน้มจะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก การส่งเสริมการขาย วิทยาลัยมีเครื่องมือที่ใช้สื่อสารกับนักศึกษาในการประชาสัมพันธ์เรื่องต่างๆ อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ น้ำทิพย์ (2560) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาอาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา พบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก วิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ การจัดกิจกรรมต่างๆ และการจัดนิทรรศการวิชาการ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการตลาดมากทำให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

## การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

ตัวแปรบุคลากร ตัวแปรอันดับสุดท้าย ที่มีแนวโน้มจะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก บุคลากร ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ผู้สอน และเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนที่ปฏิบัติหน้าที่ในวิทยาลัยแสงธรรมที่คอยสนับสนุนให้คำแนะนำนักศึกษาตามสายงานนั้นๆ สอดคล้องกับ จิตรลดา (2559) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร มีความสำคัญมากที่สุด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในส่วนอาจารย์ผู้สอน ในประเด็นความรู้ ความชำนาญ และความสามารภ ในการถ่ายทอดความรู้ในลักษณะการสอนที่เข้าใจง่าย และการดูแลเอาใจใส่นักศึกษา

### กลุ่มนักศึกษาที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก

จากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าตัวแปรทั้งสิ้น 4 ตัวแปรที่เป็นลักษณะของกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก สามารถอธิบายความสำคัญของตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักในสมการจำแนกจากมากไปน้อย ดังนี้

ตัวแปรความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักสูงสุด ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดที่สามารถจำแนกนักศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มได้ ข้อค้นพบบ่งชี้ให้เห็นว่า ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา เนื่องจากวิทยาลัยแสงธรรมเป็นการจัดการเรียนการสอนและส่งเสริมกิจกรรมที่เน้นทางด้านศาสนา หลังจากที่จบการศึกษานักศึกษาเชื่อว่าจะได้ใช้ความรู้ ประสบการณ์ อย่างเต็มความสามารถในการทำงานศาสนา สอดคล้องกับ เสรี (2561) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาเด็ก วัยรุ่นและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ด้านความคาดหวังในอนาคต มีผลต่อการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อนักศึกษาสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้

ตัวแปรกระบวนการบริการ ตัวแปรอันดับที่ 2 ที่มีแนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก กระบวนการบริการ เป็นขั้นตอนที่วิทยาลัยให้บริการแก่นักศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการรับสมัครนักศึกษา ขั้นตอนการลงทะเบียนที่ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน รวดเร็ว นักศึกษาได้รับการบริการที่มีความเสมอภาค สอดคล้องกับ สุจินตนา (2560) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัย

ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประจำปีการศึกษา 2560 พบว่า ด้านการให้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันมหาวิทยาลัยต่างๆ มีการแข่งขันการสูง ทำให้มหาวิทยาลัยมีการปรับตัวในการดึงดูดให้นักศึกษามาสมัครเรียนในมหาวิทยาลัยของตน

ตัวแปรทัศนคติต่อผู้นำศาสนา ตัวแปรอันดับที่ 3 ที่มีแนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก ทัศนคติต่อผู้นำศาสนา ซึ่งเป็นความรู้สึกส่วนบุคคลในเรื่องต่างๆ ที่มีต่อผู้นำศาสนา สอดคล้องกับ Pew Research Center (2019) ชาวอเมริกันมีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับบทบาทของศาสนาในสังคม ส่วนใหญ่คิดว่าผู้นำศาสนามีมาตรฐานทางจริยธรรมสูงหรือสูงมาก

ตัวแปรราคา ตัวแปรอันดับสุดท้าย ที่มีแนวโน้มจะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก ราคา ซึ่งจำนวนเงินที่นักศึกษาจ่ายให้กับวิทยาลัยแสงธรรม ได้แก่ ค่าเทอม ค่าธรรมเนียมอื่นๆ ในการแลกกับการเรียนและการบริการ รวมไปถึงอำนวยความสะดวกในการขอทุนการศึกษา สอดคล้องกับ ชุตินันท์ (2561) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น พบว่าด้านราคา ส่งผลกับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบ นักศึกษามีความคิดเห็นไม่แน่ใจต่อความเหมาะสมของค่าหน่วยกิต ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก ผลการวิจัยพบว่า หลักฐานทางกายภาพ เป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้ ผู้บริหารมีการพิจารณาแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในและโดยรอบของวิทยาลัย และเล็งเห็นความสำคัญสถานที่นั่งพักผ่อนให้มีอยู่ทั่วไป มีพื้นที่การทำกิจกรรมต่าง ๆ ของนักศึกษาเพียงพอต่อการทำางานส่วนตัว และทำงานเป็นกลุ่มสำรวจอุปกรณ์ โสตทัศนูปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ปรับปรุงสื่อให้มีคุณภาพเหมาะสมกับการเรียนรู้ ทันกับยุคสมัยใหม่

## การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

2. กลุ่มนักศึกษาที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังในอนาคตในการทำงานด้านศาสนา เป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับแรก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้ ผู้บริหารมีแนวทางการส่งเสริมในการตอบสนองความคาดหวังให้กับนักศึกษาที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษาที่เป็นรูปธรรม แนะนำหลักสูตรที่สอดคล้องกับการนำไปใช้ในการทำงานด้านศาสนา และวิธีการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้นักศึกษามีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนมีกระบวนการคิดที่สามารถนำไปประยุกต์สู่การทำงานด้วยตนเองได้

### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้นักศึกษาไม่ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยแสงธรรม
2. ตัวอย่างเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บกับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

### รายการอ้างอิง

- จิตรลดา ชวนชัยสิทธิ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชุตินันท์ เจียมจิระเศรษฐ์. (2561). การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทิพวรรณ ปิ่นทองพันธ์ และคณะ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ : กรณีศึกษา ผู้มีสิทธิ์สอบสัมภาษณ์ประจำปีการศึกษา 2561. (กองทุนวิจัย). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- น้ำทิพย์ เนียมหอม. (2560). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกริก.

- ผ่องใส ลินธุสกุล และคณะ. (29 - 30, มีนาคม, 2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีคณะวิทยาการจัดการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. ใน ดร.สุชาติดา แสงดวงดี (ประธาน), น้อมนำศาสตร์พระราชา สู่การวิจัยและการพัฒนาท้องถิ่น อย่างยั่งยืน [Symposium]. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- รัชตานันท์ อนงค์เวช. (2561). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักศึกษาโควตา ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2555. (กองทุนวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- วิจัยและนวัตกรรม, ส. ว. (2562). แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564-2570. [https://drive.google.com/drive/folders/12UzeAe3hDVRQkhHB\\_NMAJeJwMdta3v](https://drive.google.com/drive/folders/12UzeAe3hDVRQkhHB_NMAJeJwMdta3v)
- สุจินตนา ศรีรัตนกุล และคณะ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประจำปีการศึกษา 2560. วิจัยสำนักมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุวิมล ตีรภานันท์. (2553). การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักนโยบายและแผนการอุดมศึกษา. (2561). แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580). [https://qa.chandra.ac.th/files/pdf/Law/hedu\\_plan20yrs.pdf](https://qa.chandra.ac.th/files/pdf/Law/hedu_plan20yrs.pdf)
- เสรี สิงห์โงน และคณะ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาเด็ก วัยรุ่นและครอบครัวมหาวิทยาลัยมหิดล. วารสาร Mahidol R2R e-Journal, 5(3), 92-107.
- Becton Loveless. (n.d.). **Factors to Consider When Choosing a College or University**. Education Corner – Education That Matters. <https://www.educationcorner.com/factors-choosing-a-college.html>

การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี  
ของนักศึกษาในวิทยาลัยแสงธรรม

- Booms, B.H. and Bitner, M.J. (1981). **Marketing Strategies and Organizational Structures for Service Firms.** in James H. Donnelly and William R. George (eds.), *Marketing of Services*, Chicago: American Marketing Association pp.47–51. (nn.pp.) <https://www.scirp.org/%28S%28351jmbntvnsjt1aadkp%29%29/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2530717>
- Mark Murphy. (2018, 29 Jul). **What Motivates You At Work?**. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/markmurphy/2018/07/29/what-motivates-you-at-work/?sh=39ea5d535c1f>
- Mooij, M. D. (2004). **Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising.** Sage publications.
- Pew Research center. (2019, 15 November). **AMERICANS HAVE POSITIVE VIEWS ABOUT RELIGION’S ROLE IN SOCIETY.** <https://www.pewresearch.org/religion/2019/11/15/most-congress-trust-clergy-to-give-advice-about-religious-issues-fewer-trust-clergy-on-personal-matters/>
- Richard M.S. Wilson, Colin Gilligan. (2004). **Strategic Marketing Management.** Routledge.