

ปัจจัย 5พี : การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก เข้าศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาการสารสนเทศ

ภัทธีรา สุวรรณโค^{1*},
สุวิช ธีระโคตร²,
กชพรรณ ยังมี²,
มนันยา นิมพิศาล²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรด้าน
วิทยาการสารสนเทศ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง นิสิตคณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 410
คน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจใช้วิธีสกัดองค์ประกอบหลัก และหมุนแกนองค์ประกอบตั้งฉากด้วยวิธี แวริแมกซ์
ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด จำนวน 45 ตัวแปร พบปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ 5 ปัจจัย เรียกว่า
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อด้านวิทยาการสารสนเทศ 5พี (5Ps) ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์หลักสูตรและ
การจัดการเรียนการสอน (Public relationship of program and instruction) ความถนัดและวิชาชีพที่สนใจ (Proficiency
and professions of interest) อิทธิพลจากบุคคล (Person influence) ภาวะการณ์ทางการเงินของครอบครัว (Profile of
family's finance) และ การชำระเงินและทุนการศึกษา (Payment and scholarship) ซึ่งองค์ประกอบที่วิเคราะห์ได้เหล่านี้
สามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 68.597 สถาบันการศึกษาสามารถนำทั้ง 5 ปัจจัยไปใช้เป็นแนวทางการ
ประชาสัมพันธ์และรับสมัครนักศึกษาได้

คำสำคัญ: ปัจจัยในการการตัดสินใจ; วิทยาการสารสนเทศ; การวิเคราะห์องค์ประกอบ; การศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา

¹ หน่วยวิจัยสร้างสรรค์สารสนเทศดิจิทัลและนวัตกรรม ภาควิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

*ผู้รับผิดชอบหลัก phattheera.s@msu.ac.th

วันที่รับบทความ 14 กันยายน 2565 วันที่ตอบรับบทความ 22 ตุลาคม 2565

อินฟอร์เมชั่น Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

5Ps factors elemental analysis affecting the decision to study in the informatics curriculums

Phattira Suwannako^{1*}

Suwich Tirakoat²,

Kotchaphan Youngmee²,

Mananya Nimpisan²

Abstract

This research aims to study the factors influencing decision-making to pursue a degree in information science. Data was collected from a sample group of 410 students of the Faculty of Informatics at Maharakham University. Exploratory Factor Analysis (EFA) was conducted using Principal Component Analysis (PCA) method for data extracting and orthogonal rotation using the Varimax method. The results of this research revealed that a total of 45 variables studied were clustered for five components named 5Ps factors influencing decision study in Informatics fields. These consisted of the public relationship of program and instruction, Proficiency and professions of interest, Person influence, Profile of family's finance, and Payment and scholarship. These analyzed components could explain the cumulative variance by 68.597%. Educational institutions can use all five factors as public relations and student recruitment guidelines.

Keywords: decision-making factors; information science; factor analysis; higher education studies

¹ The Creativity of Digital Information and Innovation Research Unit (CD2I), Department of Information Science, Faculty of Informatics, Maharakham University

² Faculty of Informatics, Maharakham University

* Corresponding author, Email: phattheera.s@msu.ac.th

Received: 14 September 2022 Accepted: 22 October 2022

อินฟอร์เมชั่น Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

บทนำ

การตัดสินใจเลือกเรียนต่อในมหาวิทยาลัย เป็นเรื่องที่ยากต่อการตัดสินใจของนักเรียน ทั้ง โรงเรียนและสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการแนะแนว การศึกษาต่อจึงพยายามหาเทคนิคและ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เสนอให้นักเรียนใช้ ประกอบการตัดสินใจ ยกตัวอย่าง เช่น โครงการทรูปลูกปัญญา (Trueplookpanya, 2020) เสนอ 7 เทคนิคเลือกเรียนต่ออย่างไรให้เหมาะกับนักเรียน ได้แก่ การเลือกเรียนตามความถนัดและสนใจ การเลือกสาขาที่สอดคล้องกับตัวตนของนักเรียน การวิเคราะห์อนาคตของสาขาวิชาที่ตลาดต้องการ การหาคณะ/มหาวิทยาลัยที่สอดคล้องกับอาชีพ การตรวจสอบข้อกำหนดคุณสมบัติของการรับสมัคร การตรวจสอบค่าเล่าเรียน และการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยที่เหมาะสมกับตนเอง งานบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร (Pongpanich, 2011) แนะนำการเลือกคณะที่ต้องการ เช่น การศึกษาเกี่ยวกับสภาพและสิ่งแวดล้อมของคณะที่สนใจ ความถนัดทางด้าน วิชาการและความสนใจส่วนตัวของนักเรียน ความต้องการของญาติพี่น้อง และฐานะทางครอบครัว ลักษณะนิสัยของนักเรียน สุขภาพและลักษณะทางร่างกาย เป็นต้น นอกจากนี้ ปัจจัยการเลือกเรียน มหาวิทยาลัยของนักเรียนสำรวจโดย สวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เรียงลำดับดังนี้ หลักสูตรที่ ตรงกับความต้องการของผู้เรียน การมีงานทำ สังคม สิ่งแวดล้อมและเครื่องมือที่ทันสมัย การเป็นที่ยอมรับของสังคม ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยและ อาจารย์ รุ่นพี่ที่ดี ค่าใช้จ่าย การมีข่าวสารทาง สื่อมวลชน และการมีประวัติเก่าแก่ยาวนาน (Chalaysub, 2020)

หลักการสื่อสารการตลาดและการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งมีปัจจัยด้านการ โฆษณา ด้านการใช้บุคลากรและสื่อบุคคล ด้านการ นำเสนอโปรแกรมพิเศษ ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารตลาดทางตรง (Chantra & Chaiprasert, 2019) หลักการส่วนประสม การตลาดและปัจจัยตามหลักสื่อสารการตลาด แบบครบวงจร (Yomjinda, Yomjinda, & Trakitoonsak, 2018; Wannapat et al., 2015) ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านหลักสูตรและการศึกษา ปัจจัยเกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา (Pengthipang, Suwanwijit, & Keawjamnong, 2019) ปัจจัยตามความคาดหวัง ทฤษฎีแรงจูงใจ และการตัดสินใจ ซึ่งมาจากทั้งอิทธิพลภายในและ ภายนอกของผู้เรียน (Ratchapo, 2017; Sanorkan & Sirijirakal, 2019) จากที่กล่าวมา พบว่า แต่ละหลักการหรือทฤษฎีที่นำมาศึกษานั้นมี รายการของปัจจัยจำนวนมากที่ใช้เพื่อการศึกษา ซึ่งไม่สะดวกในการนำผลการวิจัยเหล่านั้นไปใช้ ประโยชน์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หรือหา แนวทางเพื่อเปิดรับบุคคลที่มีความสนใจเข้าศึกษา ต่อ ดังนั้น การลดจำนวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อลงจะสามารถนำการ วิจัยไปใช้งานได้ยิ่งมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อลดจำนวนรายการปัจจัยที่ได้ จากหลักการทฤษฎีลงในปริมาณที่เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เช่น การออกแบบ การรับสมัครและประชาสัมพันธ์ การออกแบบและ พัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การกำหนดแนวทางการสื่อสารเนื้อหาสาระไปยังผู้สนใจ เป็นต้น

อินฟอร์เมชั่น Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรด้านวิทยาการสารสนเทศด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

การวิเคราะห์องค์ประกอบ เป็นเทคนิควิธีทางสถิติที่จะจับกลุ่มหรือรวมกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวนั้นอาจเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ ตัวแปรภายในองค์ประกอบเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันสูง ส่วนตัวแปรที่อยู่ต่างองค์ประกอบกันจะมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีเลย ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบนี้สามารถใช้ได้ทั้งการพัฒนาทฤษฎีใหม่ หรือการทดสอบหรือยืนยันทฤษฎีเดิม เทคนิคของการวิเคราะห์องค์ประกอบ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ใช้ในกรณีที่ผู้ศึกษาไม่มีความรู้ หรือความรู้เรื่องนั้น ๆ น้อยมากเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อศึกษาโครงสร้างของตัวแปร และลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่เดิมให้มีการรวมกันได้

(2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ใช้ในกรณีที่ผู้ศึกษาทราบโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปร หรือคาดว่าโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรควรจะเป็นรูปแบบใด หรือคาดว่าตัวแปรใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กันมากและควรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน การใช้เทคนิควิเคราะห์

องค์ประกอบเชิงยืนยันสามารถตรวจสอบหรือยืนยันความสัมพันธ์ว่าเป็นอย่างที่คาดไว้หรือไม่ โดยการวิเคราะห์หาความตรงเชิงโครงสร้าง

ขั้นตอนการวิเคราะห์องค์ประกอบมี 6 ขั้นตอนดังนี้

(1) กำหนดปัญหาของการวิจัย ทบทวนองค์ประกอบตัวแปรจากทฤษฎี เก็บข้อมูล และเลือกวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบตามวัตถุประสงค์การวิจัย

(2) ตรวจสอบข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์ว่าเป็นไปตามข้อตกลงหรือไม่ และสร้างเมทริกซ์สหสัมพันธ์

(3) สกัดองค์ประกอบ (extraction factor analysis)

(4) เลือกวิธีการหมุนแกน (factor rotation)

(5) เลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor score)

(6) ตั้งชื่อองค์ประกอบที่วิเคราะห์ได้

2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ

Nuansut et al. (2021) ศึกษาปัจจัยกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก จากนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชานี้จำนวน 70 คน โดยใช้แบบสอบถาม สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก คือ ความโดดเด่นทางด้านสายอาชีพ สาขาวิชามีกิจกรรมส่งเสริมหลักสูตร การได้รับทุนการศึกษา ความร่วมมือกับบริษัทภายนอก สถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ทราบอย่าง

อินฟอร์เมชัน Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ต่อเนื่อง และความทันสมัยความพร้อมของอาคาร และอุปกรณ์การเรียนการสอน

Ketbutr & Thongpat (2020) ศึกษา ระดับของปัจจัยและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าศึกษาต่อคณะวิทยาศาสตร์ในมหาวิทยาลัย จากนักศึกษาจำนวน 276 คน ด้วยแบบสอบถาม ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรและวิชาการ ด้านความภูมิใจ ด้านความคาดหวังในอนาคต มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมา เป็นด้านเศรษฐกิจและสังคม รายได้ของครอบครัว

Srisuntisuk et al. (2020) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของทั้งมหาวิทยาลัยผ่านระบบ TCAS โดยสุ่มตัวอย่าง จากนักศึกษา 9 คณะ รวมทั้งสิ้น 368 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกเข้าศึกษาต่อในคณะต่าง ๆ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หลักสูตร อาจารย์ สภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัย

Rodkeaw & Chuchai (2020) ศึกษา ปัจจัยที่ผลมีต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย โดยเก็บข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 203 คน ด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า สรุปได้ว่า ผู้เรียนเลือกเรียนตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ในอนาคต เลือกเรียนตามเพื่อนและผู้ปกครองแนะนำ รายได้และสภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว มหาวิทยาลัยมีสวัสดิการและการกู้ยืมเพื่อการศึกษา และความสะดวกรวดเร็วในการรับสมัคร

Nongrayom (2020) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาคณะหนึ่งในมหาวิทยาลัย ด้วยแบบสอบถามจากนักศึกษาจำนวน 155 คน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีนัยสำคัญ ประกอบด้วย สาขาวิชา สภาพแวดล้อมของคณะ เนื้อหาหลักสูตร อาจารย์ การจัดการเรียนการสอน ค่าธรรมเนียมในการศึกษาเล่าเรียน การบอกต่อของศิษย์เก่า และสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย

จากปัจจัยการเลือกศึกษาต่อข้างต้น เป็นการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยรัฐ Kattiwong & Jirayut (2018) ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเอกชน จากนักศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 380 คน พบว่า นักศึกษาตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนด้วยปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย การมีข้อเสนอพิเศษ การประชาสัมพันธ์และการแนะนำจากบุคคล ด้านอาจารย์ และความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ผลการศึกษาปัจจัยในหัวข้อนี้ ผู้วิจัยนำไปสังเคราะห์เป็นด้านของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ซึ่งนำเสนอข้อมูลในหัวข้อต่อไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการตามลำดับต่อไปนี้

1. ออกแบบและพัฒนาแบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรด้านวิทยาการสารสนเทศ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

อินฟอร์เมชั่น Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

1.1 ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีจากงานวิจัยที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI Thajjo จำนวน 6 บทความ พบว่า มีปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา จำนวนรวม 15 ด้าน ได้แก่

(1) ด้านอาจารย์และบุคลากรของวิทยาลัย

(2) ด้านสถานที่ตั้งสภาพแวดล้อมของสถานศึกษาและสิ่งอำนวยความสะดวก

(3) ด้านหลักสูตร
(4) ด้านความโดดเด่นทางด้านสายอาชีพหรือสาขาที่ต้องการเรียน

(5) ด้านการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมหลักสูตร

(6) ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา

(7) ด้านการแนะแนวชั่วคราวในโรงเรียน

(8) ด้านการประชาสัมพันธ์และบุคคลให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์

(9) ด้านรูปแบบการรับสมัครนักศึกษา

(10) ด้านความภูมิใจ

(11) ด้านเศรษฐกิจและสังคม

(12) ด้านรายได้รวมของครอบครัว

(13) ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

(14) ด้านเหตุผลส่วนตัว

(15) ด้านการสนับสนุน

การศึกษา เงินกู้ยืม ทุนการศึกษา และค่าธรรมเนียมการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีจำแนกตามงานวิจัย

งานวิจัย	ปัจจัย														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Nuansut et al. (2021)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
Ketbutr & Thongpat (2020)			✓	✓				✓		✓	✓	✓			
Srisontisuk et al. (2020)	✓	✓	✓						✓				✓	✓	
Rodkaew & Chuchai (2020)									✓			✓	✓	✓	✓
Nongrayom (2020)	✓	✓	✓		✓			✓							✓
Kattiwong & Jirayut (2018)	✓	✓							✓				✓		✓

1.2 ออกแบบแบบสอบถามฉบับร่าง ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบหลายตัวเลือก ประกอบด้วย เพศ ชั้นปี หลักสูตรที่กำลังศึกษา และข้อมูลส่วนตัวก่อนเข้าศึกษา ได้แก่ เกรดเฉลี่ย ขนาดของโรงเรียน และที่มาของค่าใช้จ่าย

2) ส่วนที่ 2 ปัจจัยหรือเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ หลักสูตรวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) จำนวน 6 ระดับ ได้แก่ ไม่มีอิทธิพล มีอิทธิพลน้อยที่สุด มีอิทธิพลน้อย มีอิทธิพลปานกลาง มีอิทธิพลมาก และมีอิทธิพลมากที่สุด จำนวน 41 ข้อ

1.3 ขอ ความ อนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย ครูโรงเรียนมัธยมศึกษา นักวิชาการกองบริการการศึกษา (ทำหน้าที่เกี่ยวกับการรับสมัครนักเรียนเข้าศึกษาต่อ) และอาจารย์ด้านศึกษาศาสตร์ เพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) พบว่า ทุกข้อมีค่าดัชนีเกินกว่าร้อยละ 66.67 ขึ้นไป นอกจากนี้ ยังได้รับคำแนะนำให้เพิ่มเติมข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ รอบการรับสมัครที่เลือกเข้าศึกษา ประเภทของโรงเรียน และรายได้ของครอบครัว สำหรับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในส่วนที่ 2 คือ การเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายได้ของครอบครัว และสภาพคล่องทางเศรษฐกิจของครอบครัว เมื่อแก้ไขปรับปรุงแล้วมีรายการข้อคำถามในส่วนที่ 2 ทั้งหมด 45 ข้อ

1.4 วัดระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากนิสิตคณะ

วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 30 คน เพื่อทดลองใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น (pilot test) แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach's confidence coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.976 หมายถึงแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นระดับสูง สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อได้

2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากนิสิตด้วยแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นระหว่างเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน 2564 โดยประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือนิสิตปัจจุบันของคณะวิทยาการสารสนเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 2,438 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 345 คน โดยรวบรวมข้อมูลได้จริงเท่ากับ 410 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลทำด้วยแบบฟอร์มออนไลน์ โดยชี้แจงสิทธิ์ของผู้ร่วมวิจัยที่จะได้รับเพื่อแสดงเจตนาประเด็นการวิจัยในมนุษย์

3. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ดำเนินการดังต่อไปนี้

3.1 ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ด้วยการทดสอบ KMO and Bartlett's Test

3.2 สกัดองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) และเลือกวิธีหมุนแกนองค์ประกอบตั้งฉากด้วยวิธีแวนิแม็กซ์ (Varimax)

อินฟอร์เมชัน Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

3.3 เลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor score) และตั้งชื่อองค์ประกอบที่วิเคราะห์ได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรีด้านวิทยาการสารสนเทศ ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจปัจจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าทดสอบ KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.967
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	18001.241
	df	990
	Sig.	.000

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ค่าความร่วมกัน (Communalities) ระหว่างตัวแปรหนึ่งกับตัวแปรอื่นๆ ที่เหลือ พบว่า ค่า Extraction Communality ของ 43 ตัวแปร มีค่าเกินกว่า 0.50 มีเพียง 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรคะแนนสอบวัดมาตรฐาน (เช่น GAT PAT ฯลฯ) เหมาะสมกับการเรียนในหลักสูตร มีค่าเท่ากับ 0.352 และตัวแปรผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเรียน มีค่าเท่ากับ 0.476 ซึ่งยังไม่ต่ำมากพอที่จะตัดออกจึง

1. ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยการทดสอบ KMO and Bartlett's Test พบว่า ค่า KMO เท่ากับ 0.967 ค่า Bartlett's Test มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square ซึ่งมีสมมุติฐานหลัก (H_0) คือตัวแปรหรือข้อคำถามที่นำมาวิเคราะห์ไม่สัมพันธ์กัน แต่ผลการวิเคราะห์ครั้งนี้เท่ากับ 18001.241 ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ตัวแปรหรือข้อคำถามต่าง ๆ ในแบบสอบถามทั้งสิ้น 45 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันจึงสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ ดังตารางที่ 2

สรุปได้ว่า ตัวแปรทั้ง 45 นี้สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจต่อไปได้

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจสามารถจำแนกตัวแปรทั้งหมดเป็นองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ โดยทุกองค์ประกอบมีค่าไอเกน (eigen value) มากกว่า 1.00 มีค่าความแปรปรวนสะสมเท่ากับ 68.597 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สถิติสำหรับองค์ประกอบก่อนและหลังการสกัดปัจจัย

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	23.254	51.676	51.676	12.119	26.931	26.931
2	3.296	7.324	58.999	7.024	15.609	42.540
3	1.724	3.830	62.830	4.709	10.464	53.004
4	1.334	2.965	65.795	3.607	8.016	61.019
5	1.261	2.802	68.597	3.410	7.577	68.597

จากข้อกำหนดว่า ตัวแปรที่มีค่า Factor Loading มากกว่า 0.50 จะสกัดเข้าองค์ประกอบเดียวกันได้ทั้งสิ้น 5 องค์ประกอบ และผู้วิจัยได้ตั้ง ชื่อองค์ประกอบที่สอดคล้องกับตัวแปรทั้งหมดภายในองค์ประกอบนั้น รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 องค์ประกอบ ตัวแปรและค่า Factor Loading (FL.)

ที่	ตัวแปร	ค่า FL.	ชื่อปัจจัย
1	อาจารย์มีวุฒิการศึกษาและมีความรู้ความสามารถสูง	.778	ปัจจัยที่ 1 การประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน (Public relationship of program and instruction)
	มีอาคารและสถานที่สวยงาม ทันสมัย และน่าเรียน	.776	
	อาจารย์ผู้สอนมีคุณภาพ	.776	
	อาจารย์มีตำแหน่งทางวิชาการและเป็นที่ยอมรับของสังคม	.763	
	เว็บไซต์มีข้อมูล และข่าวประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สมัคร	.720	
	มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความพร้อม	.712	
	มีวิธีการสอน หรือเทคนิคการสอนที่เสริมสร้างให้นักเรียนมีทักษะวิชาชีพมากขึ้น	.699	
	มีวิธีการสอนหรือเทคนิคการสอนเน้นการสร้างสรรค์และเผยแพร่ผลงาน (รวมทั้งการประกวดผลงาน)	.698	
	มีช่องทางการชำระค่าธรรมเนียมการเรียน หรือค่าบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ	.680	
	มีการเดินทางและคมนาคมสะดวก	.660	

ตารางที่ 4 องค์ประกอบ ตัวแปรและค่า Factor Loading (FL.) (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	ค่า FL.	ข้อปัจจัย
	หลักสูตรมีเนื้อหาสาระและรายวิชาที่ทันกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เศรษฐกิจและสังคม	.656	
	อยู่ในพื้นที่ที่มีความปลอดภัย ห่างไกลมลพิษ	.654	
	ค่าธรรมเนียมการเรียน และค่าบริการต่าง ๆ มีความเหมาะสม	.639	
	เพสบุ๊คมีการอัปเดตและปฏิสัมพันธ์กับผู้สมัคร	.634	
	กระบวนการสมัครและคัดเลือกไม่ยุ่งยาก	.630	
	ความเชื่อมั่นต่อคณะและมหาวิทยาลัย	.629	
	ความร่วมมือกับสถาบัน บริษัท หรือหน่วยงานภายนอกสร้างโอกาสในการได้งานในอนาคต	.600	
	ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรจากแผ่นพับ อินโฟกราฟิก เนื้อหาที่เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์	.581	
	ชื่อเสียงของหลักสูตร	.576	
	หลักสูตรตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	.551	
	หลักสูตรมีการสนับสนุนให้ผู้เรียนมีโอกาสได้ฝึกงานกับบริษัท ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ	.531	
2	หลักสูตรที่เลือกสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับอาชีพได้	.806	ปัจจัยที่ 2 ความถนัดและวิชาชีพที่สนใจ (Proficiency and professions of interest)
	หลักสูตรที่เลือกตรงกับวิชาชีพหรืออาชีพที่รู้จัก	.783	
	องค์ความรู้ที่จะเรียนไปใช้ประโยชน์ได้	.732	
	ทักษะ ความถนัด และความสามารถของผู้สมัครตรงกับหลักสูตร	.709	
	เป็นหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของสังคมปัจจุบัน	.668	
	เลือกเรียนด้วยตนเอง	.627	
	ระดับความรู้ในระดับมัธยมศึกษาเหมาะสมที่จะศึกษาในหลักสูตร	.533	
	เห็นความก้าวหน้าของอาชีพในอนาคต	.506	
3	รุ่นพี่ที่โรงเรียนเป็นผู้แนะนำให้เลือกเรียน	.859	ปัจจัยที่ 3 อิทธิพลจากบุคคล (Person influence)
	พี่หรือน้องที่ศึกษาอยู่แนะนำให้เลือกเรียน	.782	
	ครูแนะแนวเป็นผู้แนะนำให้เลือกเรียน	.755	

อินฟอร์เมชัน Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ตารางที่ 4 องค์ประกอบ ตัวแปรและค่า Factor Loading (FL.) (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	ค่า FL.	ข้อปัจจัย
	มีบุคคลที่ประทับใจ (Idol) เป็นศิษย์เก่าของหลักสูตรนี้	.726	
	รวมทั้งผู้ปกครองสำเร็จการศึกษาในมหาวิทยาลัยนี้		
	เพื่อนที่เรียนมัธยมด้วยกันเป็นผู้แนะนำให้เลือกเรียน	.718	
	ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเรียน	.512	
4	รายได้ของครอบครัว	.705	ปัจจัยที่ 4 ภาวะการณ์ทางการเงินของครอบครัว (Profile of family's finance)
	สภาพคล่องทางการเงินของครอบครัว เช่น มีเงินเก็บไว้ใช้	.681	
	จ่ายในยามฉุกเฉินอย่างเพียงพอ		
	อยู่ใกล้บ้าน	.650	
	ค่าใช้จ่ายในครอบครัวและภาระหนี้สิน	.545	
5	มีการให้บริการเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.)	.740	ปัจจัยที่ 5 การชำระเงินและทุนการศึกษา (Payment and scholarship)
	มีทุนการศึกษาให้แก่นักเรียนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์	.727	
	มีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียน หรือค่าบริการต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นแก่ผู้ปกครอง	.618	

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนระดับปริญญาตรีหลักสูตรด้านวิทยาการสารสนเทศ 5 ปัจจัย ซึ่งเรียกว่า ปัจจัย 5P ประกอบด้วย

P1: การประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน (Public relationship of program and instruction) การประชาสัมพันธ์ให้ผู้เรียนทราบข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตร ความมีชื่อเสียงภาควิชาหรือหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การสมัครเข้าศึกษา และมีแหล่งข้อมูลเพื่อให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เช่น เกี่ยวกับผู้สอน กิจกรรมการเรียนการสอน เป็นต้น

P2: ความถนัดและวิชาชีพที่สนใจ (Proficiency and professions of interest) ประกอบด้วย 2 ประเด็น ได้แก่ (1) ความรู้และความสามารถของผู้เรียนก่อนตัดสินใจเลือกเรียนในสาขาวิชา และ (2) ความคาดหวังต่อความสามารถประกอบอาชีพที่สามารถทำได้ภายหลังการสำเร็จการศึกษา

P3: อิทธิพลจากบุคคล (Person influence) ประกอบด้วย รุ่นพี่ และเพื่อนของโรงเรียน ครูแนะแนว บุคคลที่ประทับใจ ผู้ปกครอง รวมทั้งการแนะแนวการศึกษาต่อของบุคลากรของมหาวิทยาลัย

P4: ภาวะการณ์ทางการเงินของครอบครัว (Profile of family's finance) โดยพิจารณาจากปัจจัยเกี่ยวกับรายได้ของครอบครัว สภาพคล่องทาง

อินฟอร์เมชัน Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

การเงินของครอบครัว และภาระหนี้สินของครอบครัว

P5: การชำระเงินและทุนการศึกษา (Payment and scholarship) ผู้เรียนให้ความสนใจเกี่ยวกับการให้บริการเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีทุนการศึกษาประเภทต่าง ๆ รวมทั้งมีรูปแบบที่หลากหลายของการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เกี่ยวกับการศึกษาของผู้เรียน

การพิจารณาผลการวิจัยครั้งนี้ที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรต่าง ๆ ในระดับปริญญาตรี เรียงตามปริมาณปัจจัยที่ซ้ำกันมากไปหาน้อย พบว่า ปัจจัยอันดับต้น ๆ มี 2 ปัจจัย คือ (1) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ซึ่งสามารถนำเสนอเกี่ยวกับหลักสูตร รายวิชา อาจารย์ สถานที่และสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนเป็นปัจจัยที่สอดคล้องกับผลหลายผลการวิจัย ได้แก่ ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช (Nuansut et al., 2021) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ของนักศึกษาผ่านระบบ TCAS (Thai University Central Administration System) ปีการศึกษา 2562 (Srisontisuk et al., 2020) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (Nongrayom, 2021) และปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ (Kattiwong

& Jirayut, 2018) และ (2) ปัจจัยด้านการชำระเงินและทุนการศึกษา ซึ่งปัจจัยนี้ผู้ปกครองและผู้เรียนใช้เป็นปัจจัยในการเลือกรเรียนในสถาบันการศึกษาโดยคำนึงเรื่องค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าบำรุงการศึกษา และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่สถาบันการศึกษาเรียกเก็บจากผู้เรียน ทั้งนี้ หากผู้ปกครองและผู้เรียนทราบข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนจะส่งผลต่อการตัดสินใจได้ดี นอกจากนั้น หากทางสถาบันการศึกษามีช่องทางชำระเงินและวิธีการชำระเงินที่สะดวกสบาย รวมทั้งมีการส่งเสริมการตลาดด้านการแบ่งชำระ การผ่อนผันการชำระหรือวิธีการอื่น ๆ ใดเกี่ยวกับการจ่ายค่าธรรมเนียมการศึกษาที่ลดลงหรือที่ละน้อยจะช่วยให้เสริมแรงในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาได้ ประเด็นเกี่ยวกับการชำระและค่าใช้จ่ายการศึกษาสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช (Nuansut et al., 2021) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย (Rodkaew & Chuchai, 2020) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (Nongrayom, 2020) และปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ (Kattiwong & Jirayut, 2018) ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่ซ้ำซ้อนกันมากในอันดับต่อมา คือ ปัจจัยเกี่ยวกับอาชีพในอนาคตที่ผู้เรียนสามารถ

อินฟอร์เมชัน Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ประกอบวิชาชีพภายหลังสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรนั้น ๆ ได้ เนื่องจากบางหลักสูตรการรู้จักเพียงชื่อหลักสูตรผู้เรียนไม่สามารถบอกตนเองหรือผู้ปกครองได้ว่า จบแล้วจะสามารถประกอบอาชีพอะไร ดังนั้น การประชาสัมพันธ์หลักสูตรควรนำเสนออาชีพให้ชัดเจน สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช (Nuansut et al., 2021) และ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (Ketbutr & Thongpat, 2020)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนิสิตสาขาวิชาต่าง ๆ ของคณะวิทยาการสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วย 2 กลุ่มหลัก คือ สาขาวิชาด้าน

วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และสาขาวิชาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาและกลุ่มสาขาวิชาที่แตกต่างกัน จะทำให้สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้อย่างชัดเจนและเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

2) การสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) สามารถตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้

2. ข้อเสนอแนะการใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

1) นำปัจจัยที่วิเคราะห์ได้ไปใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการแนะแนวการศึกษาต่อในหลักสูตรต่าง ๆ

2) ปัจจัยที่วิเคราะห์ได้นี้ให้นำไปใช้เป็นข้อมูลและเนื้อหาในสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์หลักสูตรได้

References

- Chalaysub, S. (2020). *What kind of "university" is this? that students want to study*. Retrieved October 11, 2021, from <https://siamrath.co.th/n/174199>. (In Thai)
- Chantra, S., & Chaiprasert, K. (2019). The Effectiveness of the Graduate study Integrated MarketingCommunication to the students of Rajamangala University of Technology Thanyaburi. *PathumThani University Academic Journal*, 11(2), 12-19. (In Thai)
- Kattiwong, C., & Jirayut, P. (2018). Marketing Factors Influencing Students' Decision to Study Undergraduate Studies. in a private university in Chiang Mai Province. *Dusit Thani College Journal*, 12(3), 382–396. (In Thai)
- Ketbutr, P., & Thongpat, S. (2020). Factors Affecting the Decision to Study Bachelor of Science Program of first year undergraduate students Faculty of Science Mahidol University. *Journal of Professional Routine to Research*, 7(July–December 2020), 42–51. (In Thai)

อินฟอร์เมชั่น Information

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

- Nongrayom, A. (2020). The Influencing Factors for Study Decision of the Undergraduate Students at the Faculty of Social Technology, Kalasin University. *Journal of Modern Learning Development*, 5(3), 137-153. (In Thai)
- Nuansut, S., et al. (2021). Marketing Strategy Factors Affecting the Decision to Study at the Bachelor Degree Level Retail Business Program, Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. *Journal of MCU Nakhondpat*, 8(1). 76–87. (In Thai)
- Pengthipnang, S., Suwanwijit, W., & Kaewjamnong, A. (2019). Factors Influencing the Decision Making of Pursuing Graduate Program in Business Administration of People in Songkhla Province. *Journal of Economics and Business Administration Thaksin University*, 11(2), 53-76. (In Thai)
- Pongpanich, P. (2011). *Techniques for selecting faculty and ranking in admissions applications*. Retrieved October 11, 2021, from <http://www.chumphon2.mju.ac.th/km/?p=607> (In Thai)
- Ratchapo, W. (2017). Factors Affecting Decision Making for Graduate Studies. College of Politics and Governance Mahasarakham University. *Journal of Politics and Governance*, 7(1), 429-448. (In Thai)
- Rimphadee, W., et al. (2015). Factors in Decision Making of Undergraduate Students in Further Study at Suan Dusit University. *Journal of Educational Review Faculty of Education in MCU*, 2(3), 38-55. (In Thai)
- Rodkaew, M., & Chuchai, A. (2020). Factors affecting the decision to study for a bachelor's degree in Mahamakut Wittayalai University Maha Vajiralongkornrajavidyalaya University Campus. *Academic Journal of Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus*, 9(2), 651–572. (In Thai)
- Sanorkan, J., & Sirijirakal, W.C. (2019). Factors affecting the decision to study in graduate studies. Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. *AL-NUR Journal of graduate school, Fatoni university*, 14(27), 93-106. (In Thai)
- Songsrirot, N. (n.d.). *Factor Analysis*. Retrieved January 6, 2022, from http://www.nitiphong.com/paper_pdf/phd/FactorAnalysis_concept.pdf. (In Thai)
- Srisontisuk, S., et al. (2020). Factors Affecting the Decision on Bachelor Degree Study at Khon Kaen University of the Students through the Thai University Central Admission System (TCAS System), in the Academic Year 2019. *School of Administrative Studies Academic Journal*, 3(3). 33–47. (In Thai)
- Trueplookpanya. (2020). *Techniques for choosing the right university for yourself*. Retrieved October 11, 2021, from <https://www.trueplookpanya.com/tcas/article/detail/76311>. (In Thai)
- Yomjinda, T., Yomjinda, L., & Trakwitoonsak, N. (2018). Factors Affecting People's Decision to Enter the Faculty of Business Administration in Bangkok. *Journal of Business Administration and Social Sciences, Ramkhamhaeng University*, 1(3), 72-82. (In Thai)