

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสาขางานของนักศึกษาในครั้งนี้ มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ทฤษฎีอุปสงค์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อ และการตัดสินใจเลือก ทฤษฎีตั้งกระตุ้นและการตอบสนอง S – R Theory เป็นทฤษฎีที่บอกถึงสาเหตุของการตัดสินใจเลือก และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก แบบจำลอง Multinomial Logit (MNL) เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมกับการใช้วิเคราะห์ตัวแปรตามที่เป็นทางเลือกในการตัดสินใจเชิงคุณภาพและมีมากกว่า 2 ค่า

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

อุปสงค์ (Demand) คือ ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งปริมาณความต้องการซื้อในที่นี้ หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อที่มีประสิทธิภาพ (Effective Demand) กล่าวคือ ผู้ซื้อจะต้องมีความสามารถในการซื้อ หรือมีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) และยินดีที่จะซื้อ (Willingness to pay) ในสินค้าหรือบริการนั้น

ตามทฤษฎีอุปสงค์นั้น ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการ จะมีมากหรือน้อยก็ขึ้น อยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ซึ่งสามารถเขียนเป็นฟังก์ชัน ได้ดังนี้

$$Q_x = f(P_x, Y, T, P_y, P_o, O) \dots\dots\dots (1)$$

โดยที่

- Q_x คือ ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง กำหนดให้เป็นสินค้า X
- P_x คือ ราคาของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง กำหนดให้เป็นสินค้า X
- Y คือ รายได้ของผู้บริโภค
- T คือ รสนิยมของผู้บริโภค

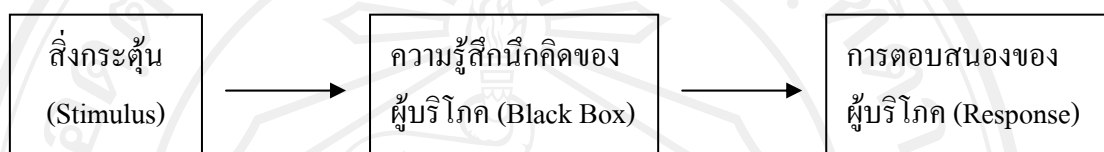
- P_y คือ ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง
- P_c คือ การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต
- O คือ ปัจจัยอื่น ๆ เช่น การโฆษณา, ฤดูกาล

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยดังกล่าว กับอุปสงค์มีดังนี้

- 1) ราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์ของสินค้าชนิดนั้น ถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น อุปสงค์ในสินค้าชนิดนั้นก็ลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง อุปสงค์ในสินค้าชนิดนั้นก็เพิ่มขึ้น
- 2) รายได้ของผู้บริโภค สามารถแบ่งความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของสินค้าได้ 2 กรณี
 - 2.1) กรณีสินค้าปกติ รายได้จะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับอุปสงค์ของสินค้า ถ้ารายได้ของผู้บริโภคมีมากขึ้น อุปสงค์ในสินค้าปกติก็จะมีสูงขึ้นตาม
 - 2.2) กรณีสินค้าด้อย รายได้จะมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางที่ตรงกันข้ามกับอุปสงค์ของสินค้า ถ้ารายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้น อุปสงค์ในสินค้าก็จะลดลง
- 3) รสนิยมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับอุปสงค์ของสินค้า ถ้าผู้บริโภคมีความนิยมในสินค้าชนิดนั้นมาก อุปสงค์ในสินค้าชนิดนั้นก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย
- 4) ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง สามารถแบ่งความสัมพันธ์กับอุปสงค์ได้ 2 กรณี
 - 4.1) กรณีราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์ของสินค้า เช่น เนื้อหมูสามารถใช้ทดแทนเนื้อไก่ได้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างราคาของเนื้อหมู กับอุปสงค์ของเนื้อไก่ ตามทฤษฎี ถ้าราคาเนื้อหมูสูงขึ้น อุปสงค์ของเนื้อไก่ก็จะเพิ่มขึ้น เพราะราคาของเนื้อหมูแพงขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาบริโภคเนื้อไก่แทน
 - 4.2) กรณีราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์ของสินค้า เช่น ผู้บริโภคใช้น้ำมันเบนซินกับรถเก๋ง ถ้าพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคาของน้ำมันเบนซินกับ อุปสงค์ของรถเก๋ง ตามทฤษฎี ถ้าราคาน้ำมันสูงขึ้น อุปสงค์ของรถเก๋งก็จะลดลง
- 5) การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับ อุปสงค์ของสินค้าในปัจจุบัน เช่น ถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาน้ำมันในอนาคตจะสูงขึ้น อุปสงค์ของน้ำมัน ณ ปัจจุบันก็จะเพิ่มขึ้นตาม
- 6) ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ เช่น การโฆษณา, ฤดูกาล เป็นต้น

2.1.2 ทฤษฎีสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง S – R Theory

ทฤษฎีนี้ได้กล่าวถึงกระบวนการในการตัดสินใจเลือกบริโภคของผู้บริโภค ว่ามีรูปแบบในการตัดสินใจอย่างไร และมีอะไรเป็นสาเหตุของการตัดสินใจเลือกบริโภค โดยกระบวนการตัดสินใจดังกล่าวเริ่มต้นจาก สิ่งกระตุ้นที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Stimulus) แล้วความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นจะส่งผลต่อไปยังความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Black Box) จากนั้นก็จะเกิดการตอบสนองกลับมาจากผู้บริโภค (Response) เขียนเป็นรูปแบบได้ดังนี้



ในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจจะมีปัจจัยที่ส่งผลต่อขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) แบ่งออกได้ 2 ส่วน

1.1) สิ่งกระตุ้นภายใน คือ สิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นเองภายในร่างกาย เช่น ความหิว

1.2) สิ่งกระตุ้นภายนอก คือ สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ได้แก่

ส่วนประสมทางการตลาด, เทคโนโลยี, การเมือง, วัฒนธรรม, เศรษฐกิจ เป็นต้น

2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค หรือ กล่องดำ (Black Box) ได้รับอิทธิพลมาจาก

ลักษณะของผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2.1) ลักษณะของผู้บริโภค ประกอบด้วย

2.1.1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สืบทอดและยึดถือปฏิบัติกันมายาวนาน จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่คอยควบคุมพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.1.2) ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิง เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน รวมถึงบทบาทและสถานะทางสังคมของผู้บริโภคด้วย

2.1.3) ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละคน เช่น อายุ, เพศ, อาชีพ, บุคลิกภาพ, การศึกษา เป็นต้น

2.1.4) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย การรับรู้, การรับรู้, การเรียนรู้, ความเชื่อและทัศนคติ, แนวความคิด เป็นต้น

2.2) กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย

2.2.1) การรับรู้ถึงความต้องการของตนเอง

2.2.2) การหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ

2.2.3) การประเมินข้อมูลต่าง ๆ

2.2.4) การตัดสินใจซื้อ

3) การตอบสนองของผู้บริโภค (Response) คือ ผู้บริโภคจะมีการตอบสนองออกมาในลักษณะใด เช่น ตัดสินใจไม่ซื้อ หรือตัดสินใจซื้อ ถ้าซื้อจะซื้อจำนวนเท่าไร ซื้อเมื่อไร ซื้อที่ไหน อย่างนี้เป็นต้น

2.1.3 แบบจำลอง Multinomial Logit (MNL)

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกสาขาวิชาของนักศึกษา สาขาวิชาที่กำหนดคให้ นักศึกษาเลือกนั้นมีทั้งหมด 4 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาการขาย สาขาวิชาการเลขานุการ และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ดังนั้นทางเลือกของนักศึกษาจึงมีอยู่ 4 ทางเลือก ซึ่งแบบจำลอง Multinomial Logit (MNL) เป็นแบบจำลองที่ใช้วิเคราะห์ตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพและมีมากกว่า 2 ค่า

ซึ่งถ้าผู้บริโภคจะเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่มีมากกว่า 2 ทางเลือก โอกาสที่จะเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง คือ ความพึงพอใจ หรืออรรถประโยชน์ที่ได้รับจากทางเลือกนั้น ต้องมากกว่าความพึงพอใจในทางเลือกอื่น เช่น โอกาสที่ผู้บริโภค i จะเลือกทางเลือกที่ m เมื่อความพึงพอใจในทางเลือก m มากกว่าทางเลือกอื่น

$$\Pr(y_i = m) = \Pr(U_{im} > U_{ij}) \text{ for all } j \neq m \quad \dots\dots\dots (2)$$

โดยที่ U_{im} คือ อรรถประโยชน์ต่อทางเลือก m ของคนที่ i

U_{ij} คือ อรรถประโยชน์ต่อทางเลือก j ของคนที่ i

y_i คือ การตัดสินใจของคนที i

เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับ แบบจำลองของ Multinomial Logit (MNL) จะสามารถแสดงได้ดังนี้

$$P_{ij} = \Pr(Y_i = j) = \frac{e^{\beta_j V_j}}{\sum_{k=1}^J e^{\beta_k V_k}} \quad j = 1, 2, \dots, J \quad \dots\dots\dots (3)$$

โดยที่ P_{ij} คือ ความน่าจะเป็นที่จะเลือก j ของคนที่ i

V_k คือ อรรถประโยชน์ทางอ้อมจากทางเลือก k

β_j คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่ต้องการหาค่าความน่าจะเป็นที่เกิดทางเลือก j

x_i คือ คุณลักษณะของคนที่ i

j คือ ทางเลือก โดยที่ $j = 1, 2, \dots, J$

จากสมการที่ (3) แสดงให้เห็นว่า โอกาสที่ผู้บริโภคระบุว่าจะเลือก ทางเลือก j เท่ากับ อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคระบุที่ได้รับจากทางเลือก j เปรียบเทียบกับทางเลือกอื่น ๆ โดย อรรถประโยชน์ ที่ผู้บริโภคระบุได้รับก็จะขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของผู้บริโภคระบุ

ดังนั้นถ้าสมมติว่ามี 4 ทางเลือก โอกาสที่จะเลือกทางเลือกที่ 1 ทางเลือกที่ 2 ทางเลือกที่ 3 และทางเลือกที่ 4 โดยกำหนดให้ทางเลือกที่ 1 เป็นฐาน มีดังนี้

$$Pr_{i1} = \frac{1}{1 + \exp(V_{i2}) + \exp(V_{i3}) + \exp(V_{i4})}$$

$$Pr_{i2} = \frac{\exp(V_{i2})}{1 + \exp(V_{i2}) + \exp(V_{i3}) + \exp(V_{i4})}$$

$$Pr_{i3} = \frac{\exp(V_{i3})}{1 + \exp(V_{i2}) + \exp(V_{i3}) + \exp(V_{i4})}$$

$$Pr_{i4} = \frac{\exp(V_{i4})}{1 + \exp(V_{i2}) + \exp(V_{i3}) + \exp(V_{i4})}$$

โดยที่ $V_{ij} = x_i' \beta_j$ คือ อรรถประโยชน์ทางอ้อมของผู้บริโภค i จากทางเลือกที่ j

$V_{i2} = x_i' \beta_2$ คือ อรรถประโยชน์ทางอ้อมของผู้บริโภค i จากทางเลือกที่ 2

$V_{i3} = x_i' \beta_3$ คือ อรรถประโยชน์ทางอ้อมของผู้บริโภค i จากทางเลือกที่ 3

$V_{i4} = x_i' \beta_4$ คือ อรรถประโยชน์ทางอ้อมของผู้บริโภค i จากทางเลือกที่ 4

การหาค่า Marginal Effect ของแบบจำลอง Multinomial Logit

เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่คำนวณได้ จากแบบจำลอง Multinomial Logit เป็นค่าที่อธิบายถึงโอกาสที่จะเลือกทางเลือกที่ j ที่เกิดจากตัวแปรอิสระตัวหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับทางเลือกที่กำหนดให้เป็น Baseline Category ว่ามีมากหรือน้อยกว่าทางเลือกที่เป็น Baseline

Category อย่างไร ซึ่งค่าดังกล่าวไม่สามารถบอกถึงโอกาสที่จะเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่เกิดจากตัวแปรอิสระได้ ดังนั้นในการอธิบายถึงโอกาสที่จะเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่เกิดจากตัวแปรอิสระนั้น จำเป็นที่จะต้องคำนวณหาค่า Marginal Effect เพื่อนำมาอธิบายค่าดังกล่าว ซึ่งสามารถคำนวณหา Marginal Effect ของทางเลือกที่ j ได้โดยการ differentiating สมการ Multinomial Logit ด้วยตัวแปร x ที่ต้องการหาค่าความน่าจะเป็นดังนี้

$$\frac{\partial P_{ij}}{\partial x_i} = P_{ij} [\beta_j - \beta_i]$$

ในการประมาณค่าโดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit (MNL) มีข้อสมมติฐานที่สำคัญคือ The Independence from Irrelevant Alternatives (IIA) คือ เมื่อมีการเพิ่มทางเลือกใหม่เข้ามาแล้ว โอกาสระหว่างทางเลือกที่มีอยู่เดิมจะต้องมีสัดส่วน (odd ratio) เท่าเดิม

ในแบบจำลอง Multinomial Logit (MNL) สมการ Odds ของทางเลือก j ต่อทางเลือก k

คือ
$$\frac{\Pr(y = j|z)}{\Pr(y = k|z)} = \exp[x(\beta_j - \beta_k)]$$

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุชาติ วิวัฒน์ชานนท์ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ความสนใจในการเลือกศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาปัจจัยหลักที่เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัด และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อ ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัดนครปฐม ประชากรที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติจังหวัดนครปฐม ในเขตการศึกษาที่ 1 โดยเป็นโรงเรียนที่อยู่ใน โครงการขยายโอกาสทางการศึกษา จำนวน 42 โรงเรียน มีกลุ่มตัวอย่าง 385 คน ผลการศึกษาพบว่า เพศของนักเรียน ระดับการศึกษาของบิดามารดา หมวดอาชีพของบิดามารดา รายได้ของบิดา มารดา มีความสัมพันธ์กับความสนใจในสาขาวิชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อของ นักเรียนเป็นอันดับหนึ่ง คือ สาขาวิชาที่น่าสนใจมากที่สุด สาขาวิชาที่ใช้ประกอบอาชีพได้ในอนาคต และ

สาขาวิชาที่มีโอกาสสำเร็จการศึกษาได้มากที่สุด ตามลำดับ และเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อที่นักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 เลื่อนน้อยที่สุด คือ สาขาวิชาที่ผู้ปกครองประกอบอาชีพอยู่

Kim; Markhom and Camgelosi (2002) ได้ศึกษาเรื่อง “Why students pursue the business degree: A comparison of business majors across universities” ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่สำคัญที่สุดในการเลือกวิชาเอกของนักศึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจนักศึกษา วิชาเอกทางบริหารธุรกิจในสาขาการบัญชี การเงิน การตลาด การจัดการ และการบริหารธุรกิจทั่วไป ของมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การสำรวจได้ไปแจกแบบสอบถามในห้องเรียนในขณะที่นักศึกษากำลังเรียนและได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด 197 ชุด ผลของการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 80.2 เป็นนักศึกษาที่อายุระหว่าง 24 ปีหรือต่ำกว่า มาจากครอบครัวที่มีรายได้ต่อปี \$25,000-\$50,000 ร้อยละ 36.2 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 60.8 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4

2. สรุปเหตุผลว่าทำไมนักศึกษาเลือกเรียนปริญญาตรีบริหารธุรกิจ ลำดับที่ 1-5 ให้เหตุผลดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 30.2 ให้เหตุผลว่าได้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกวิชาเอก ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 20.5 ให้เหตุผลว่ามีโอกาสได้งานที่ดี ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 13.2 ให้เหตุผลว่ามีความสามารถในการทำงานที่ดีและได้ใช้ความสามารถ ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 11.2 ให้เหตุผลว่ามีความต้องการที่จะทำธุรกิจในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 8.7 ให้เหตุผลว่าเป็นโครงการที่ให้ผลตอบแทนในการประกอบอาชีพ เหตุผลที่ตอบน้อยที่สุดในการเลือกวิชาเอกคือ การมีชื่อเสียงวิชาเอกของมหาวิทยาลัย คุณภาพการสอนของอาจารย์ อิทธิพลของพ่อแม่ จำนวนและรูปแบบของข้อมูลโฆษณาประชาสัมพันธ์ และอิทธิพลจากเพื่อน

นภาพร ณ เชียงใหม่ และคณะ (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสาขาวิชาเอกของนักศึกษา ทุกสาขาในทุกโครงการของคณะวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2549 มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 886 คน จากแบบสอบถามความคิดเห็นพบว่า ปัจจัยในการเลือกสาขาวิชาเอกในระดับปริญญาตรีสาขาวิชาเอกการบัญชี การบริหารธุรกิจและโครงการ M-ACC มีดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความต้องการทำงานที่ดี
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านความต้องการประกอบ

อาชีพในอนาคต ปัจจัยด้านการเลือกสาขาวิชาเอก ทำให้ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านคุณภาพการสอนของอาจารย์ และปัจจัยด้านความถนัดในการเรียนสาขาวิชาเอก

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านชื่อเสียงในสาขาวิชาเอกของมหาวิทยาลัย ปัจจัยด้านจำนวนและรูปแบบของข้อมูลโฆษณาประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านอิทธิพลจากพ่อแม่และเพื่อน

ส่วนปัจจัยในการเลือกสาขาวิชาเอกในโครงการปริญญาโทการบริหารธุรกิจ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับที่มาก ได้แก่ ปัจจัยด้านความต้องการทำงานที่ดี ปัจจัยด้านความต้องการประกอบอาชีพในอนาคต ปัจจัยด้านการเลือกสาขาวิชาเอกทำให้ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านคุณภาพการสอนของอาจารย์ ปัจจัยด้านชื่อเสียงในสาขาวิชาเอกของมหาวิทยาลัย และปัจจัย ด้านความถนัดในการเรียน

เบญจมาศ เหมือนสุทธีวงศ์ (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ของโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ของโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือนักศึกษาระดับ ปวส. ชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน 7 แห่งในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 375 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และโลเคิร์ตสเกล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจได้จำแนกเป็น 2 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยดึงดูด พบว่าปัจจัยดึงดูดด้านความชอบของนักศึกษาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด เกิดจากความคาดหวังว่าจะสามารถหางานทำได้ง่าย มีความได้เปรียบในการสมัครงาน มีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี และสามารถกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาได้ รองลงมาคือชื่อเสียงของโรงเรียน ทำเลที่ตั้งของโรงเรียน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การชักชวนจากศิษย์เก่า และการแนะนำจากครู ตามลำดับ

2. ปัจจัยสนับสนุน พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลการเรียนเดิมในระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ การแนะนำจากเพื่อน การแนะนำจากบิดามารดา และการแนะนำจากญาติพี่น้อง ตามลำดับ

ละเอียด ศรีหาเหง่า (2549) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาของเอกชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาของเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประชากรคือ นักศึกษาระดับ ปวส.1 ที่กำลังศึกษาอยู่โรงเรียนอาชีวศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2548 จำนวน 8 โรงเรียน มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 348 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักและค่า chi-square

การศึกษาพบว่าพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษาของเอกชน เกิดจากความชอบส่วนตัวของนักศึกษามากที่สุด และเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน เพราะนักศึกษาสามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ และเหตุผลที่เลือกหลักสูตรพณิชยกรรมส่วนใหญ่ เพราะเมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจหรือเป็นผู้ประกอบการ มีความได้เปรียบในการสมัครงาน

จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่า สาขาที่นักศึกษาเลือกศึกษาในปัจจุบันมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับอาชีพที่คาดว่าจะทำในอนาคต ในขณะที่รายได้ครัวเรือนของนักศึกษาไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษาที่นักศึกษากำลังศึกษาในปัจจุบัน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา สำหรับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ การที่โรงเรียนมีการติดตามแจ้งพฤติกรรมให้ผู้ปกครองทราบสม่ำเสมอ และดูแลเอาใจใส่นักศึกษาเป็นอย่างดี รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายนอกพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากที่สุดในการตัดสินใจของนักศึกษาที่เลือกสถานที่เรียนปัจจุบัน ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจ รองลงมาเป็นความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและทันสมัย การรับนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาและระดับมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยรัฐบาลมากขึ้น คำนิยมในการส่งลูกเข้าโรงเรียนเอกชนที่มีชื่อเสียง และการที่ระดับราคาสินค้าสูงขึ้นตามลำดับ

2.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

จากการศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดตัวแปรอิสระที่จะใช้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางเลือกสาขาวิชาของนักศึกษา และกำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้

1) เกรดเฉลี่ยภาคเรียนที่ 1 มีสมมติฐาน คือ นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยในภาคเรียนที่ 1 สูงมีโอกาที่จะเลือกสาขางานบัญชีมากกว่าสาขาอื่น เพราะเนื่องจากเงื่อนไขในการเลือกเรียนสาขางานการบัญชี นักศึกษาจะต้องผลการเรียนในวิชาบัญชีเบื้องต้น 1 ในระดับเกรด 2 ขึ้นไปจึงจะสามารถเลือกเรียนสาขางานการบัญชีได้ ซึ่งเนื้อหาหลักสูตรของรายวิชาบัญชีเบื้องต้น 1 เป็นเนื้อหาที่มีความยากสำหรับนักศึกษาระดับชั้น ปวช. 1 ดังนั้นนักศึกษามีผลการเรียนวิชานี้เกรด 2 ขึ้นไปจึงน่าจะเป็นนักศึกษามีเกรดเฉลี่ยสูง และจากผลการศึกษาของ นภาพร ณ เชียงใหม่ และคณะ (2547) พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาวิชาเอกการบัญชี ส่วนใหญ่มีระดับคะแนนเฉลี่ยในระดับมัธยมปลายมากกว่านักศึกษาสาขาวิชาเอกบริหารธุรกิจ

2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว มีสมมติฐาน คือ นักศึกษาที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงมีโอกาที่จะเลือกสาขางานคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากกว่าสาขาอื่น จากการสำรวจข้อมูลประวัติของนักศึกษาในระดับชั้นปวช. 2 สาขางานการบัญชี สาขางานการขาย สาขางานเลขานุการ และสาขางานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 335 คน จากฐานข้อมูลของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงใหม่พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวนักศึกษานักศึกษานักศึกษานักศึกษานักศึกษาสาขางานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว สูงกว่าสาขางานอื่น โดยระดับรายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ที่ 7,859.6 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวนักศึกษานักศึกษานักศึกษานักศึกษาสาขางานการบัญชี อยู่ที่ 7,592.33 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวนักศึกษานักศึกษานักศึกษานักศึกษาสาขางานการขาย อยู่ที่ 7,809.62 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวนักศึกษานักศึกษานักศึกษานักศึกษาสาขางานเลขานุการอยู่ที่ 7,821.3 บาท

3) อาชีพของผู้ปกครอง มีสมมติฐาน คือ นักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีโอกาที่จะเลือกเรียนสาขางานการขายมากกว่าสาขาอื่น จากการสำรวจข้อมูลประวัติของนักศึกษาในระดับชั้นปวช. 2 สาขางานการบัญชี สาขางานการขาย สาขางานเลขานุการ และสาขางานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 335 คน จากฐานข้อมูลของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงใหม่พบว่า ผู้ปกครองของนักศึกษาร้อยละ 50 ขึ้นไปจะประกอบอาชีพรับจ้าง แต่เมื่อเปรียบเทียบเฉพาะผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวแล้ว พบว่าผู้ปกครองของนักศึกษาที่เรียนในสาขางานการขาย ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีสัดส่วนร้อยละต่ออาชีพทั้งหมดมากกว่าสาขางานอื่น โดยผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวของนักศึกษาที่เรียนในสาขางานการขายมีสัดส่วนร้อยละ 15.38 ต่ออาชีพทั้งหมดของผู้ปกครอง

4) ความถนัดด้านคอมพิวเตอร์ มีสมมติฐาน คือ นักศึกษาที่มีความถนัดด้านคอมพิวเตอร์ จะเลือกเรียนสาขางานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จากงานค้นคว้าอิสระของ เบญจมาศ เหมือนสุทธิวงศ์ (2547) พบว่านักศึกษาที่เลือกเรียนสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ของโรงเรียนอาชีวเอกชน ในอำเภอ

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 97.87 มีความรู้พื้นฐานทางด้านคอมพิวเตอร์มาก่อน และจากการศึกษาของ นภาพร ณ เชียงใหม่และคณะ (2547) พบว่าปัจจัยด้านความถนัดในการเรียนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสาขาวิชาเอก ของนักศึกษาในระดับมาก

5) ผู้ให้คำแนะนำ หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีสมมติฐาน คือ นักศึกษาจะเลือกสาขางานที่ผู้ปกครองให้การแนะนำ จากงานค้นคว้าอิสระของเบญจมาศ เหมือนสุทธีวงศ์ (2547) พบว่าปัจจัยด้านการแนะนำของบิดามารดา ส่งผลทำให้นักศึกษาเลือกเรียนสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ในโรงเรียนอาชีวเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

6) โอกาสในการศึกษาต่อ นักศึกษาจะเลือกสาขางานที่มีโอกาสในการศึกษาต่อมากที่สุด จากงานค้นคว้าอิสระของ เบญจมาศ เหมือนสุทธีวงศ์ (2547) พบว่านักศึกษาที่เลือกเรียนสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ในโรงเรียนอาชีวเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 88.53 เลือกเรียนเพราะมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี