

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชน กลุ่ม
Generation Y ในจังหวัดนครราชสีมา

**Factors affecting the decision to pursue a master's degree among people in the
Generation Y group in Nakhon Ratchasima Province.**

วิสุตา ถินมานัต¹

Wisuda Thinmanat

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม GenY ในจังหวัดนครราชสีมา และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen-Y ในจังหวัดนครราชสีมา และเพื่อศึกษาการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen-Y ในจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนกลุ่ม GenY ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ (Correlation) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา มี 4 ด้าน ได้แก่ อายุ คณะที่จบการศึกษา อาชีพ และทัศนคติด้านความคตินัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์, ปัจจัยด้านทัศนคติ, การตัดสินใจศึกษาต่อในระดับ
ปริญญาโท, กลุ่ม Gen Y

ABSTRACT

This research has the objective To study demographic factors that affect the decision to pursue a master's degree among Gen Y people in Nakhon Ratchasima Province. and to study the attitudinal factors that affect the decision to pursue a master's degree among Gen Y people in Nakhon Ratchasima Province and to study the decision to pursue a master's degree among Gen Y people in Nakhon Ratchasima Province. The sample group is Gen Y people in Mueang Nakhon Ratchasima District. Nakhon Ratchasima Province, 400 people. Data were collected using questionnaires. Analytical statistics include percentage, mean, standard deviation and

¹ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Correlation were set at the .05 level for statistical significance. The results of the study found that Demographic factors that affect the decision to pursue a master's degree among Gen Y people in Nakhon Ratchasima Province include 4 aspects: Age, Faculty graduates, careers, and attitudes towards thinking at the statistically significant level of 0.05 .

Keywords: Demographic factors, attitude factors, decision to study at the master's level, Gen Y group.

บทนำ

ในสังคมปัจจุบันการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาองค์กรตลอดจนพัฒนาประเทศ การศึกษาจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพของมนุษย์ และการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ให้มีประโยชน์ต่อองค์กรและประเทศชาติ ในสภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีการแข่งขันนั้น ทำให้ตลาดแรงงานและตลาดทางการศึกษามีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อต้องการเพิ่มความรู้ความสามารถ เพิ่มทักษะ ให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อให้ทันต่อความต้องการในสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป การศึกษาจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ มีความสามารถที่จะปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนในยุคโลกาวิวัฒน์ การจัดการการศึกษาจึงควรจัดให้เป็นแนวทางที่เหมาะสมกับสภาพความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรมของประเทศสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่สังคมไทย และเพื่อให้การศึกษาเป็นกระบวนการที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย

กลุ่มเจเนอเรชั่น วาย (Generation Y หรือ Gen Y) ในทางเศรษฐศาสตร์(เว็บไซต์มีบอร์ดดอทคอม, 2552)แล้ว เป็นคนกลุ่มใหญ่ที่อยู่ในตลาดแรงงานและกำลังเติบโตก้าวหน้าในหน้าที่การงานเป็นวัยทำงานที่ต้องพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ชอบความท้าทาย มีความรับผิดชอบ และมีการใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ โดยกลุ่มคนใน เจเนอเรชั่น วาย นี้ สามารถเลื่อนขั้นก้าวสู่ระดับผู้บริหาร ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารระดับต้น ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับสูงตามสายงานของตนเองได้ อีกทั้งยังเป็นกลุ่มคนที่มุ่งเน้นเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ของตัวบุคคล รวมถึงระดับการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับสายงานอาชีพและความสำเร็จที่มุ่งหวังไว้นั่นเอง

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัย มีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ได้แก่ กลุ่มคนใน Gen Y เป็นกลุ่มที่อยู่ในตลาดแรงงานจำนวนมาก ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา วางแผนกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร และสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานเพื่อให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา

2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่ม Gen Y ได้แก่ เพศ อายุ คณะและสาขาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านทัศนคติที่แตกต่างกันกลุ่ม Gen Y ได้แก่ องค์กรประกอบด้านความคิด องค์กรประกอบด้านความรู้สึก และองค์กรประกอบด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยชิ้นนี้เป็นศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ด้านทัศนคติและการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

1. ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ คณะและสาขาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ด้านทัศนคติ ได้แก่ องค์กรประกอบด้านความคิด องค์กรประกอบด้านความรู้สึก และองค์กรประกอบด้านพฤติกรรม

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

การตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชาชนที่มีอายุ 23 ปี ถึง 43 ปี (ณ ปี พ.ศ. 2566) หรือเกิดใน พ.ศ. 2523- พ.ศ. 2543 ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวนทั้งหมด 782,728 คนแบ่งเป็นเพศชายจำนวน 396,622 คนและเพศหญิงจำนวน 386,106 คน (ประชากรรายอายุแยกตามจำนวนประชากรที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน มีสัญชาติไทย จังหวัดนครราชสีมา ข้อมูลเดือน มิถุนายน 2566 ,สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง) โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจำนวนประชากรทั้งหมด โดยการเข้าสูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane(1973) จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษานั้นอยู่ที่ 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling)

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ประชาชนกลุ่ม Gen Y ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2566 – พฤศจิกายน 2566
ระยะเวลา 5 เดือน

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

Hanna and Wozniak (อ้างถึงใน ญัตติธิดา แสงสุระธรรม, 2562, หน้า 282) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณา สำหรับการแบ่งส่วนตลาด (market segmentation) โดยลักษณะประชากรศาสตร์ มีดังนี้

1. เพศ (gender) ปัจจุบันแบ่งได้เป็นผู้หญิงกับผู้ชาย สังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักเป็นคนมีจิตใจหรือเจ้าอารมณ์ (emotional) โอนอ่อน อบอุ่น ตามและเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนี้ผู้หญิงจะถูกชักจูงใจง่ายกว่าผู้ชาย ลักษณะด้านอื่น ๆ ได้แก่ ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและสามารถจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิง เป็นเพศที่หยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย

2. อายุ (age) ในปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกัน มักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป ด้วย เช่น วัยกลางคนและสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในขณะที่หนุ่มสาว อาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา ความยุติธรรม เป็นต้น กล่าวว่าช่วงอายุสามารถแบ่งได้เป็น 5 ช่วง คือ ช่วงทารก ช่วงเด็ก ช่วงวัยรุ่น ช่วงวัยผู้ใหญ่ และช่วงวัยชรา ซึ่งแต่ละวัยนั้นจะมีความนึกคิด ความริเริ่ม สภาพของร่างกายที่แตกต่างกัน

3. ระดับการศึกษา(education) เป็นตัวกำหนดแนวความคิดและกระบวนการตัดสินใจ ของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งบุคคลที่มีการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น มักจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ผ่านการไตร่ตรอง ทบทวนอย่างรอบคอบ และมีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อที่มากขึ้น

4. อาชีพ (occupation) การประกอบอาชีพต่างกันย่อมทำให้มีค่านิยมและแนวความคิดที่มี ต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป โดยจะพบว่าผู้ที่ทำธุรกิจเอกชนส่วนใหญ่จะคำนึงถึงรายได้ และสถานภาพในสังคมส่วนผู้ที่ทำอาชีพรับราชการจะคำนึงถึงยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นราชการ แม้ในกลุ่มอาชีพเดียวกันก็มี ค่านิยม ค่าคิดเห็น และพฤติกรรม ที่แตกต่างกันไป

5. รายได้ต่อเดือน (income) รายได้ต่อเดือนเป็นตัวชี้ความสามารถในการจ่ายสินค้าของผู้บริโภคว่า มีความสามารถในการจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือไม่ แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นักการตลาดใช้กันบ่อยมาก แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยงเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์อื่น ๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

จากแนวคิด ทฤษฎี ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่เป็นตัวแปรในการวัดและแบ่งส่วนประสม

ทางการตลาดตามแนวคิด Hanna and Wozniak (อ้างถึงใน ัญญัติดา แสงสุระธรรม, 2562, หน้า 282) ซึ่งประกอบด้วย

เพศ แบ่งออกเป็นเพศชายและเพศหญิง ซึ่งบทบาทของผู้ชายและผู้หญิงมีความแตกต่างกัน โดยผู้ชายจะใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง ส่วนผู้หญิงจะมีความละเอียด ประณีต เป็นแม่บ้านแม่เรือนและเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจได้กว่าผู้ชาย

อายุ เป็นการแบ่งช่วงวัยที่แตกต่างกัน สามารถแบ่งได้ 5 ช่วง คือ ช่วงทารก ช่วงเด็ก ช่วงวัยรุ่น ช่วงผู้ใหญ่ และช่วงวัยชรา ซึ่งแต่ละวัยจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา เป็นตัวกำหนดแนวความคิด กระบวนการแก้ไขปัญหา การใช้เหตุผลในการตัดสินใจ ซึ่งบุคคลที่ระดับการศึกษาที่สูง จะมีกระบวนการตัดสินใจที่คิดอย่างรอบคอบและผ่านการในไตร่ตรองมาเป็นอย่างดีแล้ว

อาชีพ ทำให้มีค่านิยมและแนวคิดที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป อาชีพบางประเภทอาจจะคำนึงแต่ผลกำไร รายได้ บางอาชีพคำนึงถึงชื่อเสียง เกียรติยศ หรือถึงแม้จะมีอาชีพเดียวกัน แต่ก็ค่านิยม พฤติกรรมที่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน เป็นตัววัดความสามารถในการบริหารรายได้แต่มีต่อภาระค่าใช้จ่ายในการที่ต้องการสินค้าหรือบริการต่าง ๆ หรือมีความสามารถในการจ่ายเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Henry. (1995, p. 267) ได้เสนอแนวคิดว่าองค์ประกอบของทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบด้วยกัน คือ

1. องค์ประกอบทางความคิด หรือการรับรู้เป็นความเชื่อความรู้ หรือความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งใด เช่น ตราสินค้า ซึ่งความเชื่อในวัตถุเดียวกันอาจจะไม่เหมือนกันในแต่ละบุคคล

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกคือความรู้สึกโดยรวมในเรื่องของความชอบ และอารมณ์ที่มีต่อวัตถุ นั้น ๆ เช่น อาจเกิดจากผลของการประเมินในคุณสมบัติหลาย ๆ คุณสมบัติของสินค้าก็ได้เรื่องของความรู้สึกนั้นขึ้นอยู่กับบุคคลและสถานการณ์ด้วย

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม คือแนวโน้มในการกระทำหรือการแสดงออกความโน้มเอียงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์จากแนวคิด ทฤษฎี ข้างต้น

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ผู้วิจัยได้เลือกใช้องค์ประกอบของทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบด้วยกัน ตามแนวคิด Henry. (1995, p. 267) ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการรับรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยผ่านการแสดงออกหรือพฤติกรรมของบุคคลนั้นในทางยอมรับหรือปฏิเสธ ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบทางความคิด หรือการรับรู้ คือ ความเชื่อความเข้าใจ การรับรู้เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ตราสินค้า หรือความเชื่อในตัวสินค้าเดียวกันแต่การรับรู้ ความเข้าใจอาจมีความแตกต่างกันได้

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก คือ อารมณ์ที่เกิดจากการรับรู้ ความเข้าใจ ความคิด ซึ่งมีผลแตกต่างกันออกไปตามบุคลิกภาพแต่ละคน

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม คือ การแสดงออก ผ่านการกระทำ คำพูด ท่าทีที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นมาจากความคิด และอารมณ์ความรู้สึกนั้น

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Plunkett and Attner, (1994,p. 162) ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้(อ้างจาก กุลชลี ไชยันทา, 2539,หน้า 135-139)

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรระมัดระวังมิให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์การ ทั้งนี้ ผู้บริหารควรแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่ยอดขายของบริษัทลดลง ซึ่งมีสาเหตุมาจากคุณภาพสินค้าต่ำ จะเห็นว่าการที่ยอดขายลดลง เป็นอาการแสดง และปัญหาที่ต้องแก้ไขได้แก่ การที่คุณภาพสินค้าต่ำ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องคอยสังเกตอาการแสดงต่าง ๆ ทั้งต้องรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นต่อการค้นหาสาเหตุของอาการแสดงเหล่านั้น ซึ่งจะนำไปสู่การระบุปัญหาที่แท้จริงได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การ โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบอยู่เสมอ ๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้ ตัวอย่างเช่น ถ้ามีเงื่อนไขว่าต้องส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลา 1 เดือน ทางเลือกของการแก้ไขปัญหการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 1 เดือน ก็ควรถูกตัดทิ้งไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์การประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือก ผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์การ ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ 1) ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื้ออะไรตามมา ตัวอย่างเช่น ถ้าโควต้าปกติในการผลิตมอเตอร์ของแผนกผลิตเท่ากับ 500 เครื่องต่อเดือน แต่

แผนการผลิตต้องผลิตมอเตอร์ให้ได้ 1,000 เครื่อง ภายในสิ้นเดือนนี้ โดยมีข้อจำกัดด้านต้นทุนขององค์การว่าจะจ่ายค่าจ้างพนักงานเพิ่มขึ้นไม่เกิน 10,000 บาทเท่านั้น ทางเลือกหนึ่งของการแก้ปัญหาอาจทำได้โดยการจ้างพนักงานทำงานล่วงเวลาในวันหยุดและเวลากลางคืน แต่เมื่อ ประเมินได้แล้วพบว่าวิธีนี้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึง 17,000 บาท ผู้บริหารก็ควรตัดทางเลือกนี้ทิ้งไป เพราะไม่สามารถนำมาใช้ได้ภายใต้ข้อจำกัดด้านต้นทุน อย่างไรก็ตามทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์การก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่ง ของการเพิ่มผลผลิตได้แก่การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหากับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่ง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอม โดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกนำมาผสมผสานกัน

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุดจากแนวคิด ทฤษฎี ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ผู้วิจัยได้เลือกใช้กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making) เพื่อกำหนดขั้นตอนในการตัดสินใจและพิจารณาในทางเลือกต่าง ๆ ให้เหลือทางเลือกทางเดียว โดยประเมินทางเลือกที่มีผลลัพธ์ที่ดีที่สุด โดยผ่านกระบวนการคิดจากข้อมูลพื้นฐานของข้อเท็จจริงเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยขั้นตอนที่ 1 ระบุปัญหา เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญในการระบุปัญหาเพราะจะส่งผลต่อการตัดสินใจและยังสามารถเลือกแนวทางแก้ไขปัญหา อีกทั้งยังทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อกำหนดแนวทางในขั้นตอนต่อไปอีกด้วย ส่วนขั้นตอนที่ 2 ระบุข้อจำกัดของปัจจัย เมื่อทราบปัญหาที่ถูกต้องแล้ว การพิจารณาปัจจัยที่มีอยู่อย่างจำกัดและการรู้ถึงข้อจำกัดของปัญหาและเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทางเลือกของการแก้ไขปัญหาก็ควรถูกตัดทิ้งไป ส่วนขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาทางเลือก เป็นการเลือกทางเลือกที่มีศักยภาพและความเป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหาลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ส่วนขั้นตอนที่ 4 เป็นการวิเคราะห์ทางเลือก โดยการนำเอาข้อดีและข้อเสียมาเปรียบเทียบกับอย่างรอบครอบ ส่วนขั้นตอนที่ 5 เป็นการ

เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด เมื่อวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่างๆแล้ว ก็เลือกทางเลือกที่มีผลเสียต่อเนื้อ
ในภายหลังน้อยที่สุดและให้ประโยชน์มากที่สุด ส่วนขั้นตอน ที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ เมื่อ
เลือกทางเลือกที่ดีที่สุดแล้วก็นำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และ
ขั้นตอนสุดท้าย เป็นการสร้างระบบครอบคลุมและประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการตัดสินใจ ซึ่งจะ
ช่วยให้ได้รับข้อมูลย้อนกลับ เกี่ยวกับผลปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ และช่วยให้แก้ปัญหา
หรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อเป็นการประเมินผลในการตัดสินใจ
ในครั้งต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรัณย์วีร์ เอมะศิริ(2561:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจศึกษาต่อ
ระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยสยาม มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจปัจจัย
ส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัย
สยาม 2) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาปริญญาโทของนักศึกษาระดับ
ปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยสยาม 3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทของ
นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยสยาม พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก
ศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยสยาม คือ อายุ, เกรดเฉลี่ยสะสม
ของมหาวิทยาลัยสยาม และคณะที่ศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยสยาม คือปัจจัย
ด้านครอบครัว ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านสถาบัน การศึกษา และปัจจัยด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ไกรสิงห์ สุดสงวน (2560) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษา
ต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมหาวิทยาลัยศิลปากรผลการวิจัย
พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย
โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านสถาบัน ส่วนด้านเหตุผล
ส่วนตัว และด้านเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก

ณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้า
ศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา (ระบบโควตา)
ประจำปีการศึกษา 2560 พบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อค่าเฉลี่ยรายด้านในอันดับที่ 1
คือ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.42 S.D เท่ากับ 0.46
และด้านความเป็นส่วนตัวเป็นกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคิดเห็นในอันดับสุดท้าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.14 S.D. เท่ากับ 0.71 หมายถึงนักเรียนนักศึกษาให้ความสำคัญโดย
ภาพรวมมากที่สุดโดยเฉพะเรื่องของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มี
ชื่อเสียงมานานและมีระบบรับนักเรียนแบบโควตาหรือรับตรง อีกทั้งยังให้ความสำคัญเป็นอย่างมากใน
เรื่องของหลักสูตรที่เปิดสอนซึ่งตรงกับความต้องการของนักเรียน นักศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชน กลุ่ม GEN-Y ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้เลือกประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุ 23 ปี ถึง 43 ปี (ณ ปี พ.ศ. 2566) หรือเกิดใน พ.ศ. 2523- พ.ศ. 2543 ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวนทั้งหมด 782,728 คนแบ่งเป็นเพศชายจำนวน 396,622 คนและเพศหญิงจำนวน 386,106 คน (ประชากรรายอายุแยกตามจำนวนประชากรที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน มีสัญชาติไทย จังหวัดนครราชสีมา ข้อมูลเดือนมิถุนายน 2566 ,สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง) โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจำนวนประชากรทั้งหมดโดยการเปิดคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane(1973) จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษานั้นอยู่ที่ 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรทั้งหมด และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผู้วิจัยเลือกใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของYamane(1973)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เพื่อตรวจสอบความสามารถในการตอบคำถามของผู้ที่จะตอบแบบสอบถามโดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ คณะที่จบการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่มGen-Yในจังหวัดนครราชสีมา เป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 4 ด้านดังนี้

1. ทักษะด้านความคิด
2. ทักษะด้านความรู้สึก
3. ทักษะด้านพฤติกรรม
4. การตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

โดยลักษณะการวัดแบ่งตามระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ โดยการให้คะแนน(Rating Scale) สำหรับลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่มGen-Yในจังหวัดนครราชสีมา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างเครื่องมือ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดกรอบแนวคิดคำนิยามศัพท์ เพื่อสร้างเป็นข้อคำถาม สร้างแบบสอบถามและทำการปรึกษาคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบ ความชัดเจนของข้อความ ไม่ให้ข้อคำถามมีความหมายซ้ำกัน ความ

ถูกต้องของภาษาที่ใช้ ความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัดและความสอดคล้องตามนิยามเชิงปฏิบัติการ แล้วนำไปตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในลำดับต่อไป

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่พัฒนาแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำผลการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน เพื่อมาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษาได้ค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยแต่ละข้อได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ 0.50 ขึ้นไป โดยรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.60 ซึ่งถือว่าเป็นที่ยอมรับได้
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งเพื่อพิจารณาความถูกต้อง(Validity)และให้คำแนะนำ พร้อมแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
4. ผู้วิจัยได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 40 ชุดเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยการใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Crobach Alpha Coefficient) โดยแต่ละข้อคำถามต้องมีค่า Crobach's Alpha ไม่ต่ำกว่า 0.7 ทุกข้อคำถาม โดยแบบสอบถามนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .961

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่มGen-Yในจังหวัดนครราชสีมา โดยรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเองจากการสุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง Google Form
2. แบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องมือคอมพิวเตอร์ต่อไป

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา(Descriptive Statistic)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ คณะที่การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ(Percentage)

วิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติด้านความคิด ทัศนคติด้านความรู้สึก ทัศนคติด้านพฤติกรรมและการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน(Inferential Statistic) วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล,ค่าเฉลี่ยของตัวแปรปัจจัยด้านทัศนคติ และการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่มGen-Yในจังหวัดนครราชสีมาโดยการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่มีความอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) ด้วยวิธีการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.30 มีอายุระหว่าง 23-28 ปี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 ส่วนใหญ่จบคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 มีอาชีพข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ จำนวน 128 คน คิดเป็น ร้อยละ 32.00 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,001-20,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็น ร้อยละ 38.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen y ในจังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47, S.D.=0.96$) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทัศนคติด้านความคิด ($\bar{X} = 4.58, S.D.=0.83$) รองลงมา ได้แก่ ทัศนคติด้านความรู้สึก ($\bar{X} = 4.44, S.D.=1.07$) และทัศนคติด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 4.38, S.D.=0.98$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

- การระบุปัญหา พบว่าความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท คือ ต้องการสร้างโอกาสในสายงานอาชีพของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 58.8
- การระบุข้อจำกัดของปัจจัย พบว่ามีวิธีบริหารจัดการเวลาเพื่อที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท คือ มีการจัดลำดับความสำคัญเป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 49.3
- การพัฒนาทางเลือก พบว่าช่องทางข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท คือ ศึกษาด้วยตนเอง ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 53.3
- การวิเคราะห์ทางเลือก พบว่าการเลือกเรียนในสาขาวิชาที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท คือ เห็นถึงความสำคัญของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนสาขาวิชานั้น คิดเป็นร้อยละ 40.0
- การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ พบว่าจะสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโทได้ คือ มีความมุ่งมั่น และกระตือรือร้น อยู่เสมอ คิดเป็นร้อยละ 55.8
- การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด พบว่าให้ความสำคัญกับตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมากที่สุด คือ ด้านความคิด เช่น มีความตั้งใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 60.5
- การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล พบว่าถ้าหากจบการศึกษาในระดับปริญญาโทจะนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้เรื่องมาก ที่สุด คือ สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงาน เช่น บริหารจัดการได้ดีขึ้น เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 56.8

สรุปผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่ม Gen Y ได้แก่ เพศ อายุ คณะ และสาขาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน พบว่า อายุ คณะที่จบการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติที่แตกต่างกันกลุ่ม Gen Y ได้แก่ องค์ประกอบด้านความคิด องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติความคิดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านทัศนคติ และการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

งานวิจัยของศรัณย์วีร์ เอมะศิริ(2561:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยสยาม พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยสยาม คือ อายุ, เกรดเฉลี่ยสะสมของมหาวิทยาลัยสยาม และคณะที่ศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยสยาม คือปัจจัยด้านครอบครัว ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านสถาบัน การศึกษา และปัจจัยด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

งานวิจัยของธาริณี พัทธเจริญพงศ์ (2554) ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตร นานาชาติ ของนักศึกษาต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้วนักศึกษาต้องการเป็นที่ยอมรับขององค์กรเอกชน อายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุชาวดี กิ่งทอง (2559) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งมี ผลการวิจัยว่าอายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 และมีผลการวิจัยว่าคณะที่ศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านทัศนคติ

งานวิจัยของณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยราชมงคลอีสานนครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560 โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 S.D. เท่ากับ 0.46 พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อค่าเฉลี่ยรายด้านในอันดับที่ 1 คือ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.42 S.D เท่ากับ 0.46 และด้านความเป็นส่วนตัวเป็นกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคิดเห็นในอันดับสุดท้าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.14 S.D. เท่ากับ 0.71 หมายถึงนักเรียนนักศึกษาให้ความสำคัญโดยภาพรวมมากที่สุดโดยเฉพาะเรื่องของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีชื่อเสียงมานานและมีระบบรับนักเรียนแบบโควตาหรือรับตรง อีกทั้งยังให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องของหลักสูตรที่เปิดสอนซึ่งตรงกับความต้องการของนักเรียนนักศึกษา

งานวิจัยของพัฒนคุณวัชร นามเฟื่อง (2556) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ พบว่า นักเรียนเลือกศึกษาต่อเนื่องจาก ผู้ที่สำเร็จการศึกษาออกมาแล้วประสบความสำเร็จในการดำเนินชีวิต มีอาชีพ มีงานทำและเป็นที่ยอมรับของสังคม

ปัจจัยด้านการตัดสินใจ

งานวิจัยของอาทิตยา อักษรศรี (2558 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบว่า ประชากรต้องการศึกษาต่อเพื่อต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา โดยมีแหล่งค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่อจากรายได้ประจำในสถานศึกษาในประเทศที่จัดเวลาเรียนที่เหมาะสม

งานวิจัยของสุภาวดี ดันชัยมงคล (2557) ศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่นักศึกษาให้ความสำคัญและใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาโทด้านการจัดการที่วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาของหลักสูตรที่สามารถนำไปใช้ได้ในการทำงานจริงเป็นข้อความที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด และปัจจัยลำดับสุดท้ายที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญคือการเรียนการสอนเน้นทฤษฎีเป็นหลัก

งานวิจัยของกิตติภณ กิตยานุรักษ์ (2554) ที่ได้ ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์พบว่าปัจจัย 7 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ คือ

ด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ด้านสวัสดิการ และการบริการ ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านค่านิยมของนักศึกษาและผู้ปกครองและยังสอดคล้องกับผลการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1.จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ในช่วงระหว่างอายุ 40-43 ปี ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen-Y ในจังหวัดนครราชสีมา น้อยที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหาร ควรส่งเสริม และควรมีการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้มากขึ้น

2.จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านความคิด ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของประชาชนกลุ่ม Gen-Y ในจังหวัดนครราชสีมา ปัจจุบันเศรษฐกิจและสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป จำนวนบุคคลที่ตัดสินใจศึกษาต่ออาจเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นควรศึกษาเปรียบเทียบในระดับปริญญาตรี,โท,เอก ว่าระดับไหนเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

ฐานเศรษฐกิจ. (2561). ประชากรไทย GenY ใหญ่สุด พฤติกรรมสร้างโอกาส-ความเสี่ยง. สืบค้น 10

กันยายน 2023 , จาก <https://www.thansettakij.com/content/234315>

ณัฐพล ม่วงท่า. (2562, กันยายน 29). สรุป Insight ทุก Generation จากรายงานเจาะเทรนด์โลก 2020

โดย TCDC. สืบค้น 17 กันยายน 2023, จาก การตลาดวันละตอน website:

<https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/summary-all-generation-insightfrom-tcdc-report-2020/>

พรนิภา หาญมะโน. (2558). พฤติกรรมการซื้อของกลุ่ม Generation B Generation X และ Generation Y ที่ร้านค้าปลีกใหม่ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

รัชตนันท์ หมั่นมานะ, ผศ.ดร.รุจภาภาแพงเกษร. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วารสารวิจัย, มหาวิทยาลัยรังสิต

สายชล บุญนวม. (2555). การศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจในการศึกษาต่อปริญญาโท สาขาการบัญชี ของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี. สารนิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

सानิตย์ ดีวินิจ. (2553). ส่วนประสมทางการตลาดและความต้องการส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สหกรณ์ (ภาคพิเศษ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ของบุคลากรสหกรณ์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน. (2559). เสี่ยงสะท้อนเด็ก ม ปลาย.

สืบค้นจาก <http://www.qlf.or.th/Home/Contents/1104> .

สำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (2563). พระราชบัญญัติการศึกษา
แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๕. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์].

สืบค้นจาก <https://www.bic.moe.go.th/images/stories/Porrbor2542.pdf>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563). สถิติการศึกษา. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก

<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/03.aspx>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สถิติพื้นฐานที่เป็นอนุกรมเวลา. สืบค้นจาก

<http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries.html>.

สุชาติ กิ่งทอง. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนิสิตระดับ

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร

มหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุมาลี สังข์ศรี. (2548). รายงานการวิจัยการจัดการเรียนรู้ของแหล่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: ห้าง

หุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

อภิสิทธิ์ไชยวงศ์และจุฑาสินีชนะศึก. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อใน

ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.

(สารนิพนธ์ปริญญามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาบัณฑิต).ศรีสะเกษ: มหาวิทยาลัยราชภัฏ

ศรีสะเกษ.

อาทิตยา อักษรศรี. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชนใน

เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยสยาม.