



รายงานวิจัย

เหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด

The Factors Affecting to Non selected for Study in Marketing Department

รัตดาวรรณ แก้วสวัสดิ์

Ratdawan Kasewsawas

จินตนา ยะหวา

Jintana Waya

น้ำทิพย์ สุขแก้ว

namtip khunheem

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

งบประมาณกลางเงินรายได้ ประจำปี พ.ศ. 2558

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะได้รับความร่วมมือและความช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณหลายฝ่ายหลายท่านที่ได้ให้ความกรุณา ซึ่งผู้วิจัยใคร่ขอแสดงกิตติกรรมประกาศไว้ ณ ที่นี้ด้วย และขอขอบคุณท่านที่มีพระคุณ ดังต่อไปนี้

ขอขอบคุณนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี อันเนื่องมาจากข้อมูลที่ได้รับนั้นเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และบูรพาจารย์ ที่ได้มีส่วนในการประสิทธิ์ประสาทวิชาแสงสว่างแห่งชีวิตและปัญญาแก่ผู้วิจัย รวมทั้งผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานที่คอยให้กำลังใจจนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ตามเป้าหมาย

รัตดาวรรณ แก้วสวัสดิ์ และคณะ

เยาวพา ณ นคร
พฤศจิกายน 2558

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง เหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด
 ชื่อผู้วิจัย รัตดาวรรณ แก้วสวัสดิ์
 จินตนา ยะหว่า
 น้ำทิพย์ สุขแก้ว
 หน่วยงาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
 ปีที่ศึกษา พ.ศ. 2558

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 285 คน ใช้วิธีสุ่มอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบสมมติฐานใช้ทดสอบ ไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, SD. = 0.511) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านเจตคติในการเรียน และด้านลักษณะและความก้าวหน้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, SD. = 0.566 และ $\bar{x} = 3.62$, SD. = 0.584) ส่วนด้านหลักสูตร และด้านครอบครัวและคนรอบข้าง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.50$, SD. = 0.678 และ $\bar{x} = 3.48$, SD. = 0.652)

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตนเอง) ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา (จากสถานศึกษาเดิม) สาขาวิชาที่นักศึกษา กำลังศึกษา สถานะภาพของครอบครัว ปัจจุบันนักศึกษาพักอาศัยอยู่กับใคร ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา และอาชีพของบิดา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1
สมมุติฐานการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	2
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ประวัติและความเป็นมาของ สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	3
ทฤษฎีเกี่ยวกับความตัดสินใจ	10
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ตัวแปรในการวิจัย	16
ประชากรการวิจัย	16
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	18
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	20
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	21
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	44
อภิปรายผล	46

สารบัญ (ต่อ)

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	หน้า
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	47
บรรณานุกรม	47
ภาคผนวก	48
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	50
	51

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 3.1	แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างของแต่ละสาขา	17
ตารางที่ 4.1	แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	21
ตารางที่ 4.2	แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในภาพรวม	25
ตารางที่ 4.3	แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านเจตคติต่อการเรียน	26
ตารางที่ 4.4	แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า	27
ตารางที่ 4.5	แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง	28
ตารางที่ 4.6	แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านหลักสูตร	29
ตารางที่ 4.7	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเพศของนักศึกษา	30
ตารางที่ 4.8	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามจำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน	31
ตารางที่ 4.9	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตนเอง)	32
ตารางที่ 4.10	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา (จากสถานศึกษาเดิม)	33
ตารางที่ 4.11	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามสาขาวิชาที่นักศึกษา กำลังศึกษาอยู่	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.12	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนก ตามระดับการศึกษาเดิม	35
ตารางที่ 4.13	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนก ตามสถานะภาพของบิดามารดา	36
ตารางที่ 4.14	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนก ตามสถานะภาพของครอบครัว	37
ตารางที่ 4.15	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนก ตามปัจจุบันนักศึกษาพักอาศัยอยู่กับใคร	38
ตารางที่ 4.16	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนก ตามระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา	39
ตารางที่ 4.17	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนก ตามระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา	40
ตารางที่ 4.18	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนก ตามอาชีพของบิดา	41
ตารางที่ 4.19	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนก ตามอาชีพของมารดา	42
ตารางที่ 4.20	เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนก ตามบิดา - มารดา มีรายได้รวมกันเฉลี่ยต่อเดือน	43

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาของปัญหา

ในการศึกษาต่อสายอาชีพ จากระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับ ปวช ระดับ ปวส สถานบันการศึกษามีหน้าที่ ในการรองรับจำนวนนักเรียน นักศึกษาที่จะเข้ามาในระดับปริญญาตรี เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศนั้น การเลือกสาขาที่ตรงกับความต้องการด้านแรงงาน ตามสภาวะเศรษฐกิจนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยป้องกันมิให้เกิดปัญหาการว่างงานในระดับประเทศ ถ้าหากความต้องการด้านแรงงานมีความสัมพันธ์ที่สมดุลกันกับจำนวนนักเรียน นักศึกษาที่เลือกเรียน ก็จะสามารถวางแผนเพื่อกำหนดการรับจำนวนของสาขาที่มีความต้องการมากเกินไป ในทำนองเดียวกันบางสาขาที่มีจำนวนนักเรียนนักศึกษาเลือกเรียนน้อยก็ควรจะมีการเพิ่มจำนวนนักเรียน นักศึกษาหรือกำหนดทิศทางที่แน่นอน

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา เป็นสาขาที่เปิดรับนักเรียน นักศึกษา ในระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง เพื่อผลิตนักศึกษาเข้าสู่ตลาดแรงงานตอบสนองการพัฒนาประเทศ และสถานประกอบการในด้านการการตลาดแรงงาน แต่จากการสำรวจข้อ

มูลการรับนักศึกษาประจำปีการศึกษา 2557 ที่ผ่านมาพบว่าจำนวนนักเรียนนักศึกษาที่เลือกเรียนในสาขาการตลาด ของคณะบริหารธุรกิจ มีจำนวนลดลง เนื่องจากความคิดทางด้าน เพศ ครอบครัว คะแนนสอบ ความถนัด ความชื่นชอบในสภาพแวดล้อม การวางแผนในอนาคต ชื่อเสียง คณะ ค่าเล่าเรียน ซึ่งเป็นเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด

จากองค์ประกอบ ดังกล่าวด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ของนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) ระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพ (ปวช) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส) และนำข้อมูลต่างๆที่ได้นำไปเป็นประโยชน์ต่อคณะบริหารธุรกิจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ การเรียนการสอน การวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขัน และการดำเนินงานของคณะบริหารธุรกิจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

1.3 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา มีความสัมพันธ์กัน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา มีความสัมพันธ์กัน
2. เป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงสาขาการตลาดให้มีประสิทธิภาพเป็นไปตามความคาดหวังของนักเรียน และใช้เป็นแนวทางการรับนักศึกษาสาขาการตลาดต่อไป

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2557 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป
 - 2.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2557 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประกอบด้วย สาขาการบัญชี หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรเทียบโอน (4 ปี) สาขาระบบสารสนเทศ หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรเทียบโอน (4 ปี) สาขาการจัดการ – การจัดการทั่วไป หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรเทียบโอน (4 ปี) สาขาการจัดการ – การจัดการอุตสาหกรรม หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรเทียบโอน (4 ปี) สาขาการจัดการ – การจัดการสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ หลักสูตรเทียบโอน (4 ปี) สาขาการจัดการ – การจัดการอุตสาหกรรม หลักสูตรเทียบโอน (4 ปี) และสาขาการเงิน หลักสูตร 4 ปี
2. สาขาการตลาด หมายถึง หลักสูตรที่เปิดสอนในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

2.1 ประวัติและความเป็นมาของ สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความตัดสินใจ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติและความเป็นมาของ สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ประวัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มุ่งเน้นการจัดการศึกษาชั้นสูง ในการผลิตบัณฑิตวิชาชีพที่มีความสามารถในการบริหารจัดการอาชีพด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และการบริการ และยึดแนวทางที่ว่า “มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เน้นผลิตบัณฑิต นักปฏิบัติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่คิดเป็น ทำเป็น และใช้เป็น ที่มีคุณธรรมและจริยธรรม” นอกจากนี้ยังมีนโยบาย ในการพัฒนาส่งเสริมการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการชุมชน อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน พร้อมพัฒนาบุคลากรให้ก้าวทันต่อกระแสโลกาภิวัตน์ตามวิสัยทัศน์ และทรัพยากรที่มีอยู่อย่างโปร่งใส

ในปีการศึกษา 2549 บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เปลี่ยนมาใช้ครูวิทยฐานะของตนเอง และในปี พ.ศ. 2552 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยย้ายสถานที่พระราชทานปริญญาบัตร ประจำปีการศึกษา 2550-2551 ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นครั้งแรกด้วยการพัฒนาอย่างมีศักยภาพและมีจุดยืนที่ชัดเจน มหาวิทยาลัยฯ จึงแบ่งเขตพื้นที่ ออกเป็น 5 หน่วยงาน ในพื้นที่ภาคใต้ ได้แก่

1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช สใใหญ่
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ทุ่งใหญ่
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ขนอม
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ตั้งอยู่เลขที่ 1 ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีการจัดโครงสร้างหลักสูตรการศึกษา แบ่งออกเป็น 5 คณะ คือ

คณะบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย สาขาบัญชี สาขาการตลาด สาขาการจัดการ สาขาระบบสารสนเทศ (ปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คณะศิลปศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว สาขาต่างประเทศ สาขาเศรษฐศาสตร์ สาขาศึกษาทั่วไป

คณะวิศวกรรมศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาวิศวกรรมโยธา สาขาวิศวกรรมไฟฟ้า สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ สาขาวิศวกรรมเครื่องนุ่งห่ม สาขาวิศวกรรมเครื่องกล (ปริญญาโท หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิศวกรรมโยธา)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาสถาปัตยกรรมและผังเมือง สาขาศิลปกรรมและออกแบบ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ประกอบด้วย สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ สาขาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม สาขาวิศวกรรมแมคคาทรอนิกส์ สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

นอกจากนี้ ยังได้จัดสร้างโรงแรมราชมั่งคณา พาวิลเลียน บีช รีสอร์ท ซึ่งเป็นความร่วมมือของสถานประกอบการ (บริษัททรัพย์แสนสวจำกัด) กับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาวิชาสาขาการโรงแรมและสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง ควบคู่ไปกับความเป็นเลิศทางวิชาการและความชำนาญ เชิงปฏิบัติ ซึ่งเน้นการปฏิบัติงานในโรงแรมราชมั่งคณา พาวิลเลียน บีช รีสอร์ท อย่างมีระบบ เน้นให้นักศึกษาไปปฏิบัติงานจริงในฐานะพนักงานชั่วคราว ทำให้ได้เรียนรู้ประสบการณ์จริงจากการไปปฏิบัติงานและจะได้นำความรู้ มาพัฒนาตนเองก่อนจะสำเร็จการศึกษา ซึ่งจะให้นักศึกษาทุกคนมีคุณภาพตรงตามที่สถานประกอบการต้องการ

วิทยาลัยรัตภูมิ

ตั้งอยู่ที่ 414 หมู่ 14 ถนนเพชรเกษม ตำบลท่าชะมวง อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา เดิมเป็นพื้นที่ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคใต้ เมื่อมีการปรับเปลี่ยนจากสถาบันเป็นมหาวิทยาลัย จึงได้เปลี่ยนเป็นวิทยาลัยรัตภูมิในปัจจุบัน และทำการเปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประกอบด้วย สาขาวิศวกรรมเครื่องกล สาขาการตลาด สาขาระบบสารสนเทศ สาขาบัญชี สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ และระดับปริญญาตรี ประกอบด้วย สาขาเทคโนโลยีเครื่องจักรกลเกษตร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง

ในปี พ.ศ.2549 ได้มีการแบ่งส่วนราชการและจัดตั้งเป็นสำนักงานวิทยาเขตตรัง ซึ่งประกอบด้วย 5 หน่วยงานหลัก ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบันศึกษาทรัพยากรธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อม และสำนักงานวิทยาเขตตรัง และในปี 2550 ได้มีการแบ่งหน่วยงานสายสนับสนุน ออกเป็น 4 งาน ได้แก่ งานบริหารนโยบายและแผน งานการคลัง งานบริหารวิชาการและวิจัย และ งานบริหารกิจการนักศึกษา ภายใต้การบริหารของรองอธิการบดีประจำวิทยาเขตตรัง

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง ตั้งอยู่ที่ 179 หมู่ที่ 3 บ้านไม้ฝาด อำเภอ สิเกา จังหวัดตรัง ได้มีการจัดการเรียนการสอน และพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย 1 คณะ 1 วิทยาลัยที่เปิดสอน โดยมีสาขาวิชาที่เปิดสอน ทั้งหลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรเทียบโอน ดังนี้

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง ประกอบด้วย สาขาวิทยาศาสตร์ทางทะเล สาขาเทคโนโลยีการประมง สาขาสิ่งแวดล้อม สาขาเทคโนโลยี สาขาศึกษาทั่วไป สาขาวิทยาศาสตร์กายภาพ สาขาวิทยาศาสตร์ชีวภาพ สาขาอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ประมง ปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาเทคโนโลยีการจัดการสิ่งแวดล้อมและสาขาการจัดการชายฝั่งและบูรณาการ

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว สาขาภาษา ต่างประเทศ สาขาบริหารธุรกิจ

นอกจากด้านการเรียนการสอนแล้ว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง ยังมีการส่งเสริมด้านงานวิจัยของอาจารย์ การให้บริการชุมชนด้านวิชาการและด้านต่างๆ อีกทั้งพื้นที่ภายในวิทยาเขตเอื้ออำนวยทั้งด้านการเรียนการสอน การฝึกปฏิบัติแก่นักศึกษา เพราะพื้นที่ติดทะเล ฝั่งอันดามันและมีธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งวิทยาเขตตรังได้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาพักผ่อนในวันหยุดและวันสำคัญต่างๆ ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง ซึ่งเป็นสถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำทั้งสัตว์น้ำจืดและน้ำเค็ม พิพิธภัณฑ์หอย การแสดงโครงกระดูกพะยูน ฉลามวาฬ การจัดนิทรรศการพะยูน และอื่นๆ อีกหนึ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวคือ การแสดงความสามารถของแมวน้ำ ซึ่งจะมีการแสดง 2 รอบ รอบ 10.30 น. และ 14.30 น. หากเป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์จะเพิ่มอีก 2 รอบเป็น 4 รอบ คือ 10.30 น. 11.30 น. 14.30 น. และ 15.30 น. นอกจากนี้โซนด้านนอกของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำยังมีการจำหน่ายของที่ระลึก ซึ่งมีสินค้าในเครือมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นการส่งเสริมรายได้แก่นักศึกษา

ทางเดินศึกษาธรรมชาติ (walk way) เป็นทางเดินศึกษาแหล่งธรรมชาติรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ของระบบป่าชายเลน เหมาะแก่การศึกษาของนักเรียน นักศึกษา นักวิชาการ หรือประชาชนทั่วไปที่สนใจเรื่องของระบบความอุดมสมบูรณ์ใน ป่าชายเลน ประกอบด้วย 4 ทางเดินศึกษาด้วยกัน ได้แก่ 1.ทางเดินศึกษาธรรมชาติ ตั้งอยู่ใกล้กับบ้านพักอาจารย์ มีระยะทางโดยประมาณ 600 เมตร 2.ทางเดินศึกษาการท่องเที่ยว โดยที่พักตั้งอยู่โซนด้านในติดกับชายหาด สถานที่มีความเงียบสงบบรรยากาศที่พักรายล้อมด้วยต้นเสม็ดขาวเสม็ดแดง บรรยากาศเย็นสบายเหมาะสำหรับคนที่รักธรรมชาติและรักการพักผ่อนอย่างแท้จริง ศูนย์ฝึกการโรงแรมประกอบด้วยบ้านพักที่มีสไตล์การออกแบบที่ไม่เหมือนใคร เน้นโทนสีที่เข้ากับธรรมชาติ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมากมายที่สำคัญราคาเป็นกันเอง นอกจากนี้ศูนย์ฝึกโรงแรมแล้วขณะนี้วิทยาเขตตรังกำลังก่อสร้างโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดตรังและจังหวัด

ใกล้เคียงซึ่งได้รับงบประมาณจากรัฐบาล 120 ล้านบาท และจะก่อสร้างเสร็จพร้อมให้บริการได้ประมาณปลายปี พ.ศ. 2553

นอกจากนี้ วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยวยังเน้นผลิตบุคลากรทางการให้บริการต่างๆ โดยให้บริการนวดแผนไทยถือเป็นอีกหนึ่งการให้บริการที่ได้จัดขึ้น สำหรับการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพนั้น ประกอบด้วย การนวดเท้าเพื่อผ่อนคลาย และการนวดตัวแบบราชสำนัก ภายใต้การให้บริการของนักศึกษาสังกัดวิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว สำหรับการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพนั้น เปิดให้บริการทุกวัน ณ อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ใกล้ประภาคาร) หาดราชมงคลตรง และนี่คืออีกหนึ่งของการให้บริการที่ มทร.ศรีวิชัย วิทยาเขตรตรง ต้องการให้บริการแก่ประชาชนผู้ที่สนใจรักสุขภาพและหลงใหลศิลปะการนวดของไทย

จะเห็นได้ว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตรตรง ไม่ได้เป็นเพียงสถานศึกษาที่มีการเรียนการสอนเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีสถานที่สำหรับฝึกปฏิบัติของนักศึกษาในด้านต่างๆ และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ โดยนักศึกษาที่เข้ามาเรียนในวิทยาเขตรตรง จะได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติกับสถานที่จริงเมื่อจบการศึกษาออกไปแล้วนักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับการทำงานได้ในอนาคต

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช สใใหญ่

วิทยาเขตนครศรีธรรมราช สใใหญ่ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2478 ในนาม “โรงเรียนประถมวิสามัญเกษตรกรรม ประจำอำเภอทุ่งสง” ที่รับผู้จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 เข้าศึกษาต่อทางด้านเกษตรกรรม ที่เท่านั้น โดยผู้เรียนทุกคนจะต้องเข้าเป็นนักเรียนกินนอน เพื่อการฝึกฝนความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและการเป็นปฏิบัติจริง 2 ปีจึงจบหลักสูตร

วิทยาเขตนครศรีธรรมราช สใใหญ่ ได้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดระยะเวลา 70 กว่าปีที่ผ่านมา รับการยกฐานะจากโรงเรียนประถมวิสามัญเกษตรกรรม เป็น “โรงเรียนเกษตรกรรมนครศรีธรรมราช” พร้อมการโอนกิจการเป็นของรัฐบาล เมื่อปี 2482 ยกฐานะเป็น “วิทยาลัยเกษตรกรรมนครศรีธรรมราช” เมื่อปี 2508 ปี 2531 ได้รับการยกฐานะเป็น “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตนครศรีธรรมราช” และเป็น “มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช สใใหญ่” ปี 2548

ปัจจุบันวิทยาเขตนครศรีธรรมราช สใใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 109 ถนนทุ่งสง-นครศรีฯ หมู่ ๒ ตำบลถ้ำใหญ่ อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีการพัฒนาด้านการเรียนการสอนเพื่อตอบสนองความต้องการที่ขยายวงกว้างและมีความหลากหลายขึ้น จึงมีภารกิจในการให้ความรู้ทั้งด้านการเกษตร วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและบริหารธุรกิจ โดยจัดการเรียนการสอน 3 คณะด้วยกัน คือ คณะเกษตรศาสตร์ ,คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะเทคโนโลยีการจัดการ โดยมีหลักสูตร ดังนี้

คณะเกษตรศาสตร์ จัดการเรียนการสอน 2 พื้นที่ คือวิทยาเขตนครศรีธรรมราชสใใหญ่และวิทยาเขตนครศรีธรรมราช ทุ่งใหญ่ โดยพื้นที่วิทยาเขตนครศรีธรรมราช สใใหญ่ จัดการเรียนการสอน 5 สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขาวิชาพืชศาสตร์ สาขาวิชาสัตวศาสตร์ สาขาวิชาประมง สาขาวิชาเทคโนโลยีภูมิทัศน์ สาขาวิชาเกษตรกลวิธาน สาขาพัฒนาการเกษตรและการจัดการธุรกิจเกษตร

ปริญญาโทหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาเทคโนโลยีการผลิตพืชสาขาสัตวศาสตร์ สาขาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ และการจัดการทรัพยากรประมง

ตลอดระยะเวลา 70 กว่าปีที่ผ่านมา คณะเกษตรศาสตร์ได้พัฒนาและสั่งสมประสบการณ์ถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกศิษย์รุ่นแล้วรุ่นเล่า จนเป็นที่กล่าวขานถึงความเป็นสิ่งเหนือและเสียดี ซึ่ง สิ่งเหนือนั้นหมายถึงคือ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และเสียดี นั้นก็คือ เกษตรศาสตร์หรือ เกษตร ไร่ใหญ่ วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ไร่ใหญ่ ในปัจจุบัน

คณะเกษตรศาสตร์ ยังมีผลงานการวิจัยที่เป็นประโยชน์ สามารถนำไปพัฒนาสังคมและชุมชนในด้านการเกษตรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังได้จัดตั้ง“ศูนย์สาธิตตัวอย่างเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตกล้วยไม้โดยวิธีการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ” เพื่อเป็นแหล่งรวบรวม พันธุ์กล้วยไม้พื้นเมือง และเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย การขยายพันธุ์กล้วยไม้ให้ได้ปริมาณมาก แต่เน้นการไม่ทำลายธรรมชาติ ซึ่งในแต่ละปีจะมีนักเรียน นักศึกษาและประชาชนให้ความสนใจเข้าศึกษาและเรียนรู้เป็นจำนวนมาก

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จัดการเรียนการสอน 9 สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขาวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาเคมีอุตสาหกรรม สาขาชีววิทยาประยุกต์ สาขาเทคโนโลยีน้ำมันปาล์มและโอลิโอเคมี สาขาวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ สาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สาขาเทคโนโลยียาง และพอลิเมอร์ สาขาการแพทย์แผนไทย และสาขาศึกษาทั่วไป

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มุ่งสร้างความเป็นเลิศทางวิชาการและกระจายโอกาสทางการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การผลิตงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ คณะจึงฝึกฝนให้บัณฑิตให้เป็นนักปฏิบัติที่สู้งาน อดทน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยาง ซึ่งบัณฑิตที่จบการศึกษาด้านยางและพอลิเมอร์ของคณะมีงานทำ 100 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ผลผลิตของบัณฑิตในการทำงานยังเป็นที่พึงพอใจของตลาดแรงงานอีกด้วย

คณะเทคโนโลยีการจัดการ ประกอบด้วย สาขาการจัดการ สาขาการตลาด สาขาการบัญชี สาขาวิชาการระบบสารสนเทศทางธุรกิจ ด้วยศักยภาพของคณาจารย์และนักศึกษา คณะเทคโนโลยีการจัดการ ได้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่สังคมและชุมชนในรูปแบบงานบริการวิชาการอย่างต่อเนื่อง จนทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชน อันเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและสังคมในระยะยาวต่อไป

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช หุ่นใหญ่

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช หุ่นใหญ่ ตั้งอยู่ เลขที่ 133 หมู่ 5 ตำบลหุ่นใหญ่ อำเภอหุ่นใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช คณะเกษตรศาสตร์ นครศรีธรรมราช เป็นสถานศึกษาระดับปริญญาตรี ตั้งขึ้นมาเพื่อรองรับนักศึกษาที่จบการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาเกษตรศาสตร์ให้สามารถเรียนต่อในระดับปริญญาตรีได้ โดยเฉพาะนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคใต้ ซึ่งแต่เดิมต้องเดินทางไปเรียนต่อในภาคอื่น คณะเกษตรศาสตร์นครศรีธรรมราชจึงนับเป็นสถานศึกษาแห่งแรกในภาคใต้ที่เปิดสอนระดับปริญญาตรีสายอาชีพเกษตรโดยมีนักศึกษารุ่นแรกจำนวน 18 คน การเปิดสอนระยะนี้ได้เปิดสอนที่วิทยาเขตเกษตรนครศรีธรรมราช (สมัยนั้น) ต่อมาเริ่มบุกเบิกพัฒนา พื้นที่ 2,000 ไร่เศษ ที่บ้านขอนไทรหัก

ต.ทุ่งใหญ่ อ.ทุ่งใหญ่ (ที่ตั้งคณะปัจจุบัน) และคณะกรรมการสภาวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา ได้มีมติให้จัดตั้ง คณะเกษตรศาสตร์นครศรีธรรมราชเป็นหน่วยงานใหม่ และด้วยการพัฒนาศักยภาพ อีกทั้งเพื่อเป็นการรองรับนักศึกษาที่มีความสนใจทางด้านอื่นๆ จึงทำการเปิดคณะเพิ่มขึ้นอีก 2 คณะ คือ คณะอุตสาหกรรมเกษตร และคณะสัตวแพทยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ขนอม

วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการตั้งอยู่ เลขที่ 99 หมู่ 4 ต.ท้องเนียน อ.ขนอม จ.นครศรีธรรมราช เดิมชื่อวิทยาเขตศรีวิชัย สังกัดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2538 ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่องจัดตั้งวิทยา เขตสังกัดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล เปิดการเรียนการสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงครั้งแรก เมื่อพ.ศ. 2543 โดยฝากเรียนที่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคใต้ จังหวัดสงขลา และย้ายมาจัดการเรียนการสอน ที่วิทยาเขตศรีวิชัย เมื่อ พ.ศ. 2544 โดยจัดการเรียนการสอนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงและระดับปริญญาตรีจนกระทั่งในปี พ.ศ.2548 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2548 โดยได้มีการรวมกลุ่มวิทยาเขตจัดตั้งเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตศรีวิชัยได้ปรับเปลี่ยนเป็นวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ เป็นหน่วยงานหนึ่งของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช นับตั้งแต่วันที่พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลประกาศใช้เป็นต้นมาและยึดถือปรัชญาที่ว่า ประพฤติดี เรียนรู้ดี กิจกรรมดี ฝีมือดี มีคุณธรรม นำการพัฒนา นอกจากนี้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็นผู้นำการจัดการศึกษาวิชาชีพ พัฒนาคุณภาพกำลังคนสู่มาตรฐานสากลบนพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อีกด้วย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ขนอม บริเวณโดยรอบเป็นชุมชนบ้านท่าจันทร์ ตำบลท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช บริเวณรอบนอกจึงล้อมรอบด้วยภูเขา ทะเล และป่าไม้ บรรยากาศสงบและสดชื่น มีโบราณสถานใกล้เคียง คือ เจดีย์ปะการัง แหลมประทับ หลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการมี ๓ สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขาการบัญชี สาขาวิศวกรรมโยธา สาขาวิศวกรรมไฟฟ้า สาขาการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

ปรัชญาการศึกษา

“ผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติมีคุณธรรม นำความรู้ สู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน”

วิสัยทัศน์ (Vision)

“คณะบริหารธุรกิจเป็นองค์กรการศึกษาที่ผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจที่มีคุณภาพ มีคุณธรรม จริยธรรม ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ”

พันธกิจ (Mission)

1. ผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีให้มีคุณภาพ มีคุณธรรมและจริยธรรม
2. สร้างงานวิจัยให้สอดคล้องและเกิดประโยชน์แก่สังคม
3. ให้บริการวิชาการที่มีคุณค่าแก่สังคม
4. ทำนุบำรุงศาสนา ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทยและรักษาสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์ (Goals)

1. บัณฑิตมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของสังคม
2. ผลงานวิจัยที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม
3. บริการวิชาการแก่ชุมชน
4. ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมไทยและรักษาสิ่งแวดล้อม
5. พัฒนาคณะให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

สาขาการตลาด

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)

1. ชื่อหลักสูตร

- 1.1 ชื่อภาษาไทย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด
- 1.2 ชื่อภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญา

- 2.1 ชื่อเต็มภาษาไทย บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
- 2.2 ชื่อย่อภาษาไทย บธ.บ. (การตลาด)
- 2.3 ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration (Marketing)
- 2.4 ชื่อย่อภาษาอังกฤษ B.B.A. (Marketing)

3. หน่วยงานรับผิดชอบ

สาขาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สาขาการตลาดเปิดรับผู้สำเร็จการศึกษาในระดับดังนี้ คือ

1. ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)
2. ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
3. ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

โดยมีการจัดการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 หลักสูตร

- 1.หลักสูตร 4 ปี
- 2.หลักสูตรเทียบโอน

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความตัดสินใจ

2.2.1 ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ หมายถึง สิ่งหรือเรื่องที่ทำให้ ตัดสินใจ ตกใจ ดังนั้นในการตัดสินใจจึงหมายถึง เรื่องหรือสิ่งที่ทำให้การตกลงใจว่าจะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ได้มีนักวิชาการที่สนใจด้านการตัดสินใจ ได้ให้คำนิยาม หรือความหมายของคำว่า “การตัดสินใจ” แตกต่างกันไป ดังนี้ การตัดสินใจ (Decision Making) อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ชูตาลัด (2554) หมายถึง การคิดไตร่ตรองอย่างมีเหตุผล แล้วตัดสินใจเลือกปฏิบัติวิธีที่ดีที่สุดจากหลายๆ วิธี เมื่อเปรียบเทียบกับแล้วว่าดีที่สุด คือสามารถทำให้เป็นไปตามเป้าหมายอย่างได้ผลมากที่สุด

เสาวภา สมจิต (2540) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การคิดไตร่ตรองอย่างมีเหตุผล แล้วตัดสินใจเลือกปฏิบัติวิธีที่ดีที่สุดจากหลายวิธี นิยามว่า การตัดสินใจคือกระบวนการใช้ความคิด สติของมนุษย์ที่ผูกพันกับปรากฏการณ์อันเกิดจากบุคคลและสังคม การตัดสินใจนี้มีพื้นฐานบนสมมติฐานของข้อเท็จจริง ที่มีคุณค่าและครอบคลุมตัวเลือกที่ได้รับการเลือกสรรแล้วจากตัวเลือกอื่นๆ ตามความมุ่งหมายที่ต้องการ

แสวง รัตนมงคลมาศ (2537) ให้ความหมายของคำว่า “การตัดสินใจ” คือ การเลือกบนทางเลือกซึ่งทางเลือกนั้นจะต้องมี

1. ทางเลือกหลายทาง หากมีทางเลือกทางเดียวไม่ถือว่าเป็นการตัดสินใจ
2. ต้องใช้เหตุผลประกอบการพิจารณา โดยใช้ข้อมูลตัวเลขต่างๆ มาพิจารณาตัดสินใจด้วย
3. มีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนว่าการตัดสินใจนั้นกระทำไปเพื่ออะไร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ได้ให้ข้อคิดเห็นว่าการตัดสินใจมีขั้นตอน 4 ระดับ ได้แก่

1. Intelligence Activity เป็นระดับกิจกรรมในการแสวงหาข่าวสารข้อมูล คือการแสวงหาข่าวสารข้อมูล สภาพแวดล้อมต่าง เพื่อการตัดสินใจ
2. Design Activity เป็นระดับกิจกรรมในการสร้างแบบหรือออกแบบ คือการประดิษฐ์การพัฒนา และการวิเคราะห์แนวทางต่างๆ ที่นำไปปฏิบัติได้
3. Choice Activity เป็นระดับกิจกรรมในการเลือก คือ การเลือกแนวทางเฉพาะที่จะทำได้
4. Review Activity เป็นระดับกิจกรรมในการทบทวน คือ การประเมินค่าของการเลือกในทางเลือกที่ผ่านมา

วุฒิชัย จำนง (อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ชูตาลัด. 2554) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกในระหว่างทางเลือกต่างๆ และได้อธิบายขั้นตอนการตัดสินใจ ไว้ดังนี้

1. การแยกแยะตัวปัญหา (Problem Identification) ขั้นแรกของการตัดสินใจเป็นเรื่องของการสร้างความมั่นใจและแน่ใจโดยการค้นหา เป็นเรื่องของการแยกแยะตัวปัญหาออกมาอย่างแน่ชัดหรือตัวปัญหาอย่างแน่นอน

2. การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น (Information Search) คือ การเสาะแสวงหาสิ่งที่เป็นสาเหตุหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหานั้นซึ่งอาจจะไม่ใช่สาเหตุโดยตรงก็เป็นไปได้ ความสามารถที่จะหาข่าวที่สมบูรณ์ (Complete Information) นั้นอาจเป็นไปได้แต่เป็นการเสาะแสวงหาตัวข่าวที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของปัญหามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทั้งนี้การเสาะหาข่าวสารควรจะเป็นไปตาม

แนวความคิดที่ว่า ข่าวสารที่สรรหานั้นจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้องและจำเป็นกับตัวปัญหา ตลอดจนมีความเพียงพอในการแก้ปัญหา (Relevant Necessary and Sufficient Information)

3. การประเมินค่าของข่าวสาร (Evaluation of Information) ในบรรดาข่าวสารที่แสวงหานั้น เราต้องยอมรับความจริงประการหนึ่งว่า มิได้หมายความว่าข่าวสารทุกชนิดที่หามา นั้นเกี่ยวข้องกับตัวปัญหาและมีคุณค่ากับตัวปัญหาอย่างแท้จริงเสมอไป ดังนั้นก็จำเป็นต้องมีการประเมินค่าดูว่า ข่าวสารที่ได้มานั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงพอกับเวลาและความสามารถที่จะนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่ ซึ่งจะมีการเสาะหาข่าวเพิ่มเติมหลังจากการประเมินค่าข่าวสารแล้วว่าไม่เพียงพอหรือไม่เกี่ยวข้องเท่าที่ควรก็จำเป็นต้องตัดข่าวสารบางอย่างออกไป ถ้าเห็นว่าไม่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหาที่จะทำการแก้ปัญหาหรือตัดสินใจนั้น

4. การกำหนดทางเลือก (Listing of Alternatives) เป็นขั้นตอนสำคัญของการตัดสินใจ คือ กำหนดทางเลือกที่สามารถครอบคลุมวิธีที่จะแก้ปัญหาได้มากที่สุด จริงอยู่ถ้าเรามีข่าวสารสมบูรณ์สำหรับปัญหาแต่ละเรื่องเราจะกำหนดทางเลือกที่เหมาะสม ถ้าข่าวสารไม่สมบูรณ์ก็กำหนดทางเลือกที่มีลำดับความสำคัญของการแก้ปัญหา

5. การเลือกทางเลือก (Selection of Alternatives) เมื่อกำหนดทางเลือกแล้วขั้นต่อไปก็คือการเลือกทางเลือกที่จะปฏิบัติการต่อไป (Selection of a Course of Action) ขั้นนี้เองที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นการตัดสินใจแท้จริง การเลือกทางเลือคนั้นเกิดจากผลของการตัดสินใจแต่ยังไม่สมบูรณ์

6. การปฏิบัติการตัดสินใจ (Implement of Decision) เป็นการปฏิบัติตามผลของการตัดสินใจหรือเลือกทางเลือกที่เราจะทราบได้ว่าการตัดสินใจนั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงใดหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจนั้นการประเมินผลของการตัดสินใจนี้เป็นการตรวจดูว่า ผลของการตัดสินใจที่ปฏิบัติไปเหมาะสมกับการแก้ปัญหานั้นหรือไม่

การที่มนุษย์จะเลือกหรือตัดสินใจกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นมีสาเหตุหรือแรงจูงใจโดยอาศัยเหตุผล และปัจจัยหลายๆ อย่างประกอบกัน มิได้เกิดจากเพียงปัจจัยเดียวโดยที่บุคคลนั้นจะต้องมีความคาดหวัง ดังต่อไปนี้

1. ผลตอบแทนที่ได้รับ
2. ความพอใจและความไม่พอใจต่อผลตอบแทนที่ได้รับ
3. ผลตอบแทนที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่น

วิธีการให้ผู้อื่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจนั้นมี 5 วิธี คือ

1. การอภิปราย (Discussion) เป็นวิธีที่ง่ายที่สุด ในการทำให้ผู้อื่นมีส่วนร่วม
2. การแสวงหาข่าวสาร (Information-seeking) วิธีนี้ไม่เพียงแต่จะสนทนา หรือ อภิปรายแต่ยังให้หาข่าวสารหรือข้อมูลให้อีกด้วย การที่ได้ข้อมูลหลายๆ และสามารถแยกได้ว่า ข้อมูลใดเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะตัดสินใจแล้ว จะส่งผลให้การตัดสินใจนั้นเป็นไปด้วยหลักแห่งเหตุผล

3. ศูนย์รวมประชาธิปไตย (Democratic-centralist) วิธีนี้อาศัยวิธีการแบบประชาธิปไตยแต่เอาตัวเป็นศูนย์กลาง ในการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาแต่จะพยายามตัดสินใจโดยเหตุผล จากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

4. วิธีการแบบรัฐสภา (Parliamentarian) เมื่อจำเป็นต้องตัดสินใจ แต่มีแนวโน้มว่ามีการขัดแย้งและไม่ลงรอยกันเกิดขึ้นก็อาจให้ตั้งตัวแทนปรึกษาหารือกัน ซึ่งอาจขัดแย้งลงมาก

5. มติเอกฉันท์ (Participant-determining) ในบางครั้งมติเอกฉันท์เป็นความต้องการของกลุ่มที่จะกระทำ บางสิ่งบางอย่าง วิธีนี้อาจใช้เมื่อเรื่องที่จะตัดสินใจเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง อาจจะอดเสียเวลาเพื่อให้เกิดมติเอกฉันท์ดีกว่าที่จะรีบลงมติ เพราะการตัดสินใจโดยมติเอกฉันท์นั้นเป็นพลังต่อรองกับฝ่ายอื่นได้เป็นอย่างดี

2.2.2 แบบของการตัดสินใจ

การจำแนกการตัดสินใจเป็นแบบง่ายๆ กันนั้น สามารถทำได้โดยอาศัยมาตรการในการพิจารณาในแง่มุมต่างๆ ดังนี้

1. การจำแนกการตัดสินใจโดยพิจารณาถึงตัวระบบของการตัดสินใจ (decision making system) หรือต้นแบบของระบบที่ใช้โดยทั่วไป แบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ

ก. ระบบปิด (Closed Decision System) ระบบตัดสินใจแบบนี้มีข้อสันนิษฐานว่าการตัดสินใจนั้นจะมีเครื่องปิดกั้นไม่ให้ทราบถึงทรัพยากรจากสิ่งแวดล้อม ในระบบปิดเช่นนี้ผู้ตัดสินใจสมควรจะต้องมีความรู้ในการเรื่องของทางเลือกต่างๆ ว่ามีอยู่ที่ทาง และรู้ถึงผลที่ตามมา ของแต่ละทางเลือกนั้นๆ และจะต้องรู้วิธีการหรือกฎเกณฑ์แนวทางต่างๆ เพื่อใช้ในการจัดลำดับของทางเลือกเหล่านั้น รวมทั้งสามารถเลือกทางเลือกที่ทำให้เกิดผลสูงสุดตามความประสงค์ ได้แนวคิดการตัดสินใจแบบนี้ถือว่า คนตัดสินใจเป็นผู้ที่มีเหตุผลและทำการตัดสินใจให้ได้ผลสูงสุด เพราะสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจไว้อย่างชัดเจนได้ ดังนั้นต้นแบบทางด้านปริมาณ (quantitative approach) ทั้งหลายจึงถือว่าจึงถือว่าเป็นระบบการตัดสินใจแบบนี้ด้วย

ข. ระบบเปิด (Opened Decision System) ตามแนวคิดแบบนี้ถือว่าการตัดสินใจเกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมที่สลับซับซ้อนและส่วนหนึ่งไม่เป็นที่รู้ว่ามีอะไรบ้าง สิ่งแวดล้อมในลักษณะดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และกระบวนการตัดสินใจก็มีอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ดังนั้นผู้ตัดสินใจจึงอาจไม่มีเหตุผลอย่างสมบูรณ์ แต่อาจมีเหตุผลบ้าง ส่วนจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ภูมิหลังด้านต่างๆ และความสามารถที่มีอยู่ของผู้ตัดสินใจ เป็นต้น วัตถุประสงค์ของระบบนี้มีลักษณะที่อยู่ในระดับของความอยากได้ กล่าวคือ เป็นความอยากที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อผู้ตัดสินใจทราบถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการตัดสินใจ ดังนั้นในการตัดสินใจตามรูปแบบนี้ผู้ตัดสินใจไม่รู้จักทางเลือกทั้งหมดและไม่รู้ด้วยว่าผลที่จะเกิดขึ้นจากทางเลือกเหล่านั้นจะมีอะไรบ้าง ผู้ตัดสินใจมักจะค้นหาหรือแสวงหาทางเลือกทั้งหมดและไม่รู้ด้วยว่าผลที่จะเกิดขึ้นจากทางเลือกเพียงสองสามทางที่ซอหรือพอใจเท่านั้นไม่มีทางเลือกทั้งหมด และการตัดสินใจก็กระทำไปตามความพอใจที่มีอยู่ในขณะนั้น ต้นแบบลักษณะนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามลำดับของการเลือก ทั้งนี้เพราะระดับของวัตถุประสงค์ (ความอยาก) เปลี่ยนแปลงได้เพื่อสนองตอบความไม่สอดคล้องกันระหว่างผลที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ทางด้านสังคมศาสตร์ส่วนมากจะมีลักษณะตามต้นแบบเปิดดังกล่าวซึ่งมีตัวแปรมากมายทั้งที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในระบบเองและปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่สภาพแวดล้อม ดังนั้นการตัดสินใจตามต้นแบบนี้จึงมีความไม่แน่นอนสูงและยากที่จะทำนายได้อย่างแม่นยำ

การจำแนกการตัดสินใจโดยพิจารณาถึงผลที่คาดว่าจะได้รับจากการตัดสินใจนั้นก่อนที่จะมีผลที่คาดว่าจะได้รับเกิดขึ้น จะต้องมีการตัดสินใจและการปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจไว้ดังนั้นในการพิจารณาและการวิเคราะห์การตัดสินใจในเชิงของผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น หรือผลที่คาดว่าจะได้รับว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดนั้น สามารถพิจารณาได้จากอนาคตสามประการคือ อนาคตที่แน่นอน (certainty) อนาคตที่มีความเสี่ยง (risk) และอนาคตที่ไม่แน่นอน (uncertainty) ในประเด็นดังนี้

ก. ความแน่นอนในผลที่คาดว่าจะได้รับ หมายความว่า ผู้ตัดสินใจมีความแน่ใจหรือมีความรู้อย่างสมบูรณ์แน่ชัดว่าผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือกจะเป็นอย่างไรและมีผลลัพธ์อย่างเดียวกันสำหรับทางเลือกแต่ละทาง

ข. ความเสี่ยงในผลที่คาดว่าจะได้รับ ความแน่นอนตามข้อ ก. ลดลง แต่ความเป็นไปได้ของผลลัพธ์จะมี ความน่าจะเป็น (probability) หรือน่าจะเกิดขึ้นของผลลัพธ์พอจะมีอยู่ในแต่ละทางเลือก

ค. ความไม่แน่นอนของผลที่คาดว่าจะได้รับ ผู้ตัดสินใจสามารถมองเห็นผลลัพธ์จะมีอะไรบ้าง และมีหลายอย่างโดยมีความเป็นไปได้พอๆ กัน แต่ไม่มีความรู้แน่ชัดว่าความน่าจะเป็นมีความแน่นอนอยู่เท่าใดในแต่ละทางเลือกถ้าผู้ตัดสินใจรู้ว่าผลลัพธ์จะเป็นอย่างไร และผลที่คาดว่าจะได้รับมีความแน่นอน ปัญหาของการตัดสินใจจะอยู่ที่การคำนวณว่าผลลัพธ์จะได้สูงมากเพียงใด ซึ่งจะต้องอาศัยเทคนิคทางการคำนวณและเครื่องคอมพิวเตอร์

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิศิษฐ์ ชูตาลัด (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาวิชาโลหะการของนักเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ประเภทช่างอุตสาหกรรม กรณีศึกษาวิทยาลัยเทคนิคบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาวิชาโลหะการของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ประเภทช่างอุตสาหกรรมกรณีศึกษาในวิทยาลัยเทคนิคบุรีรัมย์และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทช่างอุตสาหกรรม จำนวน 290 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ใช้สถิติไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ 0.88 ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรเพศ อายุ ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักเรียน สถานะภาพของบิดามารดา สถานะภาพการพักอาศัยกับบุคคล ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาวิชาโลหะการของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ประเภทช่างอุตสาหกรรม กรณีศึกษาวิทยาลัยเทคนิคบุรีรัมย์ ทั้ง 5 ด้าน คือด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านคุณภาพของสถานศึกษา ด้านลักษณะการทำงาน และความก้าวหน้า ด้านคุณภาพของสถานศึกษาและด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ประยงค์ วิเศษวงษา (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพแผนกวิชาโลหะการ ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

แผนกวิชาโลหะการ ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดสุรินทร์ และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา อาชีวศึกษาจังหวัดสุรินทร์ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2555 จำนวน 332 คน โดยสุ่มแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งมีความเชื่อมั่น 0.895 วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติพรรณนา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อแผนกวิชาโลหะการ วิเคราะห์สถิติไคสแควร์ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อประกาศนียบัตรวิชาชีพแผนกวิชาโลหะการในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดสุรินทร์

วินัย แก่นจันทร์ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาสาเหตุการไม่เลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สายอาชีวศึกษาในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4 สายสามัญ กรณีศึกษา : โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 และเขต 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาสาเหตุการไม่เลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สายอาชีวศึกษาในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4 สายสามัญ กรณีศึกษา : โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 และเขต 2 โดยใช้แบบสอบถามทัศนคติ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 354 คน

ผลการวิจัย พบว่า สาเหตุการไม่เลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สายอาชีวศึกษา ด้านความสนใจและความถนัด พบว่ามีเพียงสาเหตุเดียว ที่นักเรียนให้ความสนใจในระดับมากคือ การเลือกเรียนระดับมัศึกษานำภาคภูมิในกว่าที่จะเรียนด้านอาชีวศึกษา ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญในระดับมาก จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ โอกาสเรียนต่อในระดับสูงมีน้อย เป็นความรู้เฉพาะทาง ต้องการประกอบอาชีพที่มีความสำคัญด้านอื่นมากกว่า การนำความรู้ไปสอนหรือเสนอแนะผู้อื่นไม่เพียงพอ มีความเสี่ยงอันตรายในการประกอบอาชีพ โอกาสพัฒนาความรู้เพิ่มเติม การฝึกอบรมมีน้อย ไม่มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ โอกาสก้าวหน้าในการทำงานมีน้อย ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ บิดา มารดาไม่สนับสนุนให้เรียน ทางสังคมยอมรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมากกว่าอาชีวศึกษา ด้านเกียรติยศชื่อเสียง พบว่านักเรียนให้ความสำคัญในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ สถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงมีน้อย มีเหตุวิวาทพ้อย มีนักเรียนที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดมาก ส่วนด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่านักเรียนให้ความสำคัญในระดับปานกลางทุกข้อ

สิทธิมนต์ กาญจนบุตร (2546) ได้ศึกษาทัศนคติในการไม่เลือกศึกษาต่อในหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิตสาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติในการไม่เลือกศึกษาต่อในหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิตสาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ของนักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2546 จากคณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ และวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมจากสถาบัน

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ด้วยแบบสอบถามวัดทัศนคติ

ผลการวิจัยพบว่าสาเหตุด้านความคิดเห็นที่ทำให้นักศึกษาไม่เลือกศึกษาต่อในหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต คือ ตัดสินใจไม่เลือกด้วยตัวเอง ไม่มีความตั้งใจที่จะเป็นครู ไม่นัดในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่น ส่วนสาเหตุที่มาจากครอบครัวและคนรอบข้างคือ ผู้ปกครองไม่ต้องการให้เป็นครู ญาติ พี่น้องชักชวนให้เลือกเรียนสาขาวิชาและคณะอื่นๆ เลือกเรียนสาขาวิชาและคณะอื่นๆ ตามบุคคลที่นับถือเป็นแบบอย่าง และด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับภาควิชาครุศาสตร์เครื่องกลภาควิชาครุศาสตร์เครื่องกลไม่มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการแนะแนวในการศึกษาต่อ เรียนครุศาสตร์เครื่องกลต้องมีการฝึกสอน และจากการเปรียบเทียบทัศนคติโดยคำนึงถึง คณะที่ศึกษาอยู่ เพศ สถาบันการศึกษาระดับ ปวช. ระดับคณะเฉลี่ยสะสมชั้น ปวช. อาชีพผู้ปกครอง รายได้ของผู้ปกครอง พบว่านักศึกษามีทัศนคติไม่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรด้านอายุพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธีระพงษ์ พิงพา (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุโขทัย ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดสุโขทัย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุโขทัย ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดสุโขทัยและศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ทุกสาขาวิชาในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา อาชีวศึกษาจังหวัดสุโขทัยที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2556 จำนวน 310 คน โดยสุ่มแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งมีค่าความเชื่อมั่น 0.939 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติพรรณนา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุโขทัย วิเคราะห์สถิติไคสแควร์ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุโขทัย ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดสุโขทัย ระดับปานกลางคือปัจจัยด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า ด้านการคล้อยตามกลุ่มเพื่อนหรือรุ่นพี่ ด้านคุณภาพวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุโขทัย ด้านสภาพแวดล้อมวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุโขทัย
2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุโขทัย คือ อายุของนักเรียน สถานศึกษาของนักเรียน จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ยังมีชีวิตอยู่ จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน สถานภาพของบิดามารดา บิดามารดามีความต้องการให้นักเรียนประกอบอาชีพ ระดับการศึกษาของบิดา ระดับการศึกษาของมารดา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบิดา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของมารดา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา เหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด ได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ตัวแปรในการวิจัย
- 3.2 ประชากรการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา (จากสถานศึกษาเดิม) สาขาวิชาที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ สถานะภาพของบิดามารดา สถานะภาพของครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา บิดา – มารดา มีรายได้รวมกันเฉลี่ยต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ประกอบด้วย ด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง ด้านหลักสูตร

3.2 ประชากรการวิจัย

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2557 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 991 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ดังนี้

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย กำหนดขึ้นที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างของประชากร โดยคำนวณหาได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากร
 E = ค่าความคลาดเคลื่อน

$$\begin{aligned} \text{จำนวนตัวอย่าง} &= \frac{991}{1 + 991(0.05)^2} \\ &= 284.97 \approx 285 \text{ คน} \end{aligned}$$

ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 285 คน จากนั้นคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสาขาโดยวิธีการหาค่าสัดส่วนต่อขนาด (Proportional to Size)

$$n_i = n \frac{N_i}{N}$$

เมื่อ n_i = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสุ่มในแต่ละสาขา
 n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
 N_i = จำนวนประชากรของแต่ละสาขา
 N = จำนวนประชากรทั้งหมด

ตารางที่ 3.1 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างของแต่ละสาขา

สาขา	จำนวน (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
สาขาการบัญชี	276	80
สาขาระบบสารสนเทศ	256	73
สาขาการจัดการทั่วไป	198	57
สาขาการจัดการอุตสาหกรรม	74	21
สาขาการจัดการสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์	102	29
สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์	41	12
สาขาการเงิน	44	13
รวม	991	285

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเพื่อให้เครื่องมือในการวิจัยมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และมีความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัยดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบ Check List และแบบ Rating Scale แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาโดยกำหนดการตอบคำถามเป็นแบบกำหนดคำตอบให้ (Check List) ซึ่งคำถามในแต่ละข้อนั้นจะมีตัวเลือกให้เลือกตอบและคำถามแบบเติมคำตอบ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีอิสระโดยครอบคลุมสิ่งที่เป็นคำตอบลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามจำนวน 14 ข้อ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามที่เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งในการให้ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ลักษณะคำถามสำหรับการวิจัยประกอบด้วย 4 ด้าน โดยรวมทั้งหมด 23 ข้อ โดยผู้วิจัยทำการกำหนดค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 1 ถึง 5 ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด. 2535)

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	มากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	มาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	น้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบสอบถามพร้อมสำเนาหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลไปให้กลุ่มตัวอย่างและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

4.2 ผู้วิจัยติดตามรับแบบสอบถามกลับคืนมา โดยติดตามด้วยตนเองแล้วนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมตรวจสอบความเรียบร้อย ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้ง จากนั้นจะคัดเลือกแบบสอบถาม และดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) นำแบบสอบถามที่คัดเลือกทั้งหมดมาลงหมายเลขประจำฉบับ โดยเรียงลำดับจาก 01 - 285

2) จัดทำคู่มือลงรหัส (Code Check)

3) นำข้อมูลทั้งหมดมาลงรหัส เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

4) วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปบรรยายซึ่งค่าสถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าความถี่ (Frequencies) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบสมมติฐานใช้ทดสอบไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัย เรื่อง เหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด จำนวน 285 ตัวอย่าง ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาวิเคราะห์ ด้วยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทนี้มีความหมายดังต่อไปนี้

\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
SD.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Sig.	หมายถึง	ค่าสถิติแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
χ^2	หมายถึง	ค่าความสัมพันธ์ Chi-Square

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป
 ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

n = 285			
	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	หญิง	194	68.1
	ชาย	91	31.9
จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน	ไม่มี	66	23.2
	1 คน	76	26.7
	2 คน	114	40.0
	3 คน	27	9.5
	4 คน	2	0.7
จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตนเอง)	ไม่มีพี่น้อง	67	23.5
	2 - 4 คน	80	28.1
	5 - 6 คน	132	46.3
	มากกว่า 6 คน	6	2.1
ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา (จากสถาบันเดิม)	ต่ำกว่า 1.50	12	4.2
	ระหว่าง 1.51 - 2.00	13	4.6
	ระหว่าง 2.01 - 2.50	85	29.8
	ระหว่าง 2.51 - 3.00	117	41.1
	ระหว่าง 3.01 - 3.50	48	16.8
	มากกว่า 3.50	10	3.5
สาขาวิชาที่นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่	สาขาการบัญชี	80	28.1
	สาขาระบบสารสนเทศ	73	25.6
	สาขาการเงิน	13	4.6
	สาขาการจัดการทั่วไป	57	20.0
	สาขาการจัดการอุตสาหกรรม	21	7.4

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สาขาการจัดการสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์	29	10.2
สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์	12	4.2
ระดับการศึกษาเดิม		
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)	29	10.2
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	42	14.7
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	214	75.1
สถานะของบิดามารดา		
อยู่ด้วยกัน	248	87.0
แยกกันอยู่	27	9.5
หย่าร้าง	10	3.5
สถานะภาพของครอบครัว		
บิดา มารดามีชีวิตอยู่ทั้ง 2 คน	266	93.3
ถึงแก่กรรมทั้ง 2 คน	4	1.4
บิดาถึงแก่กรรม	8	2.8
มารดาถึงแก่กรรม	7	2.5
ปัจจุบันนักศึกษาพักอาศัยอยู่กับใคร		
บิดา - มารดา	150	52.6
บิดา	27	9.5
มารดา	51	17.9
ญาติ	57	20.0
ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	28	9.8
ประถมศึกษา	107	37.5
มัธยมศึกษา	78	27.4
ปริญญาตรี	70	24.6
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.7

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

n = 285		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	28	9.8
ประถมศึกษา	99	34.7
มัธยมศึกษา	91	31.9
ปริญญาตรี	52	18.2
สูงกว่าปริญญาตรี	15	5.3
อาชีพของบิดา		
รับราชการ	23	8.1
รัฐวิสาหกิจ	31	10.9
ธุรกิจส่วนตัว	96	33.7
รับจ้าง	62	21.6
เกษตรกรกรรม	69	24.2
อื่นๆ	4	1.4
อาชีพของมารดา		
รับราชการ	11	3.9
รัฐวิสาหกิจ	16	5.6
ธุรกิจส่วนตัว	96	33.7
รับจ้าง	64	22.5
เกษตรกรกรรม	97	34.0
อื่นๆ	1	0.4
บิดา - มารดา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	1	0.4
5,001 - 10,000 บาท	5	1.8
10,001 - 15,000 บาท	37	13.0
15,001 - 20,000 บาท	111	38.9
สูงกว่า 20,000 บาท	131	46.0
รวม	285	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 285 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 ส่วนใหญ่มีพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ 2 คน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมามีพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ 1 คน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ไม่มีพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 มีพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ 3 คน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และมีพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ 4 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 6 คน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา 2 – 4 คน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ไม่มีพี่น้อง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และพี่น้องมากกว่า 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ส่วนใหญ่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.51 – 3.00 จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา ระหว่าง 2.01 – 2.50 จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ระหว่าง 3.01 – 3.50 จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ระหว่าง 1.51 – 2.00 จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ต่ำกว่า 1.50 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และมากกว่า 3.50 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่สาขาการบัญชี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รองลงมาสาขาระบบสารสนเทศ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 สาขาการจัดการทั่วไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 สาขาการจัดการสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 สาขาการจัดการอุตสาหกรรม จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 สาขาการเงิน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 สาวนใหญ่จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 75.1 รองลงมา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) จำนวน 29 คนคิดเป็นร้อยละ 10.2 ส่วนใหญ่บิดามารดาอยู่ด้วยกัน จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมาบิดามารดาแยกกันอยู่ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และบิดามารดาหย่าร้างกัน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ส่วนใหญ่บิดา มารดามีชีวิตอยู่ทั้ง 2 คน จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 รองลงมาบิดาถึงแก่กรรม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 มารดาถึงแก่กรรม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และถึงแก่กรรมทั้ง 2 คน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ส่วนใหญ่นักศึกษาพักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาอาศัยอยู่กับญาติ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อยู่กับมารดา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และอาศัยอยู่กับบิดา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ส่วนใหญ่บิดาจบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาจบระดับมัธยมศึกษา จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 จบปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 จบต่ำกว่าประถมศึกษา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และจบสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ส่วนใหญ่มารดาจบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาจบระดับมัธยมศึกษา จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 จบปริญญาตรี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 จบต่ำกว่าประถมศึกษา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และจบสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ส่วนใหญ่บิดามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาเกษตรกรกรรม จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2

อาชีพรับจ้าง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ราชการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ส่วนใหญ่มารดา อาชีพเกษตรกรรม จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาธุรกิจส่วนตัว จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 รับจ้าง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ราชการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบิดา มารดา ส่วนใหญ่สูงกว่า 20,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตารางที่ 4.2 แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในภาพรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	\bar{x}	SD.	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
1. ด้านเจตคติต่อการเรียน	3.63	0.566	มาก
2. ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า	3.62	0.584	มาก
3. ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง	3.48	0.652	ปานกลาง
4. ด้านหลักสูตร	3.50	0.678	ปานกลาง
รวม	3.56	0.511	มาก

จากตารางที่ 4.2 ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, SD. = 0.511) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านเจตคติในการเรียน และด้านลักษณะและความก้าวหน้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, SD. = 0.566 และ $\bar{x} = 3.62$, SD. = 0.584) ส่วนด้านหลักสูตร และด้านครอบครัวและ คนรอบข้าง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.50$, SD. = 0.678 และ $\bar{x} = 3.48$, SD. = 0.652) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านเจตคติต่อการเรียน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	\bar{x}	SD.	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
1. ไม่มีความสนใจในสาขาการตลาด	3.73	0.764	มาก
2. เรียนสาขาการตลาดหางานทำยาก	3.76	0.792	มาก
3. เรียนสาขาการตลาดไม่สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	3.51	0.816	มาก
4. สาขาการตลาดไม่มีความมั่นคงในการทำงาน	3.59	0.816	มาก
5. มีความถนัดในสาขาวิชาที่กำลังศึกษาเรียน	3.68	0.840	มาก
6. บุคลิกภาพไม่เหมาะสมกับการเรียนสาขาการตลาด	3.64	0.839	มาก
7. สาขาการตลาดไม่ตรงกับอาชีพที่ต้องการ	3.55	0.853	มาก
8. ต้องการประกอบอาชีพอิสระที่มีรายได้สูง	3.60	0.827	มาก
รวม	3.63	0.566	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านเจตคติต่อการเรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, SD. = 0.566) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือเรียนสาขาการตลาดหางานทำยากอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, SD. = 0.792) รองลงมาไม่มีความสนใจในสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.73$, SD. = 0.764) มีความถนัดในสาขาวิชาที่กำลังศึกษาเรียน ($\bar{x} = 3.68$, SD. = 0.840) บุคลิกภาพไม่เหมาะสมกับการเรียนสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.64$, SD. = 0.839) ต้องการประกอบอาชีพอิสระที่มีรายได้สูง ($\bar{x} = 3.60$, SD. = 0.827) สาขาการตลาดไม่มีความมั่นคงในการทำงาน ($\bar{x} = 3.59$, SD. = 0.816) สาขาการตลาดไม่ตรงกับอาชีพที่ต้องการ ($\bar{x} = 3.55$, SD. = 0.853) และเรียนสาขาการตลาดไม่สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ($\bar{x} = 3.51$, SD. = 0.816) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	\bar{x}	SD.	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
1. เรียนสาขาการตลาดจบไปแล้วไม่สามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย	3.51	0.850	มาก
2. ต้องการเรียนจบแล้วประกอบอาชีพเหมือน บิดา-มารดา	3.49	0.825	ปานกลาง
3. สาขาวิชาที่เลือกเรียนเมื่อจบแล้วหางานทำง่ายเพราะเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	3.71	0.684	มาก
4. สาขาวิชาที่เลือกเรียนสามารถสร้างงานได้ตนเอง	3.68	0.777	มาก
5. สาขาวิชาที่เลือกเรียน เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถประกอบอาชีพอย่างมีเกียรติ	3.72	0.800	มาก
รวม	3.62	0.584	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านลักษณะและความก้าวหน้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$, SD. = 0.584) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สาขาวิชาที่ตนเองเลือกเรียนเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถประกอบอาชีพอย่างมีเกียรติ ($\bar{x} = 3.72$, SD. = 0.800) รองลงมาสาขาวิชาที่เลือกเรียนเมื่อจบแล้วหางานทำง่ายเพราะเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ($\bar{x} = 3.71$, SD. = 0.684) สาขาวิชาที่เลือกเรียนสามารถสร้างงานได้ตนเอง ($\bar{x} = 3.68$, SD. = 0.777) เรียนสาขาการตลาดจบไปแล้วไม่สามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย ($\bar{x} = 3.51$, SD. = 0.850) ส่วนระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง คือต้องการเรียนจบแล้วประกอบอาชีพเหมือนบิดา-มารดา ($\bar{x} = 3.49$, SD. = 0.825) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	\bar{x}	SD.	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
1. ผู้ปกครองไม่สนับสนุนให้เรียนสาขาการตลาด	3.52	0.866	มาก
2. รุ่นพี่ไม่ให้คำปรึกษาในการเรียนในสาขาการตลาด	3.40	0.848	ปานกลาง
3. เห็นตัวอย่างรุ่นพี่ที่จบสาขาการตลาดไม่ประสบความสำเร็จด้านอาชีพและการงาน	3.41	0.807	ปานกลาง
4. ครู-อาจารย์ ในสถานศึกษาเดิมไม่แนะนำให้เรียนในสาขาการตลาด	3.50	0.862	ปานกลาง
5. ไม่มีเพื่อนเรียนสาขาการตลาด	3.58	0.891	มาก
6. ญาติไม่แนะนำให้เรียนเพราะได้ค่าแรงต่ำ	3.50	0.871	ปานกลาง
7. ไม่มีผู้อุปการะสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเรียน	3.46	0.815	ปานกลาง
รวม	3.48	0.652	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านครอบครัวและคนรอบข้างอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.48$, SD. = 0.652) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ไม่มีเพื่อนเรียนสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.58$, SD. = 0.891) ผู้ปกครองไม่สนับสนุนให้เรียนสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.52$, SD. = 0.866) ครู-อาจารย์ ในสถานศึกษาเดิมไม่แนะนำให้เรียนในสาขาการตลาด และญาติไม่แนะนำให้เรียนเพราะได้ค่าแรงต่ำ ($\bar{x} = 3.50$, SD. = 0.862 , 0.871) ไม่มีผู้อุปการะสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเรียน ($\bar{x} = 3.46$, SD. = 0.815) เห็นตัวอย่างรุ่นพี่ที่จบสาขาการตลาดไม่ประสบความสำเร็จด้านอาชีพและการงาน ($\bar{x} = 3.41$, SD. = 0.807) และรุ่นพี่ไม่ให้คำปรึกษาในการเรียนในสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.40$, SD. = 0.848) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านหลักสูตร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขา การตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย	\bar{x}	SD.	ระดับปัจจัย ที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจ
1. หลักสูตรของสาขาวิชาไม่สอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน	3.47	0.762	ปานกลาง
2. หลักสูตรไม่สนับสนุนการจัดการศึกษาให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงในสถานประกอบการ	3.50	0.749	ปานกลาง
3. หลักสูตรไม่มีการจัดทดสอบความรู้และทักษะอาชีพตามมาตรฐานวิชาชีพ	3.53	0.785	มาก
รวม	3.48	0.678	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านหลักสูตรอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$, SD. = 0.678) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ หลักสูตรไม่มีการจัดทดสอบความรู้และทักษะอาชีพตามมาตรฐานวิชาชีพ ($\bar{x} = 3.53$, SD. = 0.785) หลักสูตรไม่สนับสนุนการจัดการศึกษาให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงในสถานประกอบการ ($\bar{x} = 3.50$, SD. = 0.749) หลักสูตรของสาขาวิชาไม่สอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน ($\bar{x} = 3.47$, SD. = 0.762) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเพศของนักศึกษา

เพศของ นักศึกษา	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ชาย	0 (0%)	0 (0%)	396 (12.6%)	52 (18.2%)	3 (0%)	91 (31.9%)
หญิง	0 (0%)	2 (0.7%)	88 (30.9%)	100 (35.1%)	4 (1.4%)	194 (68.1%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 2.165$$

$$\text{Sig.} = 0.539$$

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.7 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์เพศของนักศึกษากับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.539 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่าเพศของนักศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัว และคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามจำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน

จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ไม่มี	0 (0%)	1 (0.4%)	20 (7.0%)	45 (15.8%)	0 (0%)	66 (23.2%)
1 คน	0 (0%)	0 (0%)	45 (15.8%)	29 (10.2%)	2 (0.7%)	76 (26.7%)
2 คน	0 (0%)	0 (0%)	44 (15.4%)	65 (22.8%)	5 (1.87%)	114 (40.0%)
3 คน	0 (0%)	0 (0%)	14 (4.9%)	13 (4.6%)	0 (0%)	27 (9.5%)
4 คน	0 (0%)	1 (0.4%)	1 (0.4%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (0.7%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 91.019$$

Sig. = 0.00

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.8 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันกับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าจำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตนเอง)

จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตนเอง)	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ไม่มีพี่น้อง	0 (0%)	1 (0.4%)	19 (6.7%)	47 (16.5%)	0 (0%)	67 (23.5%)
2 - 4 คน	0 (0%)	0 (0%)	49 (17.2%)	31 (10.9%)	0 (0%)	80 (28.1%)
5 - 6 คน	0 (0%)	1 (0.4%)	52 (18.2%)	72 (25.3%)	7 (2.5%)	132 (46.3%)
มากกว่า 6คน	0 (0%)	0 (0%)	4 (1.4%)	2 (0.4%)	0 (0%)	6 (2.1%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 27.124$$

Sig. = 0.001

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.9 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตนเอง)กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าจำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตนเอง) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา (จากสถานศึกษาเดิม)

ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ของนักศึกษา (จากสถานศึกษาเดิม)	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 1.50	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	12 (4.2%)	0 (0%)	12 (4.2%)
ระหว่าง 15.1 – 2.00	0 (0%)	0 (0%)	7 (2.5%)	6 (2.1%)	0 (0%)	13 (4.6%)
ระหว่าง 20.1 – 2.50	0 (0%)	2 (0.7%)	36 (12.6%)	47 (16.5%)	0 (0%)	86 (29.8%)
ระหว่าง 2.51 – 3.00	0 (0%)	0 (0%)	63 (22.1%)	47 (16.5%)	7 (2.5%)	117 (41.1%)
ระหว่าง 3.01 – 3.50	0 (0%)	0 (0%)	11 (3.9%)	37 (13.0%)	0 (0%)	48 (16.8%)
มากกว่า 3.50	0 (0%)	0 (0%)	7 (2.5%)	3 (1.1%)	0 (0%)	10 (3.5%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 44.473$$

Sig. = 0.00

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.10 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา (จากสถานศึกษาเดิม) กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา (จากสถานศึกษาเดิม) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามสาขาวิชาที่นักศึกษา กำลังศึกษา อยู่

สาขาวิชาที่นักศึกษา กำลังศึกษาอยู่	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
สาขาการบัญชี	0 (0%)	2 (0.7%)	25 (8.8%)	53 (18.6%)	0 (0%)	80 (4.2%)
สาขาระบบสารสนเทศ	0 (0%)	0 (0%)	46 (16.1%)	24 (8.4%)	3 (1.1%)	73 (25.6%)
สาขาการเงิน	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	12 (4.2%)	1 (0.4%)	13 (4.6%)
สาขาการจัดการทั่วไป	0 (0%)	0 (0%)	32 (11.2%)	23 (8.1%)	2 (0.7%)	57 (20.0%)
สาขาการจัดการ อุตสาหกรรม	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20 (7.0%)	1 (0.4%)	21 (7.4%)
สาขาการจัดการสำนักงาน อิเล็กทรอนิกส์	0 (0%)	0 (0%)	21 (7.4%)	8 (2.8%)	0 (0%)	29 (10.2%)
สาขาการจัดการทรัพยากร มนุษย์	0 (0%)	0 (0%)	12 (4.2%)	0 (0%)	0 (0%)	12 (4.2%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 77.045$$

Sig. = 0.00

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.11 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สาขาวิชาที่นักศึกษา กำลังศึกษาอยู่กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าสาขาวิชาที่นักศึกษา กำลังศึกษาอยู่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและครอบครัว และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามระดับการศึกษาเดิม

ระดับการศึกษาเดิม	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)	0 (0%)	1 (0.7%)	14 (8.8%)	14 (18.6%)	0 (0%)	29 (4.2%)
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	0 (0%)	0 (0%)	24 (16.1%)	19 (8.4%)	2 (1.1%)	42 (25.6%)
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง (ปวส.)	0 (0%)	1 (0%)	89 (0%)	119 (4.2%)	5 (0.4%)	13 (4.6%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)
$\chi^2 = 6.816$						
Sig. = 0.338						

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.12 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระดับการศึกษาเดิมกับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.338 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่าระดับการศึกษาเดิมไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและครอบครัว และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามสถานะภาพของบิดามารดา

สถานะภาพของบิดามารดา	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
อยู่ด้วยกัน	0 (0%)	2 (0.7%)	106 (37.2%)	133 (46.7%)	7 (2.5%)	248 (87.0%)
แยกกันอยู่	0 (0%)	0 (0%)	10 (3.5%)	13 (4.6%)	0 (0%)	23 (8.1%)
อย่าร้าง	0 (0%)	0 (0%)	5 (1.8%)	5 (1.8%)	0 (0%)	10 (3.5%)
อื่นๆ	0 (0%)	0 (0%)	3 (1.1%)	1 (0.4%)	0 (0%)	4 (1.4%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)
$\chi^2 = 3.056$						
Sig. = 0.962						

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.13 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สถานะภาพของบิดามารดากับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.962 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่าสถานะภาพของบิดามารดาไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและครอบครัว และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามสถานะภาพของครอบครัว

สถานะภาพของครอบครัว	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
บิดา มารดา มีชีวิตอยู่ ทั้ง 2 คน	0 (0%)	1 (0.4%)	115 (40.4%)	145 (50.9%)	5 (1.8%)	266 (93.3%)
ถึงแก่กรรมทั้ง 2 คน	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (0.7%)	2 (0.7%)	4 (1.4%)
บิดาถึงแก่กรรม	0 (0%)	1 (0.4%)	4 (1.4%)	3 (1.1%)	0 (0%)	8 (2.8%)
มารดาถึงแก่กรรม	0 (0%)	0 (0%)	5 (1.8%)	2 (0.7%)	0 (0%)	7 (2.5%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 58.224$$

Sig. = 0.00

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.14 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สถานะภาพของครอบครัวกับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าสถานะภาพของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและครอบครัวข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามปัจจุบันนักศึกษาพักอาศัยอยู่กับใคร

ปัจจุบันนักศึกษาพักอาศัยอยู่กับใคร	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
บิดา - มารดา	0 (0%)	1 (0.4%)	79 (27.7%)	68 (23.9%)	2 (0.7%)	150 (52.6%)
บิดา	0 (0%)	0 (0%)	9 (3.2%)	16 (5.6%)	2 (0.7%)	27 (9.5%)
มารดา	0 (0%)	0 (0%)	21 (7.4%)	30 (10.5%)	0 (0%)	51 (17.9%)
ญาติ	0 (0%)	1 (0.4%)	15 (5.3%)	38 (13.3%)	3 (1.1%)	57 (20.0%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 19.632$$

$$\text{Sig.} = 0.020$$

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.15 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ปัจจุบันนักศึกษาพักอาศัยอยู่กับใครกับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าปัจจุบันนักศึกษาพักอาศัยอยู่กับใครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา

ระดับการศึกษาสูงสุด ของบิดา	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าประถมศึกษา	0 (0%)	1 (0.4%)	20 (7.0%)	7 (2.5%)	0 (0%)	28 (9.8%)
ประถมศึกษา	0 (0%)	1 (0.4%)	47 (16.5%)	54 (18.9%)	5 (1.8%)	107 (37.5%)
มัธยมศึกษา	0 (0%)	0 (0%)	35 (12.3%)	41 (14.4%)	2 (0.7%)	78 (27.4%)
ปริญญาตรี	0 (0%)	0 (0%)	20 (7.0%)	50 (17.5%)	0 (1.1%)	70 (24.6%)
สูงกว่าปริญญาตรี	0 (0%)	0 (0%)	2 (0.7%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (0.7%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 28.885$$

$$\text{Sig.} = 0.004$$

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.16 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดากับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา

ระดับการศึกษาสูงสุด ของมารดา	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าประถมศึกษา	0 (0%)	0 (0%)	20 (7.0%)	8 (2.8%)	0 (0%)	28 (9.8%)
ประถมศึกษา	0 (0%)	0 (0%)	48 (16.8%)	48 (16.8%)	3 (1.1%)	99 (34.7%)
มัธยมศึกษา	0 (0%)	2 (0.7%)	39 (13.7%)	48 (16.8%)	2 (0.7%)	91 (31.9%)
ปริญญาตรี	0 (0%)	0 (0%)	14 (4.9%)	36 (12.6%)	2 (0.7%)	52 (18.2%)
สูงกว่าปริญญาตรี	0 (0%)	0 (0%)	3 (1.1%)	12 (4.2%)	0 (0%)	15 (5.3%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 24.794$$

$$\text{Sig.} = 0.016$$

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.17 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดากับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและครอบครัว และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามอาชีพของบิดา

อาชีพของบิดา	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
รับราชการ	0 (0%)	0 (0%)	5 (1.8%)	18 (6.3%)	0 (0%)	23 (8.1%)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0 (0%)	0 (0%)	10 (3.5%)	21 (7.4%)	0 (1.1%)	31 (10.9%)
ธุรกิจส่วนตัว	0 (0%)	1 (0.4%)	40 (14.0%)	55 (19.3%)	0 (0%)	96 (33.7%)
รับจ้าง	0 (0%)	0 (0%)	28 (9.8%)	27 (9.5%)	7 (2.5%)	62 (21.8%)
เกษตรกร	0 (0%)	0 (0%)	38 (13.3%)	31 (10.9%)	0 (0%)	69 (24.2%)
อื่นๆ	0 (0%)	1 (0.4%)	3 (1.1%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (1.4%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$$\chi^2 = 75.169$$

Sig. = 0.00

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.18 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์อาชีพของบิดากับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าอาชีพของบิดามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามอาชีพของมารดา

อาชีพของมารดา	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
รับราชการ	0 (0%)	0 (0%)	5 (1.8%)	6 (2.1%)	0 (0%)	11 (3.9%)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0 (0%)	0 (0%)	6 (2.1%)	10 (3.5%)	0 (0%)	16 (5.6%)
ธุรกิจส่วนตัว	0 (0%)	0 (0%)	35 (12.3%)	61 (21.4%)	0 (0%)	96 (33.7%)
รับจ้าง	0 (0%)	1 (0%)	28 (9.8%)	30 (10.5%)	5 (1.8%)	64 (22.5%)
เกษตรกร	0 (0%)	1 (0.4%)	49 (17.2%)	45 (15.8%)	2 (0.7%)	97 (34.0%)
อื่นๆ	0 (0%)	1 (0.4%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.4%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)

$\chi^2 = 19.388$
Sig. = 0.197

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 4.19 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์อาชีพของมารดากับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.197 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่าอาชีพของมารดาไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัว และคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามบิดา - มารดา มีรายได้รวมกันเฉลี่ยต่อเดือน

บิดา - มารดา มีรายได้รวมกันเฉลี่ยต่อเดือน	ผลการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.4%)	0 (0%)	1 (0.4%)
5,001 - 10,000 บาท	0 (0%)	0 (0%)	2 (0.7%)	3 (1.1%)	0 (0%)	5 (1.8%)
10,001 - 15,000 บาท	0 (0%)	1 (0.4%)	21 (7.4%)	15 (5.3%)	0 (0%)	37 (13.0%)
15,001 - 20,000 บาท	0 (0%)	1 (0.4%)	53 (18.6%)	52 (18.2%)	5 (1.8%)	111 (38.9%)
สูงกว่า 20,000 บาท	0 (0%)	0 (0%)	48 (16.8%)	81 (28.4%)	2 (0.7%)	131 (46.0%)
รวม	0 (0%)	2 (0.7%)	124 (43.5%)	152 (53.3%)	7 (2.5%)	285 (100.0%)
$\chi^2 = 14.604$						
Sig. = 0.264						

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 20 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์บิดา - มารดา มีรายได้รวมกันเฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า Sig. = 0.264 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่าบิดา - มารดา มีรายได้รวมกันเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 285 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน มีพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ 2 คน จำนวน 114 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 6 คน จำนวน 132 คน มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.51 – 3.00 จำนวน 117 คน ศึกษาอยู่สาขาการบัญชี จำนวน 80 คน จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 214 คน บิดามารดาอยู่ด้วยกัน จำนวน 248 คน และบิดา มารดามีชีวิตอยู่ทั้ง 2 คน จำนวน 266 คน นักศึกษาพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา จำนวน 150 คน บิดาจบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 107 คน มารดาจบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 99 คน บิดามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 96 คน มารดาอาชีพเกษตรกร จำนวน 97 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบิดา มารดา ส่วนใหญ่สูงกว่า 20,000 บาท จำนวน 131 คน

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, $SD. = 0.511$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านเจตคติในการเรียน และด้านลักษณะและความก้าวหน้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, $SD. = 0.566$ และ $\bar{x} = 3.62$, $SD. = 0.584$) ส่วนด้านหลักสูตร และด้านครอบครัวและคนรอบข้าง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.50$, $SD. = 0.678$ และ $\bar{x} = 3.48$, $SD. = 0.652$)

ด้านเจตคติต่อการเรียน ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, $SD. = 0.566$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือเรียนสาขาการตลาดทำงานทำยากอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, $SD. = 0.792$) รองลงมาไม่มีความสนใจในสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.73$, $SD. = 0.764$) มีความถนัดในสาขาวิชาที่กำลังศึกษาเรียน ($\bar{x} = 3.68$, $SD. = 0.840$) บุคลิกภาพไม่เหมาะสมกับการเรียนสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.64$, $SD. = 0.839$) ต้องการประกอบอาชีพอิสระที่มีรายได้สูง ($\bar{x} = 3.60$, $SD. = 0.827$) สาขาการตลาดไม่มีความมั่นคงในการทำงาน ($\bar{x} = 3.59$, $SD. = 0.816$) สาขาการตลาดไม่ตรงกับอาชีพที่ต้องการ ($\bar{x} = 3.55$, $SD. = 0.853$) และเรียนสาขาการตลาดไม่สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ($\bar{x} = 3.51$, $SD. = 0.816$)

ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$, $SD. = 0.584$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือสาขาวิชา

ที่ตนเองเลือกเรียนเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถประกอบอาชีพอย่างมีเกียรติ ($\bar{x} = 3.72$, $SD. = 0.800$) รองลงมาสาขาวิชาที่เลือกเรียนเมื่อจบแล้วหางานทำง่ายเพราะเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ($\bar{x} = 3.71$, $SD. = 0.684$) สาขาวิชาที่เลือกเรียนสามารถสร้างงานได้ตนเอง ($\bar{x} = 3.68$, $SD. = 0.777$) เรียนสาขาการตลาดจบไปแล้วไม่สามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย ($\bar{x} = 3.51$, $SD. = 0.850$) ส่วนระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง คือต้องการเรียนจบแล้วประกอบอาชีพเหมือนบิดา-มารดา ($\bar{x} = 3.49$, $SD. = 0.825$)

ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.48$, $SD. = 0.652$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ไม่มีเพื่อนเรียนสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.58$, $SD. = 0.891$) ผู้ปกครองไม่สนับสนุนให้เรียนสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.52$, $SD. = 0.866$) ครู-อาจารย์ ในสถานศึกษาเดิมไม่แนะนำให้เรียนในสาขาการตลาด และญาติไม่แนะนำให้เรียนเพราะได้ค่าแรงต่ำ ($\bar{x} = 3.50$, $SD. = 0.862$, 0.871) ไม่มีผู้อุปการะสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเรียน ($\bar{x} = 3.46$, $SD. = 0.815$) เห็นตัวอย่างรุ่นพี่ที่จบสาขาการตลาดไม่ประสบความสำเร็จด้านอาชีพและการงาน ($\bar{x} = 3.41$, $SD. = 0.807$) และรุ่นพี่ไม่ให้คำปรึกษาในการเรียนในสาขาการตลาด ($\bar{x} = 3.40$, $SD. = 0.848$)

ด้านหลักสูตร ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$, $SD. = 0.678$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ หลักสูตรไม่มีการจัดทดสอบความรู้และทักษะอาชีพตามมาตรฐานวิชาชีพ ($\bar{x} = 3.53$, $SD. = 0.785$) หลักสูตรไม่สนับสนุนการจัดการศึกษาให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงในสถานประกอบการ ($\bar{x} = 3.50$, $SD. = 0.749$) หลักสูตรของสาขาวิชาไม่สอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน ($\bar{x} = 3.47$, $SD. = 0.762$)

3. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) พบว่า จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตนเอง) ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา (จากสถานศึกษาเดิม) สาขาวิชาที่นักศึกษา กำลังศึกษา สถานะภาพของครอบครัว ปัจจุบันนักศึกษาพักอาศัยอยู่กับใคร ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา และอาชีพของบิดา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ทั้ง 4 ด้าน คือด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะและความก้าวหน้า ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง และด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ด้านเจตคติต่อการเรียน ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับมากคือ เรียนสาขาการตลาดหางานทำยาก ไม่มีความสนใจในสาขาการตลาด มีความถนัดในสาขาวิชาที่กำลังศึกษาเรียน บุคลิกภาพไม่เหมาะสมกับการเรียนสาขาการตลาด ต้องการประกอบอาชีพอิสระที่มีรายได้สูง สาขาการตลาดไม่มีความมั่นคงในการทำงาน สาขาการตลาดไม่ตรงกับอาชีพที่ และเรียนสาขาการตลาดไม่สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่ง วุฒิชัย จ๋ามง (อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ชุตาลัด. 2554) ได้กล่าวไว้ว่า การที่มนุษย์จะเลือกหรือตัดสินใจกระทำการหนึ่งสิ่งใดนั้นมีสาเหตุหรือแรงจูงใจโดยอาศัยเหตุผลและปัจจัยหลายๆ อย่างประกอบกัน มิได้เกิดจากเพียงปัจจัยเดียวโดยที่บุคคลนั้นจะต้องมีความคาดหวัง ดังต่อไปนี้ ผลตอบแทนที่ได้รับ ความพอใจและความไม่พอใจต่อผลตอบแทนที่ได้รับและผลตอบแทนที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่น

ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับมากคือ สาขาวิชาที่ตนเองเลือกเรียนเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถประกอบอาชีพอย่างมีเกียรติ สาขาวิชาที่เลือกเรียนเมื่อจบแล้วหางานทำง่ายเพราะเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน สาขาวิชาที่เลือกเรียนสามารถสร้างงานได้ตนเอง และเรียนสาขาการตลาดจบไปแล้วไม่สามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประยงค์ วิเศษวงษา (2554) พบว่าสาขาวิชาที่เลือกเรียนเมื่อจบแล้วหางานทำง่ายเพราะเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน สาขาวิชาที่เลือกเรียน เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถประกอบอาชีพอย่างมีเกียรติ มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพสาขาวิชาที่เลือกเรียนสามารถสร้างงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญศรี จินดาศักดิ์ (2535) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดชลบุรี พบว่าค่านิยมในอาชีพทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการเลือกอาชีพของนักเรียน โดยนักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านความมั่นคงในอาชีพสูงสุดและค่านิยมในอาชีพของนักเรียนเปลี่ยนจากการมีรายได้สู่ความก้าวหน้าความมีเกียรติชื่อเสียงมาเป็นความมั่นคงของอาชีพแทน

ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับมากคือ ไม่มีเพื่อนเรียนสาขาการตลาด และผู้ปกครองไม่สนับสนุนให้เรียนสาขาการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิศิษฐ์ ชุตาลัด (2554) พบว่าผู้ปกครองไม่สนับสนุนให้เลือกเรียนสาขาวิชาโลหะการ และธีระพงษ์ พึ่งพา (2556) พบว่ารุ่นพี่หรือเพื่อนแนะนำให้ไปเรียนต่อในสถานศึกษาอื่นด้วยกัน ซึ่งจินตนา สายทองคำ (2539) ได้กล่าวไว้ว่า เพื่อมีอิทธิพลสูงในการตัดสินใจศึกษาต่อและยังมีอิทธิพลในการชักจูงให้ทดลองสิ่งใหม่ตามเพื่อและ ทองหล่อ นาคหอม (2535) แรงจูงใจในการศึกษาต่อมีอิทธิพลมาจากการชักจูงบุคคลรอบข้างและสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

ด้านหลักสูตร ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับมากคือ หลักสูตรไม่มีการจัดทดสอบความรู้และทักษะอาชีพตามมาตรฐานวิชาชีพ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ทำให้สาขาการตลาดทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของสาขาที่ทำให้นักศึกษาเลือกศึกษาต่อในสาขาการมีจำนวนน้อยลง เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรในอนาคต
2. ทำให้สาขาทราบจุดอ่อนของตนเอง และนำไปวางแผนเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาในปีถัดไป สนใจที่จะศึกษาต่อในสาขาการตลาด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ควรมีการใช้แบบสอบถามควบคู่กับการสัมภาษณ์ และรวมถึงมีข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วม
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับผู้สำเร็จการศึกษาสาขาการตลาด ว่าเมื่อจบไปแล้วสามารถนำความรู้หรือประสบการณ์ที่ได้จากการเรียนมาประยุกต์ใช้ได้มานาน้อยเพียงใด และต้องการอยากหลักสูตรมีการเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงอย่างไร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงหลักสูตร

บรรณานุกรม

- จินตนา สายทองคำ. (2539). การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อและไม่ศึกษาต่อของ
นักศึกษาวิทยาลัยนาฏศิลป์. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
อุดมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทองหล่อ นาคหอม. (2535). แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนิสิตวิชาเอกบริหาร
การศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีระพงษ์ พึ่งพา. (2556). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุโขทัย ในสถานศึกษาสังกัด
อาชีวศึกษาจังหวัดสุโขทัย. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชา
วิศวกรรมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น. สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.
- ประยงค์ วิเศษวงษา. (2554). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนต่อระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพแผนกวิชาโลหะการ ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัด
สุรินทร์. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- พิศิษฐ์ ชูตาลัด. (2554). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาวิชาโลหะการของ
นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ประเภทช่างอุตสาหกรรม กรณีศึกษา
วิทยาลัยเทคนิคบุรีรัมย์. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรม
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- เพ็ญศรี จินดาศักดิ์. (2535). การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปี
ที่ 3 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- วินัย แก่นจันทร์. (2546). การศึกษาสาเหตุการไม่เลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
(ปวช.) สายอาชีวศึกษาในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4
สายสามัญ กรณีศึกษา : โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสมุทรปราการ
เขต 1 และเขต 2. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารอาชีว
และเทคนิคศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- สิทธิมนต์ กาญจนบุตร. (2546). ทศนคติในการไม่เลือกศึกษาต่อในหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
บัณฑิตสาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารอาชีวและเทคนิคศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- เสวภา สมจิต. (2540). การตัดสินใจเลือกเรียนวิชาชีพหลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนผู้ใหญ่พระ
ตำหนักสวนกุหลาบ (วิทยาลัยในวัง). วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาคหกรรมศาสตร์ศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

แสวง รัตนมงคลมาศ. (2537). “องค์การ การนำ การตัดสินใจ” เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาการจัดการทางพัฒนาสังคม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

เหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกไม่เลือกศึกษาต่อในสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

2. แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงความคิดเห็นของท่านผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับ โดยนำไปวิเคราะห์และประมวลผล แล้วนำเสนอในภาพรวมเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับการวิจัยเท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่าน

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับสถานภาพที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศของนักศึกษา

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน

<input type="checkbox"/> 1. ไม่มี	<input type="checkbox"/> 2. 1 คน	<input type="checkbox"/> 3. 2 คน	<input type="checkbox"/> 4. 3 คน	<input type="checkbox"/> 5. 4 คน
<input type="checkbox"/> 6. 5 คน	<input type="checkbox"/> 7. มากกว่า 5 คน			
3. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตนเอง)

<input type="checkbox"/> 1. ไม่มีพี่น้อง	<input type="checkbox"/> 2. 2 - 4 คน	<input type="checkbox"/> 3. 3 - 6 คน	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 6 คน
--	--------------------------------------	--------------------------------------	--
4. ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา (จากสถานศึกษาเดิม)

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 1.50	<input type="checkbox"/> 2. ระหว่าง 1.51 - 2.00
<input type="checkbox"/> 3. ระหว่าง 2.01 - 2.50	<input type="checkbox"/> 4. ระหว่าง 2.51 - 3.00
<input type="checkbox"/> 5. ระหว่าง 3.01 - 3.50	<input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 3.50
5. สาขาวิชาที่นักศึกษา กำลังศึกษาอยู่

<input type="checkbox"/> 1. สาขาการบัญชี	<input type="checkbox"/> 2. สาขาระบบสารสนเทศ
<input type="checkbox"/> 3. สาขาการเงิน	<input type="checkbox"/> 4. สาขาการจัดการทั่วไป
<input type="checkbox"/> 5. สาขาการจัดการอุตสาหกรรม	<input type="checkbox"/> 6. สาขาการจัดการสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์
<input type="checkbox"/> 7. สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์	
6. ระดับการศึกษาเดิม

<input type="checkbox"/> 1. ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)	<input type="checkbox"/> 2. ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
<input type="checkbox"/> 3. ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	
7. สถานะภาพของบิดามารดา

<input type="checkbox"/> 1. อยู่ด้วยกัน	<input type="checkbox"/> 2. แยกกันอยู่
<input type="checkbox"/> 3. หย่าร้าง	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

8. สถานะภาพของครอบครัว
1. บิดา มารดามีชีวิตอยู่ทั้ง 2 คน 2. ถึงแก่กรรมทั้ง 2 คน
3. บิดาถึงแก่กรรม 4. มารดาถึงแก่กรรม
9. ปัจจุบันนักศึกษาพักอาศัยอยู่กับใคร
1. บิดา - มารดา 2. บิดา
3. มารดา 4. ญาติ
10. ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา
1. ต่ำกว่าประถมศึกษา 2. ประถมศึกษา
3. มัธยมศึกษา 4. ปริญญาตรี
5. สูงกว่าปริญญาตรี
11. ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา
1. ต่ำกว่าประถมศึกษา 2. ประถมศึกษา
3. มัธยมศึกษา 4. ปริญญาตรี
5. สูงกว่าปริญญาตรี
12. อาชีพของบิด
1. รับราชการ 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. ธุรกิจส่วนตัว 4. รับจ้าง
5. เกษตรกรรม 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....
13. อาชีพของมารดา
1. รับราชการ 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. ธุรกิจส่วนตัว 4. รับจ้าง
5. เกษตรกรรม 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....
14. บิดา - มารดา มีรายได้รวมกันเฉลี่ยต่อเดือน
1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 2. 5,001 - 10,000 บาท
3. 10,001 - 15,000 บาท 4. 15,001 - 20,000 บาท
5. สูงกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียนสาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่นักศึกษามีความคิดเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว ซึ่งแต่ละข้อจะมีระดับ 5 ระดับ คือ

- | | | |
|--------------|-------------|--|
| 5 มากที่สุด | หมายความว่า | เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด |
| 4 มาก | หมายความว่า | เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาก |
| 3 ปานกลาง | หมายความว่า | เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจปานกลาง |
| 2 น้อย | หมายความว่า | เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อย |
| 1 น้อยที่สุด | หมายความว่า | เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด |

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียน สาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านเจตคติต่อการเรียน					
1.1 ไม่มีความสนใจในสาขาการตลาด					
1.2 เรียนสาขาการตลาดหางานทำยาก					
1.3 เรียนสาขาการตลาดไม่สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน					
1.4 สาขาการตลาดไม่มีความมั่นคงในการทำงาน					
1.5 มีความกดดันในสาขาวิชาที่กำลังศึกษาเรียน					
1.6 บุคลิกภาพไม่เหมาะสมกับการเรียนสาขาการตลาด					
1.7 สาขาการตลาดไม่ตรงกับอาชีพที่ต้องการ					
1.8 ต้องการประกอบอาชีพอิสระที่มีรายได้สูง					
2. ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า					
2.1 เรียนสาขาการตลาดจบไปแล้วไม่สามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย					

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเรียน สาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.2 ต้องการเรียนจบแล้วประกอบอาชีพเหมือน บิดา-มารดา					
2.3 สาขาวิชาที่เลือกเรียนเมื่อจบแล้วหางานทำง่ายเพราะเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน					
2.4 สาขาวิชาที่เลือกเรียนสามารถสร้างงานได้ตนเอง					
2.5 สาขาวิชาที่เลือกเรียน เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถประกอบอาชีพอย่างมีเกียรติ					
3. ด้านครอบครัวและคนรอบข้าง					
3.1 ผู้ปกครองไม่สนับสนุนให้เรียนสาขาการตลาด					
3.2 รุ่นพี่ไม่ให้คำปรึกษาในการเรียนในสาขาการตลาด					
3.3 เห็นตัวอย่างรุ่นพี่ที่จบสาขาการตลาดไม่ประสบความสำเร็จด้านอาชีพและการงาน					
3.4 ครู-อาจารย์ ในสถานศึกษาเดิมไม่แนะนำให้เรียนในสาขาการตลาด					
3.5 ไม่มีเพื่อนเรียนสาขาการตลาด					
3.6 ญาติไม่แนะนำให้เรียนเพราะได้ค่าแรงต่ำ					
3.7 ไม่มีผู้อุปการะสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเรียน					
4. ด้านหลักสูตร					
4.1 หลักสูตรของสาขาวิชาไม่สอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน					
4.2 หลักสูตรไม่สนับสนุนการจัดการศึกษาให้					

