

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO STUDY AT
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION, PANYAPIWAT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

ยุพา นิลลิต

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ยุพา นิลลิต

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Factors Affecting the Decision to Study at Faculty of

Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวยุพา นิลลิต

วิชาเอก

การจัดการทั่วไป


อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์สุภาพร คูพิมาย, วท.ม.


ปีการศึกษา

2555


คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิสิษฐ์ จันทร์วราสุทธิ์, Ph.D.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรรัตน์ อินทร์หม้อ, D.tech.Sc.)


..... กรรมการ
(อาจารย์สุภาพร คูพิมาย, วท.ม.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ชนงกรณ์ กุณเขตบุตร, D.B.A.)

วันที่ 19 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2556

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวยุพา นิลลิต
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์สุภาพร คุพิมา, วท.ม.
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาที่ เข้าศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ประจำปีการศึกษา 2555 จำนวน 318 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Samplest-test, One-way ANOVA และการวิเคราะห์ ความแตกต่างรายคู่ด้วย LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าด้าน อายุ มีความแตกต่างกันต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ สำหรับด้านเพศ วุฒิการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพของผู้ปกครอง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว มีความไม่แตกต่างกันต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกศึกษา คณะบริหารธุรกิจ

Independent Study Title	Factors Affecting the Decision to Study at Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management
Name-Surname	Miss Yupha Ninlit
Major Subject	General Management
Independent Study Advisor	Mrs. Supaporn Kupimai, M.S.
Academic Year	2012

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the factors affecting the decision to study at Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management. The samples consisted of 318 participants who were the students entering the Faculty of Business Administration at Panyapiwat Institute of Management in the academic year of 2012. The questionnaire was used as an instrument for data collection. Statistics used included percentage, mean, standard deviation, the Independent Samples t-test, One-way ANOVA, and Least Significant Difference (LSD). Data processing and analysis was done by using SPSS software, and the study has set a significance level at 0.05.

The Findings found that marketing promotion factors affection the decision to study at the faculty of Business Administration, Panyapiwat in high level. The resets of hypothesis testing showed that ages differently affected the decision to study at Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management. On the other hand, gender, level of education, native habitat, parents' occupation, and the average monthly household income did not differently affect the decision to study at Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management at all.

Keywords: factors affecting, decision, business administration

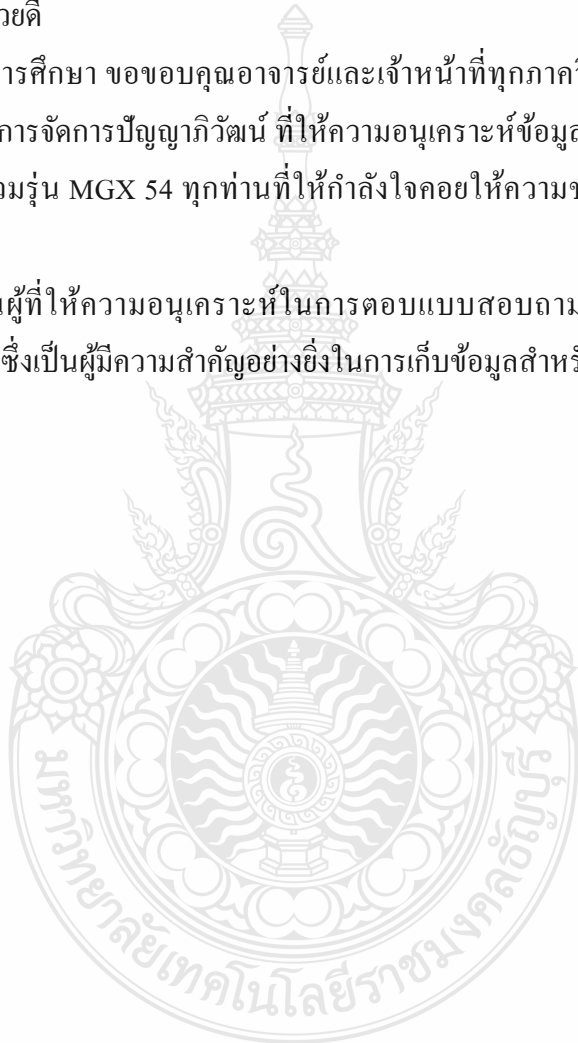
กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ว่าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้ศึกษาขอขอบคุณ อาจารย์สุภาพร คุปพิมาย อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะอย่างดียิ่ง ในการปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของผู้ศึกษา จนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ทั้งนี้ ผู้ทำการศึกษา ขอขอบคุณอาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุกภาควิชา ของคณะบริหารธุรกิจ และห้องสมุด สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและขอขอบคุณ สมาชิกชมรมรุ่น MGX 54 ทุกท่านที่ให้กำลังใจคอยให้ความช่วยเหลือและเป็นທີ່ปรึกษาตลอดเวลาที่ศึกษาอยู่

ขอขอบคุณผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และผู้ที่ช่วยรวบรวมเก็บแบบสอบถามทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ยุพา นิลลิต

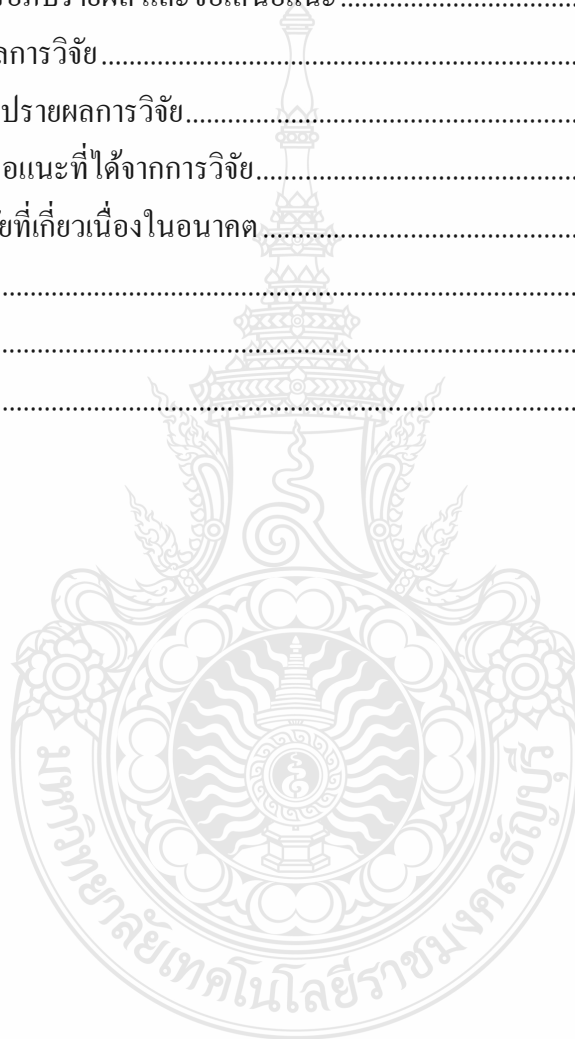


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	6
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา.....	14
2.3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด.....	17
2.4 คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.....	20
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	27
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์.....	32
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	49
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	49
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	52
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	54
5.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก.....	58
ประวัติผู้เขียน.....	62



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านเพศ..... 33
	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านอายุ..... 33
	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านวุฒิการศึกษา..... 33
	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านภูมิถิ่น..... 33
	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านอาชีพของผู้ปกครอง 33
	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว..... 33
4.2	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยภาพรวม..... 35
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านการเรียนการสอน 36
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านค่าใช้จ่าย..... 37
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านสถานที่ตั้ง..... 38
4.6	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านส่งเสริมการตลาด 39
4.7	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านบุคลากร 40
4.8	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ..... 41
4.9	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน..... 42
4.10	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ปัจจัยที่มีต่อผลการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านเพศ 43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ปัจจัยที่มีต่อผลการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านอายุ.....	44
4.12 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ปัจจัยที่มีต่อผลการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านวุฒิการศึกษา.....	44
4.13 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ปัจจัยที่มีต่อผลการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านภูมิถำเนา.....	45
4.14 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ปัจจัยที่มีต่อผลการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านอาชีพของผู้ปกครอง.....	46
4.15 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ปัจจัยที่มีต่อผลการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว.....	46
4.16 แสดงผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
4.17 แสดงผลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ทุกประเทศต่างก็เร่งรัดพัฒนาความเจริญรุ่งเรืองแก่ประเทศของตน การพัฒนาจะเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการพัฒนา คือ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ และสิ่งสำคัญที่มีบทบาททำให้มนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการพัฒนา คือ “การศึกษา” ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาประเทศไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมการเมือง และในด้านต่างๆ หากขาดการพัฒนาการศึกษาแล้ว จะทำให้การพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ประสบผลสำเร็จ หรือดำเนินการพัฒนาไปในทางที่ผิด เพราะกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนา คือ การศึกษา

สถาบันอุดมศึกษาเป็นหน่วยงานเพื่อบริการสังคม ซึ่งถือว่าเป็นบทบาทสำคัญในการเตรียมเยาวชนของชาติให้เป็นคนดีมีความสามารถในการทำงานเพื่อการดำรงชีวิตต่อไปของเยาวชน สถาบันอุดมศึกษาจึงเป็นหน่วยงานที่สำคัญในการจัดการการศึกษา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาบุคลากรของชาติให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพทั้งในด้านคุณธรรมและจริยธรรม และเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวสู่โลกอนาคตที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน สถาบันอุดมศึกษาจึงเปรียบเสมือนโรงงานผลิตที่คอยผลิตบุคลากรที่เต็มไปด้วยคุณภาพและความสามารถเพื่อให้บุคลากรเหล่านี้ต่อสู้กับโลกโลกาภิวัตน์ได้ในปัจจุบัน นอกจากนี้จึงต้องไม่ละทิ้งจิตใต้สำนึกและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันอุดมศึกษาจึงมีบทบาทในการพัฒนาสังคมอย่างมาก

การศึกษาดังกล่าวข้างต้น ทำให้เกิดการจัดตั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลกระจายอยู่ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาให้ไปอย่างทั่วถึง แต่จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และการตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาที่มีมากขึ้นของประชากรในประเทศ ทำให้สถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลไม่สามารถที่จะครอบคลุมได้อย่างทั่วถึง (ดังตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 จำนวนสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล

ภาค	มหาวิทยาลัย	วิทยาลัย	สถาบัน
ภาคกลาง	31	2	4
ภาคเหนือ	12	4	-
ภาคอีสาน	18	4	-
ภาคตะวันออก	4	2	-
ภาคใต้	10	7	-
รวม	75	19	4

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2552)

สถาบันอุดมศึกษาเอกชนนับว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันการศึกษาในประเทศไทยที่มีความสำคัญในการมีส่วนร่วมในการกระจายตัวของประชากรมีอยู่อย่างกระจายอยู่ทุกภาคส่วนของประเทศ อีกทั้งทรัพยากรของประเทศที่มีอยู่อย่างจำกัดและจำเป็นต้องนำไปพัฒนาในด้านอื่นๆ พร้อมกันจึงทำให้รัฐไม่สามารถจัดการศึกษาให้แก่นักศึกษาได้ครอบคลุมทั้งหมด

การปฏิรูปการอุดมศึกษาส่งผลให้ปริมาณความต้องการการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นทุกปีในอัตรามากกว่าร้อยละ 7 ต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีมากขึ้น ตลอดจนประชากรที่อยู่ในวัยทำงานบางส่วนต้องการการศึกษเพิ่มเติมในระดับอุดมศึกษามากขึ้น ทำให้ต้องขยายปริมาณอุดมศึกษาและหาแนวทางพัฒนารูปแบบการจัดการบริการด้านการจัดการศึกษาที่หลากหลายรูปแบบมากขึ้น (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2546:10)

ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีเป็นจำนวนมากการแข่งขันทางการตลาดย่อมเกิดขึ้นผู้บริหารสถาบันจึงมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไปในการดำเนินงานการบริหารพัฒนาคุณภาพของสถาบันและในการพัฒนาคุณภาพนี้ กระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดมาตรฐานในการพัฒนาคุณภาพของมหาวิทยาลัยด้วย 7 ประการ คือ ประชญา เป้าหมายของสถาบัน หลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน บุคลากร ทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน การจัดการบริหารนักศึกษาและสัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน นอกจากนี้ปัจจัยทั้ง 7 ประการที่เป็นขั้นตอนในการสร้างคุณภาพและมาตรฐานแล้ว สถาบันแต่ละแห่งยังมีเทคนิควิธีการในการสร้างจุดเด่นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะส่งผลให้ทางสถาบันมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักศึกษาและบุคคลทั่วไป และทำให้อัตราการเพิ่มของนักศึกษามากขึ้นและรายได้ที่มากขึ้นนำไปสู่การอยู่รอดของธุรกิจการศึกษา

สถาบันการศึกษาของเอกชนเป็นการลงทุนทางธุรกิจอย่างหนึ่ง ซึ่งได้ต้องการกระบวนการลงทุนที่เหมาะสมให้ธุรกิจของสถานศึกษามั่นคงทำกำไร และรายได้มากเพียงพอที่จะนำประโยชน์ไปใช้เพื่อพัฒนามาตรฐานคุณภาพการศึกษา นอกจากนี้การลงทุนทางการศึกษาของเอกชนไม่สามารถยอมให้ขาดทุนได้เหมือนรัฐบาลเพราะการลงทุนของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้นมุ่งหวังผลกำไร เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจากจำนวนสถาบันอุดมศึกษาจำนวน 69 แห่ง ทั่วประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา) ที่ร่วมปฏิรูปการอุดมศึกษาและทำหน้าที่ผลิตบัณฑิต วิจัย บริการวิชาการแก่สังคม ปรับปรุงและถ่ายทอดเทคโนโลยี และส่งเสริมให้บัณฑิตทุกคนมีศักยภาพในการทำงานได้จริงหลังจากจบการศึกษา โดยจัดการศึกษาทั้งในระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท) เปิดสอนในหลากหลายหลักสูตร เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับนักศึกษาที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และเน้นการให้ความรู้ผ่านการสอนจากอาจารย์ที่มีคุณภาพและการทำกิจกรรมโดยให้นักศึกษาเป็นผู้ปฏิบัติและฝึกฝน ให้นักศึกษาได้ไปทัศนศึกษาดูงานจากสถานประกอบการจริง ได้มีโอกาสเรียนรู้งานจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีชื่อเสียงในระดับชาติ และมีการฝึกงานตลอดหลักสูตร เพื่อให้นักศึกษาเป็นผู้มีคุณสมบัติ ดังคำขวัญของสถาบันว่า “สร้างมืออาชีพด้วยมืออาชีพ” แต่เนื่องด้วยสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์เป็นสถาบันการศึกษาใหม่ และมีนักศึกษาทั้งจากการสนับสนุนของบริษัทในกลุ่ม และนักศึกษาที่มีความสนใจเข้าศึกษาด้วยตนเอง จึงน่าจะมีปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีที่สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์อันจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาให้กับสถาบันฯ ต่อไป

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เพื่อเป็นการพัฒนาปัจจัยต่างๆ ที่ได้รับการยอมรับให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่เข้าศึกษา ณ สถาบันฯ

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัย

ผู้ศึกษาจะทำการศึกษากลุ่มประชากรที่เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ประจำปีการศึกษา 2555 จำนวน 1,535 คน เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาได้ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจบริการ ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านสถานที่ตั้ง (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promoting)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)
7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

โดยจำแนกเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อดังนี้

1. การเรียนการสอน
2. ค่าใช้จ่าย
3. สถานที่ตั้ง
4. ส่งเสริมการตลาด
5. บุคลากร
6. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
7. กระบวนการให้บริการ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาใช้เวลาในการศึกษา ประมาณ 3 เดือน คือ เดือนพฤศจิกายน 2555 ถึงเดือนมกราคม 2556

4. ขอบเขตด้านตัวแปร

4.1 ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) วุฒิการศึกษา
- 4) ภูมิลำเนา
- 5) อาชีพของผู้ปกครอง
- 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

4.2 ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการตามแนวคิดของ ฟิลลิปคอตเลอร์ (Philip Kotler) โดยจำแนกเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ดังนี้

1. ด้านการเรียนการสอน
2. ด้านค่าใช้จ่าย
3. ด้านสถานที่ตั้ง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
7. ด้านกระบวนการให้บริการ

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

สถาบันอุดมศึกษาเอกชน หมายถึง สถาบันเปิดสอนในระดับอุดมศึกษาที่ได้ก่อตั้งและดำเนินการโดยหน่วยงานหรือองค์กรเอกชน

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ หมายถึง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับการสนับสนุนทุนในการจัดตั้งจากบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) หรือบริษัท ซีพี เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) ในขณะนั้น ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ โดยคำแนะนำของคณะกรรมการการอุดมศึกษา เพื่อให้เปิดดำเนินการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2550 และได้รับการรับรองวิทยฐานะ เพื่อทำการสอนเพื่อให้ปริญญาในชั้นปริญญาตรีและปริญญาโท ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2550

การตัดสินใจ หมายถึง การที่นักศึกษาได้ผ่านกระบวนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีกับสถาบันเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

ด้านการศึกษา หมายถึง ศึกษาปัจจัยในด้านต่างๆ โดยให้ความหมายของคำศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง หลักสูตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเรียนการสอน
3. ด้านสถานที่ (Place) หมายถึง สถานที่ตั้งของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ใช้

ในการติดต่อสื่อสารข้อมูลในการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยแก่ผู้ปกครองและชุมชนเป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีการแจกเอกสารหรือการพูดคุยของผู้บริหารหรืออาจารย์เพื่อการสื่อสารถึงผู้ปกครองรวมถึงการโฆษณา โดยทำป้ายโฆษณาหรือการแนะนำโดยญาติพี่น้องหรือเพื่อนฝูง หรือมหาวิทยาลัย มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน

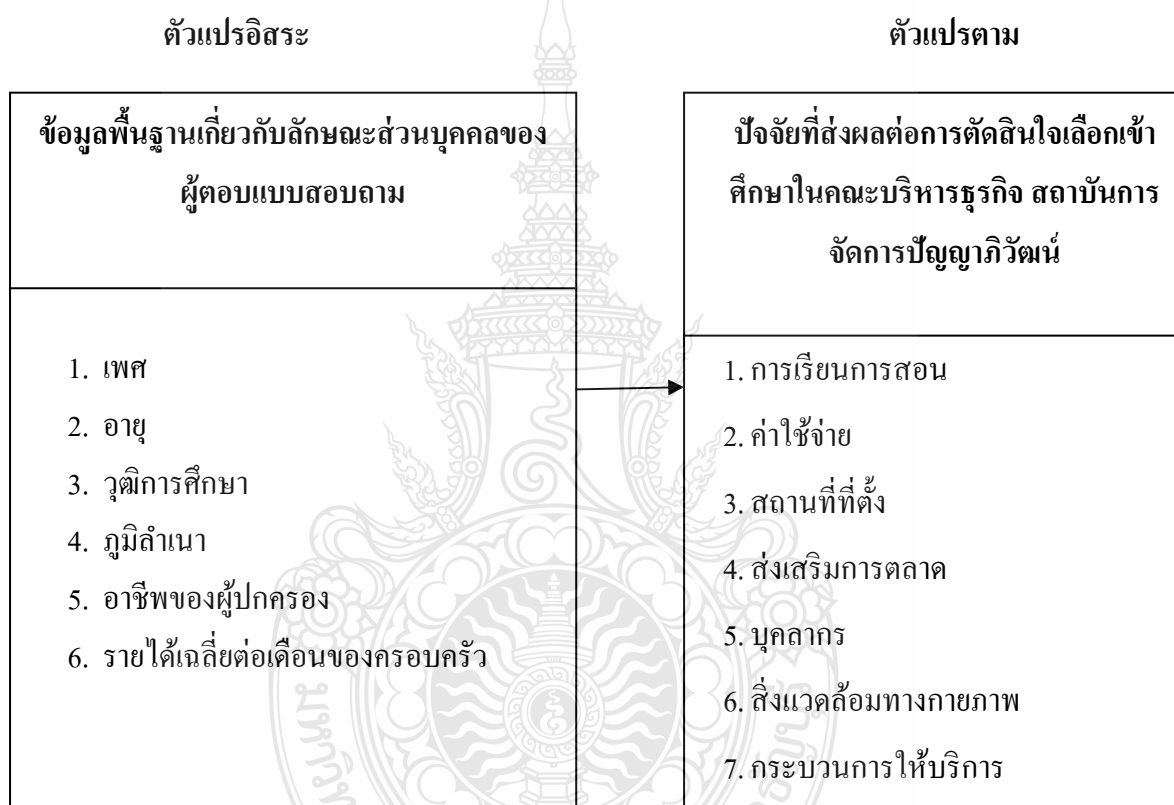
5. ด้านบุคลากร (People) หมายถึง สถาบันอุดมศึกษามีบุคลากร หรือพนักงานที่คอยให้คำแนะนำและบริการที่ดี เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็ว และเกิดความประทับใจ

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สถาบันอุดมศึกษามีสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการและลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน เช่น การตกแต่งสถานที่ที่มีต้นไม้ร่มรื่น มีห้องประชาสัมพันธ์ มีลานจอดรถ มีห้องน้ำ ป้ายประชาสัมพันธ์ความสุภาพในการแต่งตัวของพนักงาน เป็นต้น

7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) สถาบันอุดมศึกษามีการประสานงานในทุกขั้นตอนมีการประสานงานอย่างรวดเร็ว มีความกระตือรือร้น และมีความเชื่อมโยง ทุกฝ่ายจะต้องมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการแก้ปัญหา

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับบริหารธุรกิจ ที่สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ผู้ศึกษาได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลสถานภาพทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้สนใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพของสถาบัน
3. ผลการศึกษาช่วยให้สถาบันการศึกษาทั้งของภาครัฐและเอกชนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน การวางแผนการตลาด



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เพื่อให้การศึกษารุ่นนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และเป็นพื้นฐานสำหรับการดำเนินการศึกษา ผู้ศึกษาได้ศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษา
3. ส่วนประสมทางการตลาด
4. คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล จะต้องผ่านกระบวนการต่างๆ อยู่มากมาย โดยการตัดสินใจเลือกกระทำ หรือละเว้น ไม่กระทำกิจกรรมต่างๆ ของตน ขึ้นอยู่กับพื้นฐานเหตุผลของความแตกต่างระหว่างบุคคล ต่างกันออกไปตามปัจจัยส่วนตัวและปัจจัยแวดล้อม การตัดสินใจเพื่อตนเอง หรือการตัดสินใจเพื่อส่วนรวมซึ่งขึ้นอยู่กับความเชื่อค่านิยม ทศนคติ และแรงจูงใจต่างๆ (วิทยา วิสูตร เรื่องเลข,2545 :27)

1.1 ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจมีความหมาย แต่ส่วนใหญ่มักให้นิยามว่าเป็นการเลือกที่จะกระทำหรือปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากทางเลือกหลายทางเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางไว้โดยได้มีนักวิชาการได้ให้คำจำกัดความหรือค่านิยามไว้ ดังนี้

Hynes & Massie (อ้างถึงใน ดลฤดี สุวรรณศิริ,2539 : 5) การตัดสินใจ คือการกระทำตามที่ตั้งใจเลือก เพื่อให้บรรลุผลที่ตั้งไว้

Harrison (อ้างถึงใน ปัญญา บุญเลิศล้ำ, 2547: 18) การตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือก หรือตัวเลือก ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย และการคาดคะเนผลที่เกิดทางเลือกปฏิบัติ ที่จะส่งผลถึงการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

Friedman's Consumption Function (1994 : 9) การตัดสินใจคือความสามารถในการทำงานหรือการบริหารงาน นอกจากบุคคลจะต้องมีความรู้ความสามารถในงานที่ปฏิบัติแล้วสิ่งสำคัญประการหนึ่งของผู้ปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหัวหน้างานหรือผู้บริหารก็คือ การตัดสินใจ (Decision making) การตัดสินใจเปรียบเสมือนหัวใจของการปฏิบัติงานและบริหารงาน ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจจะมีอยู่ในแทบทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของการทำงานแม้แต่บุคคลทั่วไปก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงเรื่องการตัดสินใจได้ นับตั้งแต่บุคคลตื่นขึ้นมาก็จะมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นการเลือกชุดที่จะใส่ เวลาที่จะออกจากบ้านเส้นทางที่จะใช้เดินทาง เป็นต้น แต่ดูเหมือนว่าการตัดสินใจในเรื่องทั่ว ๆ ไปเหล่านี้เป็นเรื่องที่ไม่ต้องพิจารณาอะไรมากมายนัก แม้ตัดสินใจแล้วผิดพลาดก็สามารถแก้ไขได้ไม่ยาก แต่ถ้าเรื่องที่ตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องใหญ่ ซึ่งหมายถึง เรื่องที่หากตัดสินใจแล้วผิดพลาดจะเกิดความเสียหายมากหรือแก้ไขได้ยาก การตัดสินใจในเรื่องใหญ่ ๆ เหล่านี้ควรต้องพิจารณาให้รอบคอบก่อนที่จะตัดสินใจลงไป ทั้งนี้การตัดสินใจในบางเรื่องของบุคคลอาจหมายถึงชีวิตหรืออนาคตของบุคคลนั้นทำนองเดียวกันกับการตัดสินใจในบางเรื่องของผู้บริหารอาจหมายถึงความอยู่รอดหรือไม่ของกลุ่ม ของหน่วยงาน หรือขององค์กร เป็นต้น

1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจของเกอแลต (Gellat's Decision Making Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่แสดงถึง วงจรกระบวนการตัดสินใจ โดยเริ่มจากจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์โดยจะรับและรวบรวมข้อมูล ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของการตัดสินใจ พิจารณาข้อมูลที่ได้รับและพยายามนำมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับความสำเร็จของประสบการณ์ในอดีต และระดับความพึงพอใจของบุคคลนั้น ซึ่งผลลัพธ์จะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ข้อมูลที่รวบรวมมาได้ และน้ำหนักในการคาดคะเนอย่างเหมาะสม

การประเมินผลการเลือกตัดสินใจ ซึ่งจะเป็นผลมาจากการตัดสินใจ โดยวางแผนสำรวจเพื่อให้ได้ข้อมูลใหม่ เพื่อการตัดสินใจครั้งต่อไป

สำหรับวงจรกระบวนการตัดสินใจประกอบด้วยขั้นตอน ที่สำคัญดังนี้ คือ

1. จุดมุ่งหมาย บุคคลต้องการตัดสินใจเมื่อมีทางเลือกนั้นๆ
2. ข้อเสนอเทศ บุคคลจะต้องค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกนั้นๆ
3. ความเป็นไปได้ โดยจะต้องค้นหาความเป็นไปได้ทั้งหมดของกิจกรรม
4. ความเป็นไปได้ของผลที่จะได้รับโดยจะต้องตรวจสอบลำดับความเป็นไปได้

ในแต่ละทางเลือก

5. ความน่าจะเป็นของผลที่ได้รับ โดยการทำนายความน่าจะเป็นจริงของแต่ละลำดับ

6. ค่านิยมโดยการประเมินความต้องการของบุคคลในแต่ละลำดับ

7. การประเมินผล โดยประเมินความเหมาะสมและเลือกตัดสินใจ

8. การตัดสินใจ มีการตัดสินใจซึ่งอาจเป็น

8.1 การตัดสินใจสิ้นสุดลง

8.2 การค้นหาข้อสนเทศใหม่

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทฤษฎีการตัดสินใจของ Gelattสรุปได้ว่า การตัดสินใจจะเป็นกระบวนการที่เป็นระบบประกอบด้วย จุดมุ่งหมาย ระบบข้อมูลที่ดี พิจารณาความเป็นไปได้ของทางเลือกค่านิยม และการประเมินผล แล้วจึงตัดสินใจเพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดที่เหมาะสมแต่ละบุคคล

1.3 กระบวนการตัดสินใจ

การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีกระบวนการและพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถสรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นองค์ประกอบ 3 ส่วนใหญ่ คือ ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลลัพธ์ (Output) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า (Input) มีองค์ประกอบที่เกิดจากปัจจัยภายนอก (External influence) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ปัจจัยภายนอกดังกล่าวมีอิทธิพลต่อค่านิยม (Values) ทักษะคติ (Attitudes) และพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากคือปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing inputs) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่พยายามเข้าถึงการแจ้งข้อมูลข่าวสารและจูงใจให้ผู้บริโภคให้ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ เรียกว่า กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การให้ข่าวประชาสัมพันธ์สินค้า และการขายตรงให้แก่ผู้บริโภค ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม (Sociocultural inputs) ปัจจัยนำเข้าในด้านนี้เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมด้านสังคมวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว ชนชั้นทางสังคม ตลอดจนแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นทางการ และแหล่งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ทางธุรกิจ ทั้งนี้ ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรมไม่จำเป็นต้องสนับสนุนการซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์นั้น แต่อาจจะทำให้ผู้บริโภคต่อต้านการใช้ผลิตภัณฑ์ก็ได้

2. กระบวนการ (Process) กระบวนการตัดสินใจซึ่งปัจจัยภายในประกอบไปด้วย แรงจูงใจ การรับรู้การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทักษะคติ ของผู้บริโภค แยกเป็น องค์ประกอบ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นความต้องการรับรู้ (Need recognition) เนื่องจากผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการที่เกิดขึ้น แต่ยังไม่ได้รับการตอบสนองทำให้เกิดความเครียด ความกดดันต้องการที่จะผ่อนคลายความ

ต้องการที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจเป็นความต้องการพื้นฐานที่เกิดจากสภาพ ร่างกาย หรือความต้องการที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอก เช่น จากการโฆษณา เป็นต้น ขั้นการค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ (Repurchases Search) ถ้าความต้องการที่เกิดขึ้นรุนแรง และมีสิ่งซึ่งสามารถสนองความต้องการได้ ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามความต้องการ ความต้องการนี้ก็จะถูกเก็บสะสมไว้ในความทรงจำ และอาจมีการค้นหาข้อมูลต่อไปอย่างจริงจัง หรือหยุดการค้นหาข้อมูล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของผู้บริโภคแหล่งข้อมูลอาจมาจากหลายแหล่ง เช่น ครอบครัว เพื่อน ผู้คุ้นเคย หรืออาจได้มาจากการโฆษณาพนักงานขาย การแสดงสินค้า และการเผยแพร่โดยสื่อมวลชน ตลอดจนการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเองอิทธิพลของข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับแตกต่างกันไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์ และคุณลักษณะส่วนตัวของผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากแหล่งการค้ามากที่สุด แต่แหล่งส่วนตัวจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด แหล่งการค้ามักจะให้ข้อมูลในรูปของการแจ้งข่าวสาร ส่วนข้อมูลจากแหล่งส่วนตัวจะใช้สำหรับประเมินผลิตภัณฑ์ เช่น แม่บ้านเรียนรู้จากข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันพืชจากโฆษณา แต่จะพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัว เพื่อประเมินค่าจากข่าวสารที่ได้รับการประเมินทางเลือก (Evaluation of alternative) ข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว นักเรียนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจะนำมาประเมินทางเลือกตามข้อมูลที่มีอยู่ การประเมินค่าจะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของผู้เรียน แต่อย่างไรก็ตามการศึกษา พบว่ามาตรฐาน 4 ประการที่ผู้เรียนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ ได้แก่ ค่าใช้จ่าย การปฏิบัติงาน ความเหมาะสม และความสะดวก ขั้นการประเมินทางเลือก (Evaluation alternative) ข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว ผู้บริโภคจะนำมาใช้ในการประเมินทางเลือกตามข้อมูลที่มีอยู่ การประเมินค่าจะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของผู้บริโภค การรับรู้ถึงความต้องการ ตลอดจนอิทธิพลที่ได้รับจากกลุ่มอ้างอิงต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาพบว่า มาตรฐานพื้นฐาน 4 ประการ ที่ผู้บริโภคใช้ประเมินค่า ได้แก่ ค่าใช้จ่าย (Cost) การปฏิบัติงาน (Performance) ความเหมาะสม (Suitability) และความสะดวก (Convenience) ซึ่งมาตรการเหล่านี้สามารถนำมาปรับใช้ให้เข้ากับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์/สินค้าได้

3. ผลลัพธ์ (Output)ผลที่ได้จากการตัดสินใจจากปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ วุฒิชัย จานงค์ (อ้างถึงใน คลฤดี สุวรรณศิริ, 2539 :8 - 10) แบ่งกระบวนการตัดสินใจออกเป็น 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) การแยกแยะ (Problem Identification) ขั้นตอนแรกของการตัดสินใจนั้น เป็นเรื่องของการสร้างความแน่ใจ มั่นใจโดยการค้นหา ทำความเข้าใจกับสิ่งที่ต้องการอย่างแท้จริง ที่ว่าเป็นเรื่องของการแยกแยะสิ่งที่ต้องการออกมาแน่ชัดนั้น ก็เพราะกระบวนการตัดสินใจจะเริ่มต้นตาม

ขั้นตอนแรกเมื่อผู้กระทำการตัดสินใจมีความรู้ว่าได้เกิดปัญหาขึ้นมา ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว สิ่งที่ต้องการนี้จะเรียกร่องความสนใจหรือความตั้งใจในอันที่จะแก้ปัญหาเหล่านั้น

2) การหาข่าวสารที่เกี่ยวกับตัวปัญหานั้น (Information Search) ในขั้นที่ 2 เป็นการเสาะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของปัญหามากที่สุดที่จะทำได้ ทั้งนี้การเสาะหาข้อมูลข่าวสารควรเป็นไปตามแนวความคิดที่ว่า ข่าวสารนั้นจำเป็น ต้องมีความเกี่ยวข้อง ตลอดจนมีความเพียงพอต่อการตัดสินใจมากน้อยเพียงใด

3) การประเมินค่า (Evaluation of Information) การประเมินค่าจำเป็นต่อการวิเคราะห์หาความต้องการว่าถูกต้อง เหมาะสม เพียงพอหรือไม่ หลักจากการประเมินค่าแล้ว ไม่เพียงพอหรือไม่เกี่ยวข้องเท่าที่ควร จำเป็นต้องตัดข้อมูลบางอย่างออกไป ถ้าเห็นว่าไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ

4) การกำหนดทางเลือก (Listing of Alternatives) ในขั้นนี้เองที่โดยทั่วไปมักจะเห็นเป็นขั้นสำคัญมากของกระบวนการตัดสินใจ คือการกำหนดทางเลือกมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่ได้กล่าวแล้วในกระบวนการตัดสินใจตามขั้นตอนการกำหนดทางเลือกหรือเลือกทางใดนั้น เป็นการที่พยายามครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้หลายๆ เรื่อง ถ้ามีข่าวสารสมบูรณ์และสำหรับปัญหาแต่ละเรื่อง อาจจะสามารถกำหนดทางเลือกได้เหมาะสมและครอบคลุมอย่างแท้จริงว่าในบรรดาทางเลือกที่กำหนดออกมานั้นยังไม่สมบูรณ์ เพราะเหตุว่าข่าวสารที่ได้มานั้น ไม่สมบูรณ์นั้นมีความสำคัญหรือจำเป็นมากน้อยเพียงใด

5) การเลือกทางเลือก (Selection of Alternative) เมื่อได้กำหนดทางเลือกต่างๆ ออกมาแล้วพร้อมทั้งกำหนดความสำคัญ และความเหมาะสมในการแก้ปัญหาแล้ว ขั้นต่อไปคือการเลือกทางเลือกที่จะปฏิบัติการต่อไป ขั้นตอนนี้เองที่ยอมรับกันทั่วไป ว่าเป็นการตัดสินใจโดยแท้จริง

6) การปฏิบัติตามการตัดสินใจ (Implement of Decision) เมื่อทางเลือกได้ถูกเลือกขึ้นมาแล้ว ก็เป็นการปฏิบัติการผลของการตัดสินใจทางเลือกนั้น เราจะทราบการตัดสินใจนั้น ถูกต้องเหมาะสมเพียงใด หรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจนั้น หมายถึงว่าสามารถที่จะแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการในขั้นตอนแรกได้หรือไม่ การศึกษาเป็นการบริโภคที่กล่าวมาข้างต้นว่า การศึกษาเป็นการลงทุน เพราะมีผลตอบแทน การลงทุนย่อมมีส่วนหนึ่งที่เป็นการบริโภค การลงทุน และการบริโภคจึงแยกออกจากกันยาก แต่ที่เป็นข้อแตกต่าง คือ การบริโภคไม่มีผลตอบแทน บริโภคแล้วสิ้นเปลืองไปหมดไป การบริโภค ได้แก่ การใช้สิ่งของ และบริการ เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ เป็นการสิ้นเปลืองหมดไปการศึกษาเป็นการบริโภคตามความหมายนี้ คือ การศึกษาเป็นบริการที่สนองความต้องการของผู้ใฝ่เรียน ผู้ต้องการที่จะรู้ที่จะฉลาด นับเป็นผู้บริโภค

เพราะการศึกษาล้าสมัยอาจมองถ้าหากผู้ศึกษาไม่ได้นำความรู้ไปใช้ต่อ ก็จะเป็นการบริโภคที่สิ้นเปลืองหมดไป ไม่ได้นำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาไปประกอบอาชีพการศึกษาถือเป็นการบริโภค

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา

การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นการเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาได้นำความรู้ที่เกิดจากกระบวนการเรียนในสถาบันการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิตตามแบบอย่างที่สังคมต้องการ ด้วยเหตุนี้หลักการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่สำคัญจึงต้องมีอิสระในการบริหารงานด้วยตนเองและมีเสรีภาพทางวิชาการ ได้แก่ การแสวงหาองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติมหรือการเสริมความรู้เดิมให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยการวิจัยและพัฒนา กิจกรรมการเรียนการสอนจึงเป็นกิจกรรมที่ต้องได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ มีขอบข่ายกว้างขวางและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การศึกษาระดับนี้จึงมีรูปแบบที่แตกต่างไปจากการจัดการเรียนการสอนในระดับมัธยมศึกษา ซึ่งผู้เรียนต้องพึ่งผู้สอนในการจัดระบบการเรียนค่อนข้างมาก ส่วนการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นการเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาออกไปเผชิญกับความท้าทายในด้านวิชาการที่ก้าวไปอย่างไม่หยุดยั้งและการเข้าสู่ตลาดแรงงาน ดังนั้นการจัดหลักสูตรและการสอนในระดับอุดมศึกษาจึงต้องคำนึงถึงการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีอิสระ มีเสรีภาพ มีความเป็นตัวของตัวเองมีทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง การใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ และการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติสุข ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาแต่ละคนให้มีคุณภาพถึงขีดสูงสุดนั้น จำเป็นอย่างยิ่ง ที่ผู้จัดการศึกษาจะต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาอย่างถ่องแท้ เพื่อให้การจัดการศึกษาเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำ ตามที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด โดยในที่นี้ขอนำเสนอปรัชญาและแนวคิดของการอุดมศึกษาและแนวคิดเกี่ยวกับการสอนในระดับอุดมศึกษา ดังนี้

1. ปรัชญาและแนวคิดของการอุดมศึกษา

ปรัชญาและแนวคิดของการอุดมศึกษาในระยะแรกๆ จะเน้นที่ความรู้และการฝึกฝนจิตใจ รวมทั้งความประพฤติสำหรับผู้ที่กำลังจะเริ่มเป็นผู้ใหญ่ให้เป็นคนที่มีคุณค่า ต่อมาก็จะเน้นการศึกษาวิชาชีพเฉพาะอย่าง หรือการศึกษาวิชาชีพระดับสูง (Professional Education) และการรวบรวมแสวงหาคิดค้นความรู้ใหม่ๆ และเน้นการศึกษาทางปรัชญาที่เป็นพื้นฐานในการสร้างคน ต่อมาหลังปี ค.ศ. 1960 การอุดมศึกษาจึงเปลี่ยนจุดมุ่งหมายจากการอบรมและสั่งสอน เป็นการใช้โอกาสและจัดสภาพแวดล้อมให้ผู้เรียนได้พัฒนาไปตามแนวทางของคน การส่งเสริมสมรรถภาพของมนุษย์อย่าง

กว้างขวาง ไม่ผูกขาดเฉพาะวิชาชีพชั้นสูงเท่านั้น แต่เป็นการสนับสนุนส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิชาการอย่างไม่จำกัด เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ตลอดจนการจัดการศึกษาที่สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชีวิต สังคมและสิ่งแวดล้อม นั่นคือการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการชุมชน ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเข้าใจ และเห็นประจักษ์ในสภาพของชีวิต สังคมและสิ่งแวดล้อม (ไพฑูริย์สินลาร์ตัน, 2542 : 12-19) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปรัชญาแนวคิดของการอุดมศึกษาครอบคลุมเรื่องคน ความรู้และสิ่งแวดล้อม ทั้งทางสังคมและกายภาพนั้นได้ดำเนินมาทุกยุคทุกสมัย แต่อาจแตกต่างกันบ้างตามการตีความและการดำเนินการ ซึ่งสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาจะต้องตระหนักถึงและนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการสร้างหลักสูตร การดำเนินการสอน และการวัดผลประเมินผลให้มีคุณภาพต่อไป

2. แนวคิดการสอนในระดับอุดมศึกษา

แนวคิดการสอนในระดับอุดมศึกษานั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ รวมทั้งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กำหนดแนวการสอนในระดับอุดมศึกษาไว้ พอสรุปได้ดังนี้

2.1 แนวคิดการสอนระดับอุดมศึกษาของซิกเคอร์ริง

พินซ์ศักดิ์ พลสารัมย์ และ วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2543) ได้เสนอหลัก 7 ประการสำหรับการจัดหลักสูตรและการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา คือ

2.1.1 การสนับสนุนให้อาจารย์และนักศึกษามีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (Encourages Student-Faculty Contact) การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์และนักศึกษาทั้งในและนอกชั้นเรียนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการกระตุ้นให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเรียน เพราะการที่อาจารย์ให้ความเป็นกันเอง สนใจและห่วงใยในตัวนักศึกษา ยินดีรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษาและให้เวลานักศึกษาเข้าพบอยู่เสมอ เป็นสิ่งที่เพิ่มพูนแรงกระตุ้นทางปัญญาแก่นักศึกษา ทำให้นักศึกษามีความกล้าในการแสดงความคิดเห็นและอภิปรายในเรื่องต่างๆ

2.1.2 การสนับสนุนที่มีการร่วมมือกันระหว่างนักศึกษา (Encourages Cooperation among Student) การร่วมมือกันระหว่างนักศึกษาทำให้เกิดการเรียนรู้ที่เพิ่มพูนมากกว่าการเรียนโดยลำพัง เพราะการเรียนแบบร่วมมือทำให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเรียนมากขึ้น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ทำให้ได้รับมุมมองหลายแง่มุมในเนื้อหาเดียวกัน

2.1.3 การสนับสนุนการเรียนเชิงรุก (Encourage Active Learning) การเรียนรู้เชิงรุก คือ การส่งเสริมให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้ด้วยความมุ่งมั่น จริงใจและมีความสุขใน

การแสวงหาการจัดการศึกษาที่ดี คือ การส่งเสริมให้นักศึกษามีความอยากรู้อยากเห็น โดยการสร้างแรงจูงใจในการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

2.1.4 ให้ข้อมูลย้อนกลับในทันที (Gives prompt Feedback) การให้ข้อมูลย้อนกลับทำให้นักศึกษาได้รับประโยชน์จากการเรียนเป็นอย่างมาก ตั้งแต่เริ่มแรกนักศึกษาต้องการความช่วยเหลือในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่มีอยู่ในชั้นเรียน นักศึกษาต้องการโอกาสในการแสดงออกอย่างสม่ำเสมอและการได้รับข้อมูลย้อนกลับทุกครั้ง เนื่องจากการได้รับข้อมูลย้อนกลับในทันที ทำให้นักศึกษามีความพึงพอใจ เป็นการสนับสนุนให้กำลังใจ ช่วยให้เกิดความเข้าใจและแก้ไขส่วนที่บกพร่อง

2.1.5 เน้นเรื่องระยะเวลาที่มอบหมาย (Emphasizes Time on Task) เวลาผนวกกับพลังงานทำให้เกิดการเรียนรู้ การจัดเวลาให้เหมาะสมกับเนื้อหาวิชาที่ต้องเรียน กิจกรรมต่างๆ มีผลต่อคุณภาพการเรียนการสอน ดังนั้นนักศึกษาคงจะได้รับการแนะนำในเรื่องการบริหารเวลา ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ การจัดสรรเวลาให้เหมาะสมกับการเรียนและกิจกรรมต่างๆ ทำให้การเรียนของนักศึกษาและการสอนของอาจารย์เกิดประสิทธิผล

2.1.6 ตั้งความคาดหวังสูง (Communicates High Expectations) การคาดหวังสูงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกๆ คน ผู้สอนควรตั้งเกณฑ์ความคาดหวังให้สูงในระดับที่ผู้เรียนสามารถไปถึงได้เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความพยายามในการปฏิบัติงานจนประสบความสำเร็จดังที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้มหาวิทยาลัยบางแห่งกำหนดให้นักศึกษาที่มีผลการเรียนต่ำกว่ามาตรฐาน ทำงานพิเศษเพิ่มเติม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้ง

2.1.7 การยอมรับความสามารถและวิธีการเรียนที่หลากหลาย ผู้เรียนแต่ละคนจะมีความถนัดและแบบแผนการเรียนรู้ที่หลากหลาย ผู้เรียนบางคนอาจเป็นผู้ปราดเปรื่องในวิชาภาคทฤษฎีแต่ไม่มีความถนัด เมื่อต้องการปฏิบัติงานในห้องปฏิบัติการ ผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาจึงต้องการโอกาสแสดงความสามารถของตนและเรียนรู้ที่จะใช้ความสามารถนั้นๆ ผู้สอนจึงยอมรับผู้เรียนที่มีความสามารถและมีวิธีการเรียนที่หลากหลาย พร้อมทั้งช่วยผู้เรียนให้มีการเรียนรู้หนทางใหม่ๆ

จากแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาจะเห็นได้ว่าซิกเคอร์รี่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ยอมรับวิธีการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลายตามความถนัดของผู้เรียน และส่งเสริมให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ตลอดจนมีการติดตามข้อมูลย้อนกลับของการจัดการเรียนการสอนเพื่อปรับปรุงแก้ไขส่วนที่บกพร่องอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับหลักการปฏิรูปการศึกษาที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

2.3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

E. Jerome McCarthy (1993 : 46-50) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หรือ 4Ps เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับสินค้าซึ่งนำมาผสมผสานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดแล้ว ซิทแฮมล์ และบิทเนอร์ (Zeithaml and Bitner, 2000 : 18-20) ได้เพิ่มส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการเพิ่มขึ้น 3Ps ซึ่งประกอบด้วย บุคคล (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจบริการ ตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ซึ่งมีรายละเอียดของ 4Ps ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาขึ้นมาให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้าและ/หรือบริการ และส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์คือ สินค้าและ/บริการนั้นต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเรื่องผลิตภัณฑ์นั้นควรมีการพัฒนาสินค้าตัวใหม่และมีการจัดการกับระบบการผลิตสินค้าทั้งหมด ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศคือ หลักสูตรการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ อุปกรณ์การเรียนการสอนครูผู้สอนและภาพพจน์ของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการในรูปของเงินตราซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ฉะนั้นต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม เพราะราคาเป็นกลไกที่สำคัญทางการตลาด มีความยืดหยุ่นสูงมาก และเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจของผู้เรียน ดังนั้นการกำหนดราคาจะต้องมีการพิจารณาคำนี้ถึง ดังนี้

- 2.1 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการซื้อหรือใช้บริการ
- 2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 การแข่งขัน
- 2.4 ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายของภาครัฐ

ดังนั้น ราคาในธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศ หมายถึง ราคาการเรียนต่อหลักสูตร ค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นต้น

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจ เตือนความทรงจำของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ และยังเป็นการขาย

ความคิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการให้แก่ลูกค้าในตลาดเป้าหมายให้ได้รับรู้ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บอก นอกจากนี้ยังทำให้ลูกค้า ในกลุ่มเป้าหมายมีความมั่นใจว่าผู้ขายสินค้าและ/หรือบริการที่ลูกค้าต้องการ การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

3.1 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารจากผู้ส่งข่าวสาร ไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรง หรืออาจเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลผู้ส่งข่าวสารสามารถรับรู้และประเมินผลจากผู้รับข่าวสารได้ทันที พนักงานขายสามารถแนะนำชักชวนให้ผู้ใช้บริการซื้อสินค้าและบริการ และรวมถึงกระตุ้นให้เพิ่มการใช้สำหรับลูกค้าเดิม

3.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการนำไปใช้ การเผยแพร่วัสดุและเทคนิคต่างๆ โดยใช้เสริมกับการโฆษณาและช่วยเสริมการขายซึ่งกระทำได้หลายวิธี เช่น แล่ตด้าลือก แผ่นพับ จดหมาย เป็นต้น

3.3 การให้ข่าว (Publicity) เป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าบริการ หรือนโยบายของบริษัท โดยผ่านสื่อหลายประเภท การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.4 การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามในการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนต่างๆ หรือเพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ดีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยการสร้างเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ดี เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่นิยมใช้ เช่น การประกาศในที่ชุมชน การแจกสิ่งพิมพ์เผยแพร่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ รายงานประจำปี

3.5 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารที่นิยมมากในธุรกิจ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจในบริการที่ผู้ให้บริการจัดเตรียมไว้ และเพื่อจูงใจให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้ารู้และอยากที่จะใช้บริการดังนั้นการโฆษณาองศ์กรต้องตระหนักถึงความสำคัญของวัตถุประสงค์และมีการกำหนดงบประมาณที่ชัดเจน

3.6 การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจ เพราะผู้ที่เคยหรือผ่านการใช้บริการจะสามารถถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้น ไปยังผู้ที่ใช้บริการได้ในอนาคต จากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ

4. สถานที่ (Place)เป็นการนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมาย กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถมีไว้ให้บริการแก่ลูกค้า ณ ที่ใดที่หนึ่งที่มีความเหมาะสม และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็วรวมถึงมีการกำหนดช่องทางในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมและเหมาะสมเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง ดังนั้นโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศจะต้องคำนึงในด้านตำแหน่งที่ตั้งของโรงเรียนโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก เช่น โรงเรียนตั้งอยู่แหล่งชุมชน มีความสะดวกในการเดินทาง มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ

จะเห็นได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 4 ประการ เป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้หากผู้ประกอบการใช้อย่างเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและเพื่อบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจต้องใช้องค์ประกอบทางการตลาดคือ การตลาดภายนอก ตลาดภายในและตลาดปฏิสัมพันธ์ (Zeithaml and Bitner, 2000 : 15 - 16) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อจัดเตรียมการสินค้าหรือบริการ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ให้กับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า

2. ตลาดภายใน (Internal Marketing) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่องค์กรจะต้องดำเนินการฝึกอบรม สร้างขวัญกำลังใจ และกระตุ้นให้บุคลากรของบริษัทให้บริการที่มีคุณภาพที่ดีแก่ลูกค้า โดยการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ

3. ตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) เป็นการสร้างคุณภาพและความเชื่อถือจากองค์กรให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการซึ่งมีพนักงาน (People) เป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้าโดยผ่านองค์ประกอบทางด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

5.ด้านบุคลากร (People) บุคลากรที่ให้บริการหรือพนักงาน (Employee) คุณภาพการบริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันขึ้นอยู่กับงาน พนักงานต้องมีความสามารถ ต้องมีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความคิดริเริ่มและมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา

การให้บริการที่ดีและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จะต้องมาจากประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานทุกๆ ฝ่าย เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็ว มีคุณภาพ และเกิดความประทับใจ

เจ้าของผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมาก ในการกำหนดนโยบายในการให้บริการการกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของพนักงานทุกระดับ กระบวนการในการให้บริการ รวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการพนักงานผู้ให้บริการและพนักงานในส่วนสนับสนุน

พนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่มีต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนก็จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่างๆ ที่จะทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการและลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการให้บริการได้อย่างชัดเจน ได้แก่ อาคาร สถานที่ของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่อง

คอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคนน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ลานจอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหราและสวยงามเพียงใดบริการน่าจะมีคุณภาพตามไปด้วย

7. ด้าน กระบวนการให้บริการ (Process) ขั้นตอนการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจ จะพิจารณาจาก 2 ด้าน คือ ความสลับซับซ้อน (Complexity) จะพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของกระบวนการ และความหลากหลาย (Divergence) ต้องพิจารณาถึงความอิสระ ความยืดหยุ่น และความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้

กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ซึ่งต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ทุกขั้นตอนจะต้องมีการประสานงานกันอย่างรวดเร็วและมีความเชื่อมโยง ดังนั้นพนักงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องมีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการแก้ปัญหา มีอริยาศยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างบรรยากาศให้ลูกค้าประทับใจ เพื่อให้เกิดการบริการในครั้งต่อไป

2.4 คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งแรกในประเทศไทย ที่เปิดดำเนินการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ระดับปริญญาตรีขึ้น ด้วยรูปแบบการเรียนการสอนที่ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติงานจริง

ในการศึกษาภาคทฤษฎี นักศึกษาจะได้ศึกษาในส่วนของฝึกปฏิบัติงานจริงนักศึกษาจะได้ฝึกเตรียมเข้าทำงานในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ในกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) นักศึกษาจะได้เรียนรู้และฝึกฝนทักษะที่ต่างจากการเรียนในห้องเรียนทั้งการจัดการส่วนหน้าร้าน การบริหารจัดการร้าน การต้อนรับและบริการลูกค้า

การเข้าศึกษาสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าตลอด 4 ปี ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต นักศึกษาจะได้รับการสนับสนุนทุนการศึกษาจากบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และในระหว่างศึกษา นักศึกษาจะมีรายได้จากการฝึกเตรียมเข้าทำงาน โดยสถาบันมีปรัชญาว่า “การศึกษาคือบ่อเกิดแห่งภูมิปัญญา” โดยมุ่งสร้างบัณฑิต ตอบสนองธุรกิจแบบมืออาชีพอย่างมีจริยธรรม เพื่อผลิตบัณฑิตและมหาบัณฑิตทางด้านบริหารธุรกิจ ให้เป็นผู้มีความรู้

ความสามารถและมีคุณภาพ ควบคู่กับคุณธรรม พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับปรัชญา และปณิธานและความต้องการของสังคม สร้างสื่อการสอนและพัฒนารูปแบบการสอนในรูปแบบ ใหม่ สนับสนุนคณาจารย์ผลิตผลงานวิจัย ตำรา เอกสารประกอบการสอน พร้อมทั้งสนับสนุน นักศึกษาผลิตผลงานด้านวิชาการและงานวิจัย สนับสนุนและส่งเสริมการจัดกิจกรรมส่งเสริม หลักสูตรให้กับนักศึกษา และสนับสนุนและส่งเสริมการจัดกิจกรรมบริการทางวิชาการแก่สังคม สถาบันมีโครงสร้างหลักสูตร ดังนี้

จำนวนหน่วยกิตที่ศึกษาตลอดหลักสูตร 135 หน่วยกิต

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 30 หน่วยกิต ประกอบด้วย

- | | |
|--------------------------------------|-------------------|
| 1. กลุ่มวิชาภาษา | จำนวน 12 หน่วยกิต |
| 2. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ | จำนวน 6 หน่วยกิต |
| 3. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ | จำนวน 6 หน่วยกิต |
| 4. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ | จำนวน 6 หน่วยกิต |

ข. หมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 99 หน่วยกิต ประกอบด้วย

- | | |
|--------------------|-------------------|
| 1. กลุ่มวิชาแกน | จำนวน 48 หน่วยกิต |
| 2. กลุ่มวิชาบังคับ | จำนวน 39 หน่วยกิต |
| 3. กลุ่มวิชาเลือก | จำนวน 12 หน่วยกิต |

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวน 6 หน่วยกิต

ระดับปริญญาตรี

คณะบริหารธุรกิจ เปิดดำเนินการสอน 4 สาขาวิชา ในปีการศึกษา 2550 คือ

- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร
- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก (หลักสูตรในระบบการศึกษาทางไกล)

2.5งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตรกรรณ์ ช่างทอง (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-20 ปี มีวุฒิการศึกษามัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 และประกาศนียบัตรวิชาชีพอย่างละ 200 คน จบจาก

โรงเรียนของรัฐบาล มีเกรดเฉลี่ยจากสถานศึกษาเดิมอยู่ระหว่าง 2.00-2.50 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจมีภูมิลำเนาเดิมในเขตภาคกลาง ผู้ปกครองประกอบธุรกิจส่วนตัวและผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านภาพรวมและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีในด้านภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่าคณะ/วิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ภูมิลำเนาเดิม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในด้านภาพรวมส่วนพฤติกรรมศึกษาและคณะ/วิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านภาพรวมนอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมยังมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในระดับมากและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

กิตติภณ กิตยานุรักษ์ (2551) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์อยู่ในระดับมาก คือ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านหลักสูตร และด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ส่วนด้านสวัสดิการและการบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาภาคปกติและภาคพิเศษเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ญาณวรรณ พึ่งสกุล (2553) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดสุพรรณบุรี ประชากร คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 317 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นหญิง มีอายุ 18-19 ปี มีระดับผลการเรียน 2.00-2.99 ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา ด้วยตนเอง ผู้ปกครองมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือ ปวช. และประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

10,001-20,000 บาท ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมากทุกด้าน อันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการทดสอบพบว่า เพศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และรายได้ของผู้ปกครอง ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในจังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน แตกต่างกัน ระดับผลการเรียนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน แตกต่างกัน และอาชีพของผู้ปกครอง ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

มานิต คงเพชร (2548) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาในโครงการปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตลพบุรี โดยการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ จำนวน 150 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-35 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000-35,000 บาท ระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อโครงการปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมหลังเข้ารับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากทุกขั้นตอน สำหรับผลของปัจจัยส่วนบุคคลต่อระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจศึกษา พบว่า รายได้ มีอิทธิพลต่อการตระหนักถึงความต้องการ การตัดสินใจ และพฤติกรรมหลังเข้ารับการศึกษา ส่วนอายุ มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการประเมินทางเลือก และอาชีพ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังเข้ารับการศึกษา

นิพนธ์ เพชรบูรณิน (2550) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการจัดการของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-21 ปี อยู่ในจังหวัดเพชรบูรณ์ มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51-3.00 ผู้ปกครองเป็นบิดามารดาทำอาชีพเกษตรกร รายได้ของผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท การตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการจัดการของนักศึกษาปริญญาตรีของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเรียนได้แก่ การชำระเงิน โดยผ่านธนาคาร มีทุนสำหรับการให้กู้ยืมและให้เปล่า และมี

โครงการให้เพื่อนค้นค่าเล่าเรียนแล้วชำระในภายหลังตามลำดับ สำหรับการให้ระดับความสำคัญของ ปัจจัยแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเรียนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้ามีความสำคัญเป็นอันดับแรก พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านผู้ปกครองที่มีความแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการที่ต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพของผู้ปกครองที่มีความแตกต่างกัน ปัจจัยและอาชีพของผู้ปกครองที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยแรงจูงใจด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้าในการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการที่ต่างกัน

วัลภา ลิ้มสกุล (2553) ความคาดหวังของนักศึกษาต่อหลักสูตรนานาชาติ บริหารธุรกิจ มหาลัยมหิดล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุ 22 ปี ศึกษาหลักสูตร 2 ปีต่อเนื่อง สาขาที่ศึกษาและให้ข้อมูลมากที่สุด สาขาการบัญชี และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ คือ ตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาตนเอง อาชีพ ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศิริวรรณชาศิริพงษ์ (2551) ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจและความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับสาขา MBA ที่สนใจศึกษาต่อ ช่วงเวลาที่ต้องการให้มีการจัดการเรียนการสอน ลักษณะรูปแบบการเรียนการสอนที่ต้องการ อายุมีความสัมพันธ์กับสาขา MBA ที่สนใจศึกษาต่อ อาชีพมีความสัมพันธ์กับสาขา MBA ที่สนใจศึกษาต่อ รูปแบบของหลักสูตรที่สนใจศึกษา ลักษณะรูปแบบของการเรียนการสอนที่ต้องการ และโปรแกรมเสริมความรู้ก่อนเรียนที่ต้องการ พื้นฐานการศึกษามีความสัมพันธ์กับสาขา MBA ที่สนใจศึกษาต่อ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับรูปแบบของหลักสูตรที่สนใจศึกษา การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลสถานภาพทั่วไปกับความต้องการในการศึกษาต่อ พบว่า อายุ พื้นฐานการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันมีความต้องการในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทในอนาคตแตกต่างกัน ส่วนพื้นฐานการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความต้องการที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตแตกต่างกัน และอาชีพและประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันมีความต้องการที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตแตกต่างกัน

เมตตา กลิ่นมาลี (2551) ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ต่อการเลือกศึกษาต่อในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 20 ปี ภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคกลาง มีระดับ

คะแนนเฉลี่ยสะสม 2.00-2.49 มีจำนวนพี่น้อง 2-3 คน ได้ศึกษาต่อระดับปริญญาตรี อาศัยอยู่หอพัก บิดาและ มารดาประกอบอาชีพเกษตรกร รายได้ผู้ปกครองต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน นักศึกษา ตัดสินใจศึกษาต่อเพราะครอบครัวคาดหวังให้ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า นักศึกษามีเหตุผลด้านความสนใจส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 ด้านลักษณะของงานมีค่าเฉลี่ยรวม 4.12 ด้านลักษณะความก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ยรวม 4.29 ด้านเกียรติยศมีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 ด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยรวม 3.43 ด้านความสะดวกสบายมีค่าเฉลี่ยรวม 3.51

มนัส ชูราสี (2550) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ของสถาบัน อาชีวศึกษาภาคใต้ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ โดยการเก็บ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง นักเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ในสถานศึกษา สังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาของ สถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อในระดับมาก คือ ปัจจัยด้าน เจตคติต่อการเรียน ปัจจัยด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มเพื่อนหรือ รุ่นพี่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของสถานศึกษา ปัจจัยด้านคุณภาพของสถานศึกษา โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่ออยู่ระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์ปัจจัยโดยวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (ANOVA) ด้านเจตคติต่อการเรียน ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า ด้านการคล้อยตามกลุ่มเพื่อน หรือรุ่นพี่ ด้านสภาพแวดล้อมของสถานศึกษา ด้านคุณภาพของสถานศึกษา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) ด้านเจตคติต่อการ เรียน ด้านลักษณะงานและความก้าวหน้า ด้านการคล้อยตามกลุ่มเพื่อนหรือรุ่นพี่ ด้านสภาพแวดล้อม ของสถานศึกษา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชัตติยะ นุตวัตร (2552) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย นักเรียนอาชีวศึกษาเอกชน โรงเรียนสันติราษฎร์บริหารธุรกิจฯ และ โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ แยกเป็น ชั้นที่ 1 ความต้องการรับรู้ กลุ่มตัวอย่างทั้งสองโรงเรียน ให้ ความสำคัญในการรับรู้ข้อมูลการศึกษาด้านวัฒนธรรมเรื่องเวลาเรียนที่น้อยกว่าสายสามัญ และด้าน เศรษฐกิจเรื่องอาชีพที่คาดหวังในอนาคตรวมทั้งค่าใช้จ่ายน้อยกว่าสายสามัญในระดับมาก ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากบิดามารดาหรือผู้ปกครองมีความคิดเห็นโดยรวมระดับน้อยที่สุด ชั้นที่ 2 การค้นหา ข้อมูลก่อนตัดสินใจ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองโรงเรียน พบว่ามีการศึกษาข้อมูลด้วยตนเองระดับมากที่สุด โดยจากสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับและอินเทอร์เน็ต ชั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก เป็นชั้นที่สำคัญ

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้นำข้อมูลจากการรับรู้ และค้นหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ การประเมินทางเลือกเพื่อศึกษาต่อโดยพิจารณาจากประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับในการประกอบอาชีพและความถนัดของตนเองในระดับมาก และนักเรียนไม่ต้องการประกอบอาชีพตามผู้ปกครองอยู่ระดับน้อยที่สุด

ศัตรัน (2545) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนิสิต โครงการปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ จำนวนมากที่สุด สาขาวิชาเรียนในปัจจุบัน จำนวนมากที่สุด สาขาการจัดการ สถานภาพสมรส สายงานประกอบอาชีพ ปัจจุบัน อยู่ในสายงานบัญชี ระดับรายได้ปัจจุบันต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ในการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ความต้องการรายได้เพิ่มมากขึ้นเมื่อสำเร็จการศึกษา ความมีชื่อเสียงของสถานศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และคุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษา แต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์กับความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกในอนาคต ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีข้อเสนอแนะว่า สถานศึกษาควรเปิดสอนในระดับปริญญาเอกภายในประเทศ เพื่อเปิดโอกาสและตอบสนองความต้องการของนักศึกษาที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี และเนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานศึกษาในเรื่องความมีชื่อเสียงของสถานศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และคุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษาในระดับสำคัญมากที่สุด ดังนั้น หากมหาวิทยาลัยจะเปิดสอนในระดับปริญญาเอกควรที่จะทำการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยคำนึงถึงปัจจัยในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการศึกษาคุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษา และความน่าสนใจในหลักสูตรการศึกษาเป็นปัจจัยหลัก

ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้ศึกษาสนใจจะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในด้านการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อการศึกษาแนวทางที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ และข้อมูลที่ได้ อาจเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในการกำหนดนโยบาย และการวางแผน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยพื้นฐาน (Basic Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนักศึกษาที่เข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ประจำปีการศึกษา 2555 ซึ่งมีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 1,535 คน

1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างหาได้จากสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากรของ Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการคำนวณมีจำนวน 1,535 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% สามารถคำนวณกลุ่มประชากรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,535}{1 + 1,535(0.05)^2} \\ &= 318 \end{aligned}$$

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 318 ตัวอย่าง

1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) ดังนี้

1.3.1 ผู้ศึกษาแบ่งนักศึกษาที่เข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์ ปีการศึกษา 2555 ซึ่งมีอยู่ 3 สาขา ออกเป็น 3 ชั้น ตามสาขาวิชาของนักศึกษา

1.3.2 คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นแบบสัดส่วน

สาขาวิชา	จำนวนนักศึกษา (คน)	จำนวนกลุ่ม (ตัวอย่าง)	จำนวนร้อยละ
1. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก	954	198	62
2. สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์	190	39	12
3. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร	391	81	26
รวม	1,535	318	100

1.3.3 สุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลของนักศึกษาที่เข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ประจำปีการศึกษา 2555 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีส่วนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ประจำปีการศึกษา 2555 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 35 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามแนวของลิเคิร์ต (Likert) ได้ดังนี้ (ชานินทร์, 2551 : 79)

ระดับการตัดสินใจ

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

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้ (ธานินทร์, 2551 : 112)

คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	แปลความว่า	มีการตัดสินใจมากที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นแบบปลายเปิด

(Open - Ended Questions)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้ทำการสร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire)

1. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัยและกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความ Internet และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
5. การศึกษารั้งนี้ นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นเสนอที่ปรึกษาโครงการเพื่อพิจารณา

ตรวจสอบรายละเอียดความถูกต้องสมบูรณ์และครอบคลุมเนื้อหาข้อคำถามทุกข้อหลังจากที่ปรึกษาโครงการวิจัยได้พิจารณาและตรวจสอบทั้งให้ข้อเสนอแนะแล้วได้นำแบบสอบถามฉบับร่างกลับมาปรับปรุงแก้ไข

6. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการ จำนวน 30 ชุด

7. นำแบบสอบถามไปทดลอง (Pre-test) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป ได้ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = 0.910

8. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามผลจากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำเสนอที่ปรึกษาโครงการวิจัย เพื่อขอความคิดเห็นก่อนนำไปใช้จริง หลังจากการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและทำการปรับปรุงแก้ไขจนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้จาก 2 แหล่ง ได้แก่

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประจำปีการศึกษา 2555 โดยใช้แบบสอบถาม
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้วทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์และวารสารต่างๆ

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีการประมวลผลข้อมูลเป็นขั้นตอนคือหลังจากตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกรหัสลงเครื่องคอมพิวเตอร์ และเขียนโปรแกรมสั่งงานโดยใช้สถิติตามลำดับดังนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นร้อยละ (Percentage)
2. แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
3. เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพด้าน เพศ อายุวุฒิการศึกษา ภูมิภาค ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ Independent samples t-test สำหรับ อาชีพของผู้ปกครอง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้ศึกษาจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ LSD

4. แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Questions) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำเสนอในรูปแบบตารางและภาพประกอบคำบรรยาย หรือตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 6 ข้อดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกเป็นรายด้าน

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับคำถามที่เป็นปลายเปิด

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	117	36.79
หญิง	201	63.21
รวม	318	100.00

ตารางที่ 4.1(ต่อ)

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	92	28.90
ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป	226	71.10
รวม	318	100.00
วุฒิการศึกษา		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	233	73.27
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	85	26.73
รวม	318	100.00
ภูมิลำเนา		
กรุงเทพฯ/ปริมณฑล	104	32.70
ต่างจังหวัด	214	67.30
รวม	318	100.00
อาชีพของผู้ปกครอง		
รับราชการ	43	13.52
เจ้าของกิจการ	57	17.92
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	3.14
เกษตรกร	103	32.39
พนักงานบริษัทเอกชน	28	8.81
อื่นๆ	77	24.21
รวม	318	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	79	24.84
10,000-20,000 บาท	142	44.65
20,001-30,000 บาท	56	17.61
มากกว่า 30,000 บาท	41	12.89
รวม	318	100.00

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 318 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 63.21 และเป็นเพศชาย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 36.79

อายุ ส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 71.10 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90

วุฒิการศึกษา ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 73.27 และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 26.73

ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 67.13 และมีภูมิลำเนาอยู่ กรุงเทพฯ/ปริมณฑล จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70

อาชีพของผู้ปกครอง ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรวม จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 32.39 อาชีพอื่นๆ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 24.21 เจ้าของกิจการ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 17.92 รับราชการ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.52 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.81 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.14

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ระหว่าง 10,000-20,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 44.65 ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 24.84 ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.61 และมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.89 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยจะวิเคราะห์โดยภาพรวม วิเคราะห์เป็นรายด้านทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน รวมทั้งวิเคราะห์เป็นรายข้อ จำนวน 35 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ดังนี้

ด้านการเรียนการสอน	มีจำนวน 5 ข้อ
ด้านค่าใช้จ่าย	มีจำนวน 5 ข้อ
ด้านสถานที่ตั้ง	มีจำนวน 5 ข้อ
ด้านส่งเสริมการตลาด	มีจำนวน 5 ข้อ
ด้านบุคลากร	มีจำนวน 5 ข้อ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	มีจำนวน 5 ข้อ
ด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน	มีจำนวน 5 ข้อ

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	แปลความว่า	มีการตัดสินใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	แปลความว่า	มีการตัดสินใจมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์โดยภาพรวม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ปรากฏดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านการเรียนการสอน	3.60	0.675	มาก
ด้านค่าใช้จ่าย	3.45	0.722	ปานกลาง
ด้านสถานที่ตั้ง	3.48	0.806	ปานกลาง
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.67	0.787	มาก
ด้านบุคลากร	3.63	0.722	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.25	0.961	ปานกลาง
ด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน	3.23	0.917	ปานกลาง
โดยภาพรวม	3.47	0.634	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์อยู่ในระดับตัดสินใจมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับการตัดสินใจ ได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.67

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกเป็นรายด้าน

การวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จะวิเคราะห์เป็นรายด้านทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ดังนี้

4.3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านการเรียนการสอน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านการเรียนการสอน ปรากฏดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านการเรียนการสอน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านการเรียนการสอน			
สาขาวิชาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ	3.66	0.744	มาก
มีการแนะนำหลักสูตรการศึกษา	3.59	0.807	มาก
ระบบการเรียนการสอนมีมาตรฐาน	3.63	0.866	มาก
ระบบจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ	3.53	0.879	มาก
อุปกรณ์การเรียนมีความทันสมัย	3.63	0.983	มาก
โดยภาพรวม	3.60	0.675	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านการเรียนการสอน โดยรวม อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ได้แก่ สาขาวิชาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

4.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านค่าใช้จ่าย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านค่าใช้จ่าย ปรากฏดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตาม ด้านค่าใช้จ่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านค่าใช้จ่าย			ปานกลาง
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	3.63	0.92	มาก
ค่าหนังสือและอุปกรณ์การศึกษา	3.49	0.87	ปานกลาง
ค่าที่พักอาศัย	3.31	0.94	ปานกลาง
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.39	0.95	ปานกลาง
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	3.43	0.97	ปานกลาง
โดยภาพรวม	3.45	0.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านค่าใช้จ่าย โดยรวม อยู่ในระดับการตัดสินใจปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการศึกษาสาขาวิชาคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

4.3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านสถานที่ตั้ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านสถานที่ตั้ง ปรากฏดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตาม ด้านสถานที่ตั้ง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านสถานที่ตั้ง			
ระยะเวลาในการเดินทาง	3.58	0.96	มาก
ความสะดวกในการเดินทาง	3.54	1.00	มาก
ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.53	0.95	มาก
ความสะดวกในการหาที่พักอาศัย	3.38	0.99	ปานกลาง
ความร่มรื่นภายในมหาวิทยาลัย	3.37	1.12	ปานกลาง
โดยภาพรวม	3.48	0.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านสถานที่ตั้ง โดยรวม อยู่ในระดับการตัดสินใจปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

4.3.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านส่งเสริมการตลาด ปรากฏดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา
ต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
จำแนกตาม ด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านส่งเสริมการตลาด			
การให้สิทธิพิเศษในการสมัครเรียน เช่น การให้โควตาเป็นกรณีพิเศษโดยไม่ต้อง สอบแข่งขัน และเป็นนักกีฬา นักเรียนที่มีผลการเรียนดี เป็นต้น	3.63	0.94	มาก
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี แผ่นพับ เป็นต้น	3.68	0.94	มาก
มีโครงการให้ผ่อนผันค่าเล่าเรียนแล้วชำระในภายหลัง	3.65	0.94	มาก
มีทุนสำหรับการกู้ยืมและทุนให้เปล่า	3.74	0.99	มาก
มีการแนะแนวทางการศึกษา	3.66	0.91	มาก
โดยภาพรวม	3.67	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาใน
ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามด้านส่งเสริมการตลาด
โดยรวม อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจ
สูงสุดของนักศึกษา อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ได้แก่ มีทุนสำหรับการกู้ยืมและทุนให้เปล่า
คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

4.3.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านบุคลากร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการ
เข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านบุคลากร
ปรากฏดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา
ต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
จำแนกตาม ด้านบุคลากร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านบุคลากร			
มีบุคลากรคอยให้ข้อมูล และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ	3.62	0.86	มาก
มีบุคลากรที่สุภาพ กระตือรือร้น	3.46	0.96	มาก
มีบุคลากรที่บริการด้วยความรวดเร็วเกิดความประทับใจ	3.38	0.97	มาก
จำนวนคณาจารย์มีมากเพียงพอในการให้บริการการสอน	3.65	0.86	มาก
วุฒิการศึกษาของอาจารย์เป็นที่ยอมรับและตรงตามสาขา	4.03	0.89	มาก
โดยภาพรวม	3.63	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ได้แก่ วุฒิการศึกษาของอาจารย์เป็นที่ยอมรับและตรงตามสาขา คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

4.3.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปรากฏดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา
ต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
จำแนกตาม ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ			
มีสถานที่กว้างขวาง	3.34	1.15	ปานกลาง
สถาบันมีต้นไม้ร่มรื่น	3.30	1.17	ปานกลาง
มีห้องพักสำหรับผู้ปกครองหรือผู้มาเยี่ยมชม	3.11	1.09	ปานกลาง
มีห้องเรียนที่ทันสมัย	3.57	1.05	มาก
มีสถานบริการอำนวยความสะดวก เช่น ร้านถ่ายเอกสาร ร้านคอฟฟี่ช็อป	2.92	1.30	ปานกลาง
โดยภาพรวม	3.25	0.96	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับการตัดสินใจปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ได้แก่ มีห้องเรียนที่ทันสมัยคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

4.3.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน ปรากฏดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา
ต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
จำแนกตาม ด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน			
มีการประสานงานของทุกฝ่ายแบบมีขั้นตอน	3.27	1.10	มาก
มีความประทับใจในการให้ข้อมูลและคำแนะนำจากบุคลากร	3.31	1.02	ปานกลาง
ห้องสมุดมีการให้บริการสื่อ วารสาร ตำราที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก	3.56	1.00	มาก
บุคลากรทุกฝ่ายมีการประสานงานที่เชื่อมโยงกัน	3.32	1.06	ปานกลาง
มีรถโดยสารบริการรับส่งนักศึกษาในมหาวิทยาลัย	2.70	1.31	ปานกลาง
โดยภาพรวม	3.23	0.92	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน โดยรวม อยู่ในระดับการตัดสินใจปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ได้แก่ ห้องสมุดมีการให้บริการสื่อ วารสาร ตำราที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา และภูมิลำเนา การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test สำหรับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอาชีพของผู้ปกครอง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้ง โดยใช้ LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 6 ข้อ

4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.1.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

เพศ	จำนวน (N)	\bar{x}	S.D.	t	P
เพศชาย	117	3.54	0.604	1.44	0.151
เพศหญิง	201	3.43	0.649		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	จำนวน (N)	\bar{x}	S.D.	t	P
ต่ำกว่า 20 ปี	92	3.67	0.531	4.09	0.000*
ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป	226	3.39	0.654		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านอายุมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีมากกว่าอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพด้านวุฒิการศึกษาสูงสุด

วุฒิการศึกษา	จำนวน (N)	\bar{x}	S.D.	t	P
มัธยมศึกษาปีที่ 6	223	3.43	0.656	-1.742	.083
ประกาศนียบัตร วิชาชีพ (ปวช.)	85	3.56	0.550		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพด้านวุฒิการศึกษาสูงสุด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพด้านภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (N)	\bar{x}	S.D.	t	P
กรุงเทพฯ/ ปริมณฑล	104	3.46	0.632	-218	0.828
ต่างจังหวัด	214	3.47	0.636		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามสถานภาพด้านภูมิลำเนา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพผู้ปกครอง การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีก โดยใช้ LSD

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพของผู้ปกครอง ปรากฏดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพของผู้ปกครอง

ด้านอาชีพ	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	5	3.055	0.611	1.533	0.179
ภายในกลุ่ม	312	124.331	0.398		
รวม	317	127.386			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่า P มีค่ามากกว่า 0.05 เป็นการปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้ปกครองมีอาชีพแตกต่างกันให้ระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	2.233	0.744	1.868	0.135
ภายในกลุ่ม	314	125.153	0.399		
รวม	317	127.386			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ค่า P มีค่ามากกว่า 0.05 เป็นการปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้ปกครองมีรายได้แตกต่างกันให้ระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	P	ผลการทดสอบ
ด้านเพศ	0.151	ปฏิเสธ
ด้านอายุ	0.000	ยอมรับ
ด้านวุฒิการศึกษา	0.083	ปฏิเสธ
ด้านภูมิลำเนา	0.828	ปฏิเสธ
ด้านอาชีพของผู้ปกครอง	0.179	ปฏิเสธ
ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	0.135	ปฏิเสธ

4.6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับคำถามที่เป็นปลายเปิด ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มีผู้ตอบแบบสอบถามมา 84 ชุด คิดเป็นร้อยละ 26.42% สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.17 แสดงผลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	รายการ	จำนวน
1	การให้อิสระในการใช้ประโยชน์ทั้งอาคารและสถานที่	6
2	การออกกำลังกาย แอร์โรบิก กีฬาสี การจัดอบรมเล่นเกมส์เพื่อให้นักศึกษาได้ใช้ประโยชน์	6
3	ควรเน้นให้จัดกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาได้ผ่อนคลายต่อการเรียน	5
4	ด้านสถานที่ทำให้การจัดการอาคารหรือพื้นที่ให้นักศึกษาก่อนข้างจำกัด	5
5	บุคลากรควรมีการทำงานที่รอบคอบ รวดเร็ว มีความรับผิดชอบในงานของส่วนตัวเองให้มากกว่านี้	5

ตารางที่ 4.17(ต่อ)

ลำดับที่	รายการ	จำนวน
6	การประสานงาน การประชาสัมพันธ์ ระบบงานจะได้รวดเร็วและว่องไวมากขึ้น จะได้ไม่เกิดปัญหาตามมา	5
7	และควรสร้างความเชื่อมั่นโดยการประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนทราบว่า สถาบันการศึกษานี้คือ ส่วนหนึ่งของ CP ALL เพราะอาจทำให้ผู้ปกครองมั่นใจในความเป็นเครือเจริญโภคภัณฑ์ และส่งบุตรหลานมาศึกษาที่นี้เพิ่มขึ้น	5
8	การที่เรียนไปด้วยทำงานไปด้วยจะทำให้เป็นผู้ใหญ่และฝึกความรับผิดชอบมีรายได้ระหว่างเรียนอีกทั้งยังช่วยแบ่งเบาภาระผู้ปกครอง	5
9	ร้านอาหารมีจำกัด พื้นที่นั่งมีน้อย โต๊ะเก้าอี้ไม่เพียงพอต่อนักศึกษา ปรับปรุงรสชาติของอาหาร ไม่มีคุณภาพ ราคาแพงกว่าปกติ	5
10	การส่งเสริมกิจกรรมทางการศึกษาให้มากกว่านี้	5
11	มีการฝึกงานทำให้เกิดรายได้	4
12	ร้านค้าเอกสารควรเปลี่ยนร้านค้าเอกสารใหม่หรือเปลี่ยน Supplier หรือเพิ่มเพื่อให้บริการแก่นักศึกษาได้สะดวก รวดเร็ว เป็นมิตรกับลูกค้า	4
13	ที่ผ่านมาแม้แต่การส่งเสริมแต่ไม่ทำให้ใช้ประโยชน์ตามจุดประสงค์ของนักศึกษา	3
14	ผู้ปกครองหลายคนยังไม่ทราบว่า สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์กับโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ ต่างกัน หลายคนยังคงคิดว่าเป็นสถาบันเปิดสอน ปวช. ปวส. ควรมีการใช้ชื่อที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจนว่า PIM เปิดสอนระดับปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก	3
15	การเพิ่มศูนย์บริการด้านการจำหน่ายอุปกรณ์การเรียน	3
16	อยากให้มองว่าสถานศึกษาเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ศึกษาไม่ใช่เอื้อประโยชน์เพื่อธุรกิจเพียงอย่างเดียว	3
17	การให้ทุนการศึกษาให้จนถึงเรียนจบหลักสูตร 4 ปี	3
18	บางจุดยังต้องปรับปรุงอีกมากมายเพื่อก้าวขึ้นเทียบกับสถาบันอื่นๆ	2
19	มีกองทุนสนับสนุนช่วยคนยากจน	2
20	ทุนการศึกษาให้แก่นักศึกษาทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการศึกษา	2

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

5.1 สรุปผลการวิจัย

- สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีวุฒิการศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 6 มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด ผู้ปกครองมีอาชีพเกษตรกรกรรม และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวอยู่ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท

- ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยที่เป็นการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้านที่มีสูงสุด พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.67

- ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามรายด้าน

1. ด้านการเรียนการสอน ปัจจัยที่เป็นการตัดสินใจของนักศึกษาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 พบรายชื่อที่สูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สาขาวิชาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

2. ด้านค่าใช้จ่าย ปัจจัยที่เป็นการตัดสินใจของนักศึกษาโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 พบรายชื่อที่สูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการศึกษาสาขาวิชา คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

3. ด้านสถานที่ตั้งปัจจัยที่เป็นการตัดสินใจของนักศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

4. ด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่เป็นการตัดสินใจของนักศึกษาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 พบรายชื่อที่สูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีทุนสำหรับการกู้ยืมและทุนให้เปล่า คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

5. ด้านบุคลากร ปัจจัยที่เป็นการตัดสินใจของนักศึกษาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 พบรายชื่อที่สูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ วุฒิการศึกษาของอาจารย์เป็นที่ยอมรับและตรงตามสาขา คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพปัจจัยที่เป็นการตัดสินใจของนักศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 พบรายชื่อที่สูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีห้องเรียนที่ทันสมัย คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

7. ด้านกระบวนการให้บริการการแนะนำสถาบันปัจจัยที่เป็นการตัดสินใจของนักศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 พบรายชื่อที่สูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ห้องสมุดมีการให้บริการสื่อ วารสาร ตำราที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมากคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

- จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ภูมิภาค อาชีพของผู้ปกครอง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

1. ด้านเพศพบว่า ปัจจัยที่เป็นการตัดสินใจโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านอายุพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีการตัดสินใจมากกว่าอายุ ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

3. ด้านวุฒิการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ด้านภูมิภาคพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ด้านอาชีพของผู้ปกครองพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1. การให้อิสระในการใช้ประโยชน์ทั้งอาคารและสถานที่สามารถใช้ห้องเรียนได้หลังจากเรียนตามปกติ ขยายเวลาการใช้ห้องสมุดอ่านหนังสือในช่วงเวลาสอบ ห้องปฏิบัติการต้องขยายเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ ควรเพิ่มสถานที่ภายในสถาบันในการทำกิจกรรมหลังเลิกเรียน

2. ควรเน้นให้จัดกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาได้ผ่อนคลายต่อการเรียน ด้านสถานที่ทำให้การจัดการอาคารหรือพื้นที่ให้นักศึกษาค่อนข้างจำกัด บุคลากรควรมีการทำงานที่รอบคอบ รวดเร็ว มีความรับผิดชอบในงานของส่วนตัวเองให้มากกว่านี้ การประสานงานการประชาสัมพันธ์ ระบบงานจะได้รวดเร็วและว่องไวมากขึ้น จะได้ไม่เกิดปัญหาตามมา และควรสร้างความเชื่อมั่น โดยการประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนทราบว่า สถาบันการศึกษานี้คือ ส่วนหนึ่งของ CP ALL เพราะอาจทำให้ผู้ปกครองมั่นใจในความเป็นเครือเจริญโภคภัณฑ์ และส่งบุตรหลานมาศึกษาที่นี้เพิ่มขึ้น การที่เรียนไปด้วยทำงานไปด้วยจะทำให้เป็นผู้ใหญ่และฝึกความรับผิดชอบมีรายได้ระหว่างเรียน อีกทั้งยังช่วยแบ่งเบาภาระผู้ปกครอง ร้านอาหารมีจำกัด พื้นที่นั่งมีน้อย โต๊ะเก้าอี้ไม่เพียงพอต่อนักศึกษา ปรับปรุงรสชาติของอาหาร ไม่มีคุณภาพ ราคาแพงกว่าปกติ การส่งเสริมกิจกรรมทางการศึกษาให้มากกว่านี้

3. มีการฝึกงานทำให้เกิดรายได้ ร้านถ่ายเอกสารควรเปลี่ยนร้านถ่ายเอกสารใหม่หรือเปลี่ยน Supplier หรือเพิ่มเพื่อให้บริการแก่นักศึกษาได้สะดวก รวดเร็ว เป็นมิตรกับลูกค้า

4. ที่ผ่านมามีแต่การส่งเสริมแต่ไม่ให้ใช้ประโยชน์ตามจุดประสงค์ของนักศึกษา ผู้ปกครองหลายคนยังไม่ทราบว่า สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์กับโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ ต่างกันหลายคนยังคงคิดว่าเป็นสถาบันเปิดสอน ปวช. ปวส. ควรมีการใช้ชื่อที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจนว่า PIM เปิดสอนระดับปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก การเพิ่มศูนย์บริการด้านการจำหน่ายอุปกรณ์การเรียน อยากให้มองว่าสถานศึกษาเอื้อประโยชน์ให้กับนักศึกษาไม่ใช่เอื้อประโยชน์เพื่อธุรกิจเพียงอย่างเดียวการให้ทุนการศึกษาให้จนถึงเรียนจบหลักสูตร 4 ปี

5. บางจุดยังต้องปรับปรุงอีกมากมายเพื่อก้าวขึ้นเทียบกับสถาบันอื่นๆ มีกองทุนสนับสนุนช่วยคนยากจน ทุนการศึกษาให้แก่นักศึกษาทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการศึกษา

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาทำให้ทราบข้อเท็จจริงซึ่งควรนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์พบว่า ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา ด้านการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สาขาวิชาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ รองลงมา ได้แก่ ระบบการเรียนการสอนที่มีมาตรฐานและอุปกรณ์การเรียนที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณชำศิริพงษ์ (2551) ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจและความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า อายุ พื้นฐานการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันมีความต้องการในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทในอนาคตแตกต่างกัน

5.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์พบว่า ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา ด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา รองลงมา ได้แก่ ค่าหนังสืออุปกรณ์การศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติภณ กิตยานุรักษ์ (2551) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุตรดิตถ์ โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา ด้านสถานที่ตั้ง อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระยะเวลาการเดินทาง รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมลดา กลิ่นมาลี (2551) พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 20 ปี ภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคกลาง มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.00-2.49 มีจำนวนพี่น้อง 2-3 คน ได้ศึกษาต่อระดับปริญญาตรี อาศัยอยู่หอพัก บิคาและ มารดา ประกอบอาชีพเกษตรกร รายได้ผู้ปกครองต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน นักศึกษาตัดสินใจศึกษาต่อ เพราะครอบครัวคาดหวังให้ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า นักศึกษามีเหตุผลด้านความสนใจส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 ด้านลักษณะของงานมีค่าเฉลี่ยรวม 4.12 ด้านลักษณะความก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ยรวม 4.29 ด้านเกียรติยศมีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 ด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยรวม 3.43 ด้านความสะดวกสบายมีค่าเฉลี่ยรวม 3.51

5.2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา
บริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์พบว่า ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษา ด้าน
ส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีทุนสำหรับการกู้ยืมและทุนให้เปล่า รองลงมาได้แก่ มีการ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ใบปลิว แผ่นพับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ
ญาณวรรณ พึ่งสกุล (2553) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัด
สุพรรณบุรี พบว่า เพศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และรายได้ของ
ผู้ปกครอง ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อใน
จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ และด้าน
กระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน แตกต่างกัน ระดับผลการเรียนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญ ด้าน
ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ
แนะนำสถาบันแตกต่างกัน และอาชีพของผู้ปกครอง ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ ด้านช่องทางการ
จัดจำหน่ายแตกต่างกัน

5.2.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุดของ
นักศึกษา ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ได้แก่ วุฒิการศึกษาของอาจารย์เป็นที่ยอมรับและตรงตาม
สาขา รองลงมาได้แก่ จำนวนคณาจารย์มีมากเพียงพอในการให้บริการการสอน สอดคล้องกับ
งานวิจัยของ วัลภา ลิ้มสกุล พึ่งสกุล (2553) ความคาดหวังของนักศึกษาต่อหลักสูตรนานาชาติ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมี
อายุ 22 ปี ศึกษาหลักสูตร 2 ปีต่อเนื่อง สาขาที่ศึกษาและให้ข้อมูลมากที่สุด สาขาการบัญชี และผู้มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ คือ ตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การ
ส่งเสริมการตลาด การพัฒนาตนเอง อาชีพ ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุดของ
นักศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีห้องเรียนที่ทันสมัย สอดคล้องกับ
งานวิจัยของ ศตรัตน์ (2545) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนิสิตโครงการปริญญาโท สาขา
บริหารธุรกิจภาคค่ำ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ จำนวนมากที่สุด
สาขาวิชาเรียนในปัจจุบัน จำนวนมากที่สุด สาขาการจัดการ สถานภาพสมรส สายงานประกอบอาชีพ
ปัจจุบัน อยู่ในสายงานบัญชี ระดับรายได้ปัจจุบันต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ในการเลือกศึกษาต่อ

ในระดับปริญญาเอกในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ความต้องการรายได้เพิ่มมากขึ้นเมื่อสำเร็จการศึกษา ความมีชื่อเสียงของสถานศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และคุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษา แต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์กับความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกในอนาคต ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีข้อเสนอแนะว่า สถานศึกษาควรเปิดสอนในระดับปริญญาเอกภายในประเทศ เพื่อเปิดโอกาสและตอบสนองความต้องการของนักศึกษาที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี และเนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานศึกษาในเรื่องความมีชื่อเสียงของสถานศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และคุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษาในระดับสำคัญมากที่สุด ดังนั้น หากมหาวิทยาลัยจะเปิดสอนในระดับปริญญาเอกควรที่จะทำการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยคำนึงถึงปัจจัยในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการศึกษาคุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษา และความน่าสนใจในหลักสูตรการศึกษาเป็นปัจจัยหลัก

5.2.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

พบว่า ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจสูงสุดของนักศึกษาด้านกระบวนการให้บริการและแนะนำสถาบัน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ห้องสมุดมีการให้บริการสื่อสารสาร ตำราที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก รองลงมาได้แก่ บุคลากรทุกฝ่ายมีการประสานงานที่เชื่อมโยงกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิพนธ์ เพชรบูรณิน (2550) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านผู้ปกครองที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการที่ต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพของผู้ปกครองที่มีความแตกต่างกัน ปัจจัยและอาชีพของผู้ปกครองที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยแรงจูงใจด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้าในการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการที่ต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางการศึกษาครั้งนี้ต่อไป

1. ศึกษาความต้องการของตลาดแรงงานที่มีต่อนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัยเฉพาะนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ดังนั้นจึงควรศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

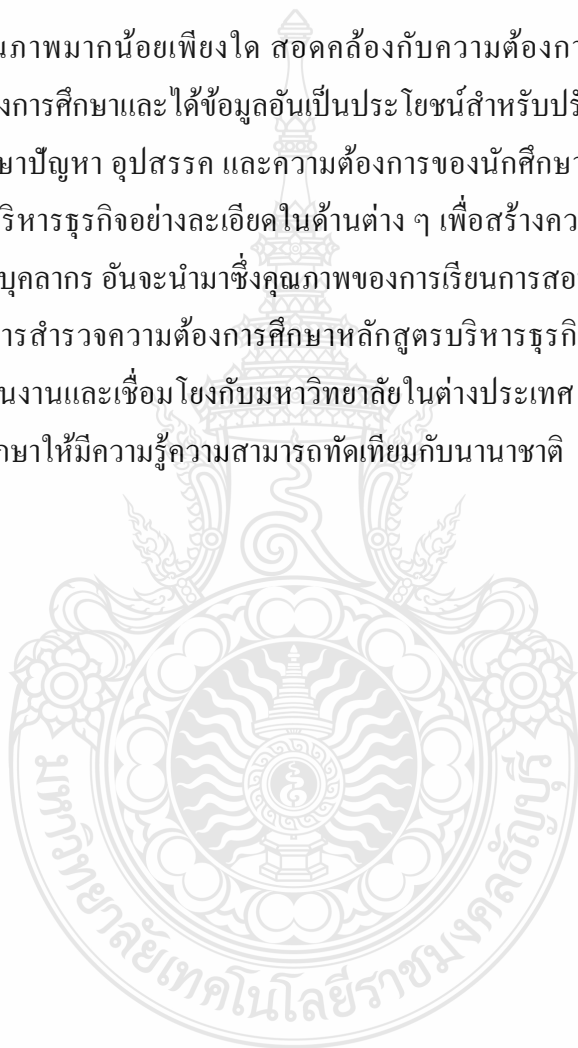
ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาจำแนกตามประสบการณ์การทำงาน เพื่อประเมินความรู้ความสามารถของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ และพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาเพื่อประเมินประสิทธิภาพของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา และได้ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรเพียงใด เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาและได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์สำหรับปรับปรุงการเรียนการสอน

3. ควรศึกษาปัญหา อุปสรรค และความต้องการของนักศึกษา ในการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีหลักสูตรบริหารธุรกิจอย่างละเอียดในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างความพึงพอใจแก่นักศึกษาและบุคลากร อันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการเรียนการสอนที่ดี

4. ควรมีการสำรวจความต้องการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ ในรูปแบบของหลักสูตรนานาชาติ เพื่อประสานงานและเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ อันเป็นการพัฒนาบุคลากรทั้งคณาจารย์และนักศึกษาให้มีความรู้ความสามารถทัดเทียมกับนานาชาติ



บรรณานุกรม

- กิตติภณ กิตยานุรักษ์. 2551. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชา
รัฐประศาสนศาสตร์ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัย
ราชภัฏอุตรดิตถ์.
- จิตรภรณ์ ช่างทอง. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชัตติยะ นุตวัตร. 2552. ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ. ของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.
- ญาณวรรณ พึ่งสกุล. 2553. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาใน
จังหวัดสุพรรณบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิพนธ์ เพชรบุรณิน. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการจัดการของ
นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มนัส ชูราสี. 2550. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในสถาน
ศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ของสถาบัน อาชีวศึกษาภาคใต้ 3.
วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- เมลดดา กลิ่นมาลี. 2551. ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรีต่อการเลือกศึกษาต่อใน
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระนครเหนือ.
- มานิต คงเพชร. 2548. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาในโครงการปริญญาโท
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตลพบุรี. การศึกษาค้นคว้า
อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ :
บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.

บรรณานุกรม(ต่อ)

วิชา วิสูตรเรื่องเดช. 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อสายสามัญหรือสายอาชีพของนักเรียน
ชั้นมัธยม 3 โรงเรียนบัณฑิตวิทยา ปีการศึกษา 2544. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วัลภา ลีมสกุล. 2553. ความคาดหวังของนักศึกษาต่อหลักสูตรนานาชาติ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ศิริวรรณ ชำศิริพงษ์. 2551. ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจและความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA).มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.





ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี

2. ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

3. วุฒิกการศึกษาสูงสุด

1. มัธยมศึกษาปีที่ 6

2. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

4. ภูมิลำเนา

1. กรุงเทพฯ/ปริมณฑล

2. ต่างจังหวัด

5. อาชีพของผู้ปกครอง

1. รับราชการ

2. เจ้าของกิจการ

3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4. เกษตรกรรม

5. พนักงานบริษัทเอกชน

6. อื่น ๆ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. 10,000-20,000 บาท

3. 20,001-30,000 บาท

4. มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์ต่อไปนี้แล้วทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขในช่องระดับความสำคัญที่ตรงกับ
 ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงข้อละ 1 ตัวเลือก

ลำดับที่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
ด้านการเรียนการสอน						
1	สาขาวิชาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการ	5	4	3	2	1
2	มีการแนะนำหลักสูตรการศึกษา	5	4	3	2	1
3	ระบบการเรียนการสอนมีมาตรฐาน	5	4	3	2	1
4	ระบบจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
5	อุปกรณ์การเรียนมีความทันสมัย	5	4	3	2	1
ด้านค่าใช้จ่าย						
1	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	5	4	3	2	1
2	ค่าหนังสือและอุปกรณ์การศึกษา	5	4	3	2	1
3	ค่าที่พักอาศัย	5	4	3	2	1
4	ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	5	4	3	2	1
5	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	5	4	3	2	1
ด้านสถานที่ตั้ง						
1	ระยะเวลาในการเดินทาง	5	4	3	2	1
2	ความสะดวกในการเดินทาง	5	4	3	2	1
3	ความปลอดภัยในการเดินทาง	5	4	3	2	1
4	ความสะดวกในการหาที่พักอาศัย	5	4	3	2	1
5	ความร่มรื่นภายในมหาวิทยาลัย	5	4	3	2	1
ด้านส่งเสริมการตลาด						
1	การให้สิทธิพิเศษในการสมัครเรียน เช่น การให้โควตาเป็นกรณีพิเศษโดยไม่ต้องสอบแข่งขัน และเป็นนักกีฬา นักเรียนที่มีผลการเรียนดี เป็นต้น	5	4	3	2	1
2	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ ใบบลิว แผ่นพับ เป็นต้น	5	4	3	2	1
3	มีโครงการให้ผ่อนผันค่าเล่าเรียนแล้วชำระในภายหลัง	5	4	3	2	1
4	มีทุนสำหรับการกู้ยืมและทุนให้เปล่า	5	4	3	2	1
5	มีการแนะนำทางการศึกษา	5	4	3	2	1

ลำดับที่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	ระดับการตัดสินใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
ด้านบุคลากร						
1	มีบุคลากรคอยให้ข้อมูล และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ	5	4	3	2	1
2	มีบุคลากรที่สุภาพ กระตือรือร้น	5	4	3	2	1
3	มีบุคลากรที่บริการด้วยความรวดเร็วเกิดความประทับใจ	5	4	3	2	1
4	จำนวนคณาจารย์มีมากเพียงพอในการให้บริการการสอน	5	4	3	2	1
5	วุฒิการศึกษาของอาจารย์เป็นที่ยอมรับและตรงตามสาขา	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ						
1	มีสถานที่ที่กว้างขวาง	5	4	3	2	1
2	สถาบันมีต้นไม้ร่มรื่น	5	4	3	2	1
3	มีห้องพักสำหรับผู้ปกครองหรือผู้มาเยี่ยมชม	5	4	3	2	1
4	มีห้องเรียนที่ทันสมัย	5	4	3	2	1
5	มีสถานบริการอำนวยความสะดวก เช่น ร้านถ่ายเอกสาร ร้านคอฟฟี่ช็อป	5	4	3	2	1
ด้านกระบวนการให้บริการแนะนำสถาบัน						
1	มีการประสานงานของทุกฝ่ายแบบมีขั้นตอน	5	4	3	2	1
2	มีความประทับใจในการให้ข้อมูลและคำแนะนำจากบุคลากร	5	4	3	2	1
3	ห้องสมุดมีการให้บริการสื่อ วารสาร ตำราที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก	5	4	3	2	1
4	บุคลากรทุกฝ่ายมีการประสานงานที่เชื่อมโยงกัน	5	4	3	2	1
5	มีรถโดยสารบริการรับส่งนักศึกษาในมหาวิทยาลัย	5	4	3	2	1

ตอนที่ 3 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวยุพา นิลลิต
วันเดือนปีเกิด	3 พฤษภาคม 2516
การศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ปทุมธานี ปีการศึกษา 2547
ที่อยู่ปัจจุบัน	58/337 หมู่ 7 ตำบลคลองพระอุดม อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 12140
สถานที่ทำงาน	สำนักส่งเสริมวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ 85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทร. 02-832-0200-9
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่

