

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

Motivation Factors to Study in the Faculty of Business Administration,
The Far Eastern University

อ. เกียรติศักดิ์ จันทร์แดง*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และศึกษาถึงปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจของนักศึกษา มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจทั้ง 6 ภาควิชา ได้แก่ ภาควิชาการบัญชี ภาควิชาการตลาด ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ภาควิชาการเป็นผู้ประกอบการ ภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยว และภาควิชา การจัดการอุตสาหกรรม จำนวน 172 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ นำเสนอผลการวิจัยในรูปตารางแจกแจงความถี่ จำนวน และร้อยละ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเข้าศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเป็นผลเนื่องมาจาก ปัจจัยหลักๆ 2 ปัจจัย ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและปัจจัยทางด้านสังคม โดยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แบ่งปัจจัยที่ เกี่ยวข้องออกได้ดังนี้ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งและการส่งเสริมการตลาด สำหรับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นโดยตรง เหตุผลที่เลือกคือ ชื่อเสียงของ คณะและสถาบัน รองลงมาคือ ใกล้ที่พักและหลักสูตรที่ทันสมัย สำหรับปัจจัยทางด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าค่าเล่าเรียน ของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยเอกชนอื่น สำหรับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ตอบว่า สถานที่ตั้ง มีผลต่อการตัดสินใจ โดยให้เหตุผลว่ามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นอยู่ในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของ ภาคเหนือ มีการคมนาคมสะดวกและอยู่ใกล้บ้าน สำหรับปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาจะมีผลต่อการตัดสินใจ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รับทราบข่าวสารการรับสมัครจากฝ่ายแนะแนวของมหาวิทยาลัย รองลงมาคือกลุ่มเพื่อน และป้ายโฆษณาของมหาวิทยาลัย

ส่วนปัจจัยทางด้านสังคม การตัดสินใจเข้าศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นมาจากตัวกลุ่มตัวอย่างเอง รองลงมาคือ บิดา/มารดา นอกจากนั้นยังมีปัจจัยทางด้าน อาชีพของบิดา/มารดาและรายได้เฉลี่ยของครอบครัว รวมทั้งความมุง หวังของกลุ่มตัวอย่างเองที่มุ่งหวังว่าหลังจากจบการศึกษาต้องการประกอบอาชีพส่วนตัว และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รวมทั้งเป็น พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนประเด็นที่มีผลต่อความสำเร็จการศึกษานั้น ส่วนมากขึ้นอยู่กับตัวกลุ่มตัวอย่างเอง และบิดา/มารดา การเอาใจใส่ของอาจารย์ที่ปรึกษา และคุณภาพของคณาจารย์ ตลอดจนความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน

บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากร มนุษย์เป็นหลัก โดยได้บัญญัติ "ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง" มาเป็นแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาแบบบูรณาการที่มี "คนเป็น ศูนย์กลาง การพัฒนา" (สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549 : 1) โดยปัจจัยหลักข้อหนึ่งของการ ขับเคลื่อนแผนพัฒนาฉบับที่ 10 สู่การปฏิบัติและการติดตามผล คือ การศึกษาวิจัยสร้างองค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 สู่การปฏิบัติ โดยให้ความสำคัญกับศึกษาวิจัยสร้าง องค์ความรู้เพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้และการขยายผลให้เกิดประโยชน์ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบายต่อไป

* อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

การเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษานี้เองทำให้การศึกษาในระดับอุดมศึกษาขยายตัวเพิ่มมากขึ้นโดยมีสถาบันการศึกษาเอกชนเปิดเพิ่มขึ้นหลายแห่ง หนึ่งในนั้น คือ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นซึ่งเปิดทำการเมื่อปี พ.ศ. 2543 ในชื่อวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น เพื่อจัดให้มีการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา ทั้งระดับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา และต่อมาในปี พ.ศ. 2549 จึงได้รับอนุญาตให้เปลี่ยนสถานภาพเป็นมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น โดยมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นได้เปิดดำเนินการสอนใน 3 คณะวิชาในระดับปริญญาตรีได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และระดับบัณฑิตศึกษาในสาขาการบริหารธุรกิจ สาขาการเป็นผู้ประกอบการ โดยคณะบริหารธุรกิจจะมีสาขาวิชาทั้งหมด 6 สาขาวิชา อันได้แก่ สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว และสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม (ข้อมูล ณ วันที่ดำเนินการวิจัย)

จากการศึกษาจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2546 - 2549 พบว่า มีจำนวน ดังตารางข้างท้าย

ตาราง แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ลงทะเบียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

ปีการศึกษา	2546	2547	2548	2549
จำนวน (คน)	1,893	1,991	1,877	1,713

ที่มา :สำนักบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

จากตารางจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นจะเห็นได้ว่า นักศึกษาให้ความสนใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น เพิ่มขึ้นและลดลงในแต่ละปีไม่เท่ากัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงการตัดสินใจของนักศึกษาที่เลือกศึกษาในคณะบริหารธุรกิจว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น โดยมุ่งศึกษาใน 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านสังคม เนื่องจากปัจจัยทั้ง 2 ด้านจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะสามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการบริหารการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจของนักศึกษา มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาคณะบริหารธุรกิจของนักศึกษามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

วิธีการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยเฉพาะสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เช่นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (4 P's) และปัจจัยทางสังคม เช่น กลุ่มอ้างอิง กลุ่มอิทธิพล ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

2. ขอบเขตประชากร

ประชากร คือนักศึกษาในระดับปริญญาตรีของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ประกอบด้วย สาขาวิชาทั้งหมด 6 สาขาวิชา อันได้แก่ สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว และสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม จำนวนทั้งสิ้น 1,713 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีแบบโควตา (Quota Sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสาขาวิชา โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสาขาวิชา ดังนี้

	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
สาขาวิชาการบัญชี	262	26
สาขาวิชาการตลาด	359	36
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	408	41
สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ	140	14
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว	316	32
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม	228	23
รวม	1,713	172

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลซึ่งมีลักษณะคำถามทั้งแบบปลายเปิด (Open-ended questions) และคำถามแบบปลายปิด (Close-ended questions) โดยกำหนดคำถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้ปกครอง ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด จำนวน 16 คำถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น โดยคำถามบางคำถามดัดแปลง ตามแบบการวัดเจตคติของลิเคิร์ต (Likert)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และคำถามเกี่ยวกับความมุ่งหวังที่จะประกอบอาชีพ โดยคำถามบางคำถามดัดแปลงตามแบบการวัดเจตคติของลิเคิร์ต (Likert)

ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- ❖ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 69.8 เป็นเพศหญิงและร้อยละ 30.2 เป็นเพศชาย
- ❖ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.3 มีอายุ 21 ปี ร้อยละ 27.9 มีอายุ 22 ปี และอายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.9
- ❖ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาเอกชน โดยคิดเป็นร้อยละ 69.2 และสถาบันการศึกษาของรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 30.8
- ❖ ผลการเรียนเฉลี่ยเมื่อจบการศึกษาจากสถาบันเดิม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมช่วง 2.50 - 2.99 คิดเป็นร้อยละ 41.3 และระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมช่วง 2.00 - 2.49 คิดเป็นร้อยละ 20.9
- ❖ ศาสนาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือ คือ ศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 96.5 ศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 3.5
- ❖ ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 93 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือตอนบน รองลงมาคือภาคกลางคิดเป็นร้อยละ 4.7
- ❖ จำนวนพี่น้องในครอบครัว พบว่า ร้อยละ 55.8 จะมีพี่น้อง 2 คน รองลงมาคือร้อยละ 26.2 เป็นลูกคนเดียว
- ❖ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบุตรคนที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 54.7 และร้อยละ 37.2 เป็นบุตรคนที่ 2
- ❖ สถานภาพสมรสของบิดา/มารดา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 72 บิดา/มารดาอยู่ด้วยกัน รองลงมาร้อยละ 10.5 บิดา/มารดาเสียชีวิต และร้อยละ 10.5 บิดา/มารดาแยกกันอยู่ถึงหย่าร้าง
- ❖ อาชีพหลักของบิดา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 31.1 บิดามีอาชีพรับจ้าง รองลงมาร้อยละ 25.6 มีอาชีพเกษตรกร
- ❖ อาชีพหลักของมารดา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 30.8 มีอาชีพรับจ้าง รองลงมาร้อยละ 23.8 มีอาชีพเกษตรกร และร้อยละ 20.9 มีอาชีพค้าขาย
- ❖ อาชีพรองของบิดา/มารดาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 83.1 ไม่มีอาชีพรอง และร้อยละ 16.9 มีอาชีพรอง
- ❖ รายได้เฉลี่ยของครอบครัว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 70.3 บิดา/มารดามีได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 11.6 มีรายได้ 10,000 - 19,000 บาท และร้อยละ 7 มีรายได้ 19,001 - 29,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

- ❖ การสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 72.1 สอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยโดยตรง รองลงมาร้อยละ 26.2 ได้รับโควตาเข้ามา
- ❖ การสอบเข้าสถาบันการศึกษาอื่นนอกเหนือจากมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 82.6 ไม่ได้สอบเข้าที่อื่น และร้อยละ 17.4 สอบเข้าที่อื่นด้วยซึ่งส่วนใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาล ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ❖ เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 22.7 เลือกเพราะชื่อเสียงของคณะและสถาบัน รองลงมาร้อยละ 15.7 เลือกเพราะใกล้ที่พัก ร้อยละ 14 เลือกเพราะหลักสูตร และอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัย และร้อยละ 9.9 เลือกเพราะคุณภาพของอาจารย์ผู้สอน
- ❖ การรับทราบข่าวการรับสมัคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 46.5 ได้รับข่าวสารจากเพื่อน รองลงมาร้อยละ 44.2 ทราบข่าวสารจากป้ายโฆษณาของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และร้อยละ 26.2 ได้รับข่าวสารจากฝ่ายแนะแนวของมหาวิทยาลัย
- ❖ การแสดงถึงปัจจัยด้านโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 83.1 ตอบว่าปัจจัยด้านโฆษณาไม่มีผลต่อการตัดสินใจ รองลงมาร้อยละ 16.9 ตอบว่าปัจจัยด้านโฆษณาไม่มีผลต่อการตัดสินใจ
- ❖ การแสดงถึงสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 39 ตอบว่าฝ่ายแนะแนวของมหาวิทยาลัย รองลงมาร้อยละ 37.2 ตอบว่ากลุ่มเพื่อน และร้อยละ 37.2 ตอบว่าป้ายโฆษณาของมหาวิทยาลัย
- ❖ การแสดงถึงการทราบค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยเอกชนอื่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 72.7 ตอบว่าทราบค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยเอกชนอื่น และร้อยละ 27.3 ตอบว่าไม่ทราบค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยเอกชนอื่น
- ❖ การแสดงถึงระดับค่าเฉลี่ยค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นกับมหาวิทยาลัยเอกชนอื่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 52.3 ตอบว่าค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 26.7 ตอบว่าค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นอยู่ในระดับสูง
- ❖ การแสดงถึงสถานที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 80.2 ตอบว่าสถานที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น รองลงมาร้อยละ 19.8 ตอบว่าสถานที่ตั้งไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ
- ❖ การแสดงถึงเหตุผลที่สถานที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ พบว่า มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 59.3 ตอบว่าอยู่ในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือ รองลงมาร้อยละ 54.7 ตอบว่า การคมนาคมสะดวก และร้อยละ 40.1 ตอบว่าอยู่ใกล้บ้าน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจ

- ❖ การแสดงถึงคนในครอบครัวที่ศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 55.8 ตอบว่ามีคนในครอบครัวศึกษาหรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี และร้อยละ 44.2 ตอบว่าไม่มีคนในครอบครัวศึกษาหรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี
- ❖ การแสดงถึงการสอบเข้าสถาบันอื่นภายหลังที่เข้าเรียนในมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 16.8 ตอบว่าสอบเข้าสถาบันการศึกษาของรัฐบาล และร้อยละ 1.2 สอบเข้าสถาบันการศึกษาของเอกชน
- ❖ การแสดงถึงเหตุผลที่เลือกสอบเข้าสถาบันเอกชนอื่นหลังจากที่เข้าเรียนในมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น โดยเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า

เหตุผลที่เลือกในระดับมากคือ

มีคณะที่มีชื่อเสียง ค่าเฉลี่ย 4.50

เหตุผลที่เลือกในระดับปานกลางคือ

ทำเลที่ตั้งของสถาบันไปมาสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.67

เหตุผลที่เลือกในระดับน้อยคือ

มีหลักสูตรที่ทันสมัย ค่าเฉลี่ย 2.62

เหตุผลที่เลือกในระดับน้อยที่สุดคือ

มีคณาจารย์ที่มีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 0.29

มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ค่าเฉลี่ย 1.35

มีบรรยากาศร่มรื่น ค่าเฉลี่ย 0.71

เป็นสถาบันที่ใกล้ที่พัก ค่าเฉลี่ย 1.94

หางานทำได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 1.43

เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป ค่าเฉลี่ย 1.08

- ❖ การแสดงบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 74.4 ตอบว่าตนเองมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ รองลงมาร้อยละ 51.2 ตอบว่าเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ และร้อยละ 37.8 ตอบว่ามารดามีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ
- ❖ การแสดงถึงความมุ่งมั่นที่จะประกอบอาชีพภายหลังที่จบการศึกษาโดยเรียงจากค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักจากมากไปหาน้อย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมุ่งประกอบอาชีพส่วนตัว รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น และอาชีพอื่นที่ไม่เกี่ยวกับคณะที่เรียน

อภิปรายผลการวิจัย

จากข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุประมาณ 21 ปีมากที่สุด และส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาเอกชน และมีผลการเรียนอยู่ในช่วง 2.50 - 2.99 มากที่สุดซึ่งถือได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีผลการเรียนอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคเหนือตอนบนมากที่สุด โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย พะเยา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีพี่น้องรวมกัน 2 คน และเป็นบุตรคนแรกเป็นส่วนมาก โดยส่วนใหญ่เลือกศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเพราะเหตุผลที่ว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือและมีการคมนาคมที่สะดวก

สถานภาพสมรสของบิดาและมารดาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นครอบครัวที่สมบูรณ์พร้อมทั้งบิดาและมารดา บิดาและมารดาอาศัยอยู่ด้วยกัน อาชีพของบิดาและมารดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง รองลงมาคืออาชีพเกษตรกรรม

จากข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นโดยตรง สาเหตุอาจมาจากเพราะทราบว่ามหาวิทยาลัยมีการสอบคัดเลือกอีกรอบหลังจากที่มีการสอบเอนทรานซ์เสร็จ และกลุ่มตัวอย่าง ส่วนหนึ่งมาจากระดับอนุปริญาจึงสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้โดยตรง และสาเหตุสำคัญที่เลือกสอบเข้าคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเพราะชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย รองลงมาคือใกล้ที่พักอาศัย หลักสูตร และอุปกรณ์ที่ทันสมัย ซึ่งสื่อให้เห็นได้ว่าปัจจุบันคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ทำให้มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสังคม

การทราบข่าวการรับสมัคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวการรับสมัครจากเพื่อน รองลงมาคือป้ายโฆษณาของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และจากผลการวิจัย พบว่า ร้อยละ 83.1 การประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจ ส่วนปัจจัยด้านค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยอยู่ในเกณฑ์ปานกลางที่กลุ่มตัวอย่างสามารถยอมรับได้ และเมื่อเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยเอกชนอื่นซึ่งอาจเป็นผลมาจากรายได้โดยเฉลี่ยของบิดา/มารดาที่มีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างน้อย จึงทำให้พอใจในค่าเล่าเรียนที่น้อยกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่นเมื่อเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 80.2 ตอบว่าสถานที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จากเหตุผลที่ได้ จะเห็นได้ว่าเนื่องจากอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดศูนย์กลางของภาคเหนือ มีการคมนาคมที่สะดวก และอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาเรียนจะมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคเหนือตอนบน อันได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เป็นกลุ่มใหญ่ ที่ไม่ยากไปเรียนที่จังหวัดอื่นที่ไกลจากบ้าน

ความมุ่งมั่นที่จะประกอบอาชีพภายหลังจบการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีความมุ่งมั่นที่จะประกอบอาชีพส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาคือความมุ่งมั่นที่จะรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีความมุ่งมั่นทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จะสังเกตได้จากทฤษฎีของ Maslow ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์นั้นจะเป็นไปตามลำดับขั้น ซึ่งจะเริ่มจากขั้นพื้นฐานไปหาขั้นที่สูงกว่า ซึ่งจะประกอบไปด้วย ความต้องการทางด้านร่างกายเป็นอันดับแรก อันได้แก่ รายได้ ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานที่มีในคนทุกคนเพื่อสนองความต้องการขั้นต่ำสุดของมาตรฐานการดำรงชีวิต จะสังเกตได้จากสังคมในปัจจุบัน การประกอบอาชีพส่วนตัวจะส่งผลให้เกิดรายได้ที่มากกว่า และนอกจากนี้ ยังมีความเป็นอิสระในการทำงาน จึงเป็นเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเหตุผลในการประกอบอาชีพส่วนตัว โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ความมุ่งมั่นที่จะรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ถูกเลือกรองลงมาโดยมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าการรับราชการจะมีความมั่นคงสูงและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการประกอบอาชีพส่วนตัว ซึ่งจะสอดคล้องกับความต้องการทางด้านความมั่นคงปลอดภัยของ Maslow ซึ่งนอกจากปัจจัยตามทฤษฎีของ Maslow แล้ว ยังมีปัจจัยเกี่ยวกับความคาดหวังในการมีงานทำ และความคาดหวังเกี่ยวกับรายได้ก็ต้องเป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งที่ช่วยในการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- 1.1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะเรียนคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ด้วยเหตุผลที่ว่าเพราะชื่อเสียงของคณะและสถาบัน รองลงมาคือใกล้ที่พัก หลักสูตร เครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ทันสมัยและคุณภาพของคณาจารย์ ซึ่งชื่อเสียงของคณะและสถาบันเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป แต่หลักสูตร เครื่องมือ/อุปกรณ์ รวมทั้งคุณภาพของคณาจารย์นั้นยังต้องพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้บริหารอาจใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อนำไปพัฒนามหาวิทยาลัย และพัฒนาคณาจารย์ให้ดียิ่งขึ้น เช่นมีการส่งให้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นไป ส่งเข้ารับการฝึกอบรม ส่งเสริมให้มีผลงานเป็นที่ยอมรับ เพื่อก่อให้เกิดการยอมรับแก่คนทั่วไปเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยยั่งยืนยิ่งขึ้น
- 1.2. หลักสูตรที่มีอยู่เดิม สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันได้ แต่สำหรับอนาคตความต้องการอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของสังคม ดังนั้นควรมีการติดตามความเปลี่ยนแปลงทุกระยะ เพื่อให้สามารถปรับปรุงรวมทั้งพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้ และควรพิจารณากิจกรรมที่เป็นประโยชน์โดยคำนึงถึงสภาพลักษณะต่างๆไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบเพื่อความเหมาะสมในการจัดกิจกรรม
- 1.3. อุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ในการเรียนการสอน ซึ่งพบว่า มีค่าร้อยละของเหตุผลที่อุปกรณ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันอยู่ในอันดับน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ ดังนั้นผู้บริหารอาจใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเพิ่มความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์/เครื่องมือและเครื่องใช้ในการเรียนการสอนให้ทันสมัยและมีจำนวนเพียงพอมากขึ้น

2. ด้านราคา (Price)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น เมื่อเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งอื่นว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหมายความว่า ค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นจัดอยู่ในเกณฑ์ที่ยังไม่แพงจนเกินไป กลุ่มตัวอย่างหรือผู้ปกครองยังสามารถที่จะจ่ายค่าเล่าเรียนได้ แต่อาชีพของผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพรับจ้างและเกษตรกรกรรม ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนมากไม่เกิน 10,000 บาท ดังนั้นถ้าทางมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นจะมีการปรับค่าเล่าเรียนจะต้องพิจารณาความเหมาะสม และเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งอื่นๆ ด้วย

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- 3.1. การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างภาพพจน์ที่ดี ดังนั้นทางมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ควรจะมีการช่วยเหลืองานสังคม และควรมีการจัดงานที่สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย เช่น จัดงานวันสถาปนามหาวิทยาลัย ควรมีการจัดงานให้ยิ่งใหญ่ ใช้ผู้เชี่ยวชาญระดับมืออาชีพเข้ามาช่วยในการจัดงาน และมีการจัดป้ายโฆษณาที่น่าสนใจและเพิ่มจำนวนของจุดติดตั้ง เพื่อให้สังคมได้รับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยมากยิ่งขึ้น
- 3.2. การโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยในการกระจายข่าวให้บุคคลอื่นได้ทราบความเคลื่อนไหวจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 83.1 แสดงความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจ และกลุ่มกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือตอนบนโดยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93 ดังนั้นทางมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นควรมีการวางแผนการโฆษณาเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐที่ต้องการสนับสนุนให้กลุ่มตัวอย่างได้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในสถาบันที่อยู่ใกล้บ้าน และเพื่อเป็นการจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างได้เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรเลือกสื่อที่มีความเหมาะสม หรือสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การโฆษณาตามโรงเรียนที่อยู่ในภาคเหนือตอนบน เช่น เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา แม่ฮ่องสอน เป็นต้น มีการแนะนำการศึกษาต่อ การเลือกใช้สื่อในการโฆษณาต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และป้ายโฆษณา โดยการโฆษณาแต่ละครั้งควรได้รับการวางแผนและควรมีการประเมินผลทุกครั้งเมื่อเลือกใช้สื่อนั้นๆ แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงการแผนการโฆษณาให้ดีขึ้นและคุ้มค่ากับงบประมาณที่จัดสรรไว้

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานคณะกรรมการการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). **แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2540 - 2544**. กรุงเทพฯ : สำนักงานฯ.