

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
Factors Influenced the Decision in Choosing to Study in
Higher Education Institutions of High School Students in Muang District,
Chiang Mai Province

ดรุชา รัตนดำรงอักษร^{1*}

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การเป็นผู้ประกอบการ) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
เลขที่ 120 ถนนมหาราช อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาและกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 400 คน จากโรงเรียนเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ 10 แห่ง ในส่วนแรกจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ตามส่วนผสมทางการตลาดบริการ (7P's) โดยจะทดสอบค่าความแตกต่าง ด้วยวิธีทดสอบค่า t (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) และเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่มีความสำคัญมากที่สุดในการเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ค่าใช้จ่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ภาพลักษณ์และกระบวนการบริการมีผลต่อกลุ่มรายได้ต่างๆ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีเพียงปัจจัยด้านการเรียนการสอนที่มีผลต่อกลุ่มรายได้ต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ สถาบันอุดมศึกษา นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเชียงใหม่

*ผู้เขียนหลัก

อีเมล: darucha_r@hotmail.com



Abstract

The purpose of this research is to study the factors that influence the choice to study in higher education institutions of private high school students in Muang District, Chiang Mai Province. This research is a quantitative research. Questionnaires were used to collect data by quota sampling and determine 400 samples from grade 12 students in 9 Chiang Mai private schools. In the first section is an analysis of personal data with statistical software. To determine the frequency, percentage, average and standard deviation of the data. In the second part is the analysis of service market factors, as including seven factors of the service marketing mix (7P's). It will test the difference with the test of t (t-test), one-way analysis of variance (One-Way ANOVA) and compare the difference of market factors are coupled with Scheffe.

The research found that place was the most important factor for high school students in Chiang Mai private school in choosing of higher education study. Market factors in the selection of the seven studies in higher education. And comparative analysis of different factors found that teaching factor affected on income groups is significantly different. While no other factor found the difference.

Keywords

Factors Influenced, Decision in Choosing to Study, Higher Education Institutions, High School Students, Chiang Mai Province

บทนำ

จากอดีตที่ผ่านมา สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาต่างมีการขยายตัวเพื่อรองรับนักศึกษาจำนวนมากแต่เมื่อประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัว จำนวนเด็กลดลงส่งผลกระทบอย่างมากต่อทุกภาคส่วน (กนกศิลป์ เข้มจินดา, 2558) รวมถึงมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ต่างประสบปัญหาในการรับนักศึกษาเข้าใหม่ไม่ตรงตามจำนวนที่วางแผนไว้ ทำให้มหาวิทยาลัยต่างๆ ต้องแข่งขันกันเพื่อให้ได้นักศึกษาตามจำนวนที่ต้องการ (กำชัย จงจักรพันธ์, 2546)

ในสภาวะการณดังกล่าว สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจำเป็นต้องมีการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (คอตเลอร์, 2547) ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายร่วมกับการบริหารจัดการที่มีคุณภาพในรูปแบบของการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการทางการศึกษาเพื่อแข่งขันกับสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ ทั้งจากภาครัฐและเอกชนด้วยกันและเนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจัดเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง (ยุพาวรรณวรรณวานิชย์, 2554) ดังนั้นการจัดการส่วนผสมทางการตลาดบริการ หรือ 7P's ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่สถาบันกำหนดไว้จึงเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในการนำมาใช้ อันจะทำให้สถาบันทราบว่าควรใช้ทรัพยากรที่ตนมีอยู่อย่างไรจึงจะสามารถดึงดูดความสนใจจากนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งยังช่วยให้

การบริหารการศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดการสิ้นเปลืองงบประมาณและทรัพยากรไปโดยเปล่าประโยชน์

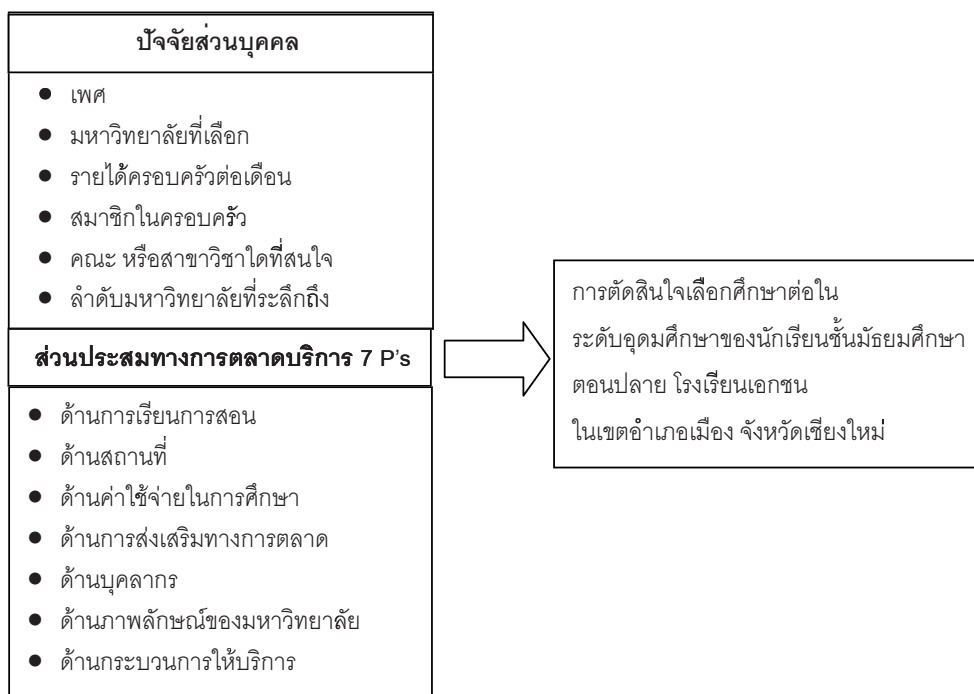
ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นปัจจัยที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการวางแผนบริหารจัดการทรัพยากรที่ดินมีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำมาซึ่งผลกำไรของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในที่สุด

วัตถุประสงค์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยได้กำหนดตัวแปรต้นจากปัจจัยส่วนบุคคล และตัวแปรตามมาจากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน (7 P's) ของเลิฟล็ค และ ไรต์ (2546) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 กลุ่ม ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่อย่างไร



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จากการสำรวจจำนวนนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ 1) โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย แผนกมัธยม 2) โรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย 3) โรงเรียนคาราวิทยาลัย 4) โรงเรียนพระหฤทัย เชียงใหม่ 5) โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย 6) โรงเรียนวชิรวิทย์ 7) โรงเรียนวารีเชียงใหม่ 8) โรงเรียนมารมารา วิชัยวิทยา 9) โรงเรียนเทพดินทรวิทยา เชียงใหม่ 10) โรงเรียนเชียงใหม่คริสเตียน พบว่า ในปี พ.ศ. 2559 มี จำนวน 2,842 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง เท่ากับ ± 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95% (ยูทธ ไทยวรรณ, 2552) จะมีขนาดเท่ากับ 350 คน กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาโดยแจกแจง แบ่งสัดส่วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนเอกชน จำนวน 10 แห่ง ในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559 ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2559 ซึ่งเป็นช่วงที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จะค้นหาข้อมูลการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และอาจารย์ฝ่ายแนะแนวจะให้ข้อมูลและคำปรึกษาแนะนำแก่นักเรียนในแต่ละโรงเรียน โดยมีโรงเรียนที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโรงเรียนละ 50 ชุด อยู่ 7 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย แผนกมัธยม โรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย โรงเรียนคาราวิทยาลัย โรงเรียนพระหฤทัย เชียงใหม่ โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย โรงเรียนวชิรวิทย์ และโรงเรียนวารีเชียงใหม่ ส่วนโรงเรียนมารมารา วิชัยวิทยา และโรงเรียนเทพดินทรวิทยา เชียงใหม่ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โรงเรียนละ 20 ชุด และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โรงเรียนเชียงใหม่คริสเตียน จำนวน 10 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษา และที่อยู่ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แบบ Likert's Scales เพื่อสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่

3. การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนเอกชนในระดับมัธยมศึกษาต่างๆ ทั้ง 10 แห่ง โดยทำหนังสือขออนุญาตโรงเรียนแต่ละแห่งเพื่อเก็บข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของคำตอบและลงรหัสในแต่ละข้อเพื่อนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลในตอนต้นที่ 1 ซึ่งเป็นข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องเพศ รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษา และที่อยู่โดยใช้สถิติแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ สำหรับตอนที่ 2 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้ด้วยการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มโดยใช้ค่าทดสอบที (t-test) เปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปรระหว่าง 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ลักษณะส่วนใหญ่ที่พบ มีดังนี้ โดยมากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000 ถึง 49,999 บาท และพบว่าโดยมากครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามจะมีสมาชิกในครอบครัวกำลังศึกษาในระดับต่างๆ ด้วยเช่นกัน ในด้านการวางแผนเลือกศึกษาต่อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วางแผนเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล และสาขาวิชาที่นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อมากที่สุดคือ วิทยาศาสตร์ รองลงมาคือ สังคมศาสตร์ ธุรกิจ กฎหมาย ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แสดงจำนวนและค่าร้อยละของคณะหรือสาขาวิชาใดที่นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อ

คณะ หรือสาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษา	16	4.0
มนุษยศาสตร์และศิลปกรรม	42	10.5
สังคมศาสตร์ ธุรกิจ กฎหมาย	125	31.3
วิทยาศาสตร์	156	39.0
วิศวกรรมศาสตร์ การผลิต ก่อสร้าง	50	12.5
เกษตรศาสตร์	6	1.5
ไม่เลือก	5	1.3
รวม	400	100.0

ตารางที่ 2

แสดงจำนวนนักศึกษาจำแนกตามความสัมพันธ์ของรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนที่มีต่อคณะ/สาขาวิชา
ที่นักเรียนวางแผนเลือกไว้สำหรับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

รายได้รวมของ ครอบครัว ต่อเดือน	คณะ/สาขาวิชา							รวม
	บ่อเหล็ก	การศึกษาศาสตร์	ศิลปกรรมศาสตร์	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	การศึกษาศาสตร์	การศึกษาศาสตร์	การศึกษาศาสตร์	
ต่ำกว่า 20,000 บาท	0	5	2	17	13	3	0	42
20,000 - 49,999 บาท	3	9	23	55	71	26	3	189
50,000 - 79,999 บาท	2	1	13	37	55	18	2	127
80,000 - 99,999 บาท	0	1	2	7	7	2	0	20
มากกว่า 100,000 บาท	0	0	2	9	10	1	0	22
รวม	5	16	42	125	156	50	5	224

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ในภาพรวม โดยจำแนกปัจจัยทั้ง 30 ปัจจัย
ออกเป็น 7 ด้านด้วยกัน ได้แก่ ด้านการเรียนการสอน ด้านสถานที่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการส่งเสริม
ทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและด้านกระบวนการให้บริการ โดยการหาค่าเฉลี่ย
และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3

แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ด้านการเรียนการสอน	4.18	0.60
1. มีสาขาวิชาที่หลากหลาย	3.91	.963
2. มีหลักสูตรที่ทันสมัย	4.15	.844
3. มีการสอนต่อเนื่องในระดับปริญญาโท และปริญญาเอก	3.98	.944
4. หลักสูตรได้รับการรับรองจากกระทรวง	4.27	.822
5. มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย	4.22	.760
6. สามารถนำความรู้ไปใช้งานได้จริง	4.52	.715
ด้านสถานที่	4.85	0.76
7. อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่	3.61	1.316
8. ตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	3.97	1.030
9. มีความพร้อมในด้านอาคารสถานที่	4.27	.827
10. เรียนในห้องปรับอากาศ	4.00	.990
11. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมือง	3.89	.969
ด้านค่าใช้จ่าย	3.80	0.95
12. ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา	3.92	1.032
13. ค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหาร	3.86	1.020
14. สามารถผ่อนผันค่าเทอม	3.55	1.156
15. การให้ทุนการศึกษา	3.86	1.118
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.53	0.90
16. การโฆษณาผ่านป้ายคัทเอาท์ขนาดใหญ่หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.03	1.178
17. การมีบุคลากรออกประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยตามโรงเรียน	3.60	1.139
18. การให้ข้อมูล รายละเอียดต่างๆ ของมหาวิทยาลัย	3.90	1.018
19. สามารถสอบถามรายละเอียดผ่านทางโทรศัพท์	3.61	1.110
ด้านบุคลากร	4.16	0.65
20. อาจารย์ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญ ตรงตามสาขาวิชาที่สอน	4.45	.780
21. อาจารย์ผู้สอนเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงต่างๆ	3.83	.994
22. อาจารย์ผู้สอนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ หรือมีผลงานทางวิชาการ	3.96	.925
23. อาจารย์ผู้สอนเอาใจใส่ ดูแลอย่างใกล้ชิด	4.32	.797

ตารางที่ 3

แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ต่อ)

ปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
24. มีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานต่างๆ	4.23	.772
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	4.03	0.85
25. เป็นมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนมานาน	3.95	1.019
26. มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน	4.03	.936
27. มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	4.13	.928
ด้านกระบวนการบริการ	3.91	0.62
28. มีผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆ มาถ่ายทอดความรู้	4.05	.845
29. มีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ	4.04	.907
30. มีการหาตำแหน่งงานรองรับ เมื่อนักศึกษาจบการศึกษา	4.40	.817

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามดังแสดงในตารางที่ 3 พบว่า ด้านการเรียนการสอน
กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญแก่ เรื่องการนำความรู้ไปใช้งานได้จริงมากที่สุด ด้านสถานที่
กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญแก่ เรื่องความพร้อมในด้านอาคารสถานที่มากที่สุด ด้านค่าใช้จ่าย
กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญแก่ เรื่องค่าใช้จ่ายด้านการศึกษามากที่สุด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญแก่เรื่อง การให้ข้อมูล รายละเอียดต่างๆ ของมหาวิทยาลัยมากที่สุด
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญแก่เรื่อง การมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก
โดยทั่วไปมากที่สุด ด้านบุคลากร กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญแก่เรื่อง อาจารย์ผู้สอนมี
ความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชาที่สอนมากที่สุด และด้านกระบวนการบริการ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม
ให้ความสำคัญแก่เรื่อง การหาตำแหน่งงานรองรับ เมื่อจบการศึกษาที่สุด

สำหรับผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมในการเลือก
ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่
ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแต่ละกลุ่ม ด้วยวิธีทดสอบค่า t (t-test) พบว่า ปัจจัยด้านการสอน
ภาพลักษณ์ สถานที่ กระบวนการให้บริการมีผลต่อนักเรียนชายและนักเรียนหญิงแตกต่างกันที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายมี
ผลต่อนักเรียนชายและนักเรียนหญิงไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
การเรียนการสอน	Equal variances assumed	0.33	0.57	-1.94	398	0.05
	Equal variances not assumed			-1.87	164.03	0.06
สถานที่	Equal variances assumed	1.60	0.21	-2.56	398	0.01
	Equal variances not assumed			-2.43	161.01	0.02
ด้านค่าใช้จ่าย	Equal variances assumed	1.36	0.24	-1.30	398	0.20
	Equal variances not assumed			-1.25	164.73	0.21
ส่งเสริมการตลาด	Equal variances assumed	0.22	0.64	-1.15	398	0.25
	Equal variances not assumed			-1.18	180.94	0.24
ด้านบุคลากร	Equal variances assumed	1.23	0.27	-1.61	398	0.11
	Equal variances not assumed			-1.51	157.62	0.13
ภาพลักษณ์	Equal variances assumed	8.72	0.00	-2.39	398	0.02
	Equal variances not assumed			-2.06	140.32	0.04
กระบวนการ	Equal variances assumed	0.02	0.90	-2.21	398	0.03
	Equal variances not assumed			-2.10	160.97	0.04

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ระหว่างกลุ่มรายได้ต่างๆ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มในด้านการเรียนการสอนและด้านค่าใช้จ่าย ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ระหว่างกลุ่มรายได้ต่างๆ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การเรียนรู้การสอน	Between Groups	7.210	4	1.803	5.278	0.00
	Within Groups	134.885	395	0.341		
	Total	142.095	399			
ค่าใช้จ่าย	Between Groups	14.514	4	3.628	4.146	0.00
	Within Groups	345.661	395	0.875		
	Total	360.174	399			
ส่งเสริมการตลาด	Between Groups	2.104	4	0.526	0.654	0.66
	Within Groups	317.861	395	0.805		
	Total	319.965	399			
บุคลากร	Between Groups	3.099	4	0.775	1.827	0.12
	Within Groups	167.532	395	0.424		
	Total	170.631	399			
ภาพลักษณ์	Between Groups	4.207	4	1.052	1.480	0.21
	Within Groups	280.770	395	0.711		
	Total	284.977	399			
กระบวนการ	Between Groups	1.003	4	0.251	0.647	0.63
	Within Groups	153.061	395	0.387		
	Total	154.064	399			
สถานที่	Between Groups	1.065	4	0.266	0.457	0.77
	Within Groups	230.394	395	0.583		
	Total	231.459	399			

จากตารางที่ 5 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มในด้านการสอนและด้านค่าใช้จ่าย ส่วนด้านอื่นๆ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่ม ดังนั้นจึงต้องนำปัจจัยด้านการเรียนการสอน และด้านค่าใช้จ่าย มาทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ซึ่งปรากฏผลการทดสอบดังแสดงในตารางที่ 6 และตารางที่ 7

ตารางที่ 6

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมด้านการเรียนการสอนในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ระหว่างกลุ่มรายได้ต่างๆ เป็นรายคู่

Dependent Variable	(I) รายได้ (บาท)	(J) รายได้ (บาท)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
การเรียนรู้ การสอน	ต่ำกว่า 20,000	20,000 - 49,999	-.20855	.09969	.359	-.5171	.1000
		50,000 - 79,999	-.37211 [*]	.10402	.013	-.6940	-.0502
		80,000 - 99,999	-.52460 [*]	.15876	.029	-1.0159	-.0333
		เกินกว่า 100,000	-.46248	.15379	.062	-.9385	.0135
	20,000 - 49,999	ต่ำกว่า 20,000	.20855	.09969	.359	-.1000	.5171
		50,000 - 79,999	-.16356	.06705	.205	-.3711	.0440
		80,000 - 99,999	-.31605	.13741	.261	-.7413	.1092
		เกินกว่า 100,000	-.25393	.13164	.446	-.6613	.1535
	50,000 - 79,999	ต่ำกว่า 20,000	.37211 [*]	.10402	.013	.0502	.6940
		20,000 - 49,999	.16356	.06705	.205	-.0440	.3711
		80,000 - 99,999	-.15249	.14058	.882	-.5876	.2826
		เกินกว่า 100,000	-.09037	.13495	.978	-.5080	.3273
	80,000 - 99,999	ต่ำกว่า 20,000	.52460 [*]	.15876	.029	.0333	1.0159
		20,000 - 49,999	.31605	.13741	.261	-.1092	.7413
		50,000 - 79,999	.15249	.14058	.882	-.2826	.5876
		เกินกว่า 100,000	.06212	.18054	.998	-.4966	.6209
	เกินกว่า 100,000	ต่ำกว่า 20,000	.46248	.15379	.062	-.0135	.9385
		20,000 - 49,999	.25393	.13164	.446	-.1535	.6613
		50,000 - 79,999	.09037	.13495	.978	-.3273	.5080
		80,000 - 99,999	-.06212	.18054	.998	-.6209	.4966

ตารางที่ 7

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมด้านค่าใช้จ่ายในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ระหว่างกลุ่มรายได้ต่างๆ เป็นรายคู่

Dependent Variable	(I) รายได้ (บาท)	(J) รายได้ (บาท)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านค่าใช้จ่าย	ต่ำกว่า 20,000	20,000 – 49,999	-.02315	.15958	1.000	-.5170	.4707
		50,000 – 79,999	.29476	.16651	.536	-.2206	.8101
		80,000 – 99,999	.50952	.25415	.405	-.2770	1.2961
		เกินกว่า 100,000	.50271	.24620	.385	-.2592	1.2646
	20,000 – 49,999	ต่ำกว่า 20,000	.02315	.15958	1.000	-.4707	.5170
		50,000 – 79,999	.31791	.10733	.069	-.0143	.6501
		80,000 – 99,999	.53267	.21997	.212	-.1481	1.2134
		เกินกว่า 100,000	.52585	.21073	.185	-.1263	1.1780
	50,000 – 79,999	ต่ำกว่า 20,000	-.29476	.16651	.536	-.8101	.2206
		20,000 – 49,999	-.31791	.10733	.069	-.6501	.0143
		80,000 – 99,999	.21476	.22504	.923	-.4817	.9112
		เกินกว่า 100,000	.20795	.21603	.921	-.4606	.8765
	80,000 – 99,999	ต่ำกว่า 20,000	-.50952	.25415	.405	-1.2961	.2770
		20,000 – 49,999	-.53267	.21997	.212	-1.2134	.1481
		50,000 – 79,999	-.21476	.22504	.923	-.9112	.4817
		เกินกว่า 100,000	-.00682	.28902	1.000	-.9013	.8877
	เกินกว่า 100,000	ต่ำกว่า 20,000	-.50271	.24620	.385	-1.2646	.2592
		20,000 – 49,999	-.52585	.21073	.185	-1.1780	.1263
		50,000 – 79,999	-.20795	.21603	.921	-.8765	.4606
		80,000 – 99,999	.00682	.28902	1.000	-.8877	.9013

จากตารางที่ 6 และ 7 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมด้านการสอนในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ระหว่างกลุ่มรายได้ต่างๆ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe พบว่า ปัจจัยด้านการเรียนการสอน มีผลต่อกลุ่มรายได้ต่างๆ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้าน

ค่าใช้จ่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อกลุ่มรายได้ต่างๆ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาความต้องการของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนมัธยมเอกชนที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการเก็บข้อมูลในการสอบถามถึงสถาบันอุดมศึกษาที่นักเรียนวางแผนเลือกไว้สำหรับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา พบว่าส่วนใหญ่ต้องการศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลซึ่งเป็นไปตามค่านิยมของสังคมไทยปัจจุบัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศศิวิมล แสนเมือง (2554) ซึ่งพบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนมากเลือกมหาวิทยาลัยของรัฐในอันดับต้นๆ เนื่องจากเป็นค่านิยมของสังคม โดยมีปัจจัยด้านชื่อเสียง และสถานที่ตั้งเป็นปัจจัยประกอบ ในขณะที่ความแตกต่างของปัจจัยด้านรายได้ของครอบครัวก็เป็นปัจจัยที่นักเรียนใช้ตัดสินใจในการเลือกคณะหรือสาขาวิชาที่ต้องการจะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญกร ช่วยทุกข์เพื่อน (2558) ซึ่งพบว่าการเลือกศึกษาต่อในคณะหรือสาขาวิชาต่างๆ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างทางเศรษฐกิจ ทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อของบุคคล

ในส่วนของการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ระหว่างกลุ่มรายได้ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการเรียนการสอน มีผลต่อกลุ่มรายได้ต่างๆ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาณี พัทธเจริญพงศ์ (2554) ซึ่งพบว่า เงินทุนในการศึกษามีผลต่อความต้องการทางการศึกษา และเมื่อพิจารณาพร้อมกับตารางที่ 1 และตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ของครอบครัวที่ไม่สูงมากส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในเรื่องการที่จะสามารถนำความรู้ไปใช้งานได้จริง และหลักสูตรได้รับการรับรองจากกระทรวง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามน่าจะต้องการเรียนในสาขาวิชาที่ตนเองมั่นใจได้ว่าจะสามารถนำมาใช้ประกอบอาชีพได้แน่นอน เพราะการศึกษาถือเป็นการลงทุนที่สูงทั้งด้านค่าใช้จ่ายและเวลา ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ครอบครัวมีฐานะทางการเงินมั่นคง อาจจะเลือกเรียนตามสาขาวิชาที่เป็นที่นิยมของสังคมมากกว่ามองเรื่องการนำมาประกอบอาชีพในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญกร ช่วยทุกข์เพื่อน (2558) ซึ่งพบว่าการเลือกศึกษาต่อในคณะ หรือสาขาวิชาต่างๆ แตกต่างกันออกไปตามฐานะทางเศรษฐกิจของแต่ละครอบครัว โดยครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำมักจะปลูกฝังให้บุตรหลานของตนมีความมุ่งมั่นในการศึกษาเพื่อไปประกอบอาชีพ

ส่วนผลการวิเคราะห์เป็นรายคู่ แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดด้านค่าใช้จ่าย และการเรียนการสอนในแต่ละกลุ่มรายได้ของครอบครัวในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้วยวิธี Scheffe ดังตารางที่ 6 และ 7 พบว่า ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในแต่ละกลุ่มรายได้ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ทั้งนี้ น่าจะเกิดจากแต่ละกลุ่มรายได้ต่างมีความคิดเห็นที่เหมือนกันภายในกลุ่ม แต่มีความคิดเห็นบางข้อที่อาจแตกต่างกันไปจากกลุ่มรายได้อื่นซึ่งมีอยู่ไม่มากนัก ดังนั้นเมื่อนำเทคนิคการทดสอบแบบ Scheffe ซึ่งมีความไวที่ต่ำลงทำให้ความแตกต่างดังกล่าวไม่มีผล ในขณะที่ปัจจัยทางการตลาดด้านการเรียนการสอน กลับพบว่า กลุ่มที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ 40,000 บาท - 79,999 บาท และกลุ่ม 80,000 บาท - 99,999 บาท ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับการอธิบายข้างต้นที่สรุปไว้ว่า กลุ่มนักเรียนที่มาจากรอบครัวที่มีรายได้ไม่สูงนักจะมุ่งศึกษาในคณะ/สาขาที่สามารถหางานทำได้มากกว่า ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ปานกลางจะนิยมเข้าศึกษาต่อในคณะ/สาขาที่เป็นที่นิยมในช่วงเวลานั้นๆ

สรุป

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนที่มีต่อการวางแผนเลือกคณะ/สาขาวิชาในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาพบว่า นักศึกษาที่ครอบครัวที่มีรายได้รวมต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่จะเลือกเรียนคณะ/สาขาวิชาสังคมศาสตร์ ธุรกิจ และกฎหมาย นักศึกษาที่ครอบครัวที่มีรายได้รวมต่อเดือนสูงกว่านั้นส่วนใหญ่จะเลือกเรียนคณะ/สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เนื่องจากนักเรียนกลุ่มนี้ต้องการความมั่นใจในการหางานทำ ดังนั้นหากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมุ่งเน้นนักเรียนกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มเป้าหมายต้องเน้นการสร้างความมั่นใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายทั้งในขณะกำลังศึกษา เช่น มีอาจารย์ และเครื่องมือประกอบการเรียนการสอนที่พร้อมถ่ายทอดความรู้ได้จริง และภายหลังจบการศึกษาจะสามารถประกอบอาชีพได้ตามต้องการ ในขณะที่นักเรียนที่ครอบครัวที่มีรายได้รวมต่อเดือนสูงกว่านั้น ส่วนใหญ่จะเลือกเรียนคณะ/สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ซึ่งหากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมุ่งเน้นกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มเป้าหมาย นอกจากจะต้องสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพการศึกษาแล้ว สถาบันต้องสร้างความภาคภูมิใจให้แก่นักศึกษาของตนทั้งศิษย์ปัจจุบันและศิษย์ที่สำเร็จการศึกษาแล้วเพื่อให้เกิดการยอมรับในสังคม สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดพบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทั้ง 7 ด้าน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มรายได้ต่างๆ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ มีผลต่อกลุ่มรายได้ต่างๆ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีเพียงปัจจัยด้านการเรียนการสอนที่มีผลต่อกลุ่มรายได้ต่างๆ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจะนำมาใช้ในการแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ ต้องเริ่มจากการวิเคราะห์และเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับทรัพยากรและความพร้อมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนโดยอาจจะนำค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างเข้ารับ

การศึกษามาพิจารณาเลือกกลุ่มเป้าหมาย และนำส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน (7 P's) มาดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จะเน้นการนำเสนอหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลัก ด้านค่าใช้จ่าย (Price) อาจมีการแบ่งชำระ หรือการให้ทุนการศึกษา ตลอดจนการเจรจาเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถวางแผนด้านการเงินได้ง่ายขึ้น ด้านสถานที่ (Place) มหาวิทยาลัยต้องมีสถานที่ที่พร้อมให้บริการทุกด้าน ด้านบุคลากร (People) มหาวิทยาลัยต้องมีอาจารย์ที่นอกจากจะมีคุณวุฒิตรงตามสาขาวิชาแล้ว ต้องมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ และมีจำนวนที่สอดคล้องกับจำนวนนักศึกษาด้วย ด้านภาพลักษณ์ (Physical Evidence) สถาบันอุดมศึกษาเอกชนต้องสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักในด้านต่างๆ โดยเฉพาะผลงานทางวิชาการ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และควรมีบริการด้านการให้คำปรึกษา แนะนำในการหาตำแหน่งงานเมื่อนักศึกษาจบการศึกษา และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) นอกจากนี้ยังต้องเผยแพร่ข้อมูลด้านต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง และรวดเร็ว เช่นการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ของสถาบันตามโรงเรียนต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมายและดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในที่สุด

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงสาเหตุที่ระดับรายได้ของครอบครัวนักเรียนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกคณะหรือสาขาวิชาที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาอย่างไร และมีผลมากน้อยเพียงใด

เอกสารอ้างอิง

- กนกศิลป์ เข้มจินดา. (2558). ก้าวสู่สังคมสูงอายุ: สังคมผู้สูงอายุ ประเทศไทยพร้อมหรือยัง. **วารสารสรรพาการศาสน์**. 62 (10), 87-97.
- กำชัย จงจักรพันธ์. (2546). **มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ: บวกหรือลบกับอุดมศึกษาไทย**. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้ากรุ๊ป.
- ธัญกร ช่วยทุกข์เพื่อน. (2558). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. **สุทธิปริทัศน์**. 29(90), 256-271.
- ธารินี พชรเจริญพงศ์. (2554). **ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2552). **วิธีวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- ศศิวิมล แสนเมือง. (2554). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- เลิฟล็อก, ซี. และ ไรต์, แอล. (2546). **การตลาดบริการ**. [Principles of Service Marketing and Management]. (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- คอตเลอร์, ฟิลลิป. (2547). **การจัดการการตลาด**. [Marketing Management]. (ธนวรรณ แสงสุวรรณ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.