

มูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาคณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยพายัพ

**Motives in Choosing to Study in the Faculty of
Business Administration at Payap University**



เอนก ชิตเกษร

รายงานวิจัย ฉบับที่ 156

พ.ศ. 2542

มหาวิทยาลัยพายัพ

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ดร. สิ้นธุ์ สโรบล และคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ช่วยเหลือให้คำแนะนำอย่างดียิ่ง และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้การวิจัยสำเร็จ สมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบพระคุณอาจารย์ สุวนิศ บุตรเพชรรัตน์ ที่ได้ช่วยชี้แนะ และขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยพายัพที่ได้สนับสนุนด้านทุนทรัพย์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณ กันยารัตน์ เข้มอัมพรที่ได้อำนวยความสะดวกในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ จนกระทั่งงานวิจัยสำเร็จสมบูรณ์ไว้ ณ โอกาสนี้

เอนก ชิตเกษร

กรกฎาคม 2542

- | | |
|----------------------------|--|
| 1. ประเทศ | ไทย |
| 2. หมายเลขงานวิจัย | 156 |
| 3. ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) | มูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 4. ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) | Motives in Choosing to Study in the Faculty of Business Administration at Payap University |
| 5. ผู้เขียน | นายเอนก ชิตเกษร |
| 6. หน่วยงาน | ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 7. ประเภทเอกสาร | รายงานการวิจัย |
| 8. รายละเอียดของงานพิมพ์ | รายงานวิจัยขนาด 64 หน้า |
| 9. วันที่พิมพ์ | กรกฎาคม 2542 |
| 10. ภาษา | ไทย |
| 11. หน่วยงานที่ให้ทุน | มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2540 |
| 12. คำหลัก | มูลเหตุจูงใจ การตัดสินใจ คณะบริหารธุรกิจ |

บทคัดย่อ

ก. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาคณะบริหารธุรกิจของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคือ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจทั้ง 4 ชั้นปี (ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4) 5 ภาควิชา จำนวน 400 คน

ข. ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ซึ่งการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ การนำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ จำนวนและร้อยละประกอบคำอธิบาย

ค. ผลการวิจัย

นักศึกษาตัดสินใจเข้าศึกษาใน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพเป็นผลเนื่องจาก ปัจจัยหลักๆ 2 ปัจจัย คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และ ปัจจัยทางด้านสังคม

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แบ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องออกได้ดังนี้ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งและปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด สำหรับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ นักศึกษาส่วนใหญ่ชอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยพายัพโดยตรง เหตุผลที่เลือกคือ ชื่อเสียงของคณะและสถาบัน รองลงมาคืออาจารย์ผู้สอนมีคุณภาพ และ สถาบันมีหลักสูตรที่ทันสมัย สำหรับปัจจัยด้านราคา นักศึกษาให้เหตุผลว่าค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยเอกชนอื่น สำหรับปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง นักศึกษาส่วนใหญ่ตอบว่า สถานที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจ โดยให้เหตุผลว่ามหาวิทยาลัยพายัพอยู่ในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือ สำหรับปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาจะมีผลต่อการตัดสินใจ โดยส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารการรับสมัครจากเพื่อน รองลงมาคือป้ายโฆษณาของทางมหาวิทยาลัย

2. ปัจจัยทางด้านสังคม การตัดสินใจเข้าศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ มาจากตัวนักศึกษาเอง รองลงมาคือมารดา นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้าน อาชีพของบิดา/มารดา รายได้เฉลี่ยของครอบครัว และความมุ่งมั่นหลังจากจบการศึกษาคือ การศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น และต้องการประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

อย่างไรก็ตามการที่นักศึกษาจะสำเร็จการศึกษานั้นขึ้นอยู่กับตัวนักศึกษาเอง คุณภาพของคณาจารย์ ความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน และความเพียงพอของตำราเรียน

B. Research Method

The research method used was a stratified random sampling. The results were generated via questionnaire. Data analysis was done via a statistical program (SPSS/PC+) by presenting a tables of frequency, percentages and written explanation.

C. Research Results

There are two main factors affecting students decisions to study Faculty of Business Administration at PAYAP UNIVERSITY , namely, marketing stimulus , and social factors.

1. Marketing stimulus was classified into different factors: the product factor, the price factor, the place factor, and the promotion factor. For the product factor, most of the students choose to study at PAYAP UNIVERSITY because of the institution' s reputation, qualified instructors, and a up-to-date curriculum. As for the price factor, the PAYAP UNIVERSITY tuition fee was considered reasonable when compared to other private university. In the case of the place factor, PAYAP UNIVERSITY is located at the center of the northern region. Finally for the promotion factor, especially as concerns advertising, most of the student learned about PAYAP UNIVERSITY 's entrance exam application from their friends, while a very small percentage found out by reading PAYAP UNIVERSITY billboards.

2. Social factors influencing student decision to study Faculty of Business Administration at PAYAP UNIVERSITY were the students themselves, their mother, their parent's careers and incomes, their further education and their own future career as a business person.

However the student's graduation depended on the students themselves, contact with qualified instructors, the up-to-date curriculum as well as availability of teaching and learning materials and text books.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	2
1.4 นิยามศัพท์	3
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีแรงจูง ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีความต้องการและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การกำหนดขนาดตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	18
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	19
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	21
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	42
5.2 อภิปรายผล	47
5.3 ข้อเสนอแนะ	50
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก	54

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 เพศ	21
4.2 อายุ	22
4.3 สถาบันการศึกษาที่สำเร็จ	23
4.4 ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม	23
4.5 ภาควิชาที่กำลังศึกษา	24
4.6 ศาสนา	24
4.7 ภูมิฐานะของนักศึกษา	25
4.8 จำนวนพี่น้องในครอบครัว	25
4.9 ลำดับที่ของบุตร	26
4.10 สถานภาพของบิดามารดา	26
4.11 อาชีพหลักของบิดา	27
4.12 อาชีพหลักของมารดา	28
4.13 อาชีพรองของบิดามารดา	29
4.14 รายได้รวมโดยเฉลี่ยของบิดาและมารดาต่อเดือน	29
4.15 วิธีการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยแพทย์	30
4.16 การสอบเข้าสถาบันอื่น	30
4.17 เหตุผลที่เลือกคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแพทย์	31
4.18 การรับทราบข่าวสารการรับสมัคร	32
4.19 ปัจจัยด้านโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจ	33
4.20 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจ	33
4.21 การทราบค่าเล่าเรียนของมหาวิทยาลัยเอกชนอื่น	34
4.22 ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าเล่าเรียน	34
4.23 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง	35
4.24 เหตุผลที่เลือกสถานที่ตั้ง	35
4.25 การสอบเข้าสถาบันอื่น	36
4.26 ประเภทของสถาบันที่สอบเข้าภายหลัง	36
4.27 เหตุผลที่เลือกสอบสถาบันเอกชนอื่น	37

ตารางที่	หน้า
4.28 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ	38
4.29 ความมุ่งหวังที่จะประกอบอาชีพ	39
4.30 ประเด็นที่มีผลต่อความสำเร็จในการศึกษา	40

PAYAP UNIVERSITY