

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา เลือกศึกษาที่วิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวสินีพร พงษ์ระวีวงศา
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อาจารย์ ดร.ทวิวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: มิถุนายน 2546
จำนวนหน้า	: 65 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา เลือกศึกษาที่วิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกและเพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา

วิธีการศึกษาใช้แบบสอบถามโดยรวบรวมจากนักศึกษาที่กำลังศึกษาในวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ จำนวน 300 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าทางสถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม

การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาย อายุ 21 และ 22 ปี ศึกษาคณะวิศวกรรมชั้นปีที่ 1 ภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงใหม่ มีเกรดเฉลี่ยปัจจุบันระหว่าง 2.01 – 3.00 และไม่มีญาติพี่น้องที่วิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่เคยสอบเข้าโดยทบวงมหาวิทยาลัยเป็นผู้จัดชั้น เกรดจากสถาบันเดิมของนักศึกษาจะอยู่ระหว่าง 2.51 – 3.00 นักศึกษารู้จักวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่จากป้ายโฆษณา ให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน ความกว้างขวางของสถานศึกษา บิดามารดามีอิทธิพลในการเลือกสถานศึกษา ส่วนการเลือกคณะนักศึกษาจะเป็นผู้เลือกเรียนเอง โดยได้รับข้อมูลจากอาจารย์ที่ไปแนะแนวในสถานศึกษา

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาโดยรวม มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญ

ปานกลาง คือปัจจัยด้านสถานที่ การทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในการพิจารณาปัจจัยแตกต่างกันในด้านบุคลากร ด้านโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และนักศึกษาคณะวิศวกรรมและคณะบริหารธุรกิจ ให้ความสำคัญในการพิจารณาปัจจัยทางการตลาดไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

PAYAP UNIVERSITY