

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับ อาชีวศึกษาของนักศึกษาโรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ผู้จัดทำ	: นางพิมพ์พร เทพปิ่นตา
อาจารย์ที่ปรึกษา	: คร. ฐติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2548
จำนวนหน้า	: 81 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาของนักศึกษาโรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยีระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่1 และปีที่2 และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาของนักศึกษาโรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยีระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่1และปีที่2

วิธีการศึกษาใช้แบบสอบถามโดยรวบรวมจากจำนวนประชากรซึ่งเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาในโรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยี จำนวน1,904 คนทำการคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random) ได้จำนวน 350 กลุ่มตัวอย่าง และแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นสัดส่วน 50:50 เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 จำนวน 175 ตัวอย่างและนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 จำนวน 175 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าทางสถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1และ ปีที่ 2 ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น เป็นนักศึกษาเพศชาย อายุ 15-17ปี มีที่พักอาศัยปัจจุบันอยู่กับผู้ปกครอง บิดาและมารดามีอาชีพรับจ้าง

มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 5,000 บาท อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดของนักศึกษาส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าเยี่ยมชมใน โรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยี ก่อนมาสมัครเรียนและ ไม่เคยเข้าเยี่ยมชม Website ของ โรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยีก่อนมาสมัครเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความต้องการกู้เงินจากกองทุนอุดหนุนของรัฐบาลเพื่อการศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษา บุคคลที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาในการตัดสินใจต่อระดับอาชีวศึกษาคือนักศึกษาเหตุผลที่ทำให้นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจนานาชาติและคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาคือ ได้ศึกษาต่อในสาขาที่ชอบและหางานทำได้ง่าย นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ได้เปรียบเทียบค่าธรรมเนียมการศึกษาของ โรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยีกับโรงเรียนอาชีวศึกษาอื่น แหล่งที่นักศึกษาลูกส่วนใหญ่สืบค้นข้อมูล (ได้รับข้อมูล) ก่อนตัดสินใจมาสมัครศึกษาต่อในสถาบันนี้คือ สืบค้นด้วยตนเอง คลื่นวิทยุที่นักศึกษาชอบฟังคือ FM 99.5

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษาของนักศึกษาโรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยีระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 และปีที่ 2 มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษารั้ครั้งนี้จึงมีข้อเสนอแนะคือ ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย โดยทำให้เป็นจุดแข็งทางการตลาดของสถานศึกษาอย่างต่อเนื่องเพราะปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งได้แก่นักศึกษาและผู้ปกครอง