

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนนาราสุมุทธบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
: ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
โรงเรียนนาราสุมุทธบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวกฤษณีย์ ปานะเจริญ

26 เม.ย. 2548

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2548

ท 26๔๐๑๖

คุณทลี ปานะเจริญ. (2548). การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ

ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนการอาชีวศึกษาบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะ
นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนการอาชีวศึกษาบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี. สารนิพนธ์
บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา
สารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนการอาชีวศึกษาบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนการอาชีวศึกษาบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง
ลักษณะทางประชากรศาสตร์และทัศนคติด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด อาจารย์
ผู้สอน ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการเรียนการสอน กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนการอาชีวศึกษาบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนการอาชีวศึกษา
บริหารธุรกิจ จำนวน 217 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สถิติ Chi-Square Cramer's V และ Somer's d ในการทดสอบ
สมมุติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์
ธุรกิจ ผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท สนใจ
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ในหลักสูตรบริหาร
ธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ค่าธรรมเนียม 20,000 บาท ต่อภาคเรียน โดยให้เปิดสอนบริเวณ
เดียวกับระดับปวช. และ ปวส. และจะหาข้อมูลของโรงเรียนจาก Web site มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า

1. การตัดสินใจศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านอาจารย์ผู้สอน แต่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อ
สาขาวิชา อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทัศนคติด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริม
การตลาด ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการเรียนการสอน
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชา อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน ทัศนคติด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด อาจารย์ผู้สอน ลักษณะทางกายภาพ
และกระบวนการเรียนการสอน
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาในระดับปวส. แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ
อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทัศนคติด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด
อาจารย์ผู้สอน ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการเรียนการสอน
4. ค่าธรรมเนียมที่พอใจ มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง แต่ไม่มีความ
สัมพันธ์กับสาขาวิชา อาชีพของผู้ปกครอง ทัศนคติด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด
อาจารย์ผู้สอน ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการเรียนการสอน

A STUDY ON MARKETING FEASIBILITY OF THE BACHELOR' S DEGREE
PROGRAM IN BUSINESS ADMINISTRATION
(2-YEAR EXTENDED PROGRAM)
FOR DARASAMUTR BUSINESS ADMINISTRATION COLLEGE (DBAC)
: A SELECTED CASE OF DBAC STUDENTS

AN ABSTRACT
BY
MISS KUNTHALEE PANAJAROEN

Presented in partial fulfillment of the requirements for the
Master of Business Administration degree in Marketing
At Srinakharinwirot University
March 2005

Kunthalee Panajaroen. (2005). *A Study on marketing feasibility of the bachelor's degree program in business administration(2-year extended program) for Darasamutr Business Administration College (DBAC): A Selected case of DBAC students*. Master's Project M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School Srinakharinwirot University. Advisor: Dr. Panid Kulsiri.

The objective of this research was to study the marketing feasibility of the bachelor's degree program in business administration (2-year extended program) for Darasamutr Business Administration College (DBAC): A Selected case of DBAC students. The research focuses on the relationships between the demographic factors; the attitudes toward image, location, marketing promotion, teachers, physical factors, teaching methods; and the behavior in continuing the education in the bachelor's degree program in business administration (2-year extended program) at Darasamutr Business Administration College (DBAC).

The samples of this research were 400 DBAC Diploma Level students. Questionnaires were used for data collection. Data were analyzed by statistics of Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. Chi-square, Cramer's V and Somers'd methods were used for hypotheses testing.

The research revealed that most of the respondents are in Business Computer major. Their parents are business owners with the range of income between 10,001 – 20,000 Baht. They are interested to study Computer Business in the International Cooperation Program in the field of Business Administration (2 year extended program), prefer to pay 20,000 Baht per semester for the tuition fee. The same location as provided for the certificate and diploma levels students is preferred. Respondents mostly search for schools' information from the internet.

Results of hypotheses testing at the statistical significance level of 0.05 are as follows :

1. The decision making for further study has relationship with the attitude toward teachers. Parents' occupation, average monthly income, attitude toward reputation, image, location, marketing promotion, physical factors and teaching and learning process have no relationship with the decision making.
2. The curriculum of interest for further study has no relationship with the field of study, parents' occupation, average monthly income, attitude toward reputation, image, location, marketing promotion, physical factors and teaching and learning process.
3. The program of interest for further study has relationship with the field of study in diploma level, but has no relationship with parents' occupation, average monthly income, attitude toward reputation, image, location, marketing promotion, physical characteristics and teaching and learning process.
4. The preferable tuition fee has relationship with parents' average monthly income, but has no relationships with parents' occupation, attitude toward reputation, image, location, marketing promotion, physical characteristics and teaching and learning process.

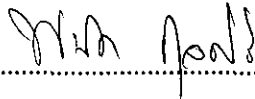
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
: ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวกฤษณ์ ปานะเจริญ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ศึกษานิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับ
ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทธบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสุมุทธบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ของ คุณทลี ปานะเจริญ ฉบับนี้
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ศึกษานิพนธ์



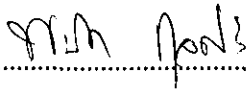
(ดร.พนิต กุลศิริ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



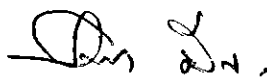
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



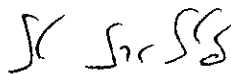
ประธาน

(ดร.พนิต กุลศิริ)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

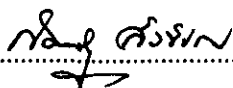
(อาจารย์ ปิณญา มีถาวรกุล)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ รุ่ง สาเรือง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 5 เดือน มีนาคม พ.ศ.2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้กับความสำเร็จในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของผู้วิจัยได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจากอาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำช่วยเหลือ ดูแลตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง แนะนำแนวทางต่างๆ ในการทำงานวิจัยด้วยความเป็นห่วงและกรุณาอย่างยิ่ง นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จสิ้นเรียบร้อยสมบูรณ์เป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ รัฐ สาเรือง และ อาจารย์ปัญญา มีถาวรกุล ที่กรุณาเสียสละเวลาเป็นคณะกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ และให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือและให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และสั่งสอนประสบการณ์ ให้แก่ผู้วิจัย รวมถึงเจ้าหน้าที่ของโครงการ MBA ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในทุกด้านด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คุณอรุณ คุณประทุม คุณเยาวลักษณ์ คุณจิตินันท์ ปานะเจริญ คุณสุพัต เทียมเมธี และน้องสาวที่น่ารัก ที่คอยเป็นกำลังใจอย่างมากทั้งยังช่วยกรุณาสับสนุนเงินทุนและอำนวยความสะดวกในการเล่าเรียนและการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆ MBA 5 และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อนๆ กลุ่ม 3 ทุกคน ที่ให้กำลังใจกันและกันและมีน้ำใจให้กันตลอดมา

ขอขอบพระคุณพระแม่มารีย์ องค์อุปถัมภ์โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ผู้บริหาร เพื่อนๆ คณาจารย์ DBACที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือ รวมถึงนักเรียน นักศึกษาที่สละเวลาช่วยให้ข้อมูลในการทำงานวิจัย

และขอบคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับ คุณเกรียงไกร เกียรติขจรฤทธิ์ ที่ให้แนวคิดทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณตัวผู้วิจัยเองที่ตั้งใจศึกษาจนสำเร็จ

คุณทลี ปานะเจริญ

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
	ความสำคัญของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย.....	4
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
	สมมติฐานในการวิจัย.....	8
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
	แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	9
	แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ	12
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	15
	แนวคิดและกลยุทธ์การตลาดธุรกิจบริการ	20
	การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด	24
	การคำนวณต้นทุนทางการศึกษาและการวางแผนจุดคุ้มทุน	29
	ประวัติความเป็นมาของสถาบันการศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษา.....	31
	ประวัติความเป็นมาของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ.....	32
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
	การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	45
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	46
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	110

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	111
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	111
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	116
อภิปรายผล.....	122
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	131
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	133
บรรณานุกรม.....	134
ภาคผนวก.....	139
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามเพื่อใช้ในงานวิจัย.....	140
ภาคผนวก ข. หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย.....	147
ภาคผนวก ค. รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	150
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	153

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนนักศึกษาใหม่จำแนกตามประเภทสถาบัน ปีการศึกษา 2541 – 2545	2
2	วิธีการพยากรณ์ยอดขาย	26
3	การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาตามสาขาวิชา	46
4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาขาวิชา อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
5	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจโดยรวม	58
6	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์.....	59
7	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านทำเลที่ตั้ง.....	59
8	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านการส่งเสริมการตลาด.....	60
9	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านอาจารย์ผู้สอน.....	60
10	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านลักษณะทางกายภาพ.....	61
11	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านกระบวนการเรียนการสอน.....	61
12	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามการตัดสินใจศึกษาต่อ	62
13	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามหลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อ.....	62
14	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ.....	62
15	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ.....	63
16	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามบริเวณที่ต้องการให้เปิดสอน.....	63
17	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่นักศึกษาค้นหาข้อมูล.....	64
18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชากับการตัดสินใจศึกษาต่อ.....	65
19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชากับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ.....	66
20	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชากับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ.....	67
21	แสดงการจัดกลุ่มใหม่ของจำนวนและค่าร้อยละจำแนกตามค่าธรรมเนียมที่พอใจ	68
22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชากับค่าธรรมเนียมที่พอใจ.....	68
23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ปกครองกับการตัดสินใจศึกษาต่อ.....	69
24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ปกครองกับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ.....	70
25	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ปกครองกับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ.....	71

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ปกครองกับค่าธรรมเนียมที่พอใจ.....	72
27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองกับการตัดสินใจศึกษาต่อ.....	73
28	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองกับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ.....	74
29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองกับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ.....	75
30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองกับค่าธรรมเนียมที่พอใจ.....	76
31	แสดงการจัดกลุ่มใหม่ของจำนวนและค่าร้อยละของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับทัศนคติเชิงบวกในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์	77
32	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ	78
33	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ	79
34	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์กับสาขาที่สนใจศึกษาต่อ	80
35	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ.....	81
36	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านทำเลที่ตั้งกับการตัดสินใจศึกษาต่อ	82
37	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านทำเลที่ตั้งกับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ.....	83
38	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านทำเลที่ตั้งกับสาขาที่สนใจศึกษาต่อ	84
39	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านทำเลที่ตั้งกับค่าธรรมเนียมที่พอใจ.....	85
40	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจศึกษาต่อ .	86
41	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดกับหลักสูตรที่สนใจ ศึกษาต่อ.....	87
42	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดกับสาขาที่สนใจศึกษาต่อ .	88
43	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดกับค่าธรรมเนียมที่พอใจ...	89
44	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอาจารย์ผู้สอนกับการตัดสินใจศึกษาต่อ	90
45	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอาจารย์ผู้สอนกับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ.....	91
46	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอาจารย์ผู้สอนกับสาขาที่สนใจศึกษาต่อ	92
47	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอาจารย์ผู้สอนกับค่าธรรมเนียมที่พอใจ.....	93
48	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านลักษณะทางกายภาพกับการตัดสินใจศึกษาต่อ .	94
49	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านลักษณะทางกายภาพกับหลักสูตรที่สนใจ ศึกษาต่อ.....	95
50	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านลักษณะทางกายภาพกับสาขาที่สนใจศึกษาต่อ..	96
51	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านลักษณะทางกายภาพกับค่าธรรมเนียมที่พอใจ...	97
52	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านกระบวนการเรียนการสอนกับการตัดสินใจ ศึกษาต่อ	98
53	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านกระบวนการเรียนการสอนกับหลักสูตรที่สนใจ...	99

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านกระบวนการเรียนการสอนกับสาขาที่สนใจ ศึกษาต่อ	100
55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านกระบวนการเรียนการสอนกับค่าธรรมเนียม ที่พอใจ	101
56 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตาม ความเกี่ยวข้องกับนักศึกษา อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	102
57 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจโดยรวม	103
58 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์.....	104
59 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านทำเลที่ตั้ง.....	104
60 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านการส่งเสริมการตลาด.....	105
61 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านอาจารย์ผู้สอน.....	105
62 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านลักษณะทางกายภาพ.....	106
63 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านกระบวนการให้บริการ.....	106
64 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามการตัดสินใจให้บุตรหลานศึกษาต่อ	107
65 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามหลักสูตรที่ต้องการให้บุตรหลานศึกษาต่อ.....	107
66 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจให้บุตรหลานศึกษาต่อ.....	107
67 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่ผู้ปกครองพอใจ.....	108
68 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามบริเวณที่ต้องการให้เปิดสอน.....	108
69 แสดงจำนวนความถี่ของข้อเสนอแนะของผู้ปกครอง	109
70 แสดงตารางการสรุปผลทดสอบสมมุติฐาน	110

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	8
2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	13
3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	16
4 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	23
5 แสดงส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ 4Ps และ ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ 7 Ps	24
6 กราฟแสดงจุดคุ้มทุน	31
7 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	34
8 สายผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	35
9 ตรายี่ห้อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	36

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปีพ.ศ. 2547 เป็นช่วงที่ประเทศไทยอยู่ในสภาวะเศรษฐกิจที่เฟื่องฟูขึ้นจากสถานการณ์ต่างๆ อันเป็นปัจจัยลบทั้งจากเหตุการณ์การก่อการร้ายตึกเวิร์ดเทรดในสหรัฐอเมริกา โรคซาร์ส การปรับขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง ทำให้รัฐบาลลดการตรึงราคาน้ำมันเบนซินภายในประเทศส่งผลให้ราคาน้ำมันเบนซินพุ่งสูงขึ้นถึงลิตรละ 21 บาท เหตุการณ์ความไม่สงบทางภาคใต้ การระบาดของโรคไข้หวัดนก เหล่านี้ส่งผลให้ดัชนีราคาผู้บริโภคลดลง ผู้บริโภคมีรายได้เท่าเดิมแต่รายจ่ายเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจต่างๆ ตกอยู่ในสภาวะที่ต้องแข่งขันกันอย่างหนักหน่วงเพื่อช่วงชิงตำแหน่งทางการตลาดให้สามารถครองใจผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ธุรกิจใดสามารถสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ความครบครัน สะดวกสบาย น่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคได้ ธุรกิจนั้นก็ยังสามารถสร้างความจงรักภักดีในตราห้อย (Brand Loyalty) ให้เกิดกับผู้บริโภคได้ ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจการศึกษาซึ่งได้ปรับเข้าสู่ระบบของธุรกิจมากขึ้นโดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาที่รัฐบาลมีนโยบายผลักดันให้มหาวิทยาลัยของภาครัฐออกนอกระบบราชการทำให้มหาวิทยาลัยต้องเร่งหารายได้เพื่อเลี้ยงตัวเอง ทำให้สิ่งเห็นชัดคือการเปิดสอนหลักสูตรใหม่ๆ เพิ่มขึ้นทั้งหลักสูตรปริญญาโท หลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการ หลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง หลักสูตรภาคสมทบต่างๆ มหาวิทยาลัยรัฐแทบทุกแห่งเปิดรับนิสิตนักศึกษาหลักสูตรภาคพิเศษเป็นจำนวนมากนอกเหนือจากการรับภาคปกติที่ผ่านระบบ ทั้งที่เป็นหลักสูตรภาคภาษาไทยและหลักสูตรนานาชาติ นอกจากนี้สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในวิทยาเขตต่างๆ รวมถึงสถาบันราชภัฏทั้ง 41 แห่งทั่วประเทศยังเปิดรับนักศึกษาเพิ่มมากขึ้นกว่าทุกปี เรียกว่ารับแทบไม่อั้น (www.m-education.co.th) จึงเป็นที่มาที่ทำให้สถาบันอุดมศึกษาต้องใช้กลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนิสิตนักศึกษามากขึ้น

การที่ประเทศชาติจะเจริญรุ่งเรืองทัดเทียมนานาอารยประเทศได้ไม่ว่าจะด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรมจะต้องมีปัจจัยที่เอื้ออำนวยหลายด้าน ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือการมีประชากรในประเทศที่มีคุณภาพมีความรู้ความสามารถซึ่งการที่ประชากรจะมีความรู้ความสามารถหรือมีคุณภาพจะต้องผ่านกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เรียกว่า “การศึกษา” สภาพเศรษฐกิจและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์โลก การพัฒนากำลังคนหรือทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศนี้ไม่พ้นที่จะให้การศึกษาเป็นตัวนำในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้คุณสมบัติเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีของโลกที่ก้าวไปอย่างรวดเร็ว ดร.สิปปนนท์ เกตุทัต ได้สรุปคุณสมบัติของคนไทยในยุคอุตสาหกรรมใหม่ที่สำคัญ 9 ประการ ดังนี้ การเป็นคนเก่ง คนดี คนที่มีสุขภาพอนามัยดี คนที่มีงานทำ คนที่มีครอบครัวดี คนที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและปกครองชุมชนของตนเอง คนที่มีสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม คนที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และคนที่มีทัศนคติกว้างไกล (ชลลดา จิตติวัฒนพงศ์และอรพิน หงวนศิริ : 2535)

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาของประเทศไทยอยู่ที่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นระดับที่แสดงถึงความใฝ่รู้ใฝ่เรียนของประชาชนในประเทศ ซึ่งในประเทศไทย

ภาครัฐยังไม่สามารถจัดสถานศึกษาของภาครัฐเองเพื่อรองรับความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาได้อย่างเพียงพอ โดยเมื่อพิจารณาจากข้อมูลจำนวนนักศึกษาใหม่ปีการศึกษา 2541 – 2545 ของทบวงมหาวิทยาลัยที่มีจำนวนนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ดังตาราง

ตาราง 1 จำนวนนักศึกษาใหม่ จำแนกตามประเภทสถาบัน ปีการศึกษา 2541 – 2545

ปีพ.ศ.	สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ	สถาบันอุดมศึกษาเอกชน	รวม
2541	290,601	60,369	350,970
2542	287,060	51,491	348,541
2543	322,042	71,143	393,185
2544	318,692	76,281	394,973
2545	350,724	85,260	435,984

ที่มา : รายงานประจำปี 2545 ทบวงมหาวิทยาลัย

ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ (ระบิตศึกษา) นักศึกษา.2547 : B1-B2) ที่ระบุว่าในแต่ละปีจะมีนักเรียนที่ไม่สามารถสอบเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของรัฐประมาณ 1 แสนคน คิดเป็นมูลค่าทางการตลาดกว่า 4 พันล้านบาท การดำเนินธุรกิจสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจึงเป็นธุรกิจทางการศึกษาที่น่าสนใจในการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด

จังหวัดชลบุรีตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อุตสาหกรรมชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก (Eastern Seaboard) เป็นแหล่งนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หลายแห่ง ศูนย์กลางการค้าการพาณิชย์ การบริการ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญด้วยเหตุนี้สถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรีจึงเล็งเห็นว่าการลงทุนในธุรกิจการศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการจะเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานและหากขยายสายผลิตภัณฑ์ให้ครบวงจรเปิดทำการสอนได้ถึงระดับปริญญาตรีจะเป็นการดำเนินธุรกิจทางการศึกษาที่ครบวงจร

ปัจจุบันจังหวัดชลบุรีแบ่งพื้นที่การศึกษาออกเป็น 3 เขตการศึกษามีสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนระดับอุดมศึกษาทั้งของภาครัฐและเอกชนจำนวน 4 โรง (สถิติการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรมจังหวัดชลบุรี. 2546 : 20)

โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ(DBAC)เป็นโรงเรียนอาชีวเอกชนของจังหวัดชลบุรีที่เปิดสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ดำเนินการเข้าสู่ปีที่ 7 ผลิตนักศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการแรงงานในเขตภาคตะวันออก จากการเก็บบันทึกข้อมูลศิษย์เก่าของโรงเรียนพบว่านักศึกษาที่จบการศึกษาไปร้อยละ 77.3 เลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนเมื่อเป็นเช่นนี้ผู้ศึกษาค้นคว้าซึ่งปฏิบัติหน้าที่ทำการสอนอยู่ที่โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจจึงสนใจศึกษาทัศนคติของนักศึกษาต่อความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง2ปี)ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการศึกษาต่อของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาศักยภาพของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ที่มีต่อความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ครั้งนี้ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ ดังนี้

1. เพื่อใช้ข้อมูลความเป็นไปได้ทางการตลาดเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาตัดสินใจเปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
2. ทราบความเป็นไปได้ทางการตลาดของสาขาวิชาที่จะเปิดสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี
3. ทราบความเป็นไปได้ทางการตลาดในการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อภาคเรียนของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี
4. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาตัดสินใจให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น หอพัก ร้านอาหาร ร้านอินเทอร์เน็ตและธุรกิจแวดล้อมอื่นๆ
5. เพื่อเป็นข้อมูลเอกสารงานวิจัยเผยแพร่ต่อหน่วยงาน องค์กร หรือผู้ที่สนใจ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหาที่ทำการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจต่อพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี เพื่อเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คณะบริหารธุรกิจ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในปีการศึกษา 2547 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 392 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงจำนวนทั้งสิ้น 392 คน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของYamane (ยูทซ์ ไกยวรรณ. 2545 :107; อ้างอิงจาก Yamane. 1973 : 125) ใช้สูตร
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
 ได้กลุ่มตัวอย่าง 198 คน โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 และสำรองข้อมูลไว้เผื่อผิดพลาด 10 % ดังนั้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 217 ตัวอย่าง และมีขั้นตอนการเลือกตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ปีการศึกษา 2547 จำนวน 217 คน

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสาขาวิชาที่เปิดสอนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจทั้งหมด 4 สาขาวิชาคือ การบัญชี การตลาด คอมพิวเตอร์ธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ และแบ่งตามสัดส่วนของนักศึกษาที่มีอยู่ในแต่ละสาขาได้จำนวนกลุ่มละ 39, 38, 129, 11 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการจัดเก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงตามสัดส่วนที่กำหนดไว้จนครบตามที่กำหนด

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

3.1.1 ข้อมูลส่วนตัว

3.1.1.1 สาขาวิชาที่ศึกษา

3.1.1.1.1 การบัญชี

3.1.1.1.2 การตลาด

3.1.1.1.3 คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

3.1.1.1.4 เทคโนโลยีสารสนเทศ

3.1.1.2 อาชีพของผู้ปกครอง

3.1.1.2.1 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

3.1.1.2.2 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

3.1.1.2.3 พนักงานบริษัท / รับจ้าง

3.1.1.2.4 เกษตรกร

3.1.1.2.5 อื่นๆ

- 3.1.1.3 รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองต่อเดือน
 - 3.1.1.3.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 3.1.1.3.2 10,001 – 20,000 บาท
 - 3.1.1.3.3 20,001 – 30,000 บาท
 - 3.1.1.3.4 30,001 บาทขึ้นไป
- 3.1.2 ทักษะในด้าน
 - 3.1.2.1 ชื่อเสียง ภาพลักษณ์
 - 3.1.2.2 ทำเลที่ตั้ง
 - 3.1.2.3 การส่งเสริมการตลาด
 - 3.1.2.4 อาจารย์ ผู้สอน
 - 3.1.2.5 สถานที่ อาคาร สภาพแวดล้อม
 - 3.1.2.6 กระบวนการเรียนการสอน
- 3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่
 - 3.2.1 พฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
 - 3.2.1.1 เลือกศึกษาต่อ
 - 3.2.1.2 ไม่เลือกศึกษาต่อ
 - 3.2.2 ประเภทของหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ
 - 3.2.2.1 หลักสูตรภาคภาษาไทย
 - 3.2.2.2 หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ
 - 3.2.3 สาขาที่สนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
 - 3.2.3.1 สาขาวิชาการบัญชี
 - 3.2.3.2 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
 - 3.2.3.3 สาขาวิชาการตลาด
 - 3.2.3.4 สาขาวิชาการจัดการ
 - 3.2.3.5 สาขาวิชาบริหารงานบุคคล
 - 3.2.4 ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
 - 3.2.4.1 20,000 บาท
 - 3.2.4.2 30,000 บาท
 - 3.2.4.3 40,000 บาท
 - 3.2.4.4 50,000 บาท

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักศึกษา หมายถึง บุคคลที่กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)หลักสูตรบริหารธุรกิจของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
2. สาขาวิชา หมายถึง สาขาที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง แบ่งเป็น การบัญชี การตลาด คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และ เทคโนโลยีสารสนเทศ
3. อาชีพของผู้ปกครอง หมายถึง อาชีพของผู้ที่ให้ความอุปการะนักเรียนและอาชีพนั้นๆมีรายได้เป็นอาชีพหลักของผู้ปกครอง ประกอบด้วย
 - 3.1 รับราชการ หมายถึง ข้าราชการหรือลูกจ้างประจำของหน่วยงานราชการ
 - 3.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานประจำหรือลูกจ้างประจำในรัฐวิสาหกิจ
 - 3.3 นักธุรกิจ – ค้าขาย หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานเพื่อให้มีการค้าขายเกิดขึ้น จะเป็นเจ้าของกิจการเองหรือเป็นคนกลางก็ได้
 - 3.4 พนักงานบริษัท / รับจ้าง หมายถึง อาชีพที่ใช้แรงงานหรือให้บริการรวมทั้งลูกจ้างชั่วคราวในหน่วยงานต่างๆ
 - 3.5 เกษตรกร หมายถึง กลสิกร เกษตรกร เลี้ยงสัตว์ ป่าไม้ ทำฟาร์ม
4. รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองต่อเดือน หมายถึง รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนที่เป็นตัวเงินทั้งเงินเดือนและรายได้อื่นๆ
5. ความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ หมายถึง โอกาสหรือความน่าจะเป็นของการเปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่จะมีนักศึกษาเข้าเรียนต่อโดยศึกษาจากพฤติกรรมการตัดสินใจของนักศึกษาและจุดคุ้มทุน (Break even point) แล้วจึงนำผลไปพิจารณากับปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ
6. ทักษะคิด หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้าน
 - 6.1 ชื่อเสียงภาพลักษณ์ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจโดยวัดจากความภูมิใจ ความเป็นที่ยอมรับ
 - 6.2 ทำเลที่ตั้ง หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจโดยวัดจากบรรยากาศของโรงเรียน และความสะดวกในการเดินทาง
 - 6.3 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการตลาดของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจโดยวัดจาก การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายของโรงเรียน
 - 6.4 อาจารย์ผู้สอน หมายถึง ความคิดเห็นต่อคณาจารย์ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจและอาจารย์พิเศษที่ทางสถาบันจัดหามาเพื่อทำการสอนโดยวัดจากความรู้ความสามารถบุคลิกลักษณะที่ดีของอาจารย์และจำนวนอาจารย์ที่เพียงพอกับจำนวนนักศึกษา
 - 6.5 ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ความคิดเห็นต่ออาคารสถานที่ อุปกรณ์การเรียนการสอน สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการศึกษารของโรงเรียนดาราสมุทร

บริหารธุรกิจโดยวัดจากความเพียงพอและทันสมัยของเทคโนโลยี อุปกรณ์การเรียนการสอน อาคารสถานที่

- 6.6 กระบวนการ หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อวิธีการเรียนการสอนและการประเมินผลของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ โดยวัดจากรูปแบบการเรียนการสอนกิจกรรมที่นำเสนอการวัดผลที่โปร่งใสยุติธรรมรวมถึงขั้นตอนกระบวนการติดต่อกับฝ่ายต่างๆ ของสถาบัน

7. ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) หมายถึง การศึกษาในระดับปริญญาตรีที่ศึกษาต่อจากระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)ผู้เข้าศึกษาหลักสูตรนี้ต้องสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า

8. หลักสูตรการศึกษาต่อ หมายถึง ความต้องการศึกษาต่อหรือไม่ศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ในโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

9. หลักสูตรที่สนใจศึกษา หมายถึง รูปแบบการจัดการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ โดยแบ่งเป็น

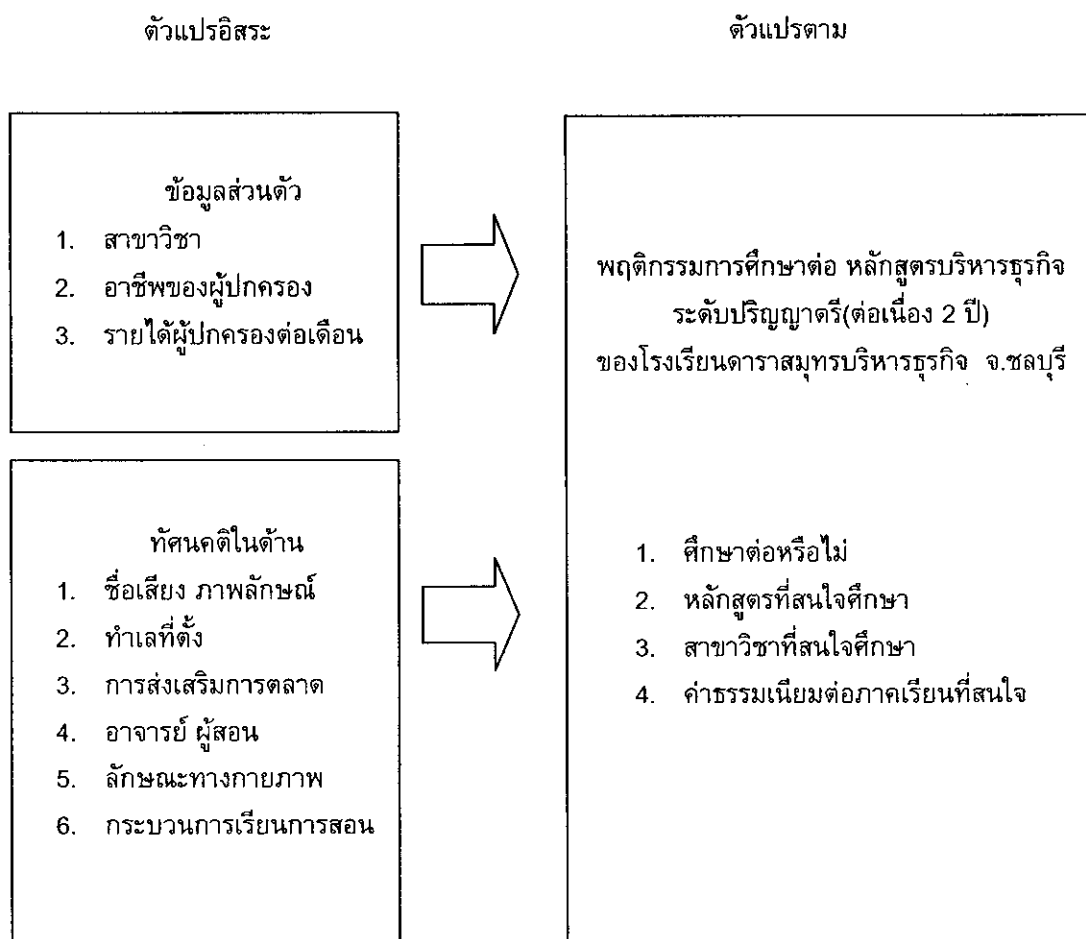
9.1 หลักสูตรภาคภาษาไทยของ DBAC

9.2 หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ

10. สาขาวิชาที่สนใจศึกษา หมายถึง สาขาวิชาที่สนใจจะศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย สาขาการบัญชี คอมพิวเตอร์ธุรกิจ การตลาด การบริหารงานบุคคล การจัดการ

11. ค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่อภาคเรียน หมายถึง ค่าหน่วยกิต ค่าอุปกรณ์และค่าธรรมเนียมการศึกษาแต่ละภาคการศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

สมมุติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

2. ทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอเอกสารและงานวิจัยเพื่อสนับสนุนการวิจัยดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
 - 1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
 - 1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 1.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ
 - 1.5 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด
 - 1.6 การคำนวณต้นทุนทางการศึกษาและการวางแผนจุดคุ้มทุน
2. ประวัติความเป็นมาของสถาบันการศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษา
3. ประวัติความเป็นมาของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ชิฟแมน และคานุก (ศุภร เสรีรัตน์. 2544 : 171 ; อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk. 1991 : 227) อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึงความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ตรงกับวิถีทางที่ชอบหรือไม่ชอบของสิ่งใด ๆ ที่บุคคลได้รับ

ฟิชบิน และอิจเซน (ศุภร เสรีรัตน์. 2544 : 171 ; อ้างอิงจาก Fishbein and Ajzen.1975 : 6) กล่าวว่าทัศนคติหมายถึงแนวโน้มของการรับรู้ การกระทำที่เกิดจากการเรียนรู้ ลักษณะความชอบหรือไม่ชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความคิด เช่น ผลិតภณท์ บริการ ตราสินค้า บริษัทห้างร้านหรือผู้เป็นโฆษณา

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 106) ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือความคิด ทัศนคติเป็นสิ่งที่ชักนำบุคคลให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อกำหนดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือชักนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ซึ่งจะมีผลชักนำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า

คำว่า Attitude ภาษาไทยมีหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ทำที่ความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามี ทำที่ความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาทางบวก แต่ถ้าเรามีทำที่ความรู้สึกในเชิงลบ เราก็มักปฏิบัติออกมาในทางลบ

แหล่งข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค มีดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) สามารถเกิดได้จากการอ่าน การได้ยินได้ฟังข้อมูลข่าวสาร การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ
2. ประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภค(Personal experience) นักการตลาดสามารถใช้การโฆษณา ส่งเสริมการขายจูงใจให้คนซื้อสินค้าอย่างไรก็ได้แต่ในแง่ของประสบการณ์ขั้นสุดท้ายแล้วขึ้นอยู่กับผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจในสินค้าที่ซื้อไปหรือไม่ ถ้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจจะมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าแต่ถ้าผู้บริโภคไม่เกิดความพึงพอใจในสินค้าก็จะทำให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีกับตัวสินค้า

3. ทศนคติที่เกิดจากอิทธิพลของผู้ทรงคุณวุฒิ (External authorities effect attitude formation) บางครั้งการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าอาจจะฟังจากคำชี้แนะของผู้ทรงคุณวุฒิต่างๆ ซึ่งอิทธิพลเหล่านี้ทำให้การตลาดเกิดมีผู้แสดงมาเป็นผู้ที่นำเสนอสินค้าของบริษัท
4. ทศนคติที่เกิดจากอิทธิพลของบุคคลอื่นที่มีความสำคัญกับชีวิต (Significance others effect attitude formation) บุคคลที่มีความสำคัญกับชีวิตมักเป็นพ่อแม่ สามิภรรยา บุตร ซึ่งทศนคติที่เกิดจากปัจจัยข้อนี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงของอายุ เช่น ถ้าอยู่ในวัยหนุ่มสาวบุคคลที่มีความสำคัญกับชีวิตคือ คู่รัก แต่ถ้าอยู่ในวัยผู้ใหญ่บุคคลที่มีความสำคัญกับชีวิตอาจเป็นลูก
5. การได้รับวัฒนธรรมของสังคมแต่ละสังคม (Cultural effects on attitude formation) แต่ละประเทศจะมีลักษณะของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เช่น สิ่งที่คนไทยชอบชนชาติอื่นอาจจะชอบหรือไม่ชอบก็ได้ ความแตกต่างของวัฒนธรรมไม่ได้มีเพียงแค่วัฒนธรรมระดับชาติเท่านั้นแต่อาจเกิดในวัฒนธรรมกลุ่มย่อย ซึ่งบางครั้งอาจมีความสำคัญยิ่งกว่าวัฒนธรรมระดับชาติ เช่น สิ่งที่ยัยรุ่นชอบ ผู้ใหญ่อาจจะไม่ชอบ

ศุภร เสรีรัตน์ (2544 : 177) กล่าวว่าคุณสมบัติของทศนคติ ประกอบด้วย

1. ทศนคติต้องมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ คือ แนวความคิดเกี่ยวกับการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์ทางการตลาดเช่นผลิตภัณฑ์ ดราสินค้า บริการ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคไม่อาจมีทศนคติได้หากปราศจาก “สิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

2. ทศนคติมีลักษณะแสดงถึงความพร้อมที่จะแสดงออกทศนคติเป็นตัวเริ่มการแสดงออกของผู้บริโภคคนนอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการแสดงออกของพฤติกรรมผู้บริโภค

3. ทศนคติต้องมีลักษณะเป็นขั้ว หมายถึง ต้องมีทิศทางซึ่งเห็นได้จากการกระทำของผู้บริโภคต่อปัญหาทางการตลาด สามารถเกิดทศนคติในลักษณะที่บวกหรือลบก็ได้ ทศนคติบวก (Positive attitudes) คือความโน้มเอียงของบุคคลในการกระทำหรือการสนองตอบในทางที่ดีต่อสินค้าหรือร้านค้า ทศนคติในทางลบ (Negative attitudes) คือความโน้มเอียงของบุคคลที่จะหลีกเลี่ยงสถานการณ์การกระทำบางอย่าง แต่ไม่ได้หมายความว่าทำให้หมดโอกาสที่จะเกิดการซื้อเสมอไป

4. ทศนคติของผู้บริโภคมีความเข้มข้นที่แตกต่างกัน ทศนคติผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับระดับขั้นของความรู้สึกด้วยไม่ว่าทศนคตินั้นจะมีขั้วไปในทางใดก็ตามผู้บริโภคสามารถประเมินทศนคติของตนที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในแง่บวกแบบมากที่สุด ก่อนข้างมาก น้อย หรือ เฉยๆ เช่นเดียวกับการประเมินทศนคติแง่ลบ บางครั้งแนวโน้มนำความรู้สึกของการเกิดทศนคติอาจมีสภาพเป็นกลางคือเฉยๆ ก็ได้ นั่นก็คือความรู้สึกของแนวโน้มนำที่ไม่รุนแรงหรือเข้มข้น

5. ทศนคติมีรูปแบบในการแสดงออกเสมอรูปแบบของทศนคติเป็นตัวชี้ให้เห็นพฤติกรรมผู้บริโภค แม้ว่าผู้บริโภคจะมีทศนคติหลากหลายแต่ทศนคติอันหนึ่งที่บุคคลมีต่อสภาพการซื้ออันหนึ่งก็มักจะคล้ายกับความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสภาพการซื้ออื่นๆ ด้วย เช่นบุคคลที่เป็นคนหัวโบราณก็มักจะหัวโบราณในการแต่งตัว นิัยการกิน และการใช้จ่าย หรือการซื้อเสื้อผ้าอาจบอกถึงวิธีการซื้อรองเท้าของบุคคลได้

6. ทศนคติมีความสมบูรณ์ที่แตกต่างกัน

ทศนคติเกิดขึ้นจากการมีข้อมูลที่สมบูรณ์หรือไม่สมบูรณ์ก็ได้ซึ่งจากข้อเท็จจริงนี้ผู้บริโภคจะถือว่าทศนคติที่เกิดขึ้นนั้นถูกต้องและนำไปสู่การกระทำเช่นผู้บริโภคอาจเห็นว่าคนซ่อมโทรทัศน์ทำงานไม่ดี ขาดคุณวุฒิและความซื่อสัตย์ในการซ่อมดังนั้นแนวโน้มนำคืออาจทำให้เกิดทศนคติที่ไม่ดีที่อาจมีผลต่อร้านค้าและการดำเนินงานของกิจการ

7. ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ พฤติกรรมการซื้อจะอยู่ในรูปของผลที่เกิดจากประสบการณ์โดยตรงจากผลิตภัณฑ์ข้อมูลข่าวสารจากบุคคลอื่น หรือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ขณะที่ทศนคติเป็นผลจากพฤติกรรมแต่จะไม่ใช้สิ่งเดียวกับพฤติกรรม

8. ทศนคติมีลักษณะมั่นคงไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมที่แสดงออก แต่ไม่ได้หมายความว่าเปลี่ยนแปลงไม่ได้ ทศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ สิ่งที่แสดงถึงความมั่นคงของทศนคติ หมายความว่า เราคาดว่าพฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับทศนคติที่เขามี

9. ทศนคติเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ใดๆ และสามารถทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในทิศทางที่อาจไม่สอดคล้องกับทศนคติของเขา เช่นผู้บริโภคซื้อแชมพูต่างตรายี่ห้อทุกครั้งที่แชมพูหมด แม้ว่าพฤติกรรมการเปลี่ยนตรายี่ห้อดังกล่าวอาจจะสะท้อนให้เห็นทศนคติที่ไม่ดีซึ่งจริง ๆ แล้วอาจเป็นผลจากอิทธิพลทางสถานการณ์บางอย่างเช่นผู้บริโภคต้องการประหยัดเงินแม้ว่าจะชอบยี่ห้อ A เป็นพิเศษแต่งบประมาณจำกัดทำให้ต้องพิจารณาซื้อยี่ห้อที่มีการส่งเสริมการขายเป็นพิเศษ

โครงสร้างโมเดลองค์ประกอบ 3 ประการของทศนคติ

1. ส่วนของความเข้าใจหรือความรู้ (The cognitive or knowledge component)

ความเข้าใจของบุคคล คือ ความรู้ การรับรู้ที่จำเป็นต้องมีการรวมกันของประสบการณ์โดยตรงของทศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ ความรู้และผลของการรับรู้ที่เกิดขึ้นปกติจะมาจากความเชื่อที่บริโภคมีต่อสิ่งใด ๆ จากคุณลักษณะด้านต่าง ๆ และพฤติกรรมเฉพาะด้านที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์

2. ส่วนของความรู้สึก (The affective component)

คือส่วนของอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า ซึ่งอารมณ์ความรู้สึกเหล่านี้มักจะถูกใช้ในการประเมินผลของการวัดทศนคติผู้บริโภคบ่อยๆ ในลักษณะ “ความชอบ” หรือ “ไม่ชอบ” “ดี” หรือ “ไม่ดี”

3. ส่วนของพฤติกรรมหรือการกระทำ (The cognitive or behavior component)

เกี่ยวข้องกับแนวโน้มที่บุคคลจะมีการกระทำหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับทศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บางความหมายอาจหมายถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงเลยก็ได้ ในทางการตลาดและการวิจัยผู้บริโภค ส่วนของพฤติกรรมมักจะใช้แสดงถึงการแสดงออกถึงความตั้งใจที่จะซื้อของผู้บริโภค ความตั้งใจซื้อสามารถแสดงในรูปของระดับความตั้งใจซื้อว่ามีมากหรือน้อยเพียงใด หรือในรูปแบบใดแบบหนึ่งโดยเฉพาะได้

การก่อตัวหรือการเกิดขึ้นของทศนคติผู้บริโภค สามารถแบ่งออกได้ 3 ด้านคือ

1. การเกิดขึ้นของทศนคติขึ้นอยู่กับวิธีการที่ผู้บริโภคได้เรียนรู้

การเกิดขึ้นของทศนคติเริ่มตั้งแต่การไม่มีทศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่กำหนดขึ้นไปจนถึงการมีทศนคติบางส่วนต่อสิ่งนั้นการเปลี่ยนของทศนคติจากไม่มีเป็นมีนั้นเป็นผลมาจากการเรียนรู้

2. การเกิดขึ้นของทศนคติขึ้นอยู่กับแหล่งอิทธิพลที่มีต่อทศนคติของผู้บริโภค

การก่อตัวหรือเกิดขึ้นของทศนคติผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลอย่างมากจากประสบการณ์โดยตรงจากอิทธิพลของครอบครัวและเพื่อน การตลาดขายตรง และการเปิดรับสื่อวงกว้าง

3. การเกิดขึ้นของทศนคติขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยบุคลิกภาพของผู้บริโภค

บุคลิกภาพยังเป็นปัจจัยสำคัญในการเกิดขึ้นของทศนคติ เช่น คนที่มีความต้องการสำหรับความเข้าใจสูงมักจะมีทศนคติในทางบวกต่อการตอบสนองต่อการโฆษณาทางไปรษณีย์มักจะมีรายละเอียดของข้อมูลให้อ่าน

1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ มีผู้ให้คำนิยามหรือความหมายของคำว่า การตัดสินใจ (Decision) ไว้ดังนี้

วอลเตอร์ (ศุภร เสรีรัตน์. 2544 : 45 ; อ้างอิงจาก Walters. 1978 : 69) สรุปว่าการตัดสินใจ หมายถึง การเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะจากบรรดาทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่

ชาญชัย อาจินสมจาร (2541 : 35) ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกระหว่าง ทางเลือกสองทางเลือกหรือมากกว่า

ศรีสุรางค์ ทิเนกุล (2542 : 197) ระบุประเภทของการตัดสินใจไว้ดังนี้

1. การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่แน่นอน (Decision Making Under Certainty) เป็นการตัดสินใจที่ผู้ทำการตัดสินใจทราบแน่นอนว่าสภาวะการณ์ใดจะเกิดขึ้นและจะทำการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์นั้น
2. การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่ไม่แน่นอน (Decision Making Under Uncertainty) เป็นการตัดสินใจที่ผู้ทำการตัดสินใจทราบแต่เพียงว่ามีสภาวะการณ์ใดที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่กำลังตัดสินใจที่อาจเกิดขึ้นได้บ้าง โดยไม่ทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นของแต่ละสภาวะการณ์ แต่พอที่จะกำหนดความน่าจะเป็นของแต่ละสภาวะการณ์ได้โดยพิจารณาในเชิงจิตพิสัย หรืออาศัยข้อมูลจากการทดลองที่ทำมาแล้ว
3. การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ความเสี่ยง (Decision Making Under Risk) เป็นการตัดสินใจที่นอกจากผู้ทำการตัดสินใจจะทราบว่าสภาวะการณ์ใดที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่กำลังตัดสินใจเกิดขึ้นบ้างแล้วยังทราบถึงความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นของแต่ละสภาวะการณ์ด้วย

ศุภร เสรีรัตน์ (2544 : 42) ได้อธิบายถึงลักษณะของการตัดสินใจไว้อย่างน่าสนใจดังนี้

1. ผู้ตัดสินใจต้องเผชิญกับปัญหาหรือสถานการณ์ที่มีความขัดแย้งกันที่จำเป็นต้องหาทางแก้ไข
2. ผู้ตัดสินใจมีความปรารถนาที่จะให้ได้มาซึ่งเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่งหรือหลายเป้าหมายซึ่งเป้าหมายเหล่านี้ปกติจะแสดงออกมาในรูปของการให้ได้มาซึ่งสภาวะสิ่งๆ หนึ่งที่ใหม่บางอย่างหรือการรักษาให้คงไว้ซึ่งสภาวะของสิ่งเดิมที่มีอยู่ เป้าหมายต่างๆ ของผู้บริโภคโดยทั่วไปจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความพอใจที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ ผู้ตัดสินใจจะต้องกำหนดทางเลือกที่ต้องกระทำที่นำไปสู่เป้าหมายที่ปรารถนาได้ ทางเลือกต่างๆ จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ เช่น ราคาสินค้า คุณลักษณะ ราคา
3. ผู้ตัดสินใจต้องเผชิญกับระดับของความไม่แน่นอนบางส่วนในทางเลือกที่ต้องการจะนำมาซึ่งความพอใจหรือไม่พอใจ

การตัดสินใจของผู้บริโภค (The consumer's Decision)

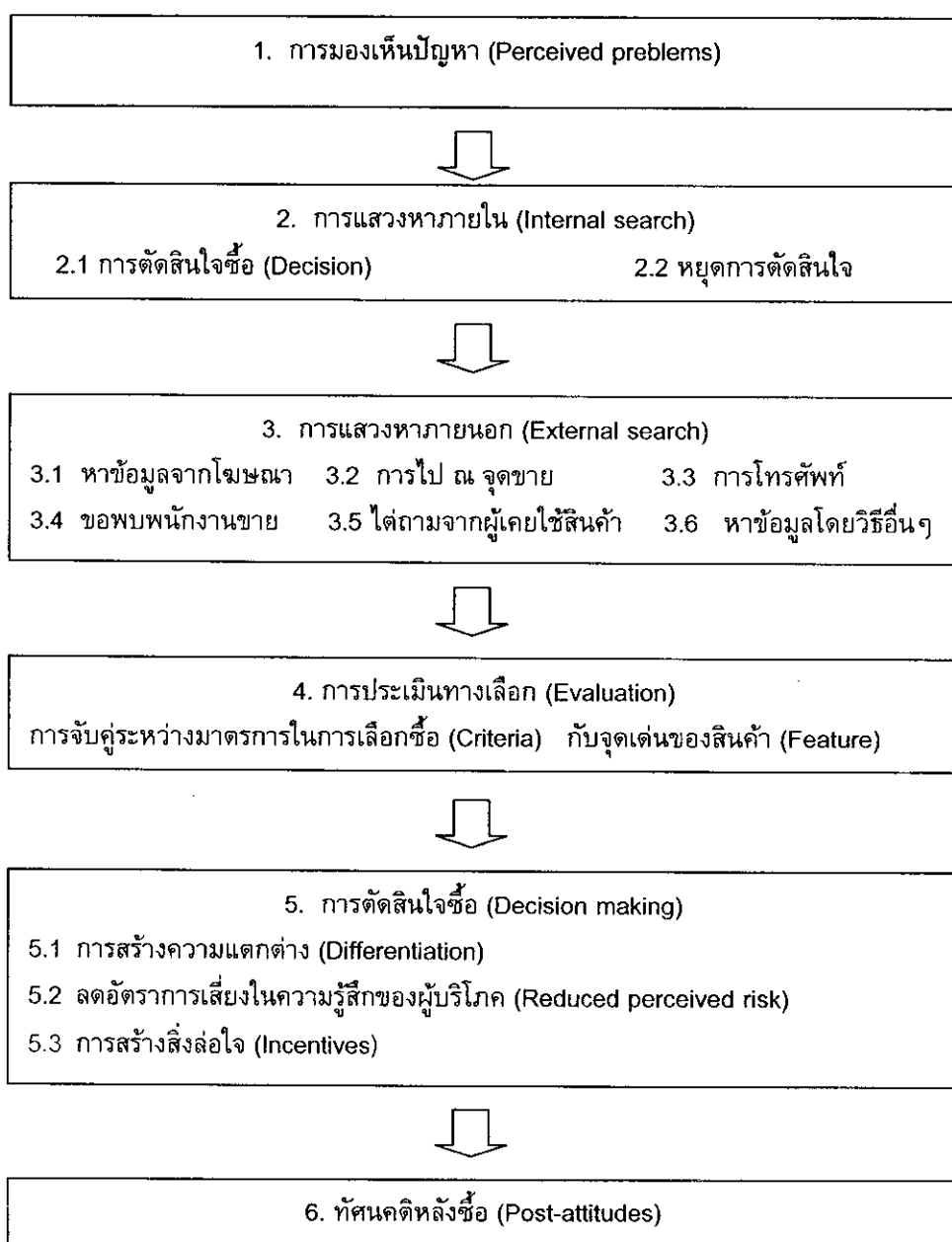
เมื่อผู้บริโภคต้องเผชิญกับการที่ต้องตัดสินใจบางครั้งมีเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคลำบากในการตัดสินใจได้ คือ

1. มีความปรารถนาอยากได้มากเกินไป (Too many desires) ผู้บริโภคไม่เคยหมดความต้องการมีแต่อยากได้สินค้ามากขึ้นและดีขึ้นกว่าเดิม แม้ว่าสังคมจะสามารถจัดหาสินค้าและบริการมาเสนอขายให้กับผู้บริโภคได้มากขึ้นกว่าเดิมก็ตาม
2. ขาดเงินทุน (lack of capital) ในการตัดสินใจซื้ออย่างมีประสิทธิภาพจะเกิดขึ้นได้ต้องมีการใช้เงิน เมื่อผู้บริโภคขาดเงินทุนไม่เพียงแต่เป็นการจำกัดจำนวนของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจะสามารถมีได้ แต่ยังเป็นการบีบให้ผู้บริโภคต้องยอมรับในสินค้าและบริการเฉพาะที่เขาจะสามารถมีเงินพอที่จะซื้อได้ด้วย
3. มีข้อมูลไม่เพียงพอ (inadequate information) บางครั้งผู้บริโภคอาจมีข้อมูลเยอะเกินไปจนไม่รู้จะใช้อะไร หรือมีข้อมูลน้อยเกินไป หรือมีข้อมูลที่ผิดๆ

4. มีเวลาไม่เพียงพอ (insufficient time) การขาดเวลาที่จะใช้เปรียบเทียบและตัดสินใจ ผู้บริโภคมีสิ่งที่จะต้องทำมากมายที่ต้องทำในแต่ละวันทำให้เมื่อต้องเลือกซื้อสินค้า จึงมักทำการซื้อโดยอาศัยการซื้อด้วยความเคยชิน ตามคำแนะนำที่ได้รับ หรือมีการตรวจสอบก่อนเพียงเล็กน้อย

5. มีการฝึกอบรมที่ไม่ดี (poor training) สังคมปัจจุบันแม้แต่ระบบการศึกษายังไม่มีผลการผลักดันหรือพยายามสอนเยาวชนให้รู้ถึงวิธีการบริโภคที่จะทำให้ได้รับความพอใจมากที่สุดจากสินค้าต่างๆ ในสังคม

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 182 - 189) อธิบายกระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคดังนี้



ภาพประกอบ 2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1. การมองเห็นปัญหา (Perceived problem) ปัญหาคือความแตกต่างระหว่างอุดมคติ (Ideal) กับสภาพความเป็นจริง (Reality) นักการตลาดต้องทำให้ปัญหานั้นกลายเป็นแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค

2. การแสวงหาภายใน (Internal search) เป็นการล้วงลึกในความทรงจำของตัวเองเช่นเมื่อเจ็บคอก็ต้องพยายามนึกว่ารู้จักยาแก้เจ็บคออะไรบ้าง ด้วยขั้นตอนนี้ทำให้นักการตลาดต้องพยายามให้สินค้าของตัวเองอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคแล้วต้องเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคระลึกได้เป็นยี่ห้อต้นๆ (Top of mind brand)

3. การแสวงหาจากภายนอก (External search) เมื่อผู้บริโภคต้องการสินค้าที่ตัวเองจำได้หรือมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าไม่เพียงพอ ผู้บริโภคก็เริ่มแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากภายนอก ด้วยวิธีการ

3.1 การหาข้อมูลจากการไปดูโฆษณา ดังนั้นนักการตลาดที่ดีควรเลือกโฆษณาในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม เช่นในหน้าฝนก็ต้องมีโฆษณาขายแกั้วหัด ยาแก้แพ้บ่อย

3.2 การไป ณ จุดขาย หมายความว่า ผู้บริโภคนั้นพอใจสิ่งที่ตัวเองจำได้เลยลองไปหาซื้อดู เช่น คนที่ไม่พอใจยาอมที่ตัวเองจำได้ก็อาจจะไปที่ร้านขายยา สิ่งที่สำคัญในจุดนี้ก็คือสินค้าจะต้องมีวางขาย ณ จุดขาย เพราะผู้บริโภคได้ให้โอกาสกับเราแล้วด้วยการไปแสวงหา ณ จุดขายแต่ถ้าเราไม่มีสินค้าที่จะขาย ก็เท่ากับหมดโอกาสที่จะขาย การจัดวางสินค้า (Display) ต้องเด่นชัด พนักงานขายต้องมีมารยาทบริการที่ดี

3.3 การโทรศัพท์พูดคุยกับบริษัทหรือร้านค้า สิ่งที่นักการตลาดควรทำคือการโฆษณาในสมุดหน้าเหลืองเพราะหากผู้บริโภคต้องการแสวงหาด้วยการโทรศัพท์ไปตรวจสอบแต่เราไม่มีหมายเลขโทรศัพท์อยู่ในสมุดหน้าเหลืองเราก็หมดโอกาสในเรื่องนี้

3.4 การขอพบพนักงานขาย เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสินค้าที่ตัวเองจำได้ก็อาจจะขอข้อมูลสินค้าอื่นๆ ที่ตัวเองไม่เคยรู้จัก

3.5 การไต่ถามจากผู้อื่นที่เคยใช้สินค้าแล้ว ในกรณีนี้เราจะต้องมีสินค้าที่ดีเป็นที่ประทับใจของผู้ที่เคยใช้เพราะเมื่อมีผู้บริโภคที่ต้องการอยากจะใช้สินค้าไปสอบถามผู้ที่เคยใช้แล้วเราหวังว่าเราจะได้อะไรที่ดีจากผู้ที่เคยใช้สินค้าแล้วเพื่อเป็นการแนะนำให้ผู้ที่กำลังแสวงหาเลือกใช้สินค้าของเรา

4. การประเมินทางเลือก (Evaluation) ผู้บริโภคได้รับรู้สินค้ายี่ห้อต่างๆ แล้วจะนำมาประเมินว่าสินค้าใดดีกว่ากันในแง่ใดความสำคัญในขั้นตอนนี้คือต้องให้จุดเด่นของสินค้าของเราให้ตรงกับมาตรการเลือกซื้อของผู้บริโภค

5. การตัดสินใจซื้อ (Decision making) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเฉื่อยในการตัดสินใจเพราะว่าในการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อนั้นเขาต้องเสี่ยงว่าสินค้าที่ซื้อจะดีเหมือนคำโฆษณาหรือไม่จะมีคุณภาพคุ้มค่าคุ้มราคาที่เขาย้ายไปหรือไม่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ติดอยู่กับสินค้าที่ตัวเองมีความเคยชิน ดังนั้นสินค้าใหม่ๆ ที่จะนำเสนอตัวเองแก่ผู้บริโภคต้องหาทางในการจะเร่งรัดให้ผู้บริโภคตัดสินใจ โดยมีวิธีการกระตุ้นให้ตัดสินใจดังนี้

5.1 การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) สินค้าที่มีความเด่นชัดมีลักษณะเฉพาะตัวจะทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคเร็วขึ้นหน้าที่ของนักการตลาดคือทำให้สินค้าของตัวเองแตกต่างจากคู่แข่ง

5.2 ลดอัตราการเสี่ยงในความรูสึกของผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการเสี่ยงของเขาไม่สูงนักโดยการใช้ชื่อเสียงของบริษัท , ภาพพจน์สินค้าและพนักงานขาย , จำนวนกลุ่มเป้าหมาย

5.3 การสร้างสิ่งล่อใจ บางครั้งการส่งเสริมการขายก็เป็นการเร่งรัดการตัดสินใจซื้อ

6. ทศคติหลังซื้อ (Post – attitudes) กระบวนการตัดสินใจซื้อไม่ได้จบลงที่การตัดสินใจซื้อแต่แท้จริงแล้วเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและนำสินค้าไปใช้ผู้บริโภคจะประเมินว่าสินค้านั้นดีหรือไม่แล้วจะเกิดทัศนคติหลังใช้ว่าพอใจหรือไม่พอใจ ทัศนคติที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้สินค้านั้นเป็นประสบการณ์ตรง เป็นประสบการณ์ที่แท้จริงซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบของผู้บริโภค

Philip Kotler, Gary Armstrong (วารุณี ดันติวงศ์วานิชและคณะ. 2545 :108 ; เรียบเรียงจาก Philip Kotler ; & Gary Armstrong.) กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ไว้ดังนี้

สิ่งที่นักการตลาดควรให้ความสนใจคือ ผู้บริโภคเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ในครั้งแรกได้อย่างไรและทำการตัดสินใจว่าจะยอมรับผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่ กระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ (adoption process) เป็นกระบวนการทางจิตที่เริ่มตั้งแต่การเรียนรู้นวัตกรรมผ่านขั้นตอนต่างๆ จนถึงการยอมรับที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นอย่างสม่ำเสมอ

ขั้นตอนในกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

1. การรู้จัก (Awareness) : ผู้บริโภครู้ถึงผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ความสนใจ (Interest) : ผู้บริโภคมองหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. การประเมินค่า (Evaluation) : ผู้บริโภคพิจารณาว่าจะลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือไม่
4. การทดลอง (Trial) : ผู้บริโภคทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ในปริมาณเล็กน้อยเพื่อประเมินคุณค่า
5. การยอมรับ (adoption) : ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์เต็มที่และใช้เป็นประจำ

นักการตลาดควรคิดถึงวิธีที่จะทำให้ผู้บริโภคผ่านขั้นตอนต่างๆ ไปจนถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ เช่น ผู้ผลิตจ้อโทรทัศน์อาจค้นพบว่าผู้บริโภคอยู่ในขั้นความสนใจหลายคนไปไม่ถึงขั้นทดลองเพราะไม่แน่ใจและต้องลงทุนจำนวนมากเพื่อทดลองหากผู้บริโภคเหล่านั้นเต็มใจทดลองใช้จ้อโทรทัศน์ขนาดใหญ่โดยเสียค่าบริการเล็กน้อย ผู้ผลิตควรพิจารณาให้ข้อเสนอแผนการทดลองเพื่อให้เป็นทางเลือกในการซื้อสินค้า

1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความหลากหลายขึ้นทั้งในด้านอายุ เพศ การศึกษา วิธีการดำเนินชีวิต ผู้บริโภคมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้นต้องการสินค้าที่มีความพิเศษเฉพาะบุคคลรวมถึงสินค้าก็มีมากมายหลากหลายผลิตภัณฑ์ต่างต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ดังนั้นปัจจุบันการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ลึกซึ้งศึกษาถึงเหตุผลกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งที่นักการตลาดต้องศึกษาเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

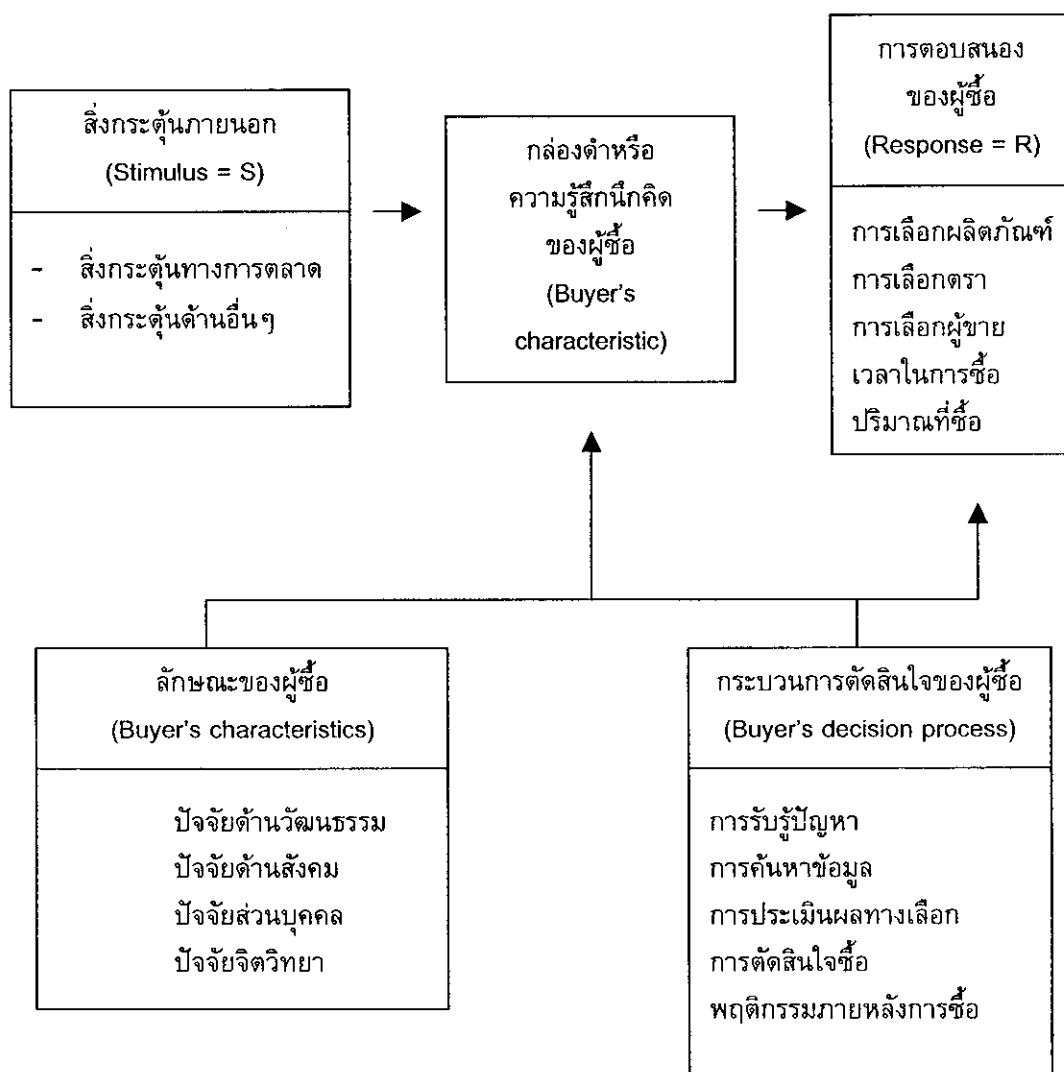
ปริญ ลัทธิตานนท์ (2544 : 54) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่าเป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

ดารา ทิปะปาล (2542 : 4) สรุปแนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงการกระทำใดๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ

องอาจ ปะทะวานิช (2525 : 31-41) อธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้ซึ่งสินค้าและบริการซึ่งหมายถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าบริการ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อมากที่สุดสาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการอาจเป็นเพราะมีสิ่งจูงใจบางประการที่สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค

คุมร เสรีรัตน์ (2544 : 7) อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk. 1991 : 5) ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจัดจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 77) กล่าวว่าการศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า โดยมีรายละเอียดโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้



ภาพประกอบ 3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 อ้างอิงจาก Kotler. 1997

จุดเริ่มต้นของโมเดลเริ่มที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น(Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายหรือสิ่งกระตุ้นจากภายนอก สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย

- 1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามน่าสนใจ
- 1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่นการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณากลุ่มเป้าหมาย
- 1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่นจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ
- 1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่นการโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

- 1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล
- 1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น
- 1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ
- 1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระทบให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหา ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆคือ ด้านวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอนคือการรับรู้ความต้องการ(ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะมีประเด็นต่างๆ ดังนี้ (1) การเลือกผลิตภัณฑ์ (2) การเลือกตราสินค้า (3) การเลือกผู้ขาย (4) การเลือกเวลาในการซื้อ (5) การเลือกปริมาณการซื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและนำการเปลี่ยนแปลงนั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาดโดยวัฒนธรรมแบ่งได้ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมเช่นลักษณะนิสัยของคนไทย

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์

1.3 ชั้นทางสังคม (Social class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกันโดยถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน อาชีพ ในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะเดียวกันนักการตลาดต้องศึกษาชั้นสังคมเพื่อเป็นแนวทาง การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย ศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านค่านิยม (Value) การเลือกพฤติกรรม (Behavior) การดำรงชีวิต (lifestyle) รวมถึงทัศนคติ (Attitude) ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล กลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็นกลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน และกลุ่มทุติยภูมิได้แก่ บุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลในสังคมต่างๆ

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิด และค่านิยมของบุคคล

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มซึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อและผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) เป็นลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ประกอบด้วย

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีความอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน นักการตลาดต้องศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีบุคคลในอาชีพไหนสนใจเพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือรายได้ (Income) ซึ่งมีผลต่ออำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factor) คือปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังผลักดัน (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ (Stanton and Futrell. 1987 : 649) การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคลแต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม หรือการใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการการรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ เข้าใจในข้อมูลที่เลือกสรร และเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร

4.2 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและ (หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา นักการตลาดประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขายเพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อหรือซื้อเป็นประจำ

4.3 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.4 ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 1997 : 188) ทศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาทัศนคติที่เกิดขึ้นมาได้หรือไม่และเปลี่ยนแปลงอย่างไร

4.5 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน ทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ได้พิจารณากำหนดบุคลิกภาพของผู้บริโภค แบ่งได้เป็น

4.5.1 อิด (Id) เป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาตามความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ตามความต้องการที่แท้จริง

4.5.2 อีโก้ (Ego) เป็นความต้องการด้านการยกย่อง ความภาคภูมิใจ ความเคารพ เป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาให้เหมาะสมกับกาลเทศะเหตุผลหรือเหตุการณ์ที่เป็นจริงในสังคม

4.5.3 ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) เป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาตามค่านิยมของสังคมและมาตรฐานด้านศีลธรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับ

4.6 แนวคิดของตนเอง (Self concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตน

อิทธิพลเกี่ยวกับพฤติกรรมการปฏิบัติต่อกันภายในครอบครัว

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543 : 443 - 445) กล่าวถึงอิทธิพลของครอบครัวต่อพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า ครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความรู้สึกและความโน้มเอียงของสมาชิกแต่ละบุคคล ดังนี้

1. การอบรมให้เกิดความรู้ความเข้าใจและความคิด (Cognitive Orientation) ครอบครัวมีผลกระทบต่อโครงสร้างเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของสมาชิกแต่ละคน ความรู้ความเข้าใจ หมายถึงความรู้หรือความรู้ตัวความเข้าใจรวมถึงค่านิยม ทัศนคติ และภาพพจน์ต่างๆ ความนึกคิดของสมาชิกของครอบครัวแต่ละบุคคลและระดับของความรู้ตัวถูกกระทบโดยการสั่งสอนอบรมจากครอบครัว แนวความคิดเกี่ยวกับสินค้าทรัพย์สินสมบัติ ความอยากได้ ความสำเร็จ ความร่วมมือและอื่นๆ ทั้งหมดนี้เป็นความเข้าใจซึ่งได้รับอิทธิพลมา

จากครอบครัวความคิดเห็นและทัศนคติต่างๆเกี่ยวกับการประหยัดซึ่งตรงข้ามกับการบริโภค การตอบสนองความพอใจกับความต้องการในปัจจุบันทันด่วน ซึ่งตรงกันข้ามกับการขจัดสิ่งที่ไม่พอใจทิ้งไป และการเลื่อนการตัดสินใจ การใช้ระบบสัญลักษณ์ส่วนใหญ่แล้วได้รับการปลูกฝังโดยการปฏิบัติต่อกันของครอบครัว

2. ความสัมพันธ์ระหว่างบรรทัดฐานกับบทบาท (Norm – Role Relations) การปฏิบัติต่อกันของคนในครอบครัวมีอิทธิพลต่อบุคคลในแง่ของบรรทัดฐานของสังคม กฎเกณฑ์และความคาดหวังเกี่ยวกับว่าอะไรคือพฤติกรรมที่เหมาะสม และบุคคลจะปฏิบัติอย่างไรจึงจะมีประโยชน์ที่สุดแก่สังคมและครอบครัว ครอบครัวจึงเป็นแหล่งฝึกอบรมที่สำคัญเพื่อให้บุคคลมีแนวความคิดเกี่ยวกับบทบาท

3. ครอบครัวในฐานะที่เป็นกลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มอ้างอิงที่สำคัญสำหรับบุคคลส่วนใหญ่โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง ภาพพจน์เกี่ยวกับตนเอง ความรู้สึกของเราเกี่ยวกับเกียรติยศฐานันดรทั้งหมดนี้มักจะมีรากฐานจากการอบรมสั่งสอนจากครอบครัว ฐานที่ตั้งของครอบครัวในชั้นทางสังคม สไตล์ของการดำรงชีพ ที่อยู่อาศัย ทรัพย์สินสมบัติ และการมีสิ่งต่างๆอยู่ในบ้านเป็นเครื่องชี้วัดชั้นหนึ่งว่าเราคือใคร จะเห็นได้ว่าแนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของบุคคลส่วนใหญ่เกี่ยวพันกับการปฏิบัติต่อกันและพฤติกรรมของครอบครัว

4. ครอบครัวในฐานะที่เป็นตัวแทนอบรมให้รู้จักระเบียบทางสังคม (The Family as Socializing Agent) ครอบครัวทำหน้าที่พิจารณาข่าวสารที่จะมาสู่สมาชิกของครอบครัว หน้าที่หลักประการหนึ่งของครอบครัวคือการแพร่วัฒนธรรมอ่าน พูด และความหมายมักได้รับความควบคุมโดยอำนาจหน้าที่ของครอบครัว ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการสนใจของบุคคล การรับรู้ ทัศนคติและความรู้ความเข้าใจทั่วไปของเขา ครอบครัวมีอิทธิพลและกระทบต่อโครงสร้างกระบวนการเรียนรู้ของบุคคลรวมทั้งช่องทางการสื่อสารด้วย บุคลิกภาพของบุคคลได้รับการวางเงื่อนไขโดยการเป็นสมาชิกของครอบครัวในแง่ที่ว่าความเป็นสมาชิกของครอบครัวหมายถึงการปฏิบัติต่อกันของกลุ่ม อันเป็นผลจากการอบรมให้รู้จักระเบียบของสังคม ปัจจัยทั้งหมดเหล่านี้มีความเกี่ยวพันสำคัญที่สุดต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

5. ครอบครัวและพฤติกรรมของผู้บริโภค (The Family and Consumer Behavior) จากการเรียนรู้ทางสังคมโดยการปฏิบัติต่อกันในครอบครัวและการอบรมให้รู้จักระเบียบของสังคมในรูปอื่นๆ จะทำให้กระทบต่อทัศนคติของบุคคล การนึกเห็นภาพพจน์ รสนิยม และพฤติกรรมที่เปิดเผยออกมาอย่างเด่นชัด

1.4 แนวคิดและกลยุทธ์การตลาดธุรกิจบริการ

ลักษณะของธุรกิจบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 18) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

ธุรกิจสามารถให้บริการโดยผ่านวิธีการให้บริการ ดังนี้

1. การให้บริการด้วยคนหรือพนักงาน การให้บริการแบบนี้สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละรายได้รวมทั้งเป็นการให้บริการอย่างใกล้ชิด

2. การให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการประเภทนี้พบเห็นได้ทั่วไปเช่น การให้บริการทางการเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (Automatic Teller Machine ; ATM) จะเห็นได้ว่าการให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับเนื่องจากมีต้นทุนการให้บริการที่ต่ำกว่าการให้บริการแบบคนและการส่งมอบบริการแต่ละครั้งได้มาตรฐานตามที่ได้กำหนดไว้แต่การให้บริการแบบนี้ไม่สามารถ

ปรับปรุงแบบการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกันรวมทั้งไม่สามารถตอบคำถามหรือแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ทั้งหมดจึงต้องมีศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ที่คอยตอบคำถามต่างๆ ให้ลูกค้าในระหว่างการใช้งานด้วย

ธุรกิจบริการสามารถแบ่งบริการได้ 3 ประเภท ตามความสำคัญหรือการทำกำไรให้ธุรกิจ ดังนี้

1. การบริการหลักเป็นหัวใจหลักของธุรกิจบริการหลักจะสร้างกำไรให้กับธุรกิจอย่างมากแต่อย่างไรก็ตามบริการหลักมักมีความซับซ้อนในการให้บริการหรือการส่งมอบให้กับลูกค้ามากกว่าประเภทของบริการเสริม เช่นในมหาวิทยาลัยการสอนที่ดีมีมาตรฐานถือว่าเป็นบริการที่เป็นตัวสร้างรายได้หลักจึงต้องให้ความสำคัญมากในการพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งมอบบริการหลักที่แข่งขันกับคู่แข่งได้

2. การบริการเสริมบริการประเภทนี้สร้างรายได้และทำกำไรให้กับธุรกิจได้น้อยกว่าการบริการหลัก บริการเสริมในมหาวิทยาลัย เช่น การให้บริการอบรมคอมพิวเตอร์แก่บุคลากรภายนอก บริการเสริมในโรงพยาบาลเช่น ร้านอาหาร ร้านทำผม บริการเสริมเหล่านี้เป็นเหมือนสีสนให้กับธุรกิจนั้นๆ ดังนั้นธุรกิจจึงจะมีบริการเสริมได้ก็ต่อเมื่อได้พัฒนาบริการหลักให้มีความไว้วางใจจากลูกค้าก่อน เพราะมีเช่นนั้นแล้ว บริการเสริมจะกลายเป็นบริการหลักและในที่สุดจะต้องเปลี่ยนประเภทของธุรกิจนั้นไป

3. การบริการอื่นๆบริการประเภทนี้ไม่ได้เป็นหัวใจหลักของธุรกิจแต่เป็นบริการที่ขาดไม่ได้เนื่องจากเป็นบริการที่สนับสนุนบริการหลักและบริการเสริมให้ดำเนินไปอย่างสะดวก การบริการประเภทนี้มักไม่ทำกำไรให้ธุรกิจหรือเป็นค่าใช้จ่ายนั่นเองบริการประเภทนี้เช่น บริการที่จอดรถ ลิฟต์ บริการรักษาความปลอดภัย ผู้บริหารควรลดค่าใช้จ่ายประเภทนี้แต่ต้องไม่ทำให้มีผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจ เช่น การจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยจากภายนอกแทนการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยของบริษัทเอง ผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจบริการ ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ

1. ผู้ให้บริการ ได้แก่ ผู้ให้บริการจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร พนักงานทุกคน รวมทั้งแม่บ้าน พนักงานรักษาความปลอดภัยที่จ้างมาจากบริษัทภายนอกด้วยคุณภาพของคนเป็นตัวหลักสำคัญของการปรับปรุงคุณภาพ หน้าที่ของผู้ให้บริการคือ การส่งมอบบริการที่เป็นเลิศให้แก่ลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่ต้องให้บริการหรือพบกับลูกค้าจะมีส่วนสำคัญมากในการส่งมอบบริการที่ดีแต่อย่างไรก็ตามบริการที่ดีจะต้องมาจากทุกคนที่อยู่ในบริษัทตั้งแต่ผู้บริหารที่ต้องกำหนดนโยบายที่เน้นในเรื่องการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างวัฒนธรรมที่เน้นการบริการ แผนกต่างๆ ที่จะต้องประสานงานหรือส่งต่องานให้บริการอย่างดี

2. ผู้รับบริการ ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันตลอดเวลาตั้งแต่ก่อนการซื้อ(ก่อนการเป็นลูกค้า) ขณะที่เกิดการซื้อ(ขณะที่ให้บริการ) และหลังจากการซื้อ (เป็นลูกค้าแล้ว) หน้าที่ของผู้รับบริการคือ การสร้างรายได้ให้กับธุรกิจที่ให้บริการนั้นๆ ความสำคัญของผู้รับบริการหรือลูกค้าในปัจจุบันนี้กล่าวได้ว่า ลูกค้าคือ ผู้ที่กำหนดทิศทางและความอยู่รอดของธุรกิจเนื่องจากลูกค้าเป็นผู้เลือกธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้

ลักษณะเฉพาะของการบริการ

1. ความไม่มีตัวตน (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นจับต้องและสัมผัสได้โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะซื้อน้ำหอม ผู้ซื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีดได้ดมกลิ่นได้หรือซื้อเป็นขวดได้นักการตลาดต้องเข้าใจเรื่องความไม่มีตัวตนของบริการ และนำมาปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด เช่น ตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม นำใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ว่าการบริการนั้นจะดีเหมือนการตกแต่งสถานที่

2. ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการนั้นเช่น บริการนวดแผนโบราณผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ส่วนกรณีการปรึกษาปัญหาทางจิตและปัญหากฎหมายทางโทรศัพท์แม้ผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะอยู่กันคนละสถานที่แต่ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกจากกันในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น นักการตลาดต้องทำให้ผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการมาพบกันไม่ว่าจะเป็นการตั้งจุดให้บริการที่สะดวกที่ลูกค้าจะมาใช้บริการได้ รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและลูกค้า

3. การเก็บรักษาไม่ได้ (Perish ability) การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งพนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงานเกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใดๆ การจ้างพนักงานควรให้เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าและมีการจัดการที่ดีในการจ่ายค่าแรง

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่นที่สาขาของธนาคารช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่นๆ ในสัปดาห์ นักการตลาดต้องเข้าใจลักษณะเฉพาะของธุรกิจตนว่าในแต่ละช่วงวันช่วงเวลาและช่วงเดือนที่แตกต่างกันจะบริหารการบริการของตนอย่างไร

5. ความแตกต่างของบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity) เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (labor intensive) ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่ยิ้ม จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งด้านร่างกายและจิตใจเช่นพนักงานคนหนึ่งเมื่อวันวานให้บริการดีมากยิ้มแย้มแจ่มใสทักทายลูกค้าเป็นอย่างดีแต่วันรุ่งขึ้นพนักงานคนเดียวกันอาจถูกร้องเรียนว่าบริการไม่ดีไม่ยิ้มแย้มพูดจาไม่ไพเราะสาเหตุเนื่องจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่มเพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้หวัดตลอดคืนที่ผ่านมา

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 35-36) กล่าวว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4'P จะใช้ได้ดีกับสินค้าและบริการเท่าๆ กันแต่นักวิชาการบางท่านเห็นควรที่จะเพิ่มอีก 3'P สำหรับธุรกิจบริการโดยเฉพาะรวมทั้งหมดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการจะต้องมีทั้งหมด 7'P ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ลักษณะทางกายภาพ (Physical-evidence presentation) และกระบวนการ (Process)

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ (Marketing Mix) หมายถึงการมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และบริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้มค่าด้วยความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องที่เรียกว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย 4'P โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้
2. ราคา (Price) หมายถึง การมีราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินดีจ่าย เพราะมองว่าคุ้มค่า

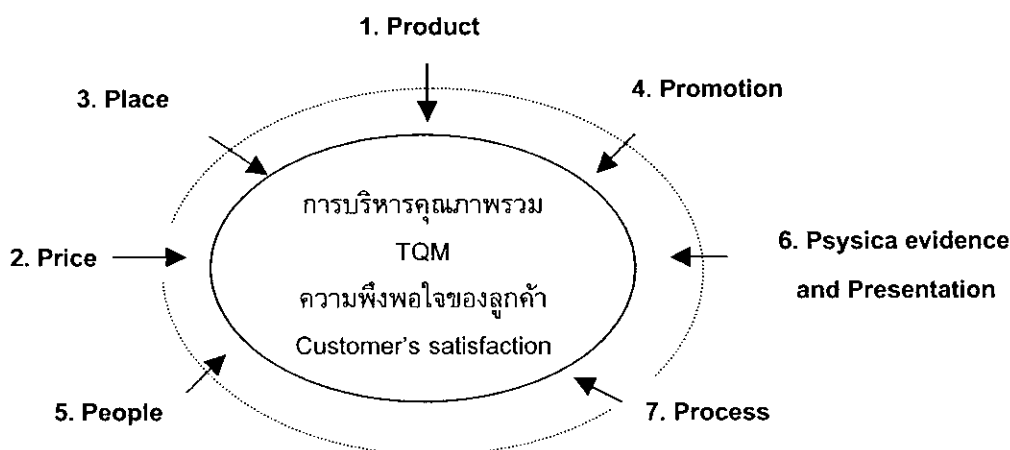
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงการจัดจำหน่าย กระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการใช้ความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบสินค้าหรือบริการและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง การส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การขายด้วยตัวบุคคล (Personal Selling)

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (TQM) เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความเร็ว หรือประโยชน์อื่นๆ

7. กระบวนการต่างๆ (Processes) คือการส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Customer satisfaction) โดยใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service)



ภาพประกอบ 4 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service) ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . (2541 : 337)

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ คือ 4P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ คือ 7P ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) และกระบวนการ (Process) แสดงได้ดังนี้

4'P ใช้กับสินค้าและบริการ
(Goods and Service)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย
(Place)
4. การส่งเสริมการตลาด
(Promotion)

7'P ใช้กับบริการ
(Service)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. บุคคล (People), พนักงาน (Employees)
6. ลักษณะทางกายภาพ
(Physical evidence and presentation)
7. กระบวนการ (Process)

ภาพประกอบ 5 แสดงส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ 4'P และ ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ 7'P

1.5 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด

การดำเนินธุรกิจสิ่งที่ผู้ลงทุนต้องการมากที่สุดคือบรรลุปเป้าหมายสูงสุดซึ่งก็คือกำไรและความพึงพอใจของผู้บริโภคหรืออย่างน้อยที่สุดก็ต้องได้รับผลตอบแทนในอัตราที่ไม่ต่ำกว่าจำนวนเงินที่ลงทุนซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องใช้การวางแผนและบริหารงานที่รอบคอบรัดกุมมากขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมีทางเลือกมีการศึกษามากขึ้นรวมถึงมีผู้ผลิตมากมายมุ่งเสนอสินค้า บริการ แนวความคิดที่มีความหลากหลายมากขึ้น การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก่อนที่จะดำเนินธุรกิจจริงจึงเป็นวิธีที่ช่วยลดความเสี่ยงสร้างความมั่นใจให้กับผู้ลงทุนมากขึ้นซึ่งการศึกษความเป็นไปได้ของโครงการมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

มยุรี อนุมานราชชน (2543 : 23 – 24) กล่าวว่า การศึกษาความเป็นไปได้ขั้นต้นเป็นขั้นตอนเกี่ยวกับการค้นหาคำหนดหรือนิยามของโครงการเป็นการพิจารณากว้างๆ ประเมินเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ บริการ ของโครงการที่กำลังจะยกยกร่าง ความต้องการและสู่ทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทรัพยากรการลงทุน ค่าใช้จ่าย ผลประโยชน์ตอบแทนการคาดคะเนปัญหาและความเสี่ยงของโครงการ

จันทนา ฉันทโร และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ (2536) อธิบายถึง ความเป็นไปได้ของโครงการไว้ว่าเป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้นโดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรมและการเงินของโครงการเป็นหลักทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่จะลงทุนในโครงการนั้นๆ ในการศึกษาดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียดและวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องกับการผลิต รวมทั้งทางเลือกอื่นๆ ของการผลิตด้วย นอกจากนี้ยังต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการที่เหมาะสมการใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบใด มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินการเพียงไร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนให้มากที่สุด

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด

มีผู้ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาดที่นำเสนอดังนี้

ฐาปนา ฉันทไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ (2545 : 3-1 – 3-14) อธิบายถึงการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดไว้ว่าการศึกษาด้านการตลาดเป็นการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่าโครงการที่จะทำสามารถทำผลตอบแทนได้คุ้มต้นทุนที่ลงทุนไปหรืออีกนัยหนึ่งคือสามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ในระยะยาวเป็นเครื่องมือช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพเพราะจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้

กระบวนการในการศึกษาด้านการตลาด แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาด เพื่อตอบคำถามสำคัญ 3 ประการคือ

1.1 ขนาดของตลาด (Market size) คือ จำนวนประชากรที่มีอยู่ในตลาดหนึ่งๆ มีมากน้อยเพียงใดโดยมีปัจจัยที่ต้องพิจารณาร่วมด้วยเช่น อำนาจซื้อรายได้ของผู้คนในตลาดนั้นๆ อัตราการบริโภคความถี่ในการบริโภคสินค้านั้นๆ เมื่อศึกษาภาพกว้างแล้วควรศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงขึ้น คือ ส่วนของตลาด (Market Segmentation) ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าไปตอบสนอง เพื่อให้ทราบถึงขนาดของตลาดที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น

1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด (Market Trend) คือ ทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หนึ่งๆว่าจะมีมากขึ้นหรือลดลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไปนิยมวัดเป็นอัตราการขยายตัว(Growth rate) ในการคาดคะเนอาจตั้งข้อสมมติเช่น อัตราการขยายตัวของตลาดขึ้นกับการเพิ่มของประชากรกลุ่มเป้าหมาย

1.3 การศึกษาส่วนแบ่งตลาด (Market share) หมายถึง ความสามารถของธุรกิจหรือโครงการในอันที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดมี 2 ประการ คือ ความเข้มข้นของการแข่งขัน และ ความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในการค้นหาข้อมูลดังกล่าวข้างต้น อาจทำได้โดยการสำรวจจากแหล่งข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ

1.3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) คือข้อมูลที่มีผู้จัดทำขึ้นอยู่ก่อนแล้วพร้อมที่จะนำไปใช้ได้ทันทีมักเป็นสิ่งที่พิมพ์ที่จัดทำไว้แล้วโดยหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา บริษัทผู้ทำการวิจัยและขายข้อมูล ตลอดจนหน่วยงานธุรกิจเอกชน

1.3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ยังไม่มีผู้ใดจัดทำขึ้นมาก่อน ธุรกิจต้องเสาะหาเองโดยการสำรวจ การทำวิจัย จากประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างโดยตรง

2. การพยากรณ์ความต้องการตลาด หมายถึง การพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งของกลุ่มผู้บริโภคในขอบเขตพื้นที่หนึ่งและระยะเวลาที่กำหนดภายใต้โปรแกรมการตลาดและสภาพแวดล้อมการตลาดที่กำหนดขึ้นการพยากรณ์ความต้องการของตลาดนับว่าสำคัญมากเพราะความต้องการของตลาดที่เป็นไปได้ หมายถึงยอดขายสูงสุดในตลาดที่คาดว่าจะขายได้ในสิ่งแวดล้อมหนึ่งๆ ซึ่งยอดขายจะไม่สูงไปกว่านี้ไม่ว่าจะใช้เวลาพยายามทางการตลาดหรือเพิ่มค่าใช้จ่ายเท่าใดก็ตาม เทคนิคการพยากรณ์ความต้องการของตลาดสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

2.1 เทคนิคเชิงคุณภาพ (Qualitative forecasting technique) เป็นวิธีการพยากรณ์ที่ใช้พิจารณาหรือประสบการณ์ในอดีตของผู้ประกอบการเป็นหลักอาจทำการพยากรณ์โดยยึดติดเป็นหลัก , การพยากรณ์โดยยึดถือความเห็นของพนักงานขายมาเป็นแนว , การพยากรณ์โดยใช้เลขดัชนี , การพยากรณ์โดยการวิจัยตลาด

2.2 เทคนิคเชิงปริมาณ (Quantitative forecasting technique) เป็นวิธีการพยากรณ์ที่อาศัยข้อมูลซึ่งเป็นตัวเลขในอดีต โดยอาจจะใช้หรือไม่ใช้หลักทางสถิติมาประกอบการพยากรณ์

3. การประมาณการยอดขายสินค้า คือ การคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวมดังกล่าวในการคาดคะเนยอดขายของโครงการยังควรพิจารณาถึงสภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขัน ระดับของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ การโฆษณาและส่งเสริมการขาย เมื่อได้ยอดขายโดยประมาณแล้วก็จะนำมาเป็นแผนยอดขายหรือที่เรียกว่าการประมาณการยอดขายสินค้าซึ่งหาได้จากปริมาณขายที่คาดคะเนคูณด้วยราคาขายต่อหน่วยดังสมการยอดขาย = ปริมาณขาย × ราคาขายต่อหน่วย

4. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการที่จะให้คำตอบว่าโครงการดังกล่าวควรทำการศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านอื่นๆ ต่อไปหรือไม่กล่าวคือ ถ้าผลการศึกษาด้านการตลาดออกมาเป็นที่น่าพอใจซึ่งหมายถึงอุปสงค์หรือความต้องการตลาดในผลิตภัณฑ์ของโครงการมีมากพอและสภาวะตลาดที่เอื้ออำนวยต่อโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ก็ควรทำการศึกษาด้านเทคนิคต่อไปแต่ถ้าในทางตรงข้ามถ้าผลการศึกษาด้านการตลาดพบว่าอุปสงค์ตลาดมีไม่มากพอซึ่งอาจเพราะขนาดของตลาดมีขนาดเล็ก แนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดต่ำ สภาวะตลาดไม่เอื้ออำนวยต่อโอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็อาจจะตัดสินใจยกเลิกโครงการโดยไม่ทำการศึกษาต่อไปเพื่อป้องกันค่าใช้จ่ายและเวลาต่อไป

การพยากรณ์อุปสงค์ในอนาคต

Philip Kotler, Gary Armstrong (2545 : 417 – 420 วารุณี ดันติวงศ์วานิชและคณะ. 2545 :108 ; เรียบเรียง จาก Philip Kotler ; & Gary Armstrong.) กล่าวถึงการพยากรณ์อุปสงค์ในอนาคต ไว้ดังนี้

การพยากรณ์ (Forecasting) เป็นการประเมินค่าอุปสงค์ในอนาคตโดยคาดการณ์ว่าผู้ซื้อจะทำอะไรภายใต้ชุดของเงื่อนไขในอนาคตที่กำหนดสินค้าหรือบริการที่สามารถพยากรณ์ได้ง่ายนั้นมีน้อยต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายคงที่หรือมีอัตราเพิ่มของยอดขายที่สม่ำเสมอและอยู่ในสถานการณ์การแข่งขันที่ไม่เปลี่ยนแปลงแต่ในตลาดส่วนใหญ่ไม่ได้มีอุปสงค์ของกิจการที่คงที่ ดังนั้นการพยากรณ์ที่ดีจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จของกิจการ โดยมีกระบวนการพยากรณ์ยอดขายดังนี้

1. การพยากรณ์สภาพแวดล้อม (Environmental forecast)
2. การพยากรณ์อุตสาหกรรม (Industry forecast)
3. การพยากรณ์ยอดขายของกิจการ (Company sales forecast)

ตาราง 2 วิธีการพยากรณ์ยอดขาย

สิ่งที่พิจารณา	วิธีดำเนินการ
ผู้คนพูดว่าอย่างไร (What people say?)	สำรวจความตั้งใจของผู้ซื้อ ความคิดเห็นของพนักงานขาย , ผู้เชี่ยวชาญ
ผู้คนทำอะไร (What people do?)	การทดสอบตลาด
ผู้คนยังคงทำอะไร (What people have done?)	การวิเคราะห์หลังการขาย , ดัชนีชี้วัด

ที่มา : Philip Kotler, Gary Armstrong

1. การสำรวจความตั้งใจของผู้ซื้อ

วิธีการหนึ่งที่จะพยากรณ์ว่าผู้ซื้อจะทำอะไรคือการถามผู้ซื้อเหล่านั้นโดยตรง องค์การทางการวิจัยหลายแห่งได้ดำเนินการสำรวจความตั้งใจของผู้บริโภคเป็นช่วงๆ องค์การเหล่านี้ถามคำถามดังต่อไปนี้

คุณตั้งใจที่จะซื้อรถยนต์ใน 6 เดือนนี้หรือไม่

0	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.7	.8	.9	1.0
ไม่ซื้อ		มีโอกาส		มีโอกาสซื้อ		มีโอกาส		มีโอกาส		ซื้อ
แน่นอน		ซื้อน้อย		ปานกลาง		ซื้อสูง		ซื้อสูงมาก		แน่นอน

สิ่งที่แสดงนี้เรียกว่าสเกลความน่าจะเป็นในการซื้อ (Purchase probability scale) นอกจากนี้การสำรวจอาจถามเกี่ยวกับฐานะทางการเงินในปัจจุบันและอนาคตของผู้บริโภค และการคาดการณ์ของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ข้อมูลต่างๆ จะถูกรวมเข้าเป็น การวัดความรู้สึกของผู้บริโภค (consumer sentiment measure) หรือการวัดความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (consumer confidence measure)

2. การประมวลผลความคิดเห็นของพนักงานขาย

บางครั้งการสัมภาษณ์ผู้ซื้ออาจไม่สะดวกกิจการอาจพยากรณ์ยอดขายโดยใช้ข้อมูลจากพนักงานขายเพื่อประเมินยอดขายสินค้าเมื่อรวมการประเมินยอดขายของพนักงานขายแต่ละคนย่อมจะได้มาซึ่งการพยากรณ์ยอดขายรวม ซึ่งต้องระวังในเรื่องการลำเอียงของพนักงานขายการมองโลกในแง่ดีหรือแง่ร้ายเกินไป

3. ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

กิจการอาจรับความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในตลาดรวมถึงตัวแทนผู้จำหน่ายที่ปรึกษาทางการตลาดกิจการจำนวนมากซื้อการพยากรณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมจากธุรกิจที่มีชื่อเสียง บางครั้งกิจการจะเชิญกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาข้อคิดโดยการอภิปรายกลุ่มหรืออาจถามเพื่อหาข้อมูลสำหรับประเมินกับนักวิเคราะห์ของกิจการเพื่อประมวลเป็นการพยากรณ์ ผู้เชี่ยวชาญอาจประเมินและตั้งข้อสมมติซึ่งจะมีการทบทวนโดยนักวิเคราะห์ของกิจการอีกครั้งหนึ่งเพื่อแก้ไขและคาดการณ์ต่อไป(Delphi method)

4. การทดสอบตลาด

กิจการอาจใช้การทดสอบตลาดโดยตรงในการพยากรณ์ การทดสอบตลาดมีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการพยากรณ์ยอดขายของผลิตภัณฑ์ตัวใหม่

5. การวิเคราะห์การขายที่ผ่านมา

การพยากรณ์การขายสามารถพัฒนาโดยอิงกับการขายที่ผ่านมาการวิเคราะห์อนุกรมเวลา (time-series analysis) ประกอบด้วยการแยกอนุกรมเวลาในอดีตออกเป็น 4 ส่วน (แนวโน้ม วัฏจักร ฤดูกาล และเหตุการณ์ผิดปกติ)และคาดการณ์ส่วนประกอบต่างๆ ในอนาคต วิธีการปรับเรียบด้วยเส้นโค้งเลขชี้กำลัง (Exponential Smoothing) การคาดการณ์ยอดขายในระยะเวลาดำเนินไป โดยใช้ค่าเฉลี่ยของยอดขายในอดีตและยอดขายปัจจุบันและให้น้ำหนักที่มากในระยะเวลาดำเนินการวิเคราะห์อุปสงค์ทางสถิติ (Statistical demand analysis) ประกอบด้วยการวัดระดับของผลกระทบของกลุ่มของปัจจัยต้นเหตุ (เช่น รายได้ ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด ราคา) ต่อระดับยอดขาย สุดท้ายการวิเคราะห์เศรษฐมิติ (econometric analysis) ประกอบด้วยชุดของสมการซึ่งใช้อธิบายระบบๆ หนึ่งและใช้ได้อย่างลงตัวทางสถิติกับพารามิเตอร์

6. ดัชนีชี้หน้า

กิจการจำนวนมากพยายามที่จะพยากรณ์ยอดขายของตนโดยหาดัชนีชี้หน้า (leading indicators) ซึ่งอาจเป็นหนึ่งตัวหรือมากกว่านั้น ดัชนีชี้หน้าเป็นอนุกรมเวลาอื่นที่เปลี่ยนแปลงไปทิศทางเดียวกันกับยอดขาย

แต่เกิดล่วงหน้ายอดขายของกิจการ ตัวอย่างเช่น กิจการจัดจำหน่ายท่ออาจพบว่ายอดขายของกิจการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับดัชนีการสร้างบ้านอยู่แต่จะเกิดภายหลังประมาณ 4 เดือน ดังนั้นดัชนีการสร้างบ้านจะป็นดัชนีชี้หน้าที่มีประโยชน์ในการพยากรณ์ยอดขาย

หุททัย มินะพันธ์ (2544 : 14 – 15) กล่าวไว้สอดคล้องกับรูปนา จีนไฟศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจว่าการวิเคราะห์ด้านการตลาดเป็นการดูความเป็นไปได้ของตลาดซึ่งต้องวิเคราะห์และคาดคะเนอุปสงค์หรือความต้องการที่มีผลต่อผลผลิตของโครงการ โดยรายละเอียดของข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์ประกอบด้วย

1. ลักษณะของผลผลิต พิจารณาผลผลิตชนิดเดียวกันที่จำหน่ายอยู่ในตลาด ผลผลิตที่โครงการผลิตนั้นเพื่อทดแทนสิ่งที่มีอยู่หรือเป็นการผลิตขึ้นมาใหม่

2. ลักษณะตลาด พิจารณาว่าตลาดที่รองรับผลผลิตของโครงการเป็นตลาดปัจจัยการผลิตหรือตลาดสินค้า รวมทั้งดูว่ารูปแบบตลาดเป็นตลาดผูกขาด ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรือตลาดแข่งขัน

3. วิธีการนำผลผลิตเข้าสู่ตลาดพิจารณาแผนและกลยุทธ์การขายผลผลิต

4. ขนาดตลาดหรือขนาดอุปสงค์พิจารณาผลกระทบอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมที่มีต่อราคา ปริมาณ คุณภาพ และความต้องการผลผลิตจำนวนและนโยบายด้านการตลาดของคู่แข่ง ส่วนแบ่งตลาดและความเสี่ยง

5. ค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่ายผลผลิตพิจารณาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมดเพื่อให้ผู้ซื้อสนใจ

6. อุปสงค์ที่มีต่อผลผลิตทั้งในปัจจุบันและอนาคต เป็นการพิจารณาความต้องการผลผลิตของโครงการเพื่อประเมินผลประโยชน์ของโครงการ

จิรพรรณ เสี่ยงโรคาพาธ (2547 : 202 –203) กล่าวถึงข้อมูลพื้นฐานทางการตลาดที่ต้องนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเป็นไปได้ทางการตลาด ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์มีจุดเด่นและความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาดอย่างไร

2. ต้องทราบตลาดเป้าหมายมีขนาดเท่าใดและมีการเจริญเติบโตอย่างไรข้อมูลปริมาณสินค้าและมูลค่าการซื้อขายโดยต้องมีข้อมูลในอดีตหลายๆ ปีที่ผ่านมาเพื่อทำการเปรียบเทียบภาพรวมของทั้งตลาดและส่วนของตลาดโดยข้อมูลจะต้องบ่งบอกถึงความต้องการของลูกค้าแนวโน้มในการซื้อสินค้า การตัดสินใจซื้อและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้อมูลด้านการตลาดนี้โดยส่วนใหญ่จะได้มาจากการวิจัยตลาด

3. สภาพแวดล้อมทางการตลาดต้องทราบความต้องการของลูกค้าที่ยังไม่ได้ถูกตอบสนองและแนวโน้มของสภาพแวดล้อมภายนอกเพราะถึงแม้ปัจจุบันบริษัทต่างๆ ได้พยายามผลิตสินค้าออกมาอย่างหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดแต่ยังคงมีความต้องการที่ยังไม่ได้ถูกตอบสนองอีกมากมาย เช่น คนอ้วนก็อาจต้องการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายแต่ปราศจากไขมัน โดยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จมีดังนี้

3.1 ด้านประชากรนักการตลาดจะต้องทราบขนาดของประชากรและอัตราการเติบโตของประชากรในเมืองต่างๆ ทราบถึงอายุ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา การตั้งบ้านเรือน การย้ายถิ่นฐาน และอื่นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจตัวอย่างเช่นถ้ามีสัดส่วนประชากรที่มีการศึกษาสูงอยู่มากก็น่าจะใช้หนังสือ นิตยสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ และเครื่องมือทาง อิเล็กทรอนิกส์มาก เป็นต้น

3.2 ด้านเศรษฐกิจ เป็นตัวบ่งบอกถึงอำนาจการซื้อสินค้าและบริการโดยดูจากรายได้ การออม การกู้ยืม และความน่าเชื่อถือ

3.3 ด้านธรรมชาติเช่นการขาดแคลนวัตถุดิบ ต้นทุนการใช้พลังงานมลภาวะก็เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง

3.4 ด้านเทคโนโลยีดูแนวโน้มเทคโนโลยีและพิจารณาว่าจะสามารถนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกหรือมาช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างไรบ้างโดยอาจจะมีการนำนวัตกรรมมาใช้ตัวอย่างเช่นการสร้างสี่เหลี่ยมจากเทคโนโลยีผักไร้ดินไฮโดรโพรนิคส์ ซึ่งเป็นการเกษตรแบบประหยัดน้ำและการปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน

3.5 ด้านการเมือง กฎหมายและนโยบายของรัฐบาลส่งผลต่อเราไม่ว่าในแง่บวกหรือแง่ลบ

3.6 ด้านสังคมและวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมก็มีส่วนสำคัญในความสำเร็จ ลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการได้รับอิทธิพลจากความเชื่อ

4. ผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภคการวิเคราะห์ผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญมากในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดเนื่องจากวัตถุประสงค์ของการทำตลาดก็คือการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคพอใจ ผู้บริโภคอาจพูดถึงความต้องการของตนโดยที่ผู้บริโภคเองก็อาจไม่ทราบว่าแรงจูงใจลึกๆที่แท้จริงคืออะไรนักการตลาดต้องพยายามค้นหาสิ่งที่ลูกค้าเป้าหมายต้องการและทราบถึงการรับรู้ความชอบพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และตั้งราคาการวางจำหน่าย การสื่อสาร และทำกิจกรรมเพื่อผู้บริโภคต่อไป

สรุปวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ด้านการตลาดก็เพื่อให้ทราบ

1. ตลาดผลผลิตของโครงการมีขนาดเท่าใด
2. ในอนาคต ตลาดมีโอกาสขยายตัวมากน้อยเพียงใด
3. โครงการจะมีส่วนแบ่งตลาดสำหรับผลผลิตประเภทนี้เท่าใด

สรุปได้ว่าการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดหมายถึงการศึกษาข้อมูลของโครงการที่จะจัดทำโดยพิจารณาในภาพรวมของโครงการถึงความเป็นไปได้โอกาสความน่าจะเป็นที่โครงการจะดำเนินไปว่าจะมีโอกาสหรืออุปสรรคอย่างไรทั้งยังเป็นการวิเคราะห์สภาวะการณ์ตลาดและคาดคะเนความต้องการของผู้บริโภคว่าธุรกิจจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างไรและมีสิ่งใดที่ผู้บริโภคต้องการให้เกิดขึ้นในโครงการ

1.6 การคำนวณต้นทุนทางการศึกษาและการวางแผนจุดคุ้มทุน

บุญพุ่ม เสนารักษ์ (2531: 292-299) กล่าวถึงต้นทุนทางการศึกษาว่าแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ต้นทุนทางตรง (Direct Cost) ได้แก่รายจ่ายที่ทางโรงเรียนหรือสถานศึกษารวมทั้งตัวผู้เรียนและ/หรือบิดา-มารดาผู้ปกครองจ่ายไปในรูปต่างๆ อันเกี่ยวกับกิจกรรมการผลิตทางการศึกษาด้านทุนประเภทนี้ส่วนใหญ่จะจ่ายโดยทางโรงเรียนเช่น ค่าจ้าง-เงินเดือนของครู-อาจารย์และเจ้าหน้าที่ ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ-ครุภัณฑ์ ค่าเช่าที่ดิน สิ่งก่อสร้าง และค่าสาธารณูปโภค ต้นทุนทางตรงบางประเภทก็จ่าย โดยผู้เรียนหรือผู้ปกครองของนักเรียน เช่น ค่าบำรุงการศึกษา ค่าหน่วยกิต ค่าห้องสมุด ค่าบำรุงกิจกรรม ค่ารักษาพยาบาล ค่าที่พัก ค่าเดินทางไป-กลับโรงเรียน ค่าเสื้อผ้า-เครื่องแต่งกาย ค่าหนังสือ-ตำราเรียน ค่าอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง รวมทั้งเครื่องมือเครื่องใช้ของอื่นต้นทุนเหล่านี้ส่วนมากสามารถหาได้ง่ายเพราะมีการเก็บรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบโดยทางโรงเรียน นักเรียน หรือผู้ปกครองอยู่แล้วแต่ในบางกรณีเราก็จำเป็นต้องคำนวณขึ้นมาเองโดยเฉพาะรายจ่ายประเภทสมุด หนังสือเรียน และวัสดุสิ้นเปลืองต่าง ๆ

1.1 ต้นทุนทางตรงในระยะสั้นแบ่งออกเป็น 2 ระยะคือ การผลิตในระยะสั้นและการผลิตในระยะยาว ต้นทุนทางตรงในระยะสั้น อาจแบ่งออกได้เป็นต้นทุนประจำหรือต้นทุนคงที่ (Fixed Cost เขียนย่อ ๆ ว่า FC) และต้นทุนแปรผัน(Variable Cost เขียนย่อ ๆ ว่า VC)

1.1.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ได้แก่รายจ่ายที่สถานศึกษาและ/หรือผู้เรียนต้องจ่ายไปสำหรับซื้อหรือว่าจ้างปัจจัยประจำหรือปัจจัยคงที่รายจ่ายประเภทนี้ไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนนักเรียน นักศึกษา คือไม่ว่าทางโรงเรียนจะผลิตนักเรียนนักศึกษาออกมาจำนวนมากหรือน้อยรายจ่ายดังกล่าวจะคงที่เหตุผลก็เนื่องจากในระยะสั้นทางโรงเรียนไม่สามารถเปลี่ยนแปลงโดยเพิ่มหรือลดจำนวนปัจจัยบางประเภทเพราะจำเป็นต้องใช้เวลาในการดำเนินงานรายจ่ายประจำที่พอจะยกมาเป็นตัวอย่างได้ ได้แก่ ค่าเช่าอาคารสถานที่ ค่าเช่าที่ดิน ค่าจ้างเงินเดือนของเจ้าหน้าที่ ครู-อาจารย์ประจำ ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้บางประเภท ค่าเทอมของนักเรียนและระดับความรู้ทางด้านเทคโนโลยี เป็นต้น

1.1.2 ต้นทุนผันแปร(Variable Cost) ได้แก่รายจ่ายที่สถานศึกษาและ/หรือผู้เรียนจะต้องจ่ายไปสำหรับซื้อหรือว่าจ้างปัจจัยผันแปร รายจ่ายประเภทนี้จะขึ้นอยู่กับระดับการผลิตโดยตรงคือถ้าโรงเรียนผลิตนักเรียนนักศึกษาออกมาจำนวนมากขึ้นรายจ่ายประเภทนี้ก็จะมากขึ้นตามตรงกันข้ามถ้าลดระดับการผลิตลงรายจ่ายนี้ก็จะลดลงตามต้นทุนผันแปรส่วนมากจะเป็นรายจ่ายสำหรับวัสดุสิ้นเปลืองต่าง ๆ ซึ่งในทางปฏิบัติมักจะแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น วัสดุสำนักงาน (อาทิ ซอล์ด กระดาษ ดินสอ ยางลบ ปากกา และน้ำหมึก) วัสดุไฟฟ้าวิทยุ วัสดุงานครัว วัสดุก่อสร้าง วัสดุยานพาหนะและขนส่ง วัสดุเชื้อเพลิงและหล่อลื่น วัสดุวิทยาศาสตร์และการแพทย์ วัสดุโฆษณา และเผยแพร่ วัสดุการเกษตร และวัสดุการกีฬา

1.2 ต้นทุนทางตรงในระยะยาวในระยะยาวปัจจัยการผลิตทุกชนิดจะกลายเป็นปัจจัยแปรผันทั้งหมดเพราะสถานศึกษาสามารถเพิ่มหรือลดจำนวนปัจจัยชนิดใดก็ได้หากต้องการขยายหรือลดระดับการผลิต ดังนั้นต้นทุนทางตรงในระยะยาวจะประกอบด้วย ต้นทุนผันแปรเพียงชนิดเดียว

2. ต้นทุนทางอ้อม ในทางเศรษฐศาสตร์ต้นทุนทางการศึกษามีได้หมายถึงเฉพาะต้นทุนทางตรงที่สถานศึกษา ผู้เรียน บิดา มารดา หรือผู้ปกครองจะต้องจ่ายไปสำหรับซื้อหรือว่าจ้างปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หากแต่ยังรวมถึงต้นทุนทางอ้อมอันเกิดจากการเคลื่อนย้ายเอาปัจจัยหรือทรัพยากรซึ่งกำลังถูกนำไปใช้ในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งอยู่มาผลิตเป็นสินค้าและบริการทางการศึกษาแทนการเคลื่อนย้ายยอมทำให้ปัจจัยเหล่านั้นสูญเสียผลประโยชน์อันพึงได้รับผลประโยชน์ที่สูญเสียไม่ว่าจะอยู่ในรูปที่เห็นได้ชัดหรือไม่ก็ตาม เราจำเป็นต้องคำนวณขึ้นมาเอง เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน ค่าเช่า ดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และผลประโยชน์รูปอื่น เหตุผลที่นักเศรษฐศาสตร์นำเอาประโยชน์ดังกล่าวมาเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนทางการศึกษาเนื่องจากตั้งอยู่บนสมมุติฐานที่ว่าขณะนั้นระบบเศรษฐกิจมีดุลยภาพอยู่ ณ ระดับที่มีการว่าจ้างงานเต็มที่โดยปัจจัยหรือทรัพยากรทุกชนิดกำลังได้รับการนำมาใช้ประโยชน์สูงสุด (คือไม่ว่างงานเลย) ดังนั้นภายใต้สภาวะเช่นนี้ การที่ผู้ประกอบการจะนำเอาปัจจัยชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งกำลังถูกใช้ผลิตสินค้าชนิดหนึ่งไปผลิตเป็นสินค้าชนิดอื่นเขาจะต้องจ่ายค่าเสียโอกาส (Opportunity cost หรือ Implicit cost) เป็นการชดเชยให้แก่ปัจจัยนั้นสำหรับทางการศึกษา ตัวอย่างต้นทุนทางอ้อมที่ควรได้รับการพิจารณาในขั้นนี้ ได้แก่ รายได้ที่สูญเสียไปของผู้เรียน (Earning foregone by student) ค่าเช่าทรัพย์สินและค่าเสื่อมราคา(Implicit rent and depreciation)

กตัญญู หิรัญญ สมบูรณ์ (2538:185) กล่าวถึงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point Analysis) ว่าเป็นวิธีที่พิจารณาด้านทุนของการดำเนินงานทั้งหมดตามปริมาณการผลิตการขายร่วมกับรายได้ของกิจการ โดยยึดหลักว่าเมื่อต้นทุนรวมของกิจการประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรเท่ากับรายได้

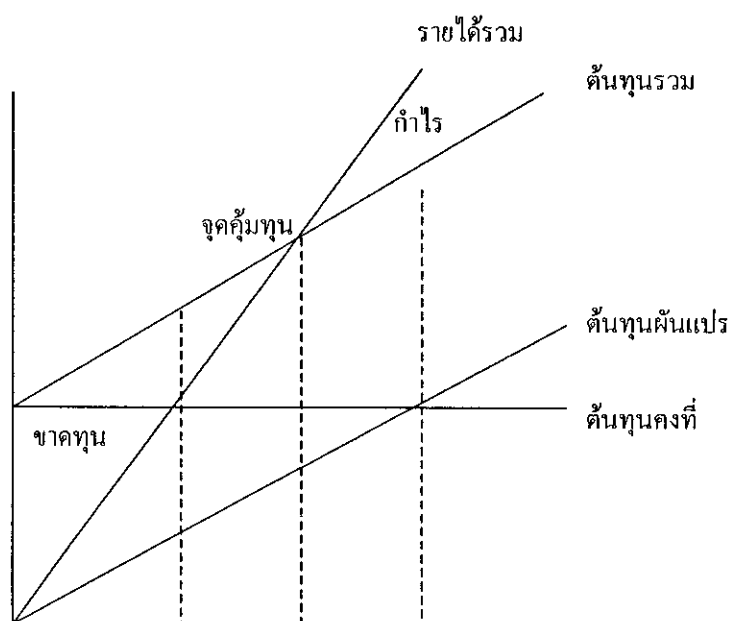
ของกิจการพอดี ณ ปริมาณการผลิตการขายหนึ่งกิจการจะไม่กำไรแต่ไม่ขาดทุนนับได้ว่าคุ้มทุนพอดี เรียกว่า จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

สูตรในการคำนวณ

ณ จุดคุ้มทุน รายได้ = ต้นทุนคงที่ + ต้นทุนผันแปร

ปริมาณ x ราคาขาย = ต้นทุนคงที่ + (ปริมาณ x ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย)

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ราคาขาย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}} \\ &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรผันแปรต่อหน่วย}} \end{aligned}$$



ภาพประกอบ 6 กราฟแสดงจุดคุ้มทุน
ที่มา กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์. 2538 : 190

3. ประวัติความเป็นมาของสถาบันการศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษา

จิรวรรณ รจนาวรรณ (2546 : 12 – 40) รวบรวมข้อมูลสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาไว้นำสนใจดังนี้

ย้อนตำนานสถาบันการศึกษาเอกชนของไทย จาก "โรงเรียนราษฎร์" สู่ "มหาวิทยาลัยเอกชน"

ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการจัดการศึกษาร่วมกับภาครัฐในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 มีการแบ่งโรงเรียนเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ "โรงเรียนหลวง" หรือ โรงเรียนที่รัฐเป็นเจ้าของและโรงเรียนที่จำแนกโดยประเภทเงินที่ใช้สอยซึ่งยุคนั้นเรียกโรงเรียนชนิดนี้ว่า "โรงเรียนบุคคล" หมายถึงโรงเรียนที่บุคคลหรือหมู่คณะได้จัดตั้งขึ้นเพื่อกลุ่มหรือหมู่คณะก่อนหน้านั้นโรงเรียนประเภทนี้

เรียกว่า “โรงเรียนเชลยศักดิ์” ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 6 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ตรา “พระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ พระพุทธศักราช 2461” ขึ้นโรงเรียนราษฎร์ในประเทศไทยเริ่มเจริญก้าวหน้าและมีการขยายอย่างรวดเร็วเมื่อมีการประกาศ “พระราชบัญญัติประถมศึกษา พระพุทธศักราช 2464” บังคับให้เด็กที่อายุอยู่ในเกณฑ์บังคับทุกคนซึ่งอาศัยอยู่ทั่วราชอาณาจักรต้องเข้าเรียนหนังสือตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ จากนั้นความต้องการสถานที่เรียนของกุลบุตรกุลธิดาก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลให้โรงเรียนที่เอกชนเป็นผู้ก่อตั้งที่เรียกว่า “โรงเรียนราษฎร์” เกิดขึ้นอย่างมากมายซึ่งหลังจากนั้นมีการพัฒนาระบบการศึกษาไทยอย่างต่อเนื่องในปี 2494 มีการประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติฉบับใหม่โดยระบุถึงการศึกษาเอกชนซึ่งขณะนั้นในการจัดการศึกษาแบ่งออกเป็นทั้งรัฐและเอกชนแต่ก็ไม่อนุญาตให้เอกชนจัดตั้งสถาบันการศึกษาที่สูงกว่าระดับอุดมศึกษา

แต่เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงมีการรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาความต้องการที่จะศึกษาหาความรู้ในสถาบันอุดมศึกษามีมากขึ้นตามลำดับแต่มหาวิทยาลัยของรัฐมีสถานที่เรียนจำกัดแม้จะมีมหาวิทยาลัยเปิดอย่างมหาวิทยาลัยรามคำแหงหรือมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชมาสนองตอบด้วยการรับนักศึกษาไม่จำกัดจำนวนก็ตามแต่ผู้เรียนและผู้ปกครองยังคงไม่ประสงค์จะให้บุตรหลานของตนเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเปิดของรัฐจึงชวนขายส่งบุตรหลานไปศึกษาต่อต่างประเทศเป็นจำนวนมากก่อให้เกิดปัญหาต้องสูญเสียเงินตราออกนอกประเทศดังนั้นความพยายามที่จะให้รัฐกำกับกฎหมายและสนับสนุนสถาบันการศึกษาเอกชน ก็เกิดขึ้นเป็นระยะตลอดมาจนที่สุจริตมีอาทจนกระทั่งเรียกร้องของเอกชนที่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาต่อไปได้จึงเกิดมหาวิทยาลัยเอกชนโดยในระยะแรกใช้คำนำหน้าว่า “วิทยาลัย” โดยมีวิทยาลัยเอกชนได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาจำนวน 6 แห่ง คือ วิทยาลัยเกริก (ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเกริก) วิทยาลัยกรุงเทพ (ปัจจุบันมหาวิทยาลัยกรุงเทพ) วิทยาลัยไทยสุริยะ (ปัจจุบันมหาวิทยาลัยศรีปทุม) วิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (ปัจจุบันมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์) วิทยาลัยพัฒนา (ถูกเพิกถอนใบอนุญาตปี 2520) วิทยาลัยการค้า (ปัจจุบันมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย)

พระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2522 ให้มีการเปลี่ยนประเภทสถาบันจากวิทยาลัยเป็นมหาวิทยาลัยและสถาบันทำหน้าที่ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ คุณธรรม จริยธรรม สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมตลอดจนสามารถสร้างสรรค์งานและนำความรู้ไปใช้ประกอบอาชีพที่ดีช่วยให้ตนและองค์กรที่ตนสังกัดพัฒนาก้าวหน้าและสถาบันอุดมศึกษาจำเป็นที่จะต้องเน้นการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่ขาดแคลนกำลังคน และเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน

ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีทั้งสิ้น 24 แห่ง แบ่งเป็นประเภทจำกัดรับนักศึกษา 22 แห่ง ประเภทไม่จำกัดรับนักศึกษา 2 แห่ง สถาบันอุดมศึกษาของเอกชนจำนวน 56 แห่ง ([www. Mua.go.th](http://www.Mua.go.th))

3. ประวัติและการดำเนินงานของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

ประวัติโรงเรียน (Business Background)

โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจเป็นโรงเรียนอาชีวศึกษาแห่งแรกในเครือคาทอลิกสังกัดสังฆมณฑลจันทบุรีซึ่งมีโรงเรียนในเครือที่เป็นที่ยอมรับของภาคตะวันออกเช่นโรงเรียนดาราสมุทรศรีราชา ,โรงเรียนปริษาศาสตร์โดยมุขนายกลอเรนซ์ เทียนชัย สมานจิต มุขนายกสังฆมณฑลจันทบุรีเล็งเห็นว่าจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดในภาคตะวันออกที่มีการพัฒนาความเจริญทางด้านอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวอย่างกว้างขวางในด้านตลาดแรงงานในระดับล่างจนถึงระดับสูงโดยเฉพาะกำลังคนที่มีความรู้ความสามารถในระดับปวช. ปวส. ประกอบกับในเครือคาทอลิกสังฆมณฑลจันทบุรียังไม่มีโรงเรียนสายอาชีวศึกษา

โรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจจึงได้ก่อตั้งขึ้น ณ เลขที่ 314/8 หมู่ 5 ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 17 ไร่ 3 งาน 72 ตารางวา ซึ่งเป็นที่ดินของมูลนิธิธรรมานุเคราะห์เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2540 และเริ่มเปิดทำการสอนเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2541 โดยได้รับใบอนุญาตอย่างเป็นทางการจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2541

การบริหารจัดการโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ มุขนายกลอเรนซ์ เทียนชัย สมานจิต ได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารโรงเรียนประกอบด้วยบาทหลวง 10 ท่านรับผิดชอบดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนและมอบให้มูลนิธิธรรมานุเคราะห์ดำเนินการด้านการเรียนการสอนในระดับอาชีวศึกษาประเภทวิชาบริหารธุรกิจระดับปวช. เปิดทำการสอนในสาขา วิชา การบัญชี การขาย การธนาคาร คอมพิวเตอร์ธุรกิจ ตามหลักสูตรกรมอาชีวศึกษา พุทธศักราช 2545 ปรับปรุง พ.ศ. 2546 และระดับปวส. ในสาขาวิชา การบัญชี การตลาด คอมพิวเตอร์ธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ ตามหลักสูตร กรมอาชีวศึกษา พุทธศักราช พ.ศ. 2546

ในปีการศึกษา 2541 ซึ่งเป็นปีแรกของการดำเนินการเรียนการสอน มีจำนวนบุคลากรฝ่ายบริหาร คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ รวมบุคลากรทั้งสิ้น 34 คน จำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 275 คน และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 375 คน

และในปีการศึกษา 2547 โรงเรียน มีจำนวนบุคลากรฝ่ายบริหาร 5 คน คณาจารย์ 46 คน และเจ้าหน้าที่ 13 คน รวมบุคลากรทั้งสิ้น 64 คน จำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 640 คน และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 392 คน รวมทั้งสิ้น 1,032 คน

ปรัชญาโรงเรียน

การศึกษาคือการพัฒนาคนทั้งครบ ร่างกาย จิตใจ สติปัญญา อารมณ์ และสังคม เพื่อจะได้เป็นคนบริบูรณ์ ชีวิตคือการรู้จักความจริงและรักความดีเพื่อบรรลุถึงสันติสุขและความเจริญถาวรสัมพันธภาพระหว่างชีวิตกับความเชื่อทางศาสนาวัฒนธรรมกับพระวรสารความรู้กับคุณธรรมเป็นจิตสำนึกของมนุษย์ทุกคน

วิสัยทัศน์ (Vision)

โรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจมุ่งสู่ความเป็นผู้นำทางการศึกษา เน้นคุณธรรม จริยธรรม ร่วมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ โดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

พันธกิจ (Mission)

1. ส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ
2. มุ่งพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา
3. ส่งเสริมบรรยากาศสนทนาแพร่ธรรมทั้งภายในสถานศึกษาและชุมชน
4. มุ่งพัฒนาให้เป็นผู้รู้และเป็นผู้ชำนาญทางวิชาชีพ
5. ส่งเสริมการทำงานอย่างมีน้ำใจและเป็นประชาธิปไตย
6. ปลุกฝังการใช้ทรัพยากรในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียน (Target Market)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในระดับ ปวช.

นักเรียนที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น อายุ 15 – 18 ปี อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก มีรายได้ครอบครัวประมาณ 20,000 บาทต่อเดือนมีฐานะทางการเงินอยู่ในระดับดีมาก (Upper Middle Class – Lower Upper Class) มีบุคลิกภาพที่ดีชอบความทันสมัยเป็นผู้ที่มีความใฝ่รู้และชอบแสวงหาความรู้ด้วยตนเองเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์และกล้าแสดงออก

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในระดับปวส.

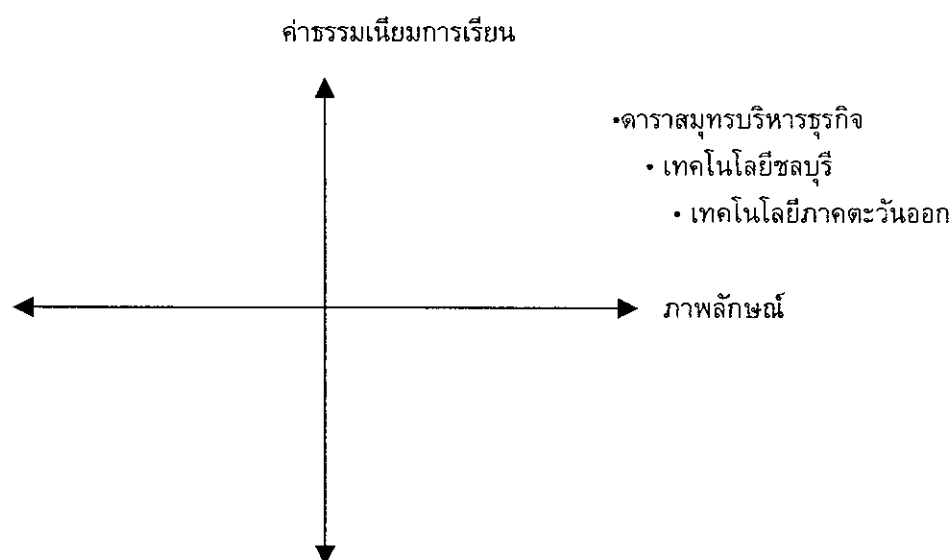
นักศึกษาที่จบการศึกษาในระดับปวช. ปีที่ 3 อายุ 16 – 20 ปีที่ศึกษาอยู่ภายในโรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจในทุกสาขาวิชาที่เปิดสอนคือ การบัญชี การขาย การเลขานุการ และคอมพิวเตอร์ธุรกิจอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา มีรายได้ครอบครัวประมาณ 10,000 บาทต่อเดือนมีฐานะอยู่ในระดับดี (Lower Middle Class – Lower Upper Class) มีบุคลิกภาพที่ดีชอบความทันสมัยเป็นผู้ที่มีความใฝ่รู้และชอบแสวงหาความรู้ด้วยตนเองนิยมเข้าร่วมกิจกรรมแนวสร้างสรรค์มีทัศนคติที่ดีผูกพันกับโรงเรียน

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เป็นฐานลูกค้าเดิมของโรงเรียนมีความเข้าใจในระบบระเบียบการเรียนการสอนของโรงเรียนเป็นฐานเดิมอยู่แล้วและเป็นกลุ่มที่โรงเรียนมีข้อมูลเก็บบันทึกไว้เป็นอย่างดีฉะนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อเนื่องกับกลุ่มลูกค้าเดิมจะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเก่าทั้งยังจะเป็นกระบอกเสียงให้กับลูกค้าเป้าหมายรายใหม่อีกด้วย

การวางตำแหน่งของโรงเรียน Product Positioning

โรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจมุ่งมั่นสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนให้เป็นอันดับหนึ่งในสายบริหารธุรกิจของภาคตะวันออกเน้นการเรียนการสอนด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และภาษาต่างประเทศปัจจุบันมีการสอนภาษาต่างประเทศทั้งภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่นและภาพของโรงเรียนคาทอลิกจุดนี้ทำให้เกิดการยอมรับรวดเร็วเพราะในปัจจุบันผู้ปกครองนิยมให้บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนคาทอลิก

ค่าธรรมเนียมการเรียนโรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจกำหนดราคาไว้ในตำแหน่งที่สูงที่สุดในจังหวัดชลบุรีคือในระดับปวช. 6,365 บาท และ ระดับปวส. 12,000 บาท



ภาพประกอบ 7 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจ

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ Product Strategic

สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (บริการ)

1. หลักสูตร ระยะเวลา และสาขาวิชาที่เปิดสอน
2. คณาจารย์ผู้ทำการสอน
3. กิจกรรม ชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมภายในโรงเรียน (Life Style)

สิ่งที่จับต้องได้

1. อาคารสถานที่ , อุปกรณ์การเรียนการสอน
2. เครื่องแบบนักเรียน – นักศึกษา

1. คณาจารย์ผู้ทำการสอนและเจ้าหน้าที่สายสนับสนุน

1.1 อาจารย์สายสอนใช้วิธีคัดเลือกโดยการสอบข้อเขียน สอบสัมภาษณ์ สอบทักษะด้านคอมพิวเตอร์ ภาษาอังกฤษและการสอบสอนจริงในห้องเรียนโดยต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปตรงสาขาวิชา โรงเรียนมีนโยบายสนับสนุนการศึกษาต่อของอาจารย์ในทุกสาขาวิชาเพื่อพัฒนาศักยภาพ

1.2 เจ้าหน้าที่ธุรการคัดเลือกโดยวิธีการสอบทักษะเครื่องใช้สำนักงาน สอบสัมภาษณ์ วุฒิการศึกษาต้องสำเร็จการศึกษาขั้นต่ำ ปวส. มีความสามารถด้านงานเอกสาร พิมพ์ดีด และคอมพิวเตอร์

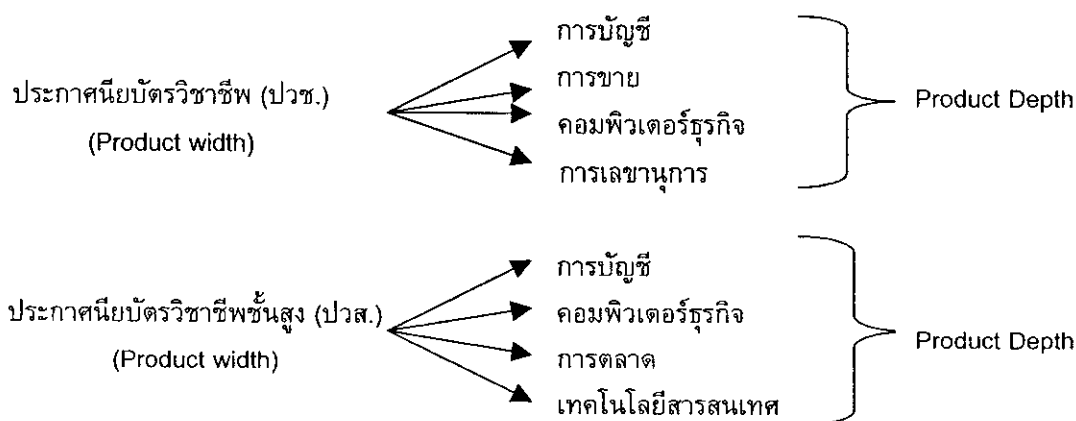
2. อาคารสถานที่ , อุปกรณ์การเรียนการสอน

ประกอบด้วยอาคารเรียน 5 ชั้น 1 อาคารจำนวน 48 ห้องเรียนงบประมาณ 41 ล้านบาท และอาคารประกอบการเรียน 3 ชั้น 1 อาคาร ประกอบด้วย ห้องประชุมใหญ่ ห้องประชุมย่อย ห้องสมุด ห้องปฏิบัติการสาขาวิชา ห้องพิมพ์ดีดไทย ห้องพิมพ์ดีดอังกฤษ ห้องคอมพิวเตอร์ ห้องวิทยาศาสตร์ ห้องโสตภาษา อินเทอร์เน็ต พร้อมทั้งมีสนามฟุตบอล สนามบาสเกตบอล วอลเลย์บอล ตะกร้อ และสนามเปตอง

3. เครื่องแบบนักเรียน – นักศึกษา

การปลูกฝังในนักเรียนนักศึกษาที่มีความเป็นนักธุรกิจสิ่งแรกที่สามารถทำให้นักเรียนรู้สึกแตกต่างจากการเรียนในสายสามัญทั่วไปคือการแต่งกายที่มีลักษณะเป็นบริหารธุรกิจ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจได้ออกแบบชุดนักเรียนนักศึกษาที่มีความสอดคล้องกับความเป็นนักธุรกิจตัวน้อยและทุกวันจันทร์นักเรียนนักศึกษาทั้งโรงเรียนจะใส่ชุดสีกรมท่าเพื่อเตรียมพร้อมด้านบุคลิกภาพในความเป็นบริหารธุรกิจ

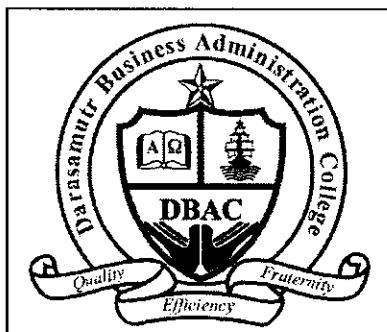
สายผลิตภัณฑ์ (Product Mix) แบ่งได้ดังนี้



ภาพประกอบ 8 สายผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

กลยุทธ์ตราสินค้า Brand Strategy

1. ดาวทะเลเป็นสัญลักษณ์แทนชื่อดาราสุมุทและเป็นสมัญญานามของพระแม่มาเรียมองค์อุปถัมภ์ของโรงเรียนผู้เป็นประทีปส่องทางนำไปสู่ความสำเร็จ
2. หนังสือ หมายถึง คุณภาพ
3. เรือ หมายถึง ประสิทธิภาพ
4. มือประคอง หมายถึง ภารดรภาพ



ภาพประกอบ 9 ตราสัญลักษณ์โรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจ

การวิเคราะห์กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

การจัดการศึกษาระดับอาชีวศึกษาของประเทศไทยนั้นสถาบันการศึกษายังไม่มีอิสระในการคิดหลักสูตรการเรียนการสอนด้วยตนเองโรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจได้ติดตามและปรับเปลี่ยนหลักสูตรของทั้งกรมอาชีวศึกษาและสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลอย่างต่อเนื่องเพื่อโรงเรียนจะได้จัดหลักสูตรให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการแรงงานของสถานประกอบการในปัจจุบันโดยโรงเรียนได้เลือกสาขาวิชาที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในภาคตะวันออกและในบางสาขาวิชาแม้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไรเช่นสาขาวิชาการเลขานุการที่มียอดนักเรียนในระดับปวช. เพียงห้องละ 30 คนแต่โรงเรียนก็ยังเปิดทำการเรียนการสอนไว้เนื่องจากปัจจุบันในภาคตะวันออกไม่มีโรงเรียนอาชีวเอกชนแห่งใดเปิดในสาขาวิชานี้ซึ่งโรงเรียนมองว่าเป็นสาขาวิชาที่ยังมีความต้องการในตลาดแรงงาน

ในด้านหลักสูตรโรงเรียนจะมีสาขาวิชาน้อยกว่าโรงเรียนอื่นคือไม่มีสายช่างอุตสาหกรรมซึ่งจุดนี้โรงเรียนต้องการคงเอกลักษณ์ความเป็นบริหารธุรกิจอย่างเด่นชัดซึ่งในอนาคตหากสังคมชนบทบุรีมีโครงการที่จะเปิดในสายช่างอุตสาหกรรมก็จะเปิดในสถานที่ใหม่โดยแยกต่างหากจากดาราสุมุทบริหารธุรกิจเพื่อสร้างความเด่นชัดในแต่ละสาขาวิชา

ทีมงานผู้บริหาร คณาจารย์ของโรงเรียนทางโรงเรียนใช้นโยบายในการคัดบุคลากรที่เน้นในด้านความรู้ที่ตรงสาขานั้นอาจารย์ที่มีความเป็นคนทันสมัยยอมรับนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงในเชิงสร้างสรรค์ได้ดี อาจารย์ส่วนใหญ่ของโรงเรียนจะมีอายุตั้งแต่ 23 - 35 ปี เนื่องจากเป็นวัยที่ไม่ห่างจากนักเรียนนักศึกษามากนักทำให้ในงานด้านดูแลที่ปรึกษา นักเรียนสามารถทำได้ดีเพราะนักเรียนจะมีความรู้สึกเป็นพี่น้องกับอาจารย์แต่ในบางครั้งด้านการวางตัวและความเคารพทำให้มีอุปสรรคในการเรียนบ้างโรงเรียนจึงจัดให้มีการปฐมนิเทศอาจารย์อยู่เสมอเพื่อช่วยเหลือและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการสอนและการดูแลนักเรียน

การที่โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจเลือกใช้ชื่อนี้เนื่องจากการจะเปิดธุรกิจโรงเรียนนั้นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกชื่อของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ประเภทสถานศึกษาคือ ความเชื่อมั่น และการต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคมในสถาบันที่ตนศึกษาอยู่ ชื่อดาราสมุทรเป็นชื่อของโรงเรียนในเครือคาทอลิกที่เปิดทำการเรียนการสอนมากกว่า 60 ปีและได้รับการยอมรับในภาคตะวันออกและใกล้เคียงว่าเป็นโรงเรียนคาทอลิกที่มีคุณภาพในการจัดการเรียนการสอนและการอบรมด้านจิตใจ

ในอนาคตโรงเรียนจะพัฒนากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดย

1. เปิดทำการสอนในระดับปริญญาตรีโดยวางการใช้กลยุทธ์แบบแนวตั้งหรือ Vertical โดยการ Forward ไปข้างหน้าโดยมีการขยายสายผลิตภัณฑ์ไปสู่ระดับปริญญาตรีสาเหตุที่ไม่ขยายสายผลิตภัณฑ์แบบ Horizontal โดยการเพิ่มแผนกช่างอุตสาหกรรมเข้าไปเพราะจะทำให้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเปลี่ยนไปจากโรงเรียนบริหารธุรกิจที่เน้นความทันสมัยเป็นสถาบันที่ผลิตนักธุรกิจในอนาคตและจะทำให้ฐานลูกค้าเดิมเกิดความสับสนในภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่ดีเพราะเป็นสายบริหารธุรกิจและเหตุผลที่ไม่ทำกลยุทธ์แบบแนวตั้งในลักษณะ Back ward เพราะการที่โรงเรียนเป็นหนึ่งในเครือโรงเรียนคาทอลิกจึงมีฐานของลูกค้าในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนดาราสมุทรศรีราชา , โรงเรียนปริชาณาศาสตร์ โรงเรียนสตรีมารดาพิทักษ์ , โรงเรียนศรีฤทัย ฯลฯ ซึ่งโรงเรียนในเครือเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยสนับสนุน
2. ขยายสายผลิตภัณฑ์ในด้าน Product Depth โดยเปิดทำการสอนในสาขาวิชาที่ขาดแคลนและเป็นที่ต้องการของภาคตะวันออก เช่น สาขาการโรงแรม การท่องเที่ยว สาขาภาษาต่างประเทศ
3. เน้นความเป็นมืออาชีพของครูผู้สอนโดยการพัฒนาความรู้ในวิชาชีพแต่ละสาขานับสนุนและส่งเสริมในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท เอกของครู รวมทั้งการผลิตสื่อการเรียน การสอน และประเมินวิจัยผลการสอน

การวิเคราะห์กลยุทธ์ราคา

1. กำหนดกลยุทธ์ด้านค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ โดยการสำรวจค่าธรรมเนียมการเรียน และค่าใช้จ่ายของโรงเรียนแล้วมากำหนดในส่วนของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจแม้ว่าโรงเรียนอื่นจะมีการตั้งราคาที่ต่ำเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ปกครองและนักเรียนรวมทั้งการแจกหนังสือตำราเรียนชุดพลະแต่โรงเรียนยังคงใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสูงเพื่อสร้างภาพพจน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้แม้ว่าค่าธรรมเนียมการเรียนอาจจะลดต่ำมากนักไม่ได้ก็ให้ลดส่วนของค่าใช้จ่ายอื่นๆ ลงอีกทั้งจะมีการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียนเป็นระยะเวลา 3 งวดเพื่อแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง
2. ศึกษาข้อมูลย้อนหลังในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวกับลูกค้าและคู่แข่งเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัยด้านการตลาดและแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายราคา

กลยุทธ์การจัดจำหน่าย Place Strategy

1. ธุรกิจสถาบันการศึกษาเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเป็น Direct Sellingเป็นการสื่อสารแบบ Two Way Communication จึงเน้นกลยุทธ์ผสมโดยใช้ทั้งกลยุทธ์ผลักและกลยุทธ์ดึง สถาบันต้องสร้างความสะดวกสบายในการเดินทางมาหาข้อมูลและตัดสินใจเรียนต่อหรือแม้แต่ในช่วงเวลาที่จะต้องใช้ในการศึกษาแล้วเรียนแม้จะไม่มีภาระในการขนส่ง การบริหารสินค้าคงคลังแต่โรงเรียนต้องพยายามจัดสรรให้เหลือพื้นที่ในแต่ละห้องเรียนให้เหลือน้อยที่สุดต้องเสนอขายพื้นที่ในแต่ละห้องเรียนให้ได้ใช้พื้นที่ในห้องเรียนได้เต็มศักยภาพที่สุด

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด Promotion Strategy

1. การโฆษณา (Advertising)

1.1 โฆษณาผ่านคลื่นวิทยุ 107.75 และ 98.25 ในรายการ Sunshine Radio และ Sweet FM เนื่องจากเป็นรายการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากประกอบกับกลุ่มผู้ฟังทั้งสองรายการสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของทางโรงเรียน

1.2 ใช้คำตัดเอาท์ในการโฆษณาโดยติดตั้งตามสถานที่ที่สามารถเห็นคำตัดเอาท์ได้ชัดเจนเช่น สีแยกบ้านบึง ถนนบายพาส ทางเข้าโรงเรียน เป็นต้น

1.3 นิตยสารท้องถิ่นหรือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เช่น นิตยสารชลบุรี 108. Com

1.4 ร่วมเป็นสปอนเซอร์สนับสนุนรายการและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่างๆ มุ่งเน้นกิจกรรมที่มีเยาวชนเข้าร่วมเช่น กิจกรรมเชียร์ลีดเดอร์ แข่งขันกีฬา แข่งขันดนตรีเพื่อสร้างภาพพจน์ให้สถาบัน

1.5 จัดทำของที่ระลึกที่มีชื่อหรือตราของโรงเรียนแจกให้กับโรงเรียนต่างๆ ที่ไปแนะแนวและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยจัดทำของที่ระลึกในลักษณะที่มีการพกพาหรือนำติดตัวและเผยแพร่ได้ง่ายมีโอกาสได้เห็นบ่อยๆ เช่น แก้วน้ำ ร่ม ปากกา นาฬิกา จัดทำของที่ระลึกพิเศษเจาะกลุ่มวัยรุ่นโดยเฉพาะ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความยินดีและต้องการได้เช่น สมุดบันทึก , แผ่นรองเมาส์ , ของโทรศัพท์มือถือ ฯลฯ

2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

2.1 การประชาสัมพันธ์ภายในสถาบัน สร้างจิตสำนึกให้พนักงาน บุคลากรในสถาบันเกิดการยอมรับและเชื่อถือในสถาบันเพราะการที่บุคลากรมีเจตคติที่ดีต่อสถาบันนั้นหมายถึงบุคลากรจะทำงานอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพและมีความจงรักภักดีต่อสถาบันเหตุนี้จะทำให้บุคลากรทำงานอย่างเต็มที่และมุ่งพัฒนาสถาบันอย่างจริงจัง

2.1.1 วิธีการประชาสัมพันธ์ภายในสถาบัน (มุ่งเน้นที่บุคลากร)

2.1.1.1 จัดทำจดหมายเวียนถึงบุคลากร ข่าวยาววัน วารสาร หรือประกาศ โดยแจ้งข่าวสารภายในสถาบันความเป็นไปและสภาพทั่วไปในสถาบันวิธีนี้สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้บุคลากรและทำให้บุคลากรรู้ว่าตนเองมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของสถาบัน

2.1.1.2 จัดให้มีการประชุม สัมมนา เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของบุคลากรภายในสถาบันเป็นประจำเพื่อที่จะนำปัญหามาแก้ไขร่วมกัน

2.1.1.3 สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรโดยจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การให้รางวัลแก่อาจารย์ดีเด่นที่ปฏิบัติงานได้ตามวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการทำงานวิธีนี้เป็นการช่วยรักษาทรัพยากรบุคคลในองค์กรให้เกิดความรักภักดีต่อสถาบัน

2.1.2 วิธีการประชาสัมพันธ์ภายในสถาบัน (มุ่งเน้นที่นักศึกษาเป็นหลัก)

2.1.2.1 การประกาศข่าวสารให้นักศึกษาทราบข้อมูลทั่วไปของโรงเรียนเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักศึกษาโดยจัดทำเป็นวารสารโรงเรียน

2.1.2.2 กิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อให้นักศึกษามีส่วนร่วมและมีความสามัคคีทำให้เกิดความรักในสถาบันเช่นในเทศกาลคริสต์มาส โอกาสพิเศษต่างๆ ฉลองครบรอบ 5 ปีของโรงเรียน

2.1.2.3 ทำการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับนักศึกษาและผู้ปกครอง

2.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอกมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเป็นหลักทำให้ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นที่รู้จัก โดยมีวิธีต่าง ๆ ดังนี้

2.2.1 นำนักศึกษาไปร่วมกิจกรรมทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่จัดขึ้นเช่น งานวันลอยกระทง งานประเพณีแห่เทียนพรรษา งานประจำปีจังหวัดชลบุรี โครงการช่วยเหลือสังคม เป็นต้น การร่วมกิจกรรมเหล่านี้จะเป็นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่ทำให้ประชาชนรู้จักโรงเรียนมากขึ้น

2.2.2 การให้บริการสถานที่อบรมสัมมนา การใช้อุปกรณ์ทางการศึกษา ทั้งกับองค์กรภาครัฐและเอกชนรวมถึงการจัดคณาจารย์ของโรงเรียนเป็นวิทยากรในการอบรมความรู้ทางคอมพิวเตอร์ และภาษาอังกฤษให้กับหน่วยงานราชการเพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่เกิดความรู้สึกที่ดีต่อสถาบันวิธีนี้จะเป็นการประชาสัมพันธ์แบบ Word of Mouth โดยจะมีการพูดถึงบอกต่อกันไป

2.2.3 พัฒนาให้โรงเรียนได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เกิดชื่อเสียงแก่สถาบันเพราะเมื่อได้รับรางวัลต่างๆ แล้วก็มีสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวและจะทำให้เปิดโอกาสการให้ข่าวต่อไป

2.2.4 จัดกิจกรรมแนะแนวไปยังโรงเรียนกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้เป็นที่รู้จักและสร้างความเข้าใจระหว่างสถาบันกับกลุ่มเป้าหมาย

2.2.5 เชิญให้องค์กรต่างๆ เข้าเยี่ยมชมสถาบันเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์

2.2.6 ส่งตัวแทนนักศึกษาไปประกวดแข่งขันในงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านวิชาการหรือกิจกรรมเพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับโรงเรียน

3. การส่งเสริมการขาย

3.1 ให้ส่วนลดค่าบำรุงการศึกษาแก่นักศึกษาที่แข่งขันทักษะหรือกิจกรรมที่สร้างชื่อเสียงให้กับโรงเรียนเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษามีความพยายามในการแข่งขัน

3.2 นักศึกษาที่จบระดับปวช. ไม่ต้องเสียค่าสมัครเรียนต่อในระดับ ปวส.

3.3 ให้ทุนเรียนฟรีแก่นักศึกษาที่มีผลการเรียนดีเด่น

3.4 จัดให้มีการผ่อนชำระค่าบำรุงการศึกษาเป็นงวดได้

3.5 มอบทุนเรียนฟรี (โควตา) ให้กับนักศึกษาโรงเรียนอื่นที่มีผลการเรียนดี

4. การใช้พนักงานขาย

4.1 นำนักศึกษาในโรงเรียนที่จบการศึกษาไปแนะแนวรุ่นน้องที่โรงเรียนเดิม

4.2 จัดตั้งบริการแนะนำข้อมูลโรงเรียน และข้อเสนอแนะทางโทรศัพท์

4.3 จัดคณาจารย์ไปแนะแนวแลกเปลี่ยนความรู้กับโรงเรียนกลุ่มเป้าหมาย

5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

5.1 การใช้จดหมายตรง (Direct Mail Marketing) แจ้งข่าวสารข้อมูลรายละเอียดของโรงเรียนพร้อมกับแนบใบสมัครในลักษณะของโบชัวร์ ไปสการ์ด เพื่อให้ผู้บริโภคตอบสนองกลับมาทันที

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตตชา นิลดำ (2542 : 58 – 67) ศึกษาปัญหาในการเรียนของนิสิตปริญญาตรี ภาควิชาบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตการบัญชี และการตลาดพบว่านิสิตมีปัญหาด้านหลักสูตร วิธีการเรียนการสอน สื่อการเรียนการสอน และสิ่งแวดล้อมความสะดวกมาก ในด้านผู้สอนและการวัดผลประเมินผลไม่ค่อยเป็นปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่คือผู้เรียนไม่มีส่วนร่วมในการเลือกรายวิชาที่ศึกษา เวลาฝึกทักษะคอมพิวเตอร์ในห้องปฏิบัติการมีน้อย การดูงานสถานประกอบการทางธุรกิจ ปัญหาสำคัญจากด้านผู้เรียนคือค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรที่สูงมาก จากการเปรียบเทียบนิสิตชายและหญิงมีปัญหาในการเรียนไม่แตกต่างกัน วิชาเอกการบัญชีจะมีปัญหาการเรียนด้านหลักสูตรและด้านผู้สอนมากกว่านิสิตวิชาเอกการตลาด และนิสิตปีที่ 3 มีปัญหาในการเรียนด้านหลักสูตร วิธีการเรียนการสอน ด้านผู้เรียน ผู้สอนมากกว่านิสิตชั้นปีที่ 4

ลัดดา ทิรัญญา (2545 : 46-64) ทำการศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา) ภาควิชาการ ชั้นปีที่ 2 เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเลือกเรียนหลักสูตร บริหารธุรกิจ โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 476 คน สาขาวิชาการบัญชี การตลาดและคอมพิวเตอร์ธุรกิจผลวิจัยพบว่านักศึกษามีแรงจูงใจมาจากด้านเศรษฐกิจและสังคมมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีความต้องการมีอาชีพที่ก้าวหน้า ยกระดับคุณภาพของตนเองรวมถึงเศรษฐกิจทางครอบครัวให้มากขึ้น โดยมีบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นแรงจูงใจในการเลือกเรียนคือ บิดามารดา ผู้ปกครองและการเห็นความก้าวหน้าของผู้ทำงานด้านธุรกิจของนักศึกษา

ภิราษ รัตนันต์ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาทัศนคติที่มีต่อสภาพการจัดการเรียนการสอนหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของนิสิตภาควิชาการบัญชีและการตลาด คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตมีทัศนคติต่อสภาพการจัดการเรียนการสอนด้านหลักสูตร ด้านการวัดผลประเมินผล ด้านสื่อการสอนและปัจจัยเกื้อหนุน อาจารย์ผู้สอน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก สาขาวิชาและตัวแปรสถานภาพการศึกษาของนิสิตที่เรียนโดยไม่ทำงานและเรียนไปด้วยทำงานไปด้วยมีทัศนคติต่อการจัดการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน นิสิตที่มาจากสถาบันการศึกษาเดิมสังกัดอาชีวศึกษากับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลมีทัศนคติต่อการจัดการเรียนการสอนด้านหลักสูตรแตกต่างกัน

ไมยรา กัดสระ (2543: 98 – 102) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับความนิยมมาก ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา พบว่า จากนักเรียนจำนวน 911 คน สถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับความนิยมมากของรัฐ ประจำปีการศึกษา 2542 อันดับหนึ่งคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเจตคติต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับความนิยมมากมีความเกี่ยวข้องกับเจตนาเชิงพฤติกรรมในการเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับความนิยมมากเพราะเมื่อเลือกสถาบันที่ได้รับความนิยมแล้วนักเรียนจะต้องขยันและเพิ่มความพยายามมากขึ้น ปัจจัยทางสังคม คือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่มีความนิยมมากมีความเกี่ยวข้องกับเจตนาเชิงพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับความนิยมมากขึ้นอยู่กับบุคคลรอบข้างที่ใกล้ชิดเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ บิดามารดา ผู้ปกครอง พี่ อาจารย์ในโรงเรียน ญาติ ซึ่งในสังคมไทยและวัฒนธรรมไทย ความคิดของบุคคลกลุ่มนี้โดยเฉพาะ ความคิดของบิดา มารดา ญาติ อาจารย์ ส่งผลให้นักเรียนเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับเจตนาที่จะเลือกและมีความเป็นไปได้มากในการที่จะทำตามบุคคลที่เป็นกลุ่มอ้างอิงกลุ่มนี้ จึงมีอิทธิพลต่อนักเรียนมาก ทำให้นักเรียนเชื่อและมีแรงจูงใจที่จะกระทำตามความคิดของกลุ่มบุคคลดังกล่าวและเมื่อเขามีแรงจูงใจย่อมจะคล้อยตามความคิดเห็นของกลุ่มดังกล่าวเป็นการกำหนดการตัดสินใจของตนเองอีกครั้ง

สิทธิพงศ์ ห่วงแก้วพราย (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชนที่เปิดสอนระดับปริญญาตรีต่อเนื่อง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 191 คน ที่จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงจากโรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันออกและกำลังศึกษาต่อระดับปริญญาตรีต่อเนื่องในมหาวิทยาลัยเอกชนปีการศึกษา 2545 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเทคโนโลยีและสื่อการศึกษามากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านการเรียนการสอน และการบริการ ทั้งนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกันแต่ในด้านสาขาวิชาของนักศึกษาพบว่ามีความแตกต่างกันโดยนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี และการตลาดมีความพึงพอใจมากกว่าสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

เสาวนีย์ สำราญสุข (2538 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาระดับปริญญาตรีของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาโดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนิสิตชั้นปีที่ 1 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนต่อของนิสิตคือด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสังคมและด้านส่วนตัว ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมส่งผลให้นิสิตชายและนิสิตหญิงมีความแตกต่างกันในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี และนิสิตที่เข้าศึกษาโดยมหาวิทยาลัยทำการสอบคัดเลือกเองกับนิสิตที่สอบคัดเลือกรวมโดยทบวงมหาวิทยาลัยมีความแตกต่างกันในด้านส่วนตัว ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสถาบัน ด้านสวัสดิการสำหรับนิสิต ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสังคม เศรษฐกิจ และด้านความสะดวกในการเดินทาง

รวีพร นิลदानวงศ์ (2544 : 34- 50) ศึกษาสิ่งจูงใจในการเลือกเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจ(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของนิสิตระดับปริญญาตรีคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขาการบัญชีและการตลาดจำนวน 282 คน ทั้งภาคปกติและภาคสมทบพบว่า สิ่งจูงใจในการเลือกเรียนต่อที่สำคัญที่สุดคือ ด้านความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เรียนโดยให้ความสำคัญกับด้านความก้าวหน้าในอาชีพมากที่สุดรองลงมาคือต้องการยกระดับคุณวุฒิ และมองด้านบรรยากาศสถานที่ที่ร่มรื่นน้อยที่สุด ทางด้านสังคมต้องการเป็นบุคคลที่มีคุณค่าทางสังคมและยกระดับฐานะตนเองทางสังคม ด้านความสนใจและความถนัดนิสิตมีสิ่งจูงใจในการเลือกเรียนเพื่อที่จะประกอบอาชีพทางธุรกิจมากที่สุด ครูอาจารย์ ญาติพี่น้องเป็นส่วนจูงใจที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง นิสิตสาขาการบัญชีมีสิ่งจูงใจในการเลือกเรียนด้านความถนัดและสนใจมากกว่านิสิตเอกการตลาด ส่วนเหตุผลอื่นๆ จากคำถามปลายเปิดสิ่งจูงใจในการเลือกเรียนมากที่สุดคือ การที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเป็นสถานศึกษาแห่งแรกที่เปิดรับสมัครในแต่ละปีรองลงมาคือความสนใจในด้านหลักสูตรบริหารธุรกิจมาตั้งแต่ระดับปวช.และนิสิตคิดว่าสามารถประกอบอาชีพได้ทุกสถานะเศรษฐกิจ

บุปผา เพิ่มสิน (2546 : 42 -47) ศึกษาความคิดเห็นต่อการเรียนการสอนของนิสิตปริญญาตรีภาคสมทบในโครงการความร่วมมือของโรงเรียนพัฒนการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิชาเอกการบัญชี การตลาด พบว่า นิสิตมีความเห็นต่อการเรียนการสอนในโครงการความร่วมมือโดยรวมด้านหลักสูตรอยู่ในระดับมาก ด้านการเรียนการสอน และสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนอยู่ในระดับปานกลาง จากผลการเปรียบเทียบนิสิตที่มีอายุและชั้นปีต่างกันมีความเห็นต่อการเรียนการสอนแตกต่างกัน แต่นิสิตวิชาเอกการบัญชีและการตลาดมีความเห็นต่อการเรียนการสอนไม่แตกต่างกันและด้านรายได้ผู้ปกครองที่แตกต่างกันก็ไม่ทำให้ความเห็นต่อการเรียนการสอนแตกต่างกันโดยนิสิตมีความเห็นว่าในด้านหลักสูตรเนื้อหาวิชามีความเหมาะสมและทันสมัยกับสภาพปัจจุบันด้านการเรียนการสอนมีความชัดเจนของวิธีการวัดประเมินผล จากผลการทำวิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรให้นิสิตมีส่วนร่วมในการเลือกรายวิชา การดูงานในสถานประกอบการ การเชิญวิทยากรมาบรรยายพิเศษและความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒในการจัดส่งเอกสารตำราเรียน ปรับปรุงสื่อที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนโดยเฉพาะเครื่องคอมพิวเตอร์ให้เพียงพอแก่นิสิต

ปริยาภรณ์ อัครดำรงชัย (2544 : 36 – 37) ศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปกครองของนักเรียนระดับปวช. 1 และ ปวส. 1 ที่กำลังศึกษาในโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และข้าราชการมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 78.8 % ระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า 21.1 % พบว่า ผู้ปกครองมีความคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับมากโดยคาดหวังด้านการบริหารงานบุคลากรมากที่สุดและด้านงานกิจการนักเรียนนักศึกษา อาคารสถานที่ วิชาการ ตามลำดับโดยผู้ปกครองคาดหวังให้ครูเป็นผู้ที่มีบุคลิกดียิ้มแย้มแจ่มใส กริยาจาสุภาพแต่งกายเรียบร้อย มีความรู้ความสามารถและถนัดในวิชาที่สอนมากที่สุด ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการศึกษาโดยรวมต่างกันแต่ผู้ปกครองที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการศึกษาโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

อัมพิกา หล่อหลอม (2546 : 69 –77) ศึกษาเหตุผลของนิสิตในการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ใช้กลุ่มตัวอย่าง 300 คน เป็นนิสิตระดับปริญญาโท ชั้นปีที่ 1 และ 2 วิชาเอกการตลาดและการจัดการ ภาคปกติและภาคพิเศษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท อาชีพพนักงานองค์กรเอกชน ประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 5 ปี มีเหตุผลในการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากโดยมีเหตุผลในด้านความสนใจของตนเองมากที่สุด รองลงมาคือด้านการประกอบอาชีพ ส่วนด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยน้อยที่สุด นิสิตที่ต่างชั้นปีมีเหตุผลในการตัดสินใจศึกษาต่อโดยรวมที่แตกต่างกัน นิสิตที่เรียนวิชาเอกต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน และทั้งนิสิตภาคปกติและภาคพิเศษมีเหตุผลในการตัดสินใจศึกษาต่อโดยรวมแตกต่างกัน นิสิตที่มีรายได้เฉลี่ยรวมต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจศึกษาต่อโดยรวมไม่ต่างกันแต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการประกอบอาชีพและด้านทำเลที่ตั้งมีความแตกต่างกัน

ณัฐชา ตริมุข (2546 : 160 –164) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้สมัครเข้าเรียนระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้สมัครเข้าเรียนภาคพิเศษ หลักสูตร การศึกษามหาบัณฑิต พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนผู้สมัครเข้าเรียนระดับปริญญาโทภาคปกติมากที่สุด คือ จำนวนนิสิตที่ประกาศรับในแต่ละปี รองลงมาคือ ระยะเวลานับตั้งแต่เปิดสอนจนถึงปัจจุบัน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนผู้สมัครเข้าเรียนปริญญาโท ภาคปกติมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา รองลงมาคือ จำนวนบัณฑิตปริญญาตรีในแต่ละปีการศึกษา ส่วนในกลุ่มผู้สมัครเข้าเรียนภาคพิเศษ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนผู้สมัครเข้าเรียนมากที่สุด คือ จำนวนนิสิตที่ประกาศรับในแต่ละปี รองลงมาคือ ระยะเวลาที่เปิดสอนจนถึงปัจจุบัน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนผู้สมัครเข้าเรียนปริญญาโท ภาคพิเศษมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา รองลงมาคือ จำนวนบัณฑิตปริญญาตรีในแต่ละปีการศึกษา

สมควร ทองฮ้า (2545 : 38 – 60) ศึกษาคุณลักษณะอาจารย์ที่ปรึกษาที่พึงประสงค์ตามความคิดเห็นของนักเรียนโรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) ชลบุรี ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 338 คน พบว่า คุณลักษณะของอาจารย์ที่ปรึกษาที่พึงประสงค์ตามความคิดเห็นของนักเรียนระดับ ปวช. ที่พอใจมากที่สุด คือ ด้านวิชาการ ด้านมนุษยสัมพันธ์ และด้านบริการ ตามลำดับ โดยนักเรียนชายและหญิงมีความพอใจที่ไม่แตกต่างกัน แต่ในกลุ่มนักเรียนที่มีผลการเรียนต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน และนักเรียนที่อยู่ต่างชั้นปี คือชั้นปีที่ 1 ปีที่ 2 และปีที่ 3 มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ทั้ง 3 ด้าน

มนัส ชิดการณ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาทัศนะในการเลือกสาขาวิชาเรียนของนักเรียนระดับ ปวช. 1 วิทยาลัยเทคนิคภูเก็ต ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับปวช. ปีที่ 1 จำนวน 487 คน พบว่า ทัศนะในการเลือกสาขาวิชาเรียนของนักเรียนโดยภาพรวม และองค์ประกอบด้านความสามารถ ด้านค่านิยม อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้าน สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับต่ำ และทัศนะในการเลือกสาขาวิชาเรียนโดยภาพรวมและรายองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความสามารถ และด้านค่านิยม มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาเรียน

ประจวบ ทองศรี (2546 : 58 –67) ศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางการเรียนที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตจำนวน 340 คน พบว่า นิสิตมีความคิดเห็นต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเรียนในระดับปานกลาง จำแนกตามเพศและคณะไม่แตกต่างกัน นิสิตชายและหญิงของคณะวิทยาการจัดการ คณะทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับปานกลาง

ศตวรรษ ทริย์พริษฐ์ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า นิสิตให้ความสำคัญกับการเลือกศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตโดยรวมในระดับมาก เพศ สาขาวิชาที่สำเร็จในระดับปริญญาตรี ที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ทำงาน สถานภาพการสมรส และอาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อแตกต่างกัน ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยรวมและรายด้าน

จินตภา พุทธศิริรังษี (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาอุปสงค์ในการศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยพณิชยการอินทราชัย ปีการศึกษา 2545 ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับปวช. จำนวน 207 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้รวมต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท เห็นว่ารายได้ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อจบการศึกษาคือมากกว่า 7,500 บาท และนักศึกษายังมีความเห็นว่า ค่าเล่าเรียนในปัจจุบันไม่เหมาะสม และนักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อวิทยาลัยและเห็นด้วยในการศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ จำนวนพี่น้องในครอบครัว) ไม่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ในการศึกษาต่อ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การศึกษาต่อ คือ ความคาดหวังในรายได้ และความคาดหวังในอาชีพ

ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา (2547 : บทคัดย่อ). ศึกษาทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคพิเศษที่มีต่อโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 281 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เลือกเรียนสาขาคอมพิวเตอร์ มีทัศนคติโดยรวมต่อโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพอยู่ในระดับดี ในด้านภาพลักษณ์ หลักสูตรการเรียน อาจารย์สอน บุคลากรที่บริหาร ผลประโยชน์จากการเรียนรู้ แนวโน้มพฤติกรรมการส่งลูกหลานมาศึกษาต่ออยู่ในระดับปานกลาง และจะบอกต่อให้คนอื่นมาเรียนต่อที่นี้ เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติในด้านอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกัน อายุ รายได้ของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในด้านค่าใช้จ่าย ในระดับต่ำ ทัศนคติโดยรวมมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการส่งลูกหลานมาศึกษาต่อและการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาเรียน

สายพิน ร่มญาติ (2546 : 69 - 74) ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการจัดตั้งร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ณ อาคารบริการกลางหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องครักษ์ จังหวัดนครนายก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 357 คน ส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้เฉลี่ย 3,001 – 5,000 บาท มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตทุกคนส่วนใหญ่จะใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ห้องสมุดของมศว. องครักษ์ และที่ห้องคอมพิวเตอร์ของสำนักคอมพิวเตอร์ มักใช้บริการช่วงเวลา 15.00 – 18.00 น. เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2-5 ชั่วโมง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการอย่างเพียงพอ มีโปรแกรมการใช้งานด้านอินเทอร์เน็ตอย่างหลากหลาย รวดเร็ว มีเครื่องสแกนเนอร์ เครื่องพิมพ์ให้บริการ มีบริการรับพิมพ์เอกสารและเข้าเล่ม มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการมีป้ายบอกราคาค่าใช้บริการอย่างชัดเจน ตกแต่งร้านอย่างทันสมัย สะอาด สวยงาม แบ่งพื้นที่เป็นส่วนตัวระหว่างใช้บริการ มีเครื่องปรับอากาศ วิทยุ โทรทัศน์ภายในร้าน ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว มีการทดลองให้บริการฟรีในวันเปิดร้านเปิดรับสมาชิก ให้ส่วนลดแก่สมาชิก กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะใช้บริการอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ร้อยละ 84 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้บริการร้อยละ 3.10 และกลุ่มที่ไม่แน่ใจร้อยละ 12.90 มีความต้องการใช้บริการเฉลี่ยสัปดาห์ละ 2 – 5 ชั่วโมง หากคิดค่าบริการชั่วโมงละ 20 บาท จะมีผู้สนใจใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ถึงร้อยละ 53.80

ธงชัย ถนอมวรสิน. (2545 : 46 - 50) ศึกษาเรื่อง การสำรวจความคิดเห็นของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครต่อความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจ รูป 12 ราศี โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 100 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาดำรงตำแหน่งตอนต้น มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพขายรูประหว่าง 11 – 40 ปี มีรายได้ในการขายรูปต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ทำเลที่ตั้งร้านอยู่บริเวณใกล้วัด ศาลเจ้า ชุมชน พบว่า ผู้ค้าปลีกมีความคิดเห็นต่อความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจรูป 12 ราศีอยู่ในระดับปานกลาง โดยเห็นว่าด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดมีความเป็นไปได้มาก โดยควรจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาเก็ตมากที่สุดและด้านการส่งเสริมการตลาดควรใช้พนักงานขายที่มีความรู้ให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยกับลูกค้ามีการประชาสัมพันธ์นำรูป 12 ราศีไปใช้ในการจัดพิธีกรรมทางศาสนา มากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์และราคามีความเป็นไปได้ทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดยี่ห้อให้เป็นเอกลักษณ์และควรมีสีตามราศีของวันเกิด ด้านราคาด้านที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดคือการให้ระยะเวลาเครดิตแก่ผู้ค้าปลีก 30 วัน และมีการให้ส่วนลด 10 % แก่ผู้ค้าปลีกเมื่อซื้อรูป 12 ราศีตั้งแต่ 12 โหลขึ้นไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา

แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจจำนวน 217 ตัวอย่าง
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความ งานวิชาการ นิตยสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และอินเทอร์เน็ต

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ปีการศึกษา 2547 จำนวน 392 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงจำนวนทั้งสิ้น 392 คน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (Yamane. 1973 : 125) อ้างในยุทธิ

ไถยวรรณ. 2545 : 107) ใช้สูตร
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 198 คน มีความคลาดเคลื่อน

จากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 และสำรองข้อมูลไว้เพื่อผิดพลาดอีก 10 % คิดเป็นจำนวน 19 ชุด ดังนั้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 217 คนและทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ปีการศึกษา 2547 จำนวน 217 คน

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของนักศึกษาที่มีอยู่ในแต่ละสาขาวิชาที่เปิดสอนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจได้กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตาราง 3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้าตามสาขาวิชา

สาขาวิชา	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
การบัญชี	71	39
การตลาด	69	38
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	240	129
เทคโนโลยีสารสนเทศ	11	11
รวม	392	217

เนื่องจากกลุ่มประชากรของสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศมีจำนวน 11 คน จึงใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและลดสัดส่วนของสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจเป็น 129 คน เนื่องจากมีกลุ่มประชากรที่มีสัดส่วนขนาดใหญ่

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ทำการจัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงตามสัดส่วนที่กำหนดไว้จนครบตามที่กำหนด

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้

2.1 การคำนวณจุดคุ้มทุนเพื่อกำหนดราคาค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียน

ข้อสมมติเบื้องต้นในการคำนวณค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียน

1. ค่าก่อสร้างอาคารเพิ่ม 1 หลัง มูลค่า 10 ล้านบาท สามารถคิดค่าเสื่อมราคาได้เพียง 5 % ต่อปี ตามที่กฎหมายภาษีอากรระบุไว้ในมาตรา 65 ทวิ และการก่อสร้างอาคารมีลักษณะเป็นการลงทุนจึงไม่สามารถนำมาหักเป็นรายจ่ายได้

2. ค่าใช้จ่ายและอุปกรณ์บางส่วนสามารถใช้ร่วมกับการจัดการศึกษาในระดับปวช. ปวส. ได้ ค่าใช้จ่ายที่ระบุไว้เพิ่มขึ้นจึงแสดงเฉพาะค่าใช้จ่ายที่จำเป็นเท่านั้น

2.1 ค่าใช้จ่ายคงที่ Fix cost

2.1.1 เงินเดือนครู 20 คนๆละ 10,000 บาทใน 1 เดือนมีรายจ่ายเดือนละ 200,000 บาท

ค่าใช้จ่ายเงินเดือนอาจารย์ ต่อ 1 ปี เท่ากับ 2,400,000 บาท

2.1.2 ค่าเสื่อมราคาอาคาร คิดค่าเสื่อม 5 % ต่อปี $(10,000,000 \times 5) = 500,000$ บาท

100

2.2 ค่าใช้จ่ายผันแปร Variable cost

ค่าน้ำค่าไฟ เดือนละ	30,000	บาท
วัสดุสำนักงาน	5,000	บาท
วัสดุที่ใช้ในการสอน	5,000	บาท
ค่าโฆษณา	10,000	บาท
ค่าใช้จ่ายแผนกพยาบาล	1,000	บาท
ค่าใช้จ่ายแผนกห้องสมุด	10,000	บาท
ค่าใช้จ่ายแผนกกีฬา	5,000	บาท
รวมค่าใช้จ่ายต่อเดือน	66,000	บาท

ตลอด 1 ปี มีค่าใช้จ่ายผันแปร (66,000 x 12) 792,000 บาท
 สรุปค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายคงที่ Fix Cost = 2,900,000 บาท ต่อปี
 ค่าใช้จ่ายผันแปร Variable Cost = 792,000 บาท ต่อปี

ใช้ข้อมูล ตัวอย่างคือ นักศึกษา จำนวน 30 คน

$$\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} = \frac{792,000}{30} = 26,400 \text{ บาท}$$

สูตรที่ใช้ในการหาจุดคุ้มทุน คือ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนโดยใช้กำไรส่วนเกิน

$$\text{จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกินต่อยอดขาย}} = \frac{FC}{P - Vc/n}$$

*อัตรากำไรส่วนเกินต่อยอดขาย = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย

กรณีที่ 1 ค่าเทอม 20,000 บาท

ขั้นที่ 1 หาต้นทุนผันแปรต่อหน่วย โดยระบุจำนวนนักศึกษา 30 คน

ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยหาได้โดย นำต้นทุนผันแปร (หาร) ด้วยจำนวนนักศึกษา

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนผันแปร ต่อหน่วย} &= \frac{792,000}{30} \\ &= 26,400 \end{aligned}$$

ขั้นที่ 2 หากกำไรส่วนเกิน โดยระบุค่าเทอม 20,000 บาท ต่อภาคเรียน

ตลอดทั้งปีจึงมีรายได้จากนักศึกษา 1 คน 40,000 บาท

กำไรส่วนเกิน คือ 40,000 - 26,400 = 13,600 บาท

หลังจากที่ได้กำไรส่วนเกินนำมาเข้าสู่สูตรการหาจุดคุ้มทุน

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน (บาท)} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน}} \\ &= \frac{2,900,000}{13,600} \\ &= 213.24 \end{aligned}$$

ดังนั้น หากกำหนดค่าเทอม ราคา 20,000 บาท จะต้องรับนักศึกษาขั้นต่ำ 214 คน

พิสูจน์ ค่าเทอมๆ ละ 20,000 บาท 1 ปี คือ 40,000 คูณกับจำนวนนักศึกษา

รายได้ทั้งปี 40,000 * 214 = 8,560,000

หัก ค่าใช้จ่ายผันแปร 26,400 * 214 = 5,649,600

2,910,400

หัก ต้นทุนคงที่ 2,900,000

คงเหลือ 10,400

กรณีที่ 2 ค่าเทอม 30,000 บาท

ขั้นที่ 1 จำนวนนักศึกษา ตัวอย่าง 30 คน ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย 26,400

ขั้นที่ 2 หากกำไรส่วนเกิน โดยระบุค่าเทอม 30,000 บาท ต่อภาคเรียน

ตลอดทั้งปีจึงมีรายได้จากนักศึกษา 1 คน 60,000 บาท

กำไรส่วนเกิน คือ 60,000 - 26,400 = 33,600 บาท

$$\begin{array}{r} \text{หลังจากที่ได้กำไรส่วนเกินนำมาเข้าสู่สูตรการหาจุดคุ้มทุน} = 2,900,000 \\ \hline 33,600 \\ = 86.30 \end{array}$$

ดังนั้น หากกำหนดค่าเทอมราคา 30,000 บาท จะต้องรับนักศึกษาขั้นต่ำคือ 87 คน

<u>พิสูจน์</u>	ค่าเทอมๆ ละ 30,000 บาท 1 ปี คือ 60,000 คูณกับจำนวนนักศึกษา
	รายได้ทั้งปี $60,000 * 87 = 5,220,000$
หัก	ค่าใช้จ่ายผันแปร $26,400 * 87 = 2,296,800$
	2,923,200
หัก	ต้นทุนคงที่ <u>2,900,000</u>
	คงเหลือ <u>23,200</u>

กรณีที่ 3 ค่าเทอม 40,000 บาท

ขั้นที่ 1 จำนวนนักศึกษา ตัวอย่าง 30 คน ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย 26,400

ขั้นที่ 2 หากกำไรส่วนเกิน โดยระบุค่าเทอม 40,000 บาท ต่อภาคเรียน

ตลอดทั้งปีจึงมีรายได้จากนักศึกษา 1 คน 80,000 บาท

กำไรส่วนเกิน คือ $80,000 - 26,400 = 53,600$ บาท

$$\begin{array}{r} \text{หลังจากที่ได้กำไรส่วนเกินนำมาเข้าสู่สูตรการหาจุดคุ้มทุน} = 2,900,000 \\ \hline 53,600 \\ = 54.10 \end{array}$$

ดังนั้น หากกำหนดค่าเทอมราคา 30,000 บาท จะต้องรับนักศึกษาขั้นต่ำคือ 55 คน

<u>พิสูจน์</u>	ค่าเทอมๆ ละ 40,000 1 ปี คือ 80,000 คูณกับจำนวนนักศึกษา
	รายได้ทั้งปี $80,000 * 55 = 4,400,000$
หัก	ค่าใช้จ่ายผันแปร $26,400 * 55 = 1,452,000$
	2,948,000
หัก	ต้นทุนคงที่ <u>2,900,000</u>
	คงเหลือ <u>48,000</u>

กรณีที่ 4 ค่าเทอม 50,000 บาท

ขั้นที่ 1 จำนวนนักศึกษา ตัวอย่าง 30 คน ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย 26,400

ขั้นที่ 2 หากกำไรส่วนเกิน โดยระบุค่าเทอม 50,000 บาท ต่อภาคเรียน

ตลอดทั้งปีจึงมีรายได้จากนักศึกษา 1 คน 100,000 บาท

กำไรส่วนเกิน คือ $100,000 - 26,400 = 73,600$ บาท

$$\begin{array}{r} \text{หลังจากที่ได้กำไรส่วนเกินนำมาเข้าสู่สูตรการหาจุดคุ้มทุน} = 2,900,000 \\ \hline 73,600 \\ = 39.40 \end{array}$$

ดังนั้น หากกำหนดค่าเทอมราคา 50,000 บาท จะต้องรับนักศึกษาขั้นต่ำคือ 40 คน

<u>พิสูจน์</u>	ค่าเทอมฯ ละ 50,000 1 ปี คือ 100,000 คูณกับจำนวนนักศึกษา
รายได้ทั้งปี	$100,000 \times 40 = 4,000,000$
หัก ค่าใช้จ่ายผันแปร	$26,400 \times 40 = 1,056,000$
	2,944,000
หัก ต้นทุนคงที่	2,900,000
คงเหลือ	<u>44,000</u>

การเปรียบเทียบจากราคาตลาด

ในจังหวัดชลบุรีมีมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีของภาครัฐ 2 แห่งและมหาวิทยาลัยเอกชน 2 แห่ง และโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาเอกชนที่เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) โดยความร่วมมือกับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และ สถาบันราชภัฏ จำนวน 3 แห่ง ซึ่งแต่ละที่จะมีอัตราค่าธรรมเนียมการเรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจโดยเฉลี่ยอยู่ที่ ประมาณ 22,750 บาท

2.2 การสำรวจตลาดโดยใช้แบบสอบถาม

แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างขึ้นจากการสัมภาษณ์เบื้องต้น นักศึกษา ผู้บริหารฝ่ายของโรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ หนังสือและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยประกอบด้วยชุดคำถามที่มีเนื้อหาครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา จำนวน 3 ข้อ โดยแบ่งเป็น

ข้อที่ 1 สาขาวิชาที่ศึกษา เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อาชีพของผู้ปกครอง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ

(Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อโรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ จำนวน 25 ข้อ

โดยใช้การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Rating Scale) ของ Likert) กำหนดให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยกำหนดน้ำหนักทัศนคติของแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยมากที่สุดเท่ากับ	5 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยมากเท่ากับ	4 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยปานกลางเท่ากับ	3 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยน้อยเท่ากับ	2 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยน้อยที่สุดเท่ากับ	1 คะแนน

ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย Range}}{\text{จำนวนชั้น Class}} \\
 &= \frac{5-1}{3} \\
 &= 1.33
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยแบบวิธี การประเมินค่าของ Likert กับแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติ
ต่อส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจ เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย	3.68 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.34 - 3.67	จัดอยู่ในระดับ	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 2.33	จัดอยู่ในระดับ	น้อย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาดของพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อ
หลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) จำนวน 6 ข้อ

- ข้อที่ 1 การตัดสินใจศึกษาต่อเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 2 หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 3 สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 4 ค่าธรรมเนียม เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)
- ข้อที่ 5 สถานที่ตั้งของโครงการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 6 การส่งเสริมการตลาดที่ต้องการเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale)

2.3 การสำรวจตลาดโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ปกครอง เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนงาน
วิจัยทำให้ทราบข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ปกครองในงานวิจัยนี้จึงได้สอบถามผู้ปกครองจำนวน 50 คนโดยใช้วิธี
สำรวจด้วยแบบสอบถามซึ่งมีลักษณะดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครอง จำนวน 4 ข้อ โดยแบ่งเป็น

- ข้อที่ 1 ความเกี่ยวข้องกับนักศึกษา เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 2 อาชีพของผู้ปกครอง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- ข้อที่ 4 รายได้เฉลี่ยผู้ปกครองต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามด้านทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจจำนวน 16 ข้อ
โดยใช้การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Rating Scale) ของ Likert) กำหนดให้คะแนน แบ่ง
ออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักทัศนคติของแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยมากที่สุดเท่ากับ	5 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยมากเท่ากับ	4 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยปานกลางเท่ากับ	3 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยน้อยเท่ากับ	2 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยน้อยที่สุดเท่ากับ	1 คะแนน

ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย Range}}{\text{จำนวนชั้น Class}} \\
 &= \frac{5-1}{3} \\
 &= 1.33
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยแบบวิธี การประเมินค่าของ Likert กับแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติ
ต่อส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนนารายณ์บริหารธุรกิจ เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย	3.68 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.34 - 3.67	จัดอยู่ในระดับ	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 2.33	จัดอยู่ในระดับ	น้อย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการให้บุตรหลานศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) กับโรงเรียนนารายณ์บริหารธุรกิจ จำนวน 6 ข้อ

- ข้อที่ 1 ดัดสันใจให้ศึกษาต่อหรือไม่เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 2 หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 3 สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 4 ค่าธรรมเนียม เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)
- ข้อที่ 5 สถานที่ตั้งของโครงการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 6 ข้อเสนอแนะ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วน (Ratio Scale)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) การศึกษา
ระดับอุดมศึกษา หนังสือและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวข้องกับหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อ
เนื่อง 2 ปี) โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์และกลุ่มตัวอย่าง
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่างไปใช้

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนที่จะ
นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อทำการวัดค่าตัวแปรที่
เกี่ยวข้องโดยพิจารณาจากงานวิจัยในอดีตที่มีความคล้ายคลึงกันและนำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ
ด้านงานวิจัย ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจสถานศึกษาเพื่อพิจารณาโครงสร้างแบบสอบถามเนื้อหาและภาษาที่ใช้ให้
เหมาะสมเป็นที่เข้าใจตรงกันของทั้งผู้ตอบและผู้ทำการวิจัยหลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไป
ใช้จริง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน แล้วจึงนำไป
ทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม
2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) นำแบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรง (Try Out)
มาหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ซึ่งในการทดสอบความน่าเชื่อถือจะเลือกคำนวณเฉพาะส่วนของ
แบบสอบถามที่สามารถนำมาตีค่าเป็นคะแนนได้โดยการหาค่าความน่าเชื่อถือในการวิจัยนี้จะใช้วิธีสัมประสิทธิ์
อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้านทัศนคติต่อโรงเรียนดาราสุมท

บริหารธุรกิจด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach มีดังนี้

ลักษณะของโรงเรียนดาราสุมทบริหารธุรกิจ	ค่าความน่าเชื่อถือ
ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์	.7487
ด้านทำเลที่ตั้ง	.7434
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.6392
ด้านอาจารย์ผู้สอน	.8475
ด้านลักษณะทางกายภาพ	.8887
ด้านกระบวนการเรียนการสอน	.8209

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล 2 ทางคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนธันวาคม 2547 ในการเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 250 ชุด ได้กลับคืนมาเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 217 ชุด คิดเป็นร้อยละ 87 ของแบบสอบถามทั้งหมด จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องและนำไปลงรหัสเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลด้านทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการทัศนคติ การคำนวณจุดคุ้มทุน ความคิดเห็นต่อการศึกษาระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี)และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้ที่ได้เคยทำวิจัยเรื่องที่ใกล้เคียงรวมทั้งข้อมูลเพิ่มเติมจาก นิตยสาร อินเทอร์เน็ต

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การจัดกระทำ

4.1.1 การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล (Editing) แยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 217 ชุด

4.1.2 แปลงคำตอบในแบบสอบถาม เป็นน้ำหนักคะแนนตามที่กำหนดไว้

4.1.3 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามลงรหัสตามที่กำหนดไว้และนำไปบันทึกข้อมูล

4.1.4 ประมวลผลข้อมูลโดยนำข้อมูลป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วย Programสำเร็จรูป SPSS for Windows 11.5 (Statistical Package for Social Science)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

4.2.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

4.2.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสาขาวิชา อาชีพผู้ปกครอง รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง โดยแจกแจงความถี่ ค่าสถิติร้อยละ

4.2.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อโรงเรียนดาราสุมทบริหารธุรกิจ 6 ด้าน โดยใช้การแจกแจงความถี่หาค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งเกณฑ์เฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	3.68 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	ความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.34 - 3.67	จัดอยู่ในระดับ	ความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 2.33	จัดอยู่ในระดับ	ความสำคัญน้อย

เกณฑ์การประเมินผล โดยใช้เกณฑ์การประเมินดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย Range}}{\text{จำนวนชั้น Class}} \\ &= \frac{5-1}{3} \\ &= 1.33\end{aligned}$$

4.2.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (2 ปีต่อเนื่อง) โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2.2 การทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร สถิติที่ใช้คือ chi - square

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 54)

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \quad \text{โดยที่}$$

P = ค่าร้อยละ

f = ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ

n = แทนจำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย ใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 54)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad \text{โดยที่}$$

$\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนน

x แทน คะแนนแต่ละตัว

n แทน จำนวนคะแนนทั้งหมด

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 48)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

โดยที่	$S.D.$	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนของข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

- 2.1 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) เพื่อประสิทธิผลของแบบสอบถามให้มีความถูกต้อง (Accuracy) เชื่อถือได้ (Dependability) ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยวิธีของครอนบัค (Cronbach) เรียกว่า การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา.2546)

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k \text{ cov ariance} / \text{var iance}}{1 + (k - 1) \text{cov areance} / \text{var iance}}$$

โดยที่	Cronbach's Alpha	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\frac{\text{cov ariance}}{\text{var iance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม
		แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

- 3.1 การทดสอบสมมุติฐานส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ใช้การทดสอบความสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 ตัว โดยใช้สถิติ Chi - square และทำการทดสอบเพิ่มเติมเมื่อ Chi - square มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V และ Somer's d
- 3.2 การทดสอบสมมุติฐานส่วนที่ 2 ทศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรีโดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ในโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี ใช้การทดสอบความสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 ตัว โดยใช้สถิติ Chi - square และทำการทดสอบเพิ่มเติมเมื่อ Chi - square มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V และ Somer's d

สถิติ Chi – square Test ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546 : 182)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

โดยที่ χ^2 = ค่า Chi – square
 O_i = ความถี่ที่เกิดขึ้นจริงของตัวอย่าง
 E_i = ความถี่ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
 k = จำนวนกลุ่มหรือจำนวนระดับของตัวแปรที่สนใจศึกษา
 n = ขนาดตัวอย่างหรือจำนวนครั้งที่ทดลอง

สถิติ Cramer's V ใช้ทำการวัดขนาดความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือทั้งสองตัวเป็น Nominal โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{Cramer's V} = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(t-1)}}$$

โดยที่ Cramer's V = สัมประสิทธิ์ Cramer' V
 χ^2 = ค่า Chi – square
 n = ขนาดตัวอย่าง
 t = จำนวนแถวหรือจำนวนสดมภ์ที่มีค่าน้อย

สถิติ Somer's d ใช้ทำการวัดขนาดและทิศทางของความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรทั้งสองตัวเป็น Ordinal โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{Somer's d} = \frac{NS}{NS + ND + T_y}$$

โดยที่ Somer's d = สัมประสิทธิ์ Somer's d
 NS = จำนวนคู่ที่มีอันดับเหมือนกันทั้ง 2 ตัวแปร
 ND = จำนวนคู่ที่มีอันดับต่างกันทั้ง 2 ตัวแปร
 T_y = จำนวนคู่ที่มีลำดับการเรียงซ้ำของตัวแปรตาม

ทั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ : 2546 : 348 – 349)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง 0.71 – 1.00 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับ สูง
 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง 0.31 – 0.70 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับ ปานกลาง
 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง 0.00 – 0.30 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับ ต่ำ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา “ความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี” การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความหมายของผลการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความเข้าใจจากสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อความหมาย ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
χ^2	แทน	ค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square test)
p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
Cramer's V	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรนามบัญญัติ
Somer's d	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรประเภทเรียงลำดับ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์แปลผลและนำเสนอในรูปของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สาขาวิชา อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดของพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ได้แก่ การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหรือไม่ หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ สาขาวิชาที่สนใจ ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ สถานที่ที่ต้องการให้เปิดสอน และการหาแหล่งข้อมูลของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-Square (χ^2 -test) Cramer's V และ Somer's d

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ปกครองของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
โรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครองโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และ
ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 คำถามด้านทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ
โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการให้บุตรหลานศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) กับโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ โดยการหา
ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่
สาขาวิชา อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สาขาวิชา อาชีพผู้ปกครอง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. สาขาวิชา		
การบัญชี	39	18.0
การตลาด	38	17.5
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	129	59.4
เทคโนโลยีสารสนเทศ	11	5.1
รวม	217	100.00
2. อาชีพผู้ปกครอง		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	31	14.3
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	125	57.6
พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง	38	17.5
เกษตรกร	23	10.6
รวม	217	100.00
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	37	17.1
10,001 – 20,000 บาท	92	42.4
20,001 – 30,000 บาท	43	19.8
30,001 ขึ้นไป	45	20.7
รวม	217	100.00

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 217 คนได้ดังนี้

1. สาขาวิชา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาได้แก่ สาขาวิชาการบัญชี การตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีจำนวน 39 คน 38 คน และ 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18 17.5 และ 5.1 ตามลำดับ

2. อาชีพของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร โดยมีจำนวน 38 คน 31 คน และ 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 14.3 และ 10.6 ตามลำดับ

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ย 30,001 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีจำนวน 45 คน 43 คน และ 37 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.7 19.8 และ 17.1 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการเรียนการสอน โดยแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจโดยรวม

ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษา	ระดับของทัศนคติ		
	โดยรวม	$\bar{X}$	S.D. แปลผล
1. ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์		3.74	.750 มาก
2. ด้านทำเลที่ตั้ง		3.30	.984 ปานกลาง
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด		3.13	.963 ปานกลาง
4. ด้านอาจารย์ผู้สอน		3.61	.814 ปานกลาง
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ		3.14	.990 ปานกลาง
6. ด้านกระบวนการเรียนการสอน		3.39	.764 ปานกลาง
รวม		3.39	.878 ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาคือด้านอาจารย์ผู้สอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับปานกลาง ในด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติเชิงบวกน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.13

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนดาราสุมทรรบริหารธุรกิจ ในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์

ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษา ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ภูมิใจในชื่อของโรงเรียนดาราสุมทรรบริหารธุรกิจ	3.88	.716	มาก
2. เครื่องแบบนักเรียนสวยงามภูมิฐาน	4.25	.722	มาก
3. มีความเป็นเลิศทางวิชาการ	3.41	.729	ปานกลาง
4. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความน่าสนใจ	3.43	.831	ปานกลาง
รวม	3.74	.750	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่มีต่อโรงเรียนดาราสุมทรรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในเรื่องเครื่องแบบนักเรียนสวยงามภูมิฐานมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือความภูมิใจในชื่อของโรงเรียนดาราสุมทรรบริหารธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกด้านหลักสูตรที่เปิดสอนมีความน่าสนใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 รองลงมาคือ ความเป็นเลิศทางวิชาการ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 3.41

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนดาราสุมทรรบริหารธุรกิจ ในด้านทำเลที่ตั้ง

ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษา ด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. บรรยากาศโรงเรียนเหมาะแก่การเรียนการสอน	3.69	.867	มาก
2. การเดินทางมาเรียนสะดวก สบาย	3.11	1.015	ปานกลาง
3. อาณาเขตพื้นที่ของโรงเรียนกว้างขวางเหมาะสมกับจำนวนนักเรียนนักศึกษา	3.10	1.071	ปานกลาง
รวม	3.30	.984	ปานกลาง

จากตาราง 7 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านทำเลที่ตั้งที่มีต่อโรงเรียนดาราสุมทรรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับปานกลางมีทัศนคติต่อการเดินทางมาเรียนที่สะดวกสบายมากที่สุดโดย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 รองลงมาคือ อาณาเขตพื้นที่ของโรงเรียนกว้างขวางเหมาะสมกับจำนวนนักเรียนนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก มีทัศนคติด้านบวกด้านบรรยากาศของโรงเรียนที่เหมาะสมแก่การเรียนการสอนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนดาราสุมทรรบริหารธุรกิจ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีการโฆษณาทางวิทยุ แผ่นพับ ที่น่าสนใจ	3.47	.833	ปานกลาง
2. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับนักเรียนที่ต่อเนื่อง	3.47	.844	ปานกลาง
3. มีการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมกับ ความต้องการของนักศึกษา	2.71	1.068	ปานกลาง
4. มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างทั่วถึง	2.86	1.105	ปานกลาง
รวม	3.13	.963	ปานกลาง

จากตาราง 8 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อโรงเรียนดาราสุมทรรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.128 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการโฆษณาทางวิทยุแผ่นพับที่น่าสนใจกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับนักเรียนที่ต่อเนื่องมากที่สุดเท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 รองลงมาคือ การมีกองทุนกู้ยืมการศึกษาอย่างทั่วถึงค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 และ ด้านการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมกับความต้องการของนักเรียนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนดาราสุมทรรบริหารธุรกิจ ในด้านอาจารย์ ผู้สอน

ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษา ด้านอาจารย์ผู้สอน	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. อาจารย์มีความรู้ความสามารถตรงกับเนื้อหาวิชา	3.52	.770	ปานกลาง
2. อาจารย์มีความสามารถถ่ายทอดเนื้อหาวิชา	3.53	.752	ปานกลาง
3. อาจารย์มีจำนวนเพียงพอต่อการสอน	3.24	.869	ปานกลาง
4. อาจารย์มีความเป็นกันเองและให้คำปรึกษาได้ดี	4.11	.812	มาก
5. อาจารย์มีบุคลิกลักษณะเหมาะสมกับความเป็นครู	3.64	.866	ปานกลาง
รวม	3.61	.814	ปานกลาง

จากตาราง 9 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอาจารย์ผู้สอนอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์มีความเป็นกันเองและให้คำปรึกษาได้ดีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมาคือ อาจารย์มีบุคลิกลักษณะเหมาะสมกับความเป็นครู ความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา มีความรู้ความสามารถตรงกับเนื้อหาวิชา และ จำนวนอาจารย์มีเพียงพอต่อการสอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 3.53 3.52 และ 3.24 ตามลำดับ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านลักษณะทางกายภาพ

ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีบริการรถรับส่งที่เพียงพอ	2.68	.950	ปานกลาง
2. โต๊ะ เก้าอี้ อาคารสถานที่ของโรงเรียนมีความสะอาด	3.24	.918	ปานกลาง
3. มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย	3.40	1.027	ปานกลาง
4. มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่เพียงพอกับนักเรียน	3.25	.979	ปานกลาง
5. โรงอาหารมีเพียงพอและสะอาดถูกสุขอนามัย	2.90	1.040	ปานกลาง
6. ห้องน้ำมีเพียงพอและสะอาด	3.34	1.024	ปานกลาง
รวม	3.14	.990	ปานกลาง

จากตาราง 10 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับปานกลางต่อการมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมาคือ ห้องน้ำมีเพียงพอและสะอาด อุปกรณ์การเรียนการสอนที่เพียงพอกับนักเรียน โต๊ะเก้าอี้อาคารสถานที่ของโรงเรียนมีความสะอาด โรงอาหารมีเพียงพอและสะอาดถูกสุขอนามัยและบริการรถรับส่งที่เพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 3.25 3.24 2.90 2.68 ตามลำดับ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านกระบวนการเรียนการสอน

ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษา ด้านกระบวนการเรียนการสอน	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีการจัดการเรียนการสอนที่น่าสนใจ เข้าใจได้ง่าย	3.44	.692	ปานกลาง
2. มีการจัดกิจกรรมในโรงเรียนที่น่าสนใจ	3.59	.829	ปานกลาง
3. ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รู้จักคิดและแก้ปัญหาได้ดี	3.33	.700	ปานกลาง
4. มีการวัดผล ประเมินผลผู้เรียนยุติธรรม	3.20	.836	ปานกลาง
รวม	3.39	.764	ปานกลาง

จากตาราง 11 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านกระบวนการเรียนการสอนที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับปานกลางต่อการจัดกิจกรรมในโรงเรียนที่น่าสนใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ การจัดการเรียนการสอนที่น่าสนใจ เข้าใจได้ง่าย การส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รู้จักคิดและแก้ปัญหาได้ดี และ การวัดผลประเมินผลผู้เรียนที่ยุติธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 3.33 3.20 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) พฤติกรรมการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ได้แก่ การตัดสินใจศึกษาต่อหรือไม่ หลักสูตรที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจ ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ บริเวณที่ต้องการให้เปิดสอน และช่องทางค้นหาข้อมูลโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจของนักศึกษา โดยแจกแจงจำนวนความถี่และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

การตัดสินใจศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาต่อ	143	65.9
ไม่ศึกษาต่อ	74	34.1
รวม	217	100.00

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เลือกศึกษาต่อ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 และไม่ศึกษาต่อ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละ ของหลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อ

หลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
หลักสูตรภาคภาษาไทย	78	35.9
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ	139	64.1
รวม	217	100.00

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่สนใจหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 และหลักสูตรภาคภาษาไทยจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
การบัญชี	31	14.4
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	101	46.8
การตลาด	33	15.3
การจัดการ	9	4.2
การบริหารงานบุคคล	42	19.4
รวม	216	100.00

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจที่จะศึกษาต่อในสาขาวิชา คอมพิวเตอร์ ธุรกิจมากที่สุด จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ สาขา การบริหารงานบุคคล การตลาด การบัญชี และการจัดการ โดยมีจำนวน 42 33 31 และ 9 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19.4 15.3 14.4 และ 4.2 ตามลำดับ

ตาราง 15 จำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่นักศึกษาพอใจ

ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ	จำนวน	ร้อยละ
20,000 บาท ต่อภาคเรียน	182	83.9
30,000 บาท ต่อภาคเรียน	30	13.8
40,000 บาท ต่อภาคเรียน	2	.9
50,000 บาท ต่อภาคเรียน	3	1.4
รวม	217	100.00

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 ต่อภาคเรียนมากที่สุดเป็นจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ 30,000 บาท 50,000 บาท 40,000 บาท โดยมีจำนวน 30 คน 3 คน และ 2 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.8 1.4 และ .9 ตามลำดับ

ตาราง 16 จำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามบริเวณที่ต้องการให้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี)

บริเวณที่ต้องการให้เปิดสอน	จำนวน	ร้อยละ
บริเวณโรงเรียนคาราสุมุทธบริหารธุรกิจที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.	113	52.1
คณะสถานที่กับบริเวณที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.	104	47.9
รวม	217	100.00

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ต้องการให้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบริเวณโรงเรียนคาราสุมุทธบริหารธุรกิจเดิมที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส. เป็นจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 52. และต้องการให้เปิดสอนคณะสถานที่กับบริเวณที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส. จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9

ตาราง 17 จำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่นักศึกษาใช้ค้นหาข้อมูลโรงเรียน

แหล่งค้นหาข้อมูลโรงเรียนของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
โฆษณาทางสื่อวิทยุ ป้ายโฆษณา	51	23.8
การแนะแนวกับนักศึกษาโดยตรง	41	19.2
Web site	111	51.9
กิจกรรมออกบูธและกิจกรรมนอกสถานที่กับนักศึกษา	11	5.1
รวม	214	100.00

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะค้นหาข้อมูลของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จาก Web site มากที่สุด เป็นจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ โฆษณาทางสื่อวิทยุ ป้ายโฆษณา การแนะแนวกับนักศึกษาโดยตรง และ กิจกรรมออกบูธกิจกรรมนอกสถานที่กับนักศึกษา โดยมีจำนวน 51 คน 41 คน และ 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.8 19.2 และ 5.1 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ Chi- Square

ในส่วนนี้เป็นการทดสอบสมมติฐาน โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษาในด้านสาขาวิชาที่ศึกษา อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการเรียนการสอน กับ พฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี)

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

สมมติฐานข้อที่ 1.1 สาขาวิชาของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ
จากสมมติฐานวิจัยดังกล่าวมีสมมติฐานย่อย 4 ข้อ และสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1.1.1 สาขาวิชามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

H_1 : สาขาวิชา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

ตาราง 18 ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชาของนักศึกษา กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	กลุ่มนักศึกษาตามสาขาวิชาเอก				รวม
	การ บัญชี	การ ตลาด	คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ	เทคโนโลยี สารสนเทศ	
1. การตัดสินใจศึกษาต่อ					
ศึกษาต่อ	19 13.29%	25 17.48%	90 62.94%	9 6.29%	143 100%
ไม่ศึกษาต่อ	20 27.03%	13 17.57%	39 52.70%	2 2.70%	74 100%
รวม	39 17.97%	38 17.51%	129 59.45%	11 5.07%	217 100%
$\chi^2 = 7.223$					
$p = .065$					

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในสาขาวิชา การตลาด คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และ เทคโนโลยีสารสนเทศ เลือกที่จะศึกษาต่อมากกว่าที่จะไม่ศึกษาต่อ โดยมีจำนวนผู้ที่เลือกศึกษาต่อในแต่ละสาขาวิชาเป็นจำนวน 25 คน 90 คน และ 9 คน ตามลำดับ มีเพียงสาขาวิชาการบัญชีเท่านั้นที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่จะไม่ศึกษาต่อมากกว่าผู้ที่เลือกศึกษาต่อ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .065 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 1.1.2 สาขาวิชามีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : สาขาวิชา มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 19 ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชาของนักศึกษา กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านหลักสูตรที่สนใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	กลุ่มนักศึกษาตามสาขาวิชาเอก				รวม
	การ บัญชี	การ ตลาด	คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ	เทคโนโลยี สารสนเทศ	
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ					
หลักสูตรภาษาไทย	15	13	47	3	78
	19.23%	16.67%	60.26%	3.84%	100%
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับ สถาบันการศึกษาต่างประเทศ	24	25	82	8	139
	17.27%	17.99%	58.99%	5.75%	100%
รวม	39	38	129	11	217
	17.97%	17.51%	59.45%	5.07%	100%
$\chi^2 = .530$					
$p = .912$					

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกสาขาวิชาสนใจหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศมากกว่าหลักสูตรภาคภาษาไทย โดยสาขาวิชาการบัญชีมีผู้สนใจหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ จำนวน 24 คน สาขาการตลาด 25 คน สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ 82 คนและสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 8 คน และกลุ่มที่สนใจหลักสูตรภาคภาษาไทยมีจำนวน 15 คน 13 คน 47 คน และ 3 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .912 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 1.1.3 สาขาวิชาของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : สาขาวิชาของนักศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : สาขาวิชาของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 20 ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชาของนักศึกษา กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านสาขาวิชาที่สนใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	กลุ่มนักศึกษาตามสาขาวิชาเอก				รวม
	การ บัญชี	การ ตลาด	คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ	เทคโนโลยี สารสนเทศ	
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ					
การบัญชี	29 93.55%	0 0%	2 6.45%	0 0%	31 100%
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	3 2.97%	2 1.98%	87 86.14%	9 8.91%	101 100%
การตลาด	1 3.03%	28 84.85%	4 12.12%	0 0%	33 100%
การจัดการ	1 11.11%	2 22.22%	5 55.56%	1 11.11%	9 100%
การบริหารงานบุคคล	4 9.52%	6 14.29%	31 73.81%	1 2.38%	42 100%
รวม	38 17.59%	38 17.59%	129 59.73%	11 5.09%	216 100%

$$\chi^2 = 272.220$$

$$p = .000$$

$$\text{Cramer's } V = .648$$

$$\text{Approx. Sig} = .000$$

จากตาราง 20 พบว่า กลุ่มนักศึกษาในสาขาการบัญชีสนใจศึกษาต่อในสาขาการบัญชี จำนวน 29 คน กลุ่มนักศึกษาสาขาการตลาดสนใจที่จะศึกษาต่อในสาขาการตลาด จำนวน 28 คน กลุ่มนักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจสนใจที่จะศึกษาต่อในสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจจำนวน 87 คน และนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศสนใจที่จะศึกษาต่อในสาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจจำนวน 9 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สาขาวิชามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจด้านสาขาวิชาที่ศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และเมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V สาขาวิชาที่ศึกษาอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การตัดสินใจศึกษาต่อด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .648 หรือ 64.8% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000

สมมติฐานข้อ 1.1.4 สาขาวิชามีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_0 : สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_1 : สาขาวิชา มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

เนื่องจากข้อจำกัดของการใช้สถิติทดสอบ Chi – Square ทดสอบความเป็นอิสระกันของตัวแปร โดยความถี่ที่คาดไว้ในแต่ละ Cell ไม่ควรต่ำกว่า 5 หรือ $E_{ij} \geq 5$; $i = 1, 2, 3, \dots, r$ และ $j = 1, 2, 3, \dots, c$ ควรมี $E_{ij} < 5$ ไม่เกิน 20% ของจำนวน Cell ทั้งหมด และไม่มี cell ใด ที่มีค่า $E_{ij} < 1$ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546 : 297) จึงทำการจัดกลุ่มข้อมูลใหม่ ดังนี้

ตาราง 21 การจัดกลุ่มใหม่ของจำนวนและค่าธรรมเนียม จำแนกตามค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่นักศึกษาพอใจ

ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ	จำนวน	ร้อยละ
20,000 บาท ต่อภาคเรียน	182	83.9
30,000 – 50,000 บาท ต่อภาคเรียน	35	16.1
รวม	217	100.00

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่พอใจในค่าธรรมเนียมการเรียนต่อภาคเรียนที่ 20,000 บาท จำนวน 182 คิดเป็นร้อยละ 83.9 และ 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

ตาราง 22 ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชาของนักศึกษา กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านค่าธรรมเนียมที่พอใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	กลุ่มนักศึกษาตามสาขาวิชาเอก				รวม
	การ บัญชี	การ ตลาด	คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ	เทคโนโลยี สารสนเทศ	
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ					
20,000 บาทต่อภาคเรียน	32	28	112	10	182
	17.58%	15.38%	61.54%	5.50%	100%
30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน	7	10	17	1	35
	20%	28.57%	48.57%	2.86%	100%
รวม	39	38	129	11	217
	17.97%	17.51%	59.45%	5.07%	100%

$$\chi^2 = 4.244$$

$$p = .236$$

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกสาขาวิชาพอใจในค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่ 20,000 บาท มากที่สุดและที่เหลือน้อยพอใจในค่าธรรมเนียม 30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .236 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อาชีพของผู้ปกครองนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จากสมมติฐานวิจัยดังกล่าวมีสมมติฐานย่อย 4 ข้อ และสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1.2.1 อาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : อาชีพของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

H_1 : อาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

ตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการ ศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	อาชีพของผู้ปกครอง				รวม
	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว / ค่า ขาย	พนักงาน บริษัท เอกชน / รับจ้าง	เกษตรกร	
1. การตัดสินใจศึกษาต่อ					
ศึกษาต่อ	20 13.99%	85 59.44%	26 18.18%	12 8.39%	143 100%
ไม่ศึกษาต่อ	11 14.86%	40 54.06%	12 16.22%	11 14.86%	74 100%
รวม	31 14.29%	125 57.60%	38 17.51%	23 10.60%	217 100%

$$\chi^2 = 2.307$$

$$p = .511$$

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ประกอบการประกอบอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง และเกษตรกร เลือกที่จะศึกษาต่อมากกว่าที่จะไม่ศึกษาต่อ โดยมีจำนวนผู้ที่เลือกศึกษาต่อ 20 คน 85 คน 26 คน และ 12 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .511 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพของผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 1.2.2 อาชีพของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : อาชีพของผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : อาชีพของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 24 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ประกอบการกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านหลักสูตรที่สนใจ

พฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	อาชีพของผู้ประกอบการ				รวม
	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว / ค้า ขาย	พนักงาน บริษัท เอกชน / รับจ้าง	เกษตรกร	
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ					
หลักสูตรภาษาไทย	7 8.97%	47 60.26%	15 19.23%	9 11.54%	78 100%
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ	24 17.27%	78 56.12	23 16.54%	14 10.07%	139 100%
รวม	31 14.29%	125 57.60%	38 17.51%	23 10.60	217 100%
$\chi^2 = 2.860$					
$p = .414$					

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ประกอบการประกอบอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างและเกษตรกร สนใจหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศมากที่สุดรองลงมาคือสนใจในหลักสูตรภาคภาษาไทย

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .414 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพของผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านหลักสูตรที่สนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 1.2.3 อาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : อาชีพของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : อาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 25 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านสาขาวิชาที่สนใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	อาชีพของผู้ปกครอง				รวม
	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว / กำ ขาย	พนักงาน บริษัท เอกชน / รับจ้าง	เกษตรกร	
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ					
การบัญชี	8 25.81%	17 54.84%	5 16.13%	1 3.22%	31 100%
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	12 11.88%	53 52.48%	18 17.82%	18 17.82%	101 100%
การตลาด	4 12.12%	23 69.70%	5 15.15%	1 3.03%	33 100%
การจัดการ	1 11.11%	5 55.56%	2 22.22%	1 11.11%	9 100%
การบริหารงานบุคคล	6 14.29%	26 61.90%	8 19.05%	2 4.76%	42 100%
รวม	31 14.35%	124 57.41%	38 17.59%	23 10.65%	216 100%
$\chi^2 = 14.894$					
$p = .247$					

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ปกครองประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง และเกษตรกร สนใจที่จะให้บุตรหลานศึกษาต่อในสาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุด รองลงมาในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ปกครองประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ สนใจสาขาวิชาการบัญชี กลุ่มผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างและเกษตรกร สนใจสาขาวิชาการบริหารงานบุคคล

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .247 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านสาขาวิชาที่สนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 1.2.4 อาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_0 : อาชีพของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_1 : อาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

ตาราง 26 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการ ศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านค่าธรรมเนียมที่พอใจ

พฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	อาชีพของผู้ปกครอง				รวม
	รับราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว / ค่า ขาย	พนักงาน บริษัท เอกชน / รับจ้าง	เกษตรกร	
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ					
20,000 บาทต่อภาคเรียน	27 14.84%	104 57.14%	30 16.48%	21 11.54%	182 100%
30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน	4 11.43%	21 60%	8 22.86%	2 5.71%	35 100%
รวม	31 14.29%	125 57.60%	38 17.51%	23 10.60%	217 100%
$\chi^2 = 1.900$					
$p = .593$					

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ปกครองประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง และเกษตรกร ต่างพอใจค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่ 20,000 บาท มากที่สุดและที่เหลือน้อยพอใจในค่าธรรมเนียม 30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .593 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จากสมมติฐานวิจัยดังกล่าวมีสมมติฐานย่อย 4 ข้อ และสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1.3.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

ตาราง 27 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง				รวม
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
1. การตัดสินใจศึกษาต่อ					
ศึกษาต่อ	26 18.18%	59 41.26%	27 18.88%	31 21.68%	143 100%
ไม่ศึกษาต่อ	11 14.87%	33 44.59%	16 21.62%	14 18.92%	74 100%
รวม	37 17.05%	92 42.40%	43 19.82%	45 20.73%	217 100%
$\chi^2 = .807$ $p = .848$					

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้ปกครองมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป เลือกที่จะศึกษาต่อมากกว่าที่จะไม่ศึกษาต่อ โดยมีจำนวนผู้ที่เลือกศึกษาต่อ 26 59 27 และ 31 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .848 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 1.3.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 28 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านหลักสูตรที่สนใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง				รวม
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ					
หลักสูตรภาษาไทย	10 12.82%	34 43.59%	21 26.92%	13 16.67%	78 100%
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบัน การศึกษาต่างประเทศ	27 19.42%	58 41.73%	22 15.83%	32 23.02%	139 100%
รวม	37 17.05%	92 42.40%	43 19.82%	45 20.73%	217 100%
$\chi^2 = 5.396$					
$p = .145$					

จากตาราง 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ปกครองมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป สนใจหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศมากที่สุดรองลงมาคือสนใจในหลักสูตรภาคภาษาไทย

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .145 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านหลักสูตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 1.3.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 29 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านสาขาวิชาที่สนใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง				รวม
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ					
การบัญชี	4 12.90%	15 48.39%	5 16.13%	7 22.58%	31 100%
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	16 15.84%	47 46.54%	19 18.81%	19 18.81%	101 100%
การตลาด	6 18.18%	13 39.40%	7 21.21%	7 21.21%	33 100%
การจัดการ	3 33.33%	3 33.33%	2 22.22%	1 11.12%	9 100%
การบริหารงานบุคคล	8 19.05%	14 33.33%	10 23.81%	10 23.81%	42 100%
รวม	37 17.13%	92 42.59%	43 19.91%	44 20.37%	216 100%

$$\chi^2 = 5.117 \quad p = .954$$

จากตาราง 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้ปกครองมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป สนใจที่จะให้บุตรหลานศึกษาต่อในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุด รองลงมาในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป สนใจสาขาวิชาการบริหารงานบุคคล ส่วนกลุ่มที่ผู้ปกครองมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท สนใจสาขาวิชาการบัญชี

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .954 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านสาขาวิชาที่สนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 1.3.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

ตาราง 30 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านค่าธรรมเนียมที่พอใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง				รวม
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ					
20,000 บาทต่อภาคเรียน	33 18.13%	82 45.06%	38 20.88%	29 15.93%	182 100%
30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน	4 11.43%	10 28.57%	5 14.29%	16 45.71%	35 100%
รวม	37% 17.05%	92 42.39%	43 19.82%	45 20.74%	217 100%

$$\chi^2 = 15.853 \quad p = .001$$

$$\text{Somers'd} = .116 \quad \text{Approx. Sig} = .006$$

จากตาราง 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้ปกครองมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป ต่างพอใจค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่ 20,000 บาท มากที่สุด รองลงมาพอใจในค่าธรรมเนียม 30,000 บาทต่อภาคเรียน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และเมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจในระดับน้อย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .116 หรือ 11.6 % อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .006

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

เนื่องจากข้อจำกัดของการใช้สถิติทดสอบ Chi – Square ทดสอบความเป็นอิสระกันของตัวแปร โดยความถี่ที่คาดหวังในแต่ละ Cell ไม่ควรต่ำกว่า 5 หรือ $E_{ij} \geq 5$; $i = 1,2,3,\dots,r$ และ $j = 1,2,3,\dots,c$ ควรมี $E_{ij} < 5$ ไม่เกิน 20% ของจำนวน Cell ทั้งหมด และไม่มี cell ใด ที่มีค่า $E_{ij} < 1$ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 297) จึงทำการจัดกลุ่มข้อมูลใหม่ ดังนี้

ตาราง 31 การจัดกลุ่มใหม่ของจำนวนและค่าร้อยละ ของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์

ระดับทัศนคติเชิงบวก ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์	จำนวน	ร้อยละ
ปานกลาง	86	39.6
มาก	131	60.4
รวม	217	100.00

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ในระดับมาก จำนวน 131 คน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 และระดับปานกลางจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4

สมมติฐานข้อ 2.1.1 ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

ตาราง 32 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์		รวม
	ปานกลาง	มาก	
1. การตัดสินใจศึกษาต่อ			
ศึกษาต่อ	52	91	143
	36.36%	63.64%	100%
ไม่ศึกษาต่อ	34	40	74
	45.95%	54.05%	100%
รวม	86	131	217

$$\chi^2 = 1.872 \quad p = .171$$

จากตาราง 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ในระดับปานกลางและระดับมาก เลือกศึกษาต่อมากกว่าไม่ศึกษาต่อ โดยในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกปานกลางเลือกศึกษาต่อ 52 คน ไม่ศึกษาต่อ 34 คน และที่มีกลุ่มทศนคติเชิงบวกในระดับมากเลือกศึกษาต่อ 91 คน และไม่ศึกษาต่อ 40 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .171 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.1.2 ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 33 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์		รวม
	ปานกลาง	มาก	
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ			
หลักสูตรภาษาไทย	34	44	78
	43.59%	56.41%	100%
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบัน การศึกษาต่างประเทศ	52	87	139
	37.41%	62.59%	100%
รวม	86	131	217

$$\chi^2 = .797 \quad p = .372$$

จากตาราง 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ในระดับปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ มากกว่าหลักสูตรภาษาไทย โดยในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกปานกลางสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ 52 คน หลักสูตรภาษาไทย 34 คน และที่มีกลุ่มทศนคติเชิงบวกในระดับมากสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ 87 คนและหลักสูตรภาษาไทย 44 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .372 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.1.3 ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 34 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์		รวม
	ปานกลาง	มาก	
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ			
การบัญชี	11 35.48%	20 64.52%	31 100%
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	31 30.69%	70 69.31%	101 100%
การตลาด	17 51.52%	16 48.48	33 100%
การจัดการ	5 55.56%	4 44.44%	9 100%
การบริหารงานบุคคล	21 50%	21 50%	42 100%
รวม	85 39.35%	131 60.65%	216 100%
$\chi^2 = 8.398 \quad p = .078$			

จากตาราง 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ในระดับปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุดจำนวน 31 คน และ 70 คน ตามลำดับ ส่วนสาขาที่สนใจศึกษาต่อรองลงมาทั้งสองกลุ่มคือ สาขาวิชาการบริหารงานบุคคล 21 คนเท่ากัน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .078 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.1.4 ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

ตาราง 35 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านค่าธรรมเนียมที่พอใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์		รวม
	ปานกลาง	มาก	
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ			
20,000 บาทต่อภาคเรียน	69	113	182
	37.91%	62.09%	100%
30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน	17	18	35
	48.57%	51.43%	100%
รวม	86	131	217

$$\chi^2 = 1.394 \quad p = .238$$

จากตาราง 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ในระดับปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 บาทต่อภาคเรียนจำนวน 69 คน และ 113 คน ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่เหลืพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 17 และ 18 คนตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .238 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาชั้นทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

จากสมมติฐานวิจัยดังกล่าวมีสมมติฐานย่อย 4 ข้อ และสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้
สมมติฐานข้อ 2.2.1 ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหาร ธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหาร ธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

ตาราง 36 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตร บริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านการตัดสินใจ ศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านทำเลที่ตั้ง			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1. การตัดสินใจศึกษาต่อ				
ศึกษาต่อ	19 13.28%	62 43.36%	62 43.36%	143 100%
ไม่ศึกษาต่อ	15 20.27%	33 44.59%	26 35.14%	74 100%
รวม	34 15.67%	95 43.78%	88 40.55%	217 100%

$$\chi^2 = 2.348$$

$$p = .309$$

จากตาราง 36 พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้าน ทำเลที่ตั้งในระดับน้อย ปานกลางและระดับมาก เลือกศึกษาต่อมากกว่าไม่ศึกษาต่อ โดยในกลุ่มที่มีทศนคติ เชิงบวกน้อย เลือกศึกษาต่อ 19 คน ทศนคติเชิงบวกปานกลางเลือกศึกษาต่อ 62 คน และทศนคติเชิงบวก มากเลือกศึกษาต่อ 62 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกไม่ศึกษาต่อมีจำนวน 15 คน 33 คน และ 26 คนตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .309 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาชั้น ทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อ เนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านพฤติกรรมการศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.2.2 ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 37 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านทำเลที่ตั้ง			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ				
หลักสูตรภาษาไทย	10	38	30	78
	12.82%	48.72%	38.46%	100%
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบัน	24	57	58	139
การศึกษาต่างประเทศ	17.27%	41%	41.73%	100%
รวม	34	95	88	217
	15.67%	43.78%	40.55%	100%
$\chi^2 = 1.440$				
$p = .487$				

จากตาราง 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับน้อย ปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศมากกว่าหลักสูตรภาษาไทย โดยกลุ่มตัวอย่างสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศจำนวน 24 คน 57 คนและ 58 คน ตามลำดับ และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับน้อย ปานกลางและมากที่สนใจหลักสูตรภาษาไทยมีจำนวน 10 คน 38 คนและ 30 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .487 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.2.3 ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 38 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านทำเลที่ตั้ง			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ				
การบัญชี	4 12.90%	10 32.26%	17 54.84%	31 100%
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	14 13.86%	47 46.54%	40 39.60%	101 100%
การตลาด	8 24.25%	15 45.45%	10 30.30%	33 100%
การจัดการ	0 0%	6 66.67%	3 33.33%	9 100%
การบริหารงานบุคคล	7 16.66%	17 40.48%	18 42.86%	42 100%
รวม	33 15.28%	95 43.98%	88 40.74%	216 100%

$$\chi^2 = 8.310$$

$$p = .404$$

จากตาราง 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งระดับน้อย ปานกลาง และมากสนใจศึกษาต่อสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุดจำนวน 14 คน 47 คน และ 40 คน ตามลำดับ ส่วนสาขาที่สนใจศึกษาต่อรองลงมาในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับน้อยคือ สาขาวิชาการตลาด จำนวน 8 คน ส่วนกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อในสาขาวิชา การบริหารงานบุคคลเหมือนกัน จำนวน 17 คนและ 18 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .404 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.2.4 ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

ตาราง 39 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านค่าธรรมเนียมที่พอใจ

พฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านทำเลที่ตั้ง			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ				
20,000 บาทต่อภาคเรียน	25 13.74%	78 42.86%	79 43.40%	182 100%
30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน	9 25.71%	17 48.58%	9 25.71%	35 100%
รวม		95 43.78%	88 40.55%	217 100%
$\chi^2 = 5.173$ $p = .075$				

จากตาราง 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 บาทต่อภาคเรียนจำนวน 25 คน 78 คน และ 79 คน ตามลำดับ และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 9 คน 17 คน และ 9 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .075 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

จากสมมติฐานวิจัยดังกล่าวมีสมมติฐานย่อย 4 ข้อ และสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 2.3.1 ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

ตาราง 40 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านการส่งเสริมการตลาด			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1. การตัดสินใจศึกษาต่อ				
ศึกษาต่อ	18 12.59%	85 59.44%	40 27.97%	143 100%
ไม่ศึกษาต่อ	13 17.57%	48 64.86%	13 17.57%	74 100%
รวม	31 14.29%	133 61.29%	53 24.42%	217 100%

$\chi^2 = 3.242$ $p = .198$

จากตาราง 40 พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อย ปานกลางและมากเลือกศึกษาต่อมากกว่าไม่ศึกษาต่อ ในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกน้อย เลือกศึกษาต่อ 18 คน ทศนคติเชิงบวกปานกลางเลือกศึกษาต่อ 85 คน และทศนคติเชิงบวกมากเลือกศึกษาต่อ 40 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกไม่ศึกษาต่อมีจำนวน 13 คน 48 คน และ 13 คนตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .198 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.3.2 ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 41 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจ ด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านการส่งเสริมการตลาด			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ				
หลักสูตรภาษาไทย	10 12.82%	45 57.69%	23 29.49%	78 100%
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบัน การศึกษาต่างประเทศ	21 15.11%	88 63.31%	30 21.58%	139 100%
รวม	31 14.29%	133 61.29%	53 24.42%	217 100%

$$\chi^2 = 1.718$$

$$p = .424$$

จากตาราง 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อย ปานกลางและมาก สนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ มากกว่าหลักสูตรภาษาไทย โดยกลุ่มตัวอย่างสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศจำนวน 21 คน 88 คนและ 31 คน ตามลำดับ และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับน้อย ปานกลางและมากที่สนใจหลักสูตรภาษาไทยมีจำนวน 10 คน 45 คนและ 23 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .424 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.3.3 ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 42 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการศึกษาต่อ
หลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ
ด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านการส่งเสริมการตลาด			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ				
การบัญชี	6 19.35%	18 58.07%	7 22.58%	31 100%
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	17 16.83%	52 51.49%	32 31.68%	101 100%
การตลาด	6 18.18%	21 63.64%	6 18.18%	33 100%
การจัดการ	0 0%	8 88.89%	1 11.11%	9 100%
การบริหารงานบุคคล	2 4.76%	33 78.57%	7 16.67%	42 100%
รวม	31 14.35%	132 61.11%	53 24.54%	216 100%
$\chi^2 = 14.553$ $p = .068$				

จากตาราง 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อย ปานกลาง และมากสนใจศึกษาต่อสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุดจำนวน 17 คน 52 คน และ 32 คน ตามลำดับ ส่วนสาขาที่สนใจศึกษาต่อรองลงมา ในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อยคือ สาขาวิชาการบัญชีและการตลาด มีจำนวนเท่ากันคือ 6 คน ส่วนกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านระดับปานกลางสนใจศึกษาต่อในสาขาวิชา การบริหารงานบุคคล จำนวน 33 คนและกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับมากสนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาการบัญชีและการบริหารงานบุคคลมีจำนวนเท่ากัน 7 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .068 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.3.4 ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

ตาราง 43 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านค่าธรรมเนียมที่พอใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านการส่งเสริมการตลาด			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ				
20,000 บาทต่อภาคเรียน	26	109	47	182
	14.29%	59.89%	25.82%	100%
30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน	5	24	6	35
	14.29%	68.57%	17.14%	100%
	31	133	53	217
	14.29%	61.29%	24.42%	100%

$$\chi^2 = 1.267 \quad p = .531$$

จากตาราง 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 บาทต่อภาคเรียนจำนวน 26 คน 109 คน และ 47 คน ตามลำดับ และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 5 คน 24 คน และ 6 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .531 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.4 ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จากสมมติฐานวิจัยดังกล่าวมีสมมติฐานย่อย 4 ข้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 2.4.1 ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

ตาราง 44 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านอาจารย์ผู้สอน			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1. การตัดสินใจศึกษาต่อ				
ศึกษาต่อ	2 1.40%	69 48.25%	72 50.35%	143 100%
ไม่ศึกษาต่อ	5 6.75%	42 56.76%	27 36.49%	74 100%
รวม	7 3.23%	111 51.15%	99 45.62%	217 100%

$$\chi^2 = 7.084 \quad p = .029$$

$$\text{Cramer's } V = .181 \quad \text{Approx. sig.} = 0.29$$

จากตาราง 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนในระดับน้อย เลือกไม่ศึกษาต่อมากกว่าศึกษาต่อ โดยในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับน้อย เลือกไม่ศึกษาต่อ 5 คน และเลือกศึกษาต่อ 2 คน กลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับปานกลางเลือกศึกษาต่อ 69 คน ไม่ศึกษาต่อ 42 คน และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับมากเลือกศึกษาต่อ 72 คน ไม่ศึกษาต่อ 27 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ ในระดับน้อย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .181 หรือ 18.1% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.29

สมมติฐานข้อ 2.4.2 ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนไม่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 45 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนกับพฤติกรรมการศึกษาต่อ
หลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ
ด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านอาจารย์ผู้สอน			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ				
หลักสูตรภาษาไทย	3	33	42	78
	3.84%	42.31%	53.85%	100%
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบัน	4	78	57	139
การศึกษาต่างประเทศ	2.88%	56.12%	41%	100%
รวม	7	111	99	217
	3.23%	51.15%	45.62%	100%
$\chi^2 = 3.813$ $p = .149$				

จากตาราง 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนในระดับน้อย ปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ มากกว่า หลักสูตรภาษาไทย โดยกลุ่มตัวอย่างสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศจำนวน 4 คน 78 คนและ 57 คน ตามลำดับ และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนในระดับน้อย ปานกลางและมากที่สนใจหลักสูตรภาษาไทยมีจำนวน 3 คน 33 คนและ 42 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .149 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้าน อาจารย์ผู้สอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.4.3 ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 46 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนกับพฤติกรรมการศึกษาต่อ
หลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ
ด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านอาจารย์ผู้สอน			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ				
การบัญชี	2 6.45%	13 41.94%	16 51.61%	31 100%
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	4 3.96%	55 54.46%	42 41.58%	101 100%
การตลาด	0 0%	14 42.42%	19 57.58%	33 100%
การจัดการ	0 0%	4 44.44%	5 55.56%	9 100%
การบริหารงานบุคคล	1 2.38%	25 59.52%	16 38.10%	42 100%
รวม	7 3.24%	111 51.39%	98 45.37%	216 100%
$\chi^2 = 6.835$				
$p = .555$				

จากตาราง 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนในระดับน้อย ปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุดจำนวน 4 คน 55 คน และ 42 คน ตามลำดับส่วนสาขาที่สนใจศึกษาต่อรองลงมาในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับน้อยคือ สาขาวิชาการบัญชี จำนวน 2 คน กลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับปานกลางสนใจศึกษาต่อในสาขา การบริหารงานบุคคล จำนวน 25 คน และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับมากสนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาการตลาด จำนวน 19 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .555 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาชั้น อาจารย์ผู้สอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.4.4 ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

ตาราง 47 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านค่าธรรมเนียมที่พอใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทัศนคติเชิงบวก ด้านอาจารย์ผู้สอน			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ				
20,000 บาทต่อภาคเรียน	6	91	85	182
	3.30%	50%	46.70%	100%
30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน	1	20	14	35
	2.86%	57.14%	40%	100%
รวม	7	111	99	217
	3.23%	51.15%	45.62%	100%
$\chi^2 = .599$ $p = .741$				

จากตาราง 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 บาทต่อภาคเรียนจำนวน 6 คน 91 คน และ 85 คน ตามลำดับ และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 1 คน 20 คน และ 14 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .741 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านอาจารย์ผู้สอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.5 ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

จากสมมติฐานวิจัยดังกล่าวมีสมมติฐานย่อย 4 ข้อ และสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 2.5.1 ทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

ตาราง 48 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านลักษณะทางกายภาพ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
1. การตัดสินใจศึกษาต่อ				
ศึกษาต่อ	22 15.38%	91 63.64%	30 20.98%	143 100%
ไม่ศึกษาต่อ	15 20.27%	47 63.51%	12 16.22%	74 100%
รวม	37 17.05%	138 63.60%	42 19.35%	217 100%

$$\chi^2 = 1.254 \quad p = .534$$

จากตาราง 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพระดับน้อยเลือกศึกษาต่อมากกว่าไม่ศึกษาต่อ โดยในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับน้อย เลือกศึกษาต่อ 22 คน และเลือกศึกษาต่อ 15 คน กลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับปานกลางเลือกศึกษาต่อ 91 คน ไม่ศึกษาต่อ 47 คน และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับมากเลือกศึกษาต่อ 30 คน ไม่ศึกษาต่อ 12 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .534 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.5.2 ทศนคติเชิงบวกด้านกายภาพมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 49 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพกับพฤติกรรมการศึกษาต่อ

หลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ
ด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านลักษณะทางกายภาพ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ				
หลักสูตรภาษาไทย	14	50	14	78
	17.95%	64.10%	17.95%	100%
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบัน การศึกษาต่างประเทศ	23	88	28	139
	16.55%	63.31%	20.14%	100%
รวม	37	138	42	217
	17.05%	63.60%	19.35%	100%
$\chi^2 = 1.87$ $p = .911$				

จากตาราง 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพในระดับน้อย ปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศมากกว่าหลักสูตรภาษาไทย โดยกลุ่มตัวอย่างสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศจำนวน 23 คน 88 คนและ 28 คน ตามลำดับ และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านระดับน้อย ปานกลางและมากที่สนใจหลักสูตรภาษาไทยมีจำนวน 14 คน 50 คนและ 14 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .911 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.5.3 ทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 50 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพกับพฤติกรรมการศึกษาต่อ

หลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ
ด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านลักษณะทางกายภาพ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ				
การบัญชี	3 9.68%	22 70.97%	6 19.35%	31 100%
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	24 23.76%	55 54.46%	22 21.78%	101 100%
การตลาด	5 15.15%	21 63.64%	7 21.21%	33 100%
การจัดการ	1 11.11%	6 66.67%	2 22.22%	9 100%
การบริหารงานบุคคล	4 9.52%	34 80.96%	4 9.52%	42 100%
รวม	37 17.13%	138 63.89%	41 18.98%	216 100%
$\chi^2 = 11.393$				
$p = .180$				

จากตาราง 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพในระดับน้อย ปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุดจำนวน 24 คน 55 คน และ 22 คน ตามลำดับ ส่วนสาขาที่สนใจศึกษาต่อรองลงมาในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพในระดับน้อยคือ สาขาวิชาการตลาด จำนวน 5 คน ส่วนกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลางสนใจศึกษาต่อในสาขาวิชา การบริหารงานบุคคล จำนวน 34 คนและกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากสนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาการตลาด จำนวน 7 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .180 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.5.4 ทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

ตาราง 51 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านค่าธรรมเนียมที่พอใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านลักษณะทางกายภาพ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ				
20,000 บาทต่อภาคเรียน	31	115	36	182
	17.03%	63.19%	19.78%	100%
30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน	6	23	6	35
	17.14%	65.72%	17.14%	100%
รวม	37	138	42	217
	17.05%	63.59	19.36%	100%

$$\chi^2 = .135 \quad p = .935$$

จากตาราง 51พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านลักษณะทางกายภาพในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 บาทต่อภาคเรียนจำนวน 31 คน 115 คน และ 36 คน ตามลำดับ กลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านทำเลที่ตั้งในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 6 คน 23 คน และ 6 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .935 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.6 ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

จากสมมติฐานวิจัยดังกล่าวมีสมมติฐานย่อย 4 ข้อ และสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้
สมมติฐานข้อ 2.6.1 ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

ตาราง 52 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านกระบวนการเรียนการสอน			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1. การตัดสินใจศึกษาต่อ				
ศึกษาต่อ	4 2.80%	95 66.43%	44 30.77%	143 100%
ไม่ศึกษาต่อ	7 9.46%	49 66.22%	18 24.32%	74 100%
รวม	11 5.07%	144 66.36%	62 28.57%	217 100%

$$\chi^2 = 4.979 \quad p = .083$$

จากตาราง 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนในระดับน้อย เลือกไม่ศึกษาต่อมากกว่าไม่ศึกษาต่อ โดยในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับน้อย เลือกไม่ศึกษาต่อ 7 คน และเลือกศึกษาต่อ 4 คน กลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับปานกลางและมากเลือกศึกษาต่อมากกว่าศึกษาต่อ โดยเลือกศึกษาต่อ 95 คน และ 44 คน ไม่ศึกษาต่อ 49 คน และ 18 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .083 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ ในด้านพฤติกรรมการศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.6.2 ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 53 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านกระบวนการเรียนการสอน			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ				
หลักสูตรภาษาไทย	5 6.41%	53 67.95%	20 25.64%	78 100%
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบัน การศึกษาต่างประเทศ	6 4.32	91 65.47%	42 30.21%	139 100%
รวม	11 5.07%	144 66.36%	62 28.57%	217 100%

$$\chi^2 = .844$$

$$p = .656$$

จากตาราง 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนในระดับน้อยปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศมากกว่าหลักสูตรภาษาไทย โดยกลุ่มตัวอย่างสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศจำนวน 6 คน 91 คนและ 42 คน ตามลำดับ และกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกด้านระดับน้อยปานกลางและมากที่สนใจหลักสูตรภาษาไทยมีจำนวน 5 คน 53 คนและ 20 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .656 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านหลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2.6.3 ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

ตาราง 54 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนการอาชีวศึกษาบริหารธุรกิจด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนการอาชีวศึกษาบริหารธุรกิจ	ระดับทศนคติเชิงบวก ด้านกระบวนการเรียนการสอน			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ				
การบัญชี	3 9.68%	16 51.61%	12 38.71%	31 100%
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	7 6.93%	68 67.33%	26 25.74	101 100%
การตลาด	0 0%	23 69.70%	10 30.30%	33 100%
การจัดการ	0 0%	8 88.89%	1 11.11%	9 100%
การบริหารงานบุคคล	1 2.38%	29 69.05%	12 28.57	42 100%
รวม	11 5.09%	144 66.67%	61 28.24%	216 100%
$\chi^2 = 8.916$ $p = .349$				

จากตาราง 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนระดับน้อย ปานกลางและมากสนใจศึกษาต่อสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุดจำนวน 7 คน 68 คน และ 26 คน ตามลำดับ ส่วนสาขาที่สนใจศึกษาต่อรองลงมาในกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับน้อยคือ สาขาวิชาการบัญชี จำนวน 3 คน ส่วนกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกระดับปานกลางสนใจศึกษาต่อในสาขาวิชา การบริหารงานบุคคล จำนวน 29 คนและกลุ่มที่มีทศนคติเชิงบวกในระดับมากสนใจศึกษาต่อสาขาวิชาการบัญชีและการบริหารงานบุคคล จำนวน 12 คน เท่ากัน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .349 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับ

ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**สมมติฐานข้อ 2.6.4 ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับ
ค่าธรรมเนียมที่พอใจ**

H_0 : ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

H_1 : ทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมที่พอใจ

ตาราง 55 ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนกับพฤติกรรมการศึกษาต่อ
หลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ
ด้านค่าธรรมเนียมที่พอใจ

พฤติกรรมศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทัศนคติเชิงบวก ด้านกระบวนการเรียนการสอน			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ				
20,000 บาทต่อภาคเรียน	9	120	53	182
	4.95%	65.93%	29.12%	100%
30,000 – 50,000 บาทต่อภาคเรียน	2	24	9	35
	5.72%	68.57%	25.71%	100%
รวม	11	144	62	217
	5.07%	66.36%	28.57%	100%

$$\chi^2 = .184 \quad p = .912$$

จากตาราง 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีทัศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 บาทต่อภาคเรียนจำนวน 9 คน 120 คน และ 53 คน ตามลำดับ และกลุ่มที่มีทัศนคติเชิงบวกด้านกระบวนการเรียนการสอนในระดับน้อย ปานกลางและมากพอใจค่าธรรมเนียมการเรียน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 2 คน 24 คน และ 9 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test (χ^2) พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .912 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ปกครองของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสุมุทธบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ปกครอง ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับนักศึกษา อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 56 จำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตาม ความเกี่ยวข้องกับนักศึกษา อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. ความเกี่ยวข้องกับนักศึกษา		
บิดา	16	32
มารดา	28	56
ผู้ดูแลแทน / ผู้ปกครอง	6	12
รวม	50	100.00
2. อาชีพผู้ปกครอง		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	8
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	29	58
พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง	14	28
เกษตรกร	3	6
รวม	50	100.00
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	41	82
ปริญญาตรี	7	14
สูงกว่าปริญญาตรี	2	4
รวม	50	100
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	16	32
10,001 – 20,000 บาท	16	32
20,001 – 30,000 บาท	8	16
30,001 ขึ้นไป	10	20
รวม	50	100.00

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปกครองของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสุมุทธบริหารธุรกิจ ที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 50 คนได้ดังนี้

ความเกี่ยวข้องกับนักศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับนักศึกษาในฐานะมารดามากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือเป็นบิดา และผู้ดูแลแทน/ผู้ปกครองจำนวน 16 และ 6 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 32 และ 12 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาได้แก่พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร โดยมีจำนวน 14 คน 4 คน และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 28 8 และ 6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 82 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีจำนวน 7 คน 2 คน และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และ 4 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาทและ 10,001 - 20,000 บาท โดยมีจำนวน 16 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 32 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ย 30,001 บาทขึ้นไป และ 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 10 คน และ 8 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20 และ 16 ตามลำดับ

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด อาจารย์ผู้สอน ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการเรียนการสอน โดยแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 57 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ โดยรวม

ทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์	3.62	.695	ปานกลาง
2. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.05	.760	ปานกลาง
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.96	1.034	ปานกลาง
4. ด้านอาจารย์ผู้สอน	2.96	1.034	ปานกลาง
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.76	.839	มาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.66	.910	ปานกลาง
รวม	3.34	.879	ปานกลาง

จากตาราง 57 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้านพบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อด้านชื่อลักษณะทางกายภาพมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 อยู่ในระดับความสำคัญมาก รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับปานกลาง ในด้านการส่งเสริมการตลาดกับด้านอาจารย์ผู้สอน ผู้ปกครองมีทัศนคติเชิงบวกน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 2.96

ตาราง 58 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์

ทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ภูมิใจในชื่อของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	3.64	.663	ปานกลาง
2. DBAC เป็นที่ยอมรับของสังคมชุมชน	3.60	.728	ปานกลาง
รวม	3.62	.695	ปานกลาง

จากตาราง 58 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ปกครองมีทัศนคติด้านบวกในเรื่องความภูมิใจในชื่อของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมาคือ DBAC เป็นที่ยอมรับของสังคมชุมชน ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.60

ตาราง 59 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านทำเลที่ตั้ง

ทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ด้านชื่อเสียงทำเลที่ตั้ง	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความปลอดภัย	3.22	.648	ปานกลาง
2. การเดินทางไป – กลับ สะดวก สบาย	2.88	.872	ปานกลาง
รวม	3.05	.760	ปานกลาง

จากตาราง 59 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองในด้านทำเลที่ตั้งที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่าผู้ปกครองทัศนคติด้านบวกในเรื่องสถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 รองลงมาคือการเดินทางไป – กลับ สะดวกสบายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

ตาราง 60 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทร
บริหารธุรกิจ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับผู้ปกครองที่ต่อเนื่อง	3.38	1.086	ปานกลาง
2. มีการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนที่น่าสนใจ	2.70	.974	ปานกลาง
3. มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างทั่วถึง	2.82	1.044	ปานกลาง
รวม	2.96	1.034	ปานกลาง

จากตาราง 60 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกในเรื่องการประชาสัมพันธ์กับผู้ปกครองที่ต่อเนื่องอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาคือมีกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างทั่วถึง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.82 และการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนที่น่าสนใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70

ตาราง 61 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทร
บริหารธุรกิจ ในด้านอาจารย์ ผู้สอน

ทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ด้านอาจารย์ผู้สอน	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. อาจารย์มีจำนวนเพียงพอต่อการสอน	3.22	.764	ปานกลาง
2. อาจารย์มีการติดตาม เอาใจใส่นักเรียนสม่ำเสมอ	3.68	.741	มาก
3. อาจารย์มีบุคลิกลักษณะเหมาะสมกับความเป็นครู	3.32	.819	ปานกลาง
รวม	2.96	1.034	ปานกลาง

จากตาราง 61 แสดงว่าทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองในด้านอาจารย์ผู้สอนที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกต่อการที่อาจารย์ติดตามเอาใจใส่นักเรียนสม่ำเสมออยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือ อาจารย์มีบุคลิกลักษณะเหมาะสมกับความเป็นครูอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 และด้านความเพียงพอของอาจารย์ผู้สอนอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22

ตาราง 62 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านลักษณะทางกายภาพ

ทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่ อาคารเรียนเพียงพอกับจำนวนนักเรียน	3.72	.927	มาก
2. บรรยากาศของโรงเรียนร่มรื่น ไม่แออัด	3.84	.842	มาก
3. บริเวณอาคาร สถานที่ของโรงเรียนมีความสะอาด	3.84	.817	มาก
4. มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนทันสมัย	3.66	.772	ปานกลาง
รวม	3.76	.839	มาก

จากตาราง 62 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองในด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกต่อความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่ของโรงเรียนและบรรยากาศของโรงเรียนร่มรื่นไม่แออัดอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือสถานที่อาคารเรียนเพียงพอกับจำนวนนักเรียนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 และด้านเทคโนโลยีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยอยู่ในระดับน้อยมีค่าเฉลี่ย 3.66

ตาราง 63 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านกระบวนการให้บริการ

ทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครอง ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับของทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกกับผู้ปกครองที่ติดต่อเป็นอย่างดี	3.82	.825	มาก
2. มีระบบการแจ้งข้อมูลนักศึกษาที่รวดเร็วทันสมัย	3.50	.995	ปานกลาง
รวม	3.66	.910	ปานกลาง

จากตาราง 63 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองด้านกระบวนการให้บริการที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกต่อการต้อนรับและอำนวยความสะดวกกับผู้ปกครองที่มาติดต่อในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองมาคือระบบการแจ้งข้อมูลนักศึกษาที่รวดเร็วและทันสมัยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

5.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการให้บุตรหลานศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) กับโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ได้แก่ การตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจ ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ บริเวณที่ต้องการให้เปิดสอน และ ข้อเสนอแนะอื่นๆ โดยแจกแจงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 64 จำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามการตัดสินใจให้บุตรหลานศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

การตัดสินใจศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาต่อ	43	86
ไม่ศึกษาต่อ	7	14
รวม	50	100

จากตาราง 64 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่สนใจให้บุตรหลานศึกษาต่อ จำนวน 43 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 86 และไม่ศึกษาต่อ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14

ตาราง 65 จำนวนและค่าร้อยละของหลักสูตรที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานศึกษาต่อ

หลักสูตรที่ต้องการศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
หลักสูตรภาคภาษาไทย	8	18.6
หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ	35	81.4
รวม	43	100

จากตาราง 65 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่สนใจให้บุตรหลานศึกษาต่อหลักสูตรภาคภาษาไทย จำนวน 8 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.6 และหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 81.4

ตาราง 66 จำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามสาขาวิชาที่สนใจให้บุตรหลานศึกษาต่อ

สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
การบัญชี	10	23.3
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	22	51.2
การตลาด	5	11.6
การจัดการ	2	4.7
การบริหารงานบุคคล	4	9.3
รวม	43	100.00

จากตาราง 66 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่สนใจที่จะให้บุตรหลานศึกษาต่อในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ สาขา การบัญชี การตลาด การบริหารงานบุคคล และการจัดการ โดยมีจำนวน 10 คน 5 คน 4 คน และ 2 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.3 11.6 9.3 และ 4.7 ตามลำดับ

ตาราง 67 จำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่ผู้ปกครองพอใจ

ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ	จำนวน	ร้อยละ
20,000 บาท ต่อภาคเรียน	35	81.4
30,000 บาท ต่อภาคเรียน	6	14
40,000 บาท ต่อภาคเรียน	2	4.7
50,000 บาท ต่อภาคเรียน	0	0
รวม	43	100.00

จากตาราง 67 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่สนใจค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 ต่อภาคเรียนมากที่สุดเป็นจำนวน 35 คิดเป็นร้อยละ 81.4 รองลงมาคือ 30,000 บาท 40,000 บาท โดยมีจำนวน 6 และ 2 หรือคิดเป็นร้อยละ 14 และ 4.7 ตามลำดับ

ตาราง 68 จำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามบริเวณที่ต้องการให้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี)

บริเวณที่ต้องการให้เปิดสอน	จำนวน	ร้อยละ
บริเวณโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.	30	69.8
คณะสถานที่กับบริเวณที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.	13	30.2
รวม	43	100.00

จากตาราง 68 พบว่า ผู้ปกครองต้องการให้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบริเวณโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส. เป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 และต้องการให้เปิดสอนคณะสถานที่กับบริเวณที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2

ตาราง 69 จำนวนความถี่ของข้อเสนอแนะด้านความต้องการของผู้ปกครองจากหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทธบริหารธุรกิจ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษาที่ดี มีวุฒิปริญญาตรี เป็นที่ยอมรับของสังคม	16	66.67%
สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพต่อได้	5	20.83%
สะดวกในการเดินทางไปกลับไม่ต้องไปเรียนไกล	2	8.34%
บรรยากาศการเรียนที่เหมาะสม	1	4.16%
รวม	24	100.00

จากตาราง 69 พบว่า ผู้ปกครองที่ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจำนวน 24 คน ต้องการให้บุตรหลาน
ได้รับการศึกษาที่ดี มีวุฒิปริญญาตรีเป็นที่ยอมรับของสังคมมากเป็นอันดับหนึ่ง ถึงร้อยละ 66.67% รองลงมา
คือสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพต่อได้ 20.83% เดินทางไปกลับสะดวกไม่ต้องไปเรียนไกลบ้าน 8.34%
และมีบรรยากาศการเรียนการสอนที่เหมาะสม 4.16%

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ โดยใช้สถิติ Chi-Square Test (χ^2) เพื่อทดสอบสมมติฐานถึงความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร ซึ่งตัวแปรต้นคือ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการเรียนการสอนตัวแปรตามคือพฤติกรรมทางเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานในลักษณะตารางสรุปผล ดังนี้คือ

ตาราง 70 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม :			
	พฤติกรรมกาตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ			
	การตัดสินใจ ศึกษาต่อ	หลักสูตร ที่สนใจ	สาขาวิชา ที่สนใจ	ค่าธรรมเนียม ที่พอใจ
สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล				
สาขาวิชา	✓	✓	×	✓
อาชีพผู้ปกครอง	✓	✓	✓	✓
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนผู้ปกครอง	✓	✓	✓	×
สมมติฐานข้อที่ 2 ระดับทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษา				
ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์	✓	✓	✓	✓
ด้านทำเลที่ตั้ง	✓	✓	✓	✓
ด้านการส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓	✓
ด้านอาจารย์ผู้สอน	×	✓	✓	✓
ด้านลักษณะทางกายภาพ	✓	✓	✓	✓
ด้านกระบวนการเรียนการสอน	✓	✓	✓	✓

✓ หมายถึง ยอมรับสมมติฐานหลัก

× หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี โดยศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ สาขาวิชา อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครอง และทัศนคติทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการเรียนการสอน ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจเปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง2ปี)ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการศึกษาต่อของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
2. ทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คณะบริหารธุรกิจ โรงเรียนนารายณ์บริหารธุรกิจ ในปีการศึกษา 2547 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 392 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงจำนวนทั้งสิ้น 392 คน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (ยูทึม ไกยวรรณ, 2545 :107; อ้างอิงจาก Yamane, 1973 : 125) ใช้สูตร
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
 ได้กลุ่มตัวอย่าง 198 คน โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 และสำรองข้อมูลไว้เพื่อผิดพลาด 10 % ดังนั้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 217 ตัวอย่าง และมีขั้นตอนการเลือกตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนนารายณ์บริหารธุรกิจ ปีการศึกษา 2547 จำนวน 217 คน

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสาขาวิชาที่เปิดสอนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในโรงเรียนนารายณ์บริหารธุรกิจทั้งหมด 4 สาขาวิชาคือ การบัญชี การตลาด คอมพิวเตอร์ธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ และแบ่งตามสัดส่วนของนักศึกษาที่มีอยู่ในแต่ละสาขาได้จำนวนกลุ่มละ 39, 38, 129, 11 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ทำการจัดเก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงตามสัดส่วนที่กำหนดไว้จนครบตามที่กำหนด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ธุรกิจบริการและพฤติกรรมในการเลือกศึกษาต่อ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติในด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกับพฤติกรรมในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมติฐานในการวิจัย

3. สร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา จำนวน 3 ข้อ โดยแบ่งเป็น

ข้อที่ 1 สาขาวิชาที่ศึกษา เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อาชีพของผู้ปกครอง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อโรงเรียนนารายณ์บริหารธุรกิจ จำนวน 25 ข้อ

โดยใช้การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Rating Scale) ของ Likert) กำหนดให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยกำหนดน้ำหนักทัศนคติของแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยมากที่สุดเท่ากับ	5 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยมากเท่ากับ	4 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยปานกลางเท่ากับ	3 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยน้อยเท่ากับ	2 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยน้อยที่สุดเท่ากับ	1 คะแนน

ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย Range}}{\text{จำนวนชั้น Class}} \\ &= \frac{5-1}{3} \\ &= 1.33\end{aligned}$$

เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยแบบวิธี การประเมินค่าของ Likert กับแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย	3.68 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.34 - 3.67	จัดอยู่ในระดับ	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 2.33	จัดอยู่ในระดับ	น้อย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาดของพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษา

ต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) จำนวน 6 ข้อ

- ข้อที่ 1 การตัดสินใจศึกษาต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 2 หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 3 สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 4 ค่าธรรมเนียม เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)
- ข้อที่ 5 สถานที่ตั้งของโครงการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 6 การส่งเสริมการตลาดที่ต้องการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ(Nominal Scale)

การสำรวจตลาดโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนงานวิจัย ทำให้ทราบข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการในงานวิจัยนี้จึงได้สอบถามผู้ประกอบการจำนวน 50 คนโดยใช้วิธีสำรวจด้วยแบบสอบถามซึ่งมีลักษณะดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครอง จำนวน 4 ข้อ โดยแบ่งเป็น

- ข้อที่ 1 ความเกี่ยวข้องกับนักศึกษา เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 2 อาชีพของผู้ปกครอง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- ข้อที่ 4 รายได้เฉลี่ยผู้ปกครองต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามด้านทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจจำนวน 16 ข้อ โดยใช้การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Rating Scale) ของ Likert) กำหนดให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักทัศนคติของแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยมากที่สุดเท่ากับ	5 คะแนน
ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วยมากเท่ากับ	4 คะแนน

ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด เห็นด้วยปานกลางเท่ากับ 3 คะแนน
 ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด เห็นด้วยน้อยเท่ากับ 2 คะแนน
 ระดับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด เห็นด้วยน้อยที่สุดเท่ากับ 1 คะแนน
 ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย Range}}{\text{จำนวนชั้น Class}} \\ &= \frac{5-1}{3} \\ &= 1.33\end{aligned}$$

เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยแบบวิธี การประเมินค่าของ Likert กับแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย	3.68 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.34 - 3.67	จัดอยู่ในระดับ	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 2.33	จัดอยู่ในระดับ	น้อย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการให้บุตรหลานศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) กับโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จำนวน 6 ข้อ

- ข้อที่ 1 การตัดสินใจให้ศึกษาต่อหรือไม่เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 2 หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 3 สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 4 ค่าธรรมเนียม เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)
- ข้อที่ 5 สถานที่ตั้งของโครงการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 6 ข้อเสนอแนะ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วน (Ratio Scale)

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนอต่อคณะกรรมการทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) และข้อบกพร่องของข้อคำถาม

5. แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว จะนำไปทำการทดลองใช้ (Try out) กับผู้บริโภครandom ในเขตกรุงเทพมหานคร ประมาณ 10% ของตัวอย่างทั้งหมด ได้เท่ากับ 40 ตัวอย่าง

6. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ของครอนบัค(Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 449)

7. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการโดย

1. ขออนุญาตและนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยใช้ประกอบการแจกแบบสอบถาม เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ขออนุญาตจากผู้บริหารโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี เพื่อดำเนินการแจกแบบสอบถามผู้ปกครอง และนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

3. ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการแจกและเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยทำการแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างภายในห้องเรียน ตั้งแต่วันที่ 22 – 26 พฤศจิกายน 2547

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. การประมวลผลข้อมูลข้อมูลทำการลงรหัสแล้วนำมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. นำแบบสอบถามในตอนที่ 1 และ 3 มาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้การหาค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมของการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาและพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อ
2. นำแบบสอบถามในตอนที่ 2 มาตรวจให้คะแนนในแต่ละข้อ ตามหลักเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยที่ได้กำหนดไว้
3. นำแบบสอบถามในตอนที่ 2 ข้อ 1 – 26 มาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลในเรื่องเกี่ยวกับทัศนคติต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ 6 ด้าน
4. การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square (χ^2 - test) หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตามของข้อมูลที่อยู่ในรูปของความถี่ (Tests for Frequency Data) และทดสอบค่าสถิติ Cramer's V และ Somer's d เพื่อวัดระดับของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สาขาวิชา อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี ในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดของพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ได้แก่ การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหรือไม่ หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ

สาขาวิชาที่สนใจ ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ สถานที่ที่ต้องการให้เปิดสอน และการหาแหล่งข้อมูลของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-Square (χ^2 -test)

Cramer's V และ Somer's d

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ปกครองของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี สรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สาขาวิชา อาชีพผู้ปกครอง และรายได้ผู้ปกครอง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุดจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาได้แก่ สาขาวิชาการบัญชี การตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีจำนวน 39 คน 38 คน และ 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18 17.5 และ 5.1 ตามลำดับ ผู้ปกครองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมาได้แก่พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท รองลงมา 30,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด อาจารย์ผู้สอน ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการเรียนการสอน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

1. นักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกต่อชื่อเสียงภาพลักษณ์ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกในเรื่องเครื่องแบบนักเรียนสวยงามภูมิฐานมากที่สุดรองลงมาคือความภูมิใจในชื่อของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ หลักสูตรที่เปิดสอนมีความน่าสนใจ และสุดท้ายคือ ด้านความเป็นเลิศทางวิชาการ

2. ในด้านทำเลที่ตั้งนักศึกษามีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ที่มีทัศนคติด้านบวกต่อการเดินทางมาเรียนที่สะดวกสบายมากที่สุดรองลงมาคือ อาณาเขตพื้นที่ของโรงเรียนกว้างขวางเหมาะสมกับจำนวนนักเรียนนักศึกษา

3. ในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการโฆษณาทางวิทยุ แผ่นพับที่น่าสนใจกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับนักเรียนที่ต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือ มีกองทุนกู้ยืมการศึกษาอย่างทั่วถึง

4. ในด้านอาจารย์ผู้สอนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ที่มีทัศนคติด้านอาจารย์มีบุคลิกลักษณะเหมาะสมกับความเป็นครูมากที่สุด รองลงมาคือ ความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหา มีความรู้ความสามารถตรงกับเนื้อหาวิชา และ จำนวนอาจารย์มีเพียงพอต่อการสอน

5. ด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกต่อเทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมากที่สุด รองลงมาคือ ห้องน้ำมีเพียงพอและสะอาด อุปกรณ์การเรียนการสอนที่เพียงพอกับผู้เรียน

6. ในด้านกระบวนการเรียนการสอนที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกต่อการจัดกิจกรรมในโรงเรียนที่น่าสนใจมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดการเรียนการสอนที่น่าสนใจเข้าใจได้ง่าย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี)

พฤติกรรมการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ได้แก่การตัดสินใจศึกษาต่อหรือไม่ หลักสูตรที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจ ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ บริเวณที่ต้องการให้เปิดสอนและแหล่งข้อมูลของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่นักศึกษาเลือกแสวงหา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่สนใจที่จะศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี มากกว่าที่จะไม่ศึกษาต่อโดยมีนักศึกษาที่สนใจศึกษาต่อจำนวน 143 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 65.9 และไม่ศึกษาต่อ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1

2. หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศเป็นหลักสูตรนักศึกษาสนใจมากที่สุด จำนวน 139 คนคิดเป็นร้อยละ 64.1 และหลักสูตรภาคภาษาไทยจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9

3. สาขาวิชาที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ สาขา การบริหารงานบุคคล การตลาด การบัญชี และการจัดการ โดยมีจำนวน 42 33 31 และ 9 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19.4 15.3 14.4 และ 4.2 ตามลำดับ

4. ค่าธรรมเนียม 20,000 บาทต่อภาคเรียนเป็นอัตราที่ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจมากที่สุดเป็นจำนวน 182 คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ 30,000 บาท 50,000 บาท 40,000 บาท โดยมีจำนวน 30 3 และ 2 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.8 1.4 และ .9 ตามลำดับ

5. หากเปิดสอนระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบริเวณโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.มากที่สุด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 52. และต้องการให้เปิดสอนคณะสถานที่กับบริเวณที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส. จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9

6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะค้นหาข้อมูลของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จาก Web site มากที่สุด เป็นจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ โฆษณาทางสื่อวิทยุ ป้ายโฆษณา การแนะแนวกับนักศึกษาโดยตรง และ กิจกรรมออกบูธกิจกรรมนอกสถานที่กับนักศึกษา โดยมีจำนวน 51 41 และ 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.8 19.2 และ 5.1 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ Chi- Square ผลการทดสอบความสัมพันธ์เป็นดังนี้ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

สมมติฐานข้อที่ 1.1 สาขาวิชาของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรที่สนใจ และ ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ ในขณะที่สาขาวิชาที่ศึกษาอยู่ปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในด้านสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .648 หรือ 64.8% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อาชีพของผู้ปกครองนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

อาชีพของผู้ปกครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในทุกด้านทั้งการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจ และค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อ ในด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรที่สนใจ และสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ ในขณะที่รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อในด้านค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจมีความสัมพันธ์ในระดับน้อย โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับ .116 หรือ 11.6 % อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .006

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี

สมมติฐานข้อที่ 2.6 ทศนคติเชิงบวกของนักศึกษาด้านกระบวนการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

ทศนคติด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในทุกด้านทั้งการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจ และค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ปกครองของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ปกครองได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับนักศึกษา อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับนักศึกษาในฐานะมารดามากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือเป็นบิดา และผู้ดูแลแทนผู้ปกครองจำนวน 16 และ 6 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 32 และ 12 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ อาชีพธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 82 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีจำนวน 7 คน 2 คน และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และ 4 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและ 10,001 - 20,000 บาท โดยมีจำนวน 16 คนเท่ากัน

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการเรียนการสอน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

5.2.1 ทศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกในเรื่องความภูมิใจในชื่อของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือ DBAC เป็นที่ยอมรับของสังคมชุมชน

5.2.2 ทศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองในด้านทำเลที่ตั้งที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกในเรื่องสถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือการเดินทางไป – กลับ สะดวกสบายอยู่ในระดับปานกลาง

5.2.3 ทศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบวกในเรื่องการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับผู้ปกครองที่ต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือมีกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างทั่วถึง และการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนที่น่าสนใจอยู่ในระดับปานกลาง

5.2.4 ทศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองในด้านอาจารย์ผู้สอนที่มีต่อโรงเรียน
ดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
มีทัศนคติด้านบวกต่อการที่อาจารย์ติดตามเอาใจใส่นักเรียนสม่ำเสมอมากที่สุด รองลงมาคือ อาจารย์มีบุคลิก
ลักษณะเหมาะสมกับความเป็นครูและความเพียงพอของอาจารย์ผู้สอน

5.2.5 ทศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อโรงเรียน
ดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติ
เชิงบวกต่อความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่ของโรงเรียนและบรรยากาศของโรงเรียนร่มรื่นไม่แออัดมาก
ที่สุด รองลงมาคือสถานที่ อาคารเรียนเพียงพอกับจำนวนนักเรียนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 และด้าน
เทคโนโลยีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยอยู่ในระดับน้อยมีค่าเฉลี่ย 3.66

5.2.6 ทศนคติเชิงบวกโดยรวมของผู้ปกครองด้านกระบวนการให้บริการที่มีต่อโรงเรียน
ดาราสมุทรบริหารธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
มีทัศนคติด้านบวกต่อการต้อนรับและอำนวยความสะดวกกับผู้ปกครองที่มาติดต่อมากที่สุด รองลงมาคือระบบ
การแจ้งข้อมูลนักศึกษาที่รวดเร็วและทันสมัย

5.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการให้บุตรหลานศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับ
ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) กับโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ได้แก่ การตัดสินใจศึกษาต่อหรือไม่ หลักสูตรที่
สนใจ สาขาวิชาที่สนใจ ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจ บริเวณที่ต้องการให้เปิดสอนและข้อเสนอแนะอื่นๆ
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ผู้ปกครองส่วนใหญ่สนใจให้บุตรหลานศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง
2 ปี) และสนใจให้บุตรหลานศึกษาต่อประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศมากกว่าหลักสูตร
ภาคภาษาไทยสาขาวิชาที่ผู้ปกครองสนใจให้บุตรหลานศึกษาต่อมากที่สุดคือสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ โดย
ส่วนใหญ่สนใจค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 ต่อภาคเรียนมากที่สุด รองลงมาคือ 30,000 บาท หากเปิดสอน
หลักสูตรบริหารธุรกิจผู้ปกครองพอใจที่จะให้เปิดสอนบริเวณโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่เปิดสอนระดับ
ปวช. ปวส. มากกว่าคนละสถานที่กับบริเวณที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.

จากข้อเสนอแนะที่ผู้ปกครองให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจำนวน 24 คน ส่วนใหญ่มีความต้องการให้
บุตรหลานได้รับการศึกษาที่ดี มีวุฒิปริญญาตรีเป็นที่ยอมรับของสังคมมากเป็นอันดับหนึ่ง ถึงร้อยละ 66.67%
รองลงมาคือสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพต่อได้ 20.83% เดินทางไปกลับสะดวกไม่ต้องไปเรียนไกล
บ้าน 8.34% และมีบรรยากาศการเรียนการสอนที่เหมาะสม 4.16%

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

จากข้อมูลส่วนบุคคลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาในสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การบัญชี การตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับส่วนใหญ่ผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย รองลงมาพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวกับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี พบว่า

1.1 สาขาวิชาที่ศึกษาอยู่ในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ในด้านการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรที่สนใจศึกษาและค่าธรรมเนียมที่พอใจ อาจเนื่องมาจากการศึกษาระดับปริญญาตรีในปัจจุบันนี้เป็นสิ่งจำเป็นที่เหมือนการศึกษาภาคบังคับจากสังคมที่เยาวชนส่วนใหญ่ต้องศึกษาให้จบปริญญาตรี ดังนั้นสาขาวิชาที่ศึกษาในปัจจุบันจึงไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตร หรือค่าธรรมเนียม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กษวรรณ ขจรเสรี (2544 : 3) ที่ศึกษาวิจัย เรื่องผลกระทบของปัญหาเศรษฐกิจต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา : กรณีศึกษานักเรียนในเขตหนองแขม พบว่า ผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจมีผลกระทบต่อการศึกษาต่อของนักเรียนในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศดนันท์ ทรัพย์ศิริ (2546 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวชิราวุธ ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นิสิตที่สำเร็จการศึกษาจากสาขาในระดับปริญญาตรีที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิต สายสังข์ (2547 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาความต้องการศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยพาณิชยการบางนา พบว่า นักเรียนที่เรียนกลุ่มวิชาต่างกัน มีความต้องการศึกษาต่อโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดา หิรัญญา (2545 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการเลือกเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา) สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา พบว่า นักศึกษาที่เรียนสาขาวิชาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเลือกเรียนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ในด้านสาขาวิชาที่ศึกษาอยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 อาจเนื่องจาก การเรียนในสายอาชีพนักศึกษาจะเลือกเรียนตามความถนัด ความสนใจของตนเองแล้วในระดับปวส. ฉะนั้นเมื่อนักศึกษาศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) จึงมักเลือกสาขาวิชาที่ต่อเนื่องที่มีความสัมพันธ์กัน และจากการเก็บข้อมูลมีนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ 2 คนมีความสนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาการบัญชี ซึ่งในทางปฏิบัติขัดกับหลักสูตรเพราะนักศึกษาในระดับ ปวส. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจไม่สามารถเลือกศึกษาต่อสาขาวิชาการบัญชีได้ในระดับปริญญาตรีซึ่งอาจมาจากความไม่รู้ข้อมูลโครงสร้างหลักสูตรของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 อาชีพของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ
 ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรที่สนใจ
 ศึกษา สาขาวิชาที่สนใจ และ ค่าธรรมเนียมที่พอใจ ทั้งนี้เนื่องจาก ในการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีใน
 ปัจจุบันเป็นสิ่งจำเป็น และผู้ปกครองส่วนใหญ่มักให้อิสระนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อ หลักสูตร และสาขาที่
 สนใจเองโดยไม่ยึดติดกับความต้องการของตนเองเหมือนในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์
 คำชาย (2543 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกสาขาวิชาของนักศึกษาปริญญาตรีในสถาบัน
 ราชภัฏราชนครินทร์ พบว่า อาชีพของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกสาขาวิชาของนักศึกษาระดับ
 ปริญญาตรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสา สายสังข์ (2547 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาความต้องการศึกษา
 ต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
 วิทยาลัยพณิชยการบางนา พบว่า นักเรียนที่มีผู้ปกครองมีอาชีพต่างกัน มีความต้องการศึกษาต่อระดับ
 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ปกครอง
 ของนักเรียนส่วนใหญ่มีความต้องการให้นักเรียนในปกครองได้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นอยู่แล้ว จะเป็นสาขา
 ใดก็ได้โดยให้สิทธิและเสรีภาพแก่นักเรียนในการเลือกเรียนโดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ เมื่อสำเร็จการศึกษา
 แล้วหางานทำได้ง่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตภา พุทธิศิริรังษี (2546 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษา
 อุปสงค์ในการศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
 (ปวช.) วิทยาลัยพณิชยการอินทราชัย ปีการศึกษา 2545 พบว่า อาชีพของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับ
 อุปสงค์ในการศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เนื่องจากผู้ปกครอง
 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัวและรับจ้าง จึงมีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการศึกษาต่อสายอาชีพของ
 นักเรียนซึ่งยึดอาชีพแบบอย่างของบิดามารดา

1.3 รายได้เฉลี่ยครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ
 ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรที่สนใจ
 ศึกษา สาขาวิชาที่สนใจ แต่มีความสัมพันธ์กับ ค่าธรรมเนียมที่พอใจ ทั้งนี้เนื่องจากไม่ว่าครอบครัวจะมี
 ฐานะอย่างไรก็ต้องพยายามดิ้นรนให้บุตรหลานได้ศึกษาจนจบปริญญาตรี และในปัจจุบันยังมีกองทุนกู้ยืมเพื่อ
 การศึกษา และทุนการศึกษาในรูปแบบต่างๆ จากสถาบันการศึกษา ทำให้นักศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อ
 และในแต่ละสาขาวิชาของหลักสูตรบริหารธุรกิจก็มีค่าใช้จ่ายไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
 วิจัยของ พรทิพย์ คำชาย (2543 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกสาขาวิชาของนักศึกษา
 ปริญญาตรีในสถาบันราชภัฏราชนครินทร์ พบว่า รายได้ของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกสาขา
 วิชาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องจาก นักศึกษาส่วนใหญ่มีผู้ปกครองที่มีรายได้ในระดับต่ำถึงร้อยละ
 45.9 และนักศึกษามีการกู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และสอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดา
 หิรัญยวา (2545 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ครอบครัวต่างกัน มีแรงจูงใจในการเลือกเรียนโดย
 รวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตภา พุทธิศิริรังษี (2546 :
 บทคัดย่อ) ที่พบว่า รายได้ของผู้ปกครองนักเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ในการศึกษาต่อระดับ
 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง แสดงว่าผู้ปกครองนักเรียนไม่ว่าจะรายได้มากหรือน้อยก็ไม่มียิทธิพลต่อการ
 ศึกษาต่อ และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ณัฐชา ตริมุข (2546 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์
 กับจำนวนผู้สมัครเข้าเรียนระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒพบว่าจำนวนผู้สมัครเข้าเรียนต่อ
 ปริญญาโทมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการศึกษาโดยมีทั้งไปในทิศทางเดียวกัน และในทิศทางตรงกันข้าม
 คือ ถ้าอัตราค่าเล่าเรียนสูงขึ้นอุปสงค์ทางการศึกษาก็จะลดลง และหากอัตราค่าเล่าเรียนถูกลง อุปสงค์ทางการ

ศึกษาก็จะเพิ่มขึ้น ส่วนในความสัมพันธ์เชิงบวกนั้น อาจมาจาก ความต้องการที่จะศึกษาในระดับที่สูงขึ้นส่งผลต่อความก้าวหน้าในอนาคต และผู้ที่เข้ารับการศึกษาเป็นผู้ที่มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการศึกษา แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา (2547 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคพิเศษที่มีต่อโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ พบว่า รายได้ของผู้เรียนภาคพิเศษมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในด้านค่าใช้จ่ายในหลักสูตร

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการศึกษาต่อของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

จากการศึกษา พบว่า

2.1 การตัดสินใจศึกษาต่อ นักศึกษาส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรีมากกว่าที่จะ ไม่ศึกษาต่อ ซึ่งเหตุผลที่นักศึกษาเลือกศึกษาต่ออาจเนื่องมาจาก การศึกษาระดับปริญญาตรีในปัจจุบันเป็นสิ่งจำเป็นในการปูพื้นฐานไปสู่การทำงานในอนาคตรวมถึงโอกาสในการมีงานที่มั่นคงก้าวหน้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสา สายสังข์ (2547 : บทคัดย่อ) นักเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงมีความต้องการศึกษาต่อในระดับปวส.โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และผลการวิจัยในด้านทัศนคติต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อนักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกกับโรงเรียนก็จะทำให้มีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะเลือกศึกษาต่อ ดังที่ เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า นักการตลาดจำเป็นต้องใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อกำหนดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือชักนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีผลชักนำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า ทัศนคติหลังซื้อเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการ ประสบการณ์ตรงจะทำให้เขาพอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งทัศนคติดังกล่าวจะส่งผลย้อนกลับไปเป็นบวกหรือลบ หากผู้บริโภคพอใจหลังจากได้ใช้การยอมรับก็จะสูงขึ้น โอกาสความสำเร็จก็จะมีมากเพราะผู้บริโภคจะซื้อซ้ำ แต่หากผู้บริโภคไม่พอใจหลังการใช้ การยอมรับก็จะลดลง

2.2 หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อ นักศึกษาส่วนใหญ่สนใจหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากการเปิดเสรีทางการศึกษาที่มหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วโลกสามารถเข้ามาเปิดสถานศึกษาในประเทศไทยได้โดยสถาบันการศึกษาต่างประเทศมีความได้เปรียบในเรื่องของเงินทุน เทคโนโลยี รวมทั้งแบรนด์ของสถาบันรวมถึงยังมีนักศึกษากลุ่มใหญ่ที่ต้องการไปศึกษาต่อต่างประเทศ แต่ขาดความพร้อมด้านการเงิน ภาษา หรือจากความเป็นห่วงของผู้ปกครองฉะนั้น การเรียนหลักสูตรอินเตอร์หรือหลักสูตรประสานความร่วมมือกับต่างประเทศจึงเป็นทางเลือกที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก วารสาร สอ. ประเทศไทย (1999 : 185) ที่ระบุว่า แนวโน้มการอุดมศึกษาไทยในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นสถาบันการศึกษาจากต่างประเทศจะเข้ามาเปิดสาขาเพื่อจัดการเรียนการสอนในประเทศไทยมากขึ้นและจะมีการประสานความร่วมมือในการเปิดหลักสูตรหรือสาขาวิชาร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยในต่างประเทศกับมหาวิทยาลัยในประเทศไทยจะมีเพิ่มขึ้นและมีความหลากหลายของโปรแกรม ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ (2547 : B2) ที่ระบุว่า การเกิดขึ้นของหลักสูตรนานาชาติของมหาวิทยาลัยของรัฐ ทั้งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , มหิดล , ธรรมศาสตร์ และอื่นๆ ส่งผลกระทบอย่างใหญ่หลวงไปยังมหาวิทยาลัยที่วางตำแหน่งมีจุดเด่นด้านภาษาอังกฤษ เมื่อมหาวิทยาลัยของรัฐเปิดหลักสูตรภาษาอังกฤษ พฤติกรรมของเด็กเก่งๆ ก็ยากไปเรียนมหาวิทยาลัยของรัฐมากกว่า

2.3 สาขาวิชาที่นักศึกษาให้ความสนใจ อยากศึกษาต่อมากที่สุดคือสาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ รองลงมาคือ สาขา การบริหารงานบุคคล การตลาด การบัญชี และการจัดการ ซึ่งในเรื่องของสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ที่เป็นที่นิยมนั้นอาจเนื่องมาจากในปัจจุบันคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทชีวิตประจำวันและการทำงานเป็นอย่างมาก รวมถึงภาพลักษณ์ของผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ก็เป็นภาพที่ดี มีเทคโนโลยีเป็นคนทันสมัย ซึ่งเป็นกระแสความนิยมของนักศึกษาในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกษวรรณ ขจรเสรี (2544 : 3) ที่ศึกษาวิจัย เรื่องผลกระทบของปัญหาเศรษฐกิจต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา : กรณีศึกษานักเรียนในเขตหนองแขม พบว่า ในคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์เป็นสาขาวิชาที่มีนักเรียนต้องการศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมาคือ การบัญชี และการตลาด

2.4 ค่าธรรมเนียมการเรียน 20,000 ต่อภาคเรียน ซึ่งอัตราค่าธรรมเนียม 20,000 บาทนี้ทางโรงเรียนจะต้องมีจำนวนนักศึกษาขั้นต่ำ 214 คน จึงจะคุ้มทุนตามการคำนวณจุดคุ้มทุนของการลงทุนในโครงการนี้ ซึ่งจากผลวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของศตนันท์ ทรัพย์หิรัญ (2546 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า นิสิตนักศึกษาให้ความสำคัญในด้านค่าใช้จ่ายในหลักสูตรในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายรวมทั้งหลักสูตร เป็นข้อที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งอาจเนื่องจากเป็นอัตราค่าเล่าเรียนที่ใกล้เคียงกับที่นักศึกษาระดับปวส.ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจต้องจ่ายอยู่ในปัจจุบัน (12,000 บาท) และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับจากราคาตลาดแล้วอัตราค่าเล่าเรียน 20,000 บาท ก็เป็นอัตราที่ใกล้เคียงกับอัตราค่าธรรมเนียมเฉลี่ยของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีของภาครัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนที่เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ ประมาณ 22,750 บาท และในงานวิจัยของจินตภาพุทธิศิริรังษี (2546 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาอุปสงค์ในการศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยพณิชยการอินทราชัย ปีการศึกษา 2545 พบว่า นักเรียนของวิทยาลัยพณิชยการอินทราชัย มีความเห็นว่าค่าเล่าเรียนในปัจจุบัน คือ ประมาณ 1,700 บาท ไม่เหมาะสมคือมีค่าเล่าเรียนถูกไป

2.5 ทำเลที่ตั้งในการเปิดสอน นักศึกษา ต้องการให้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบริเวณโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจเดิมที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส. ซึ่งศตนันท์ ทรัพย์หิรัญ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาประเด็นทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยไว้ว่า นิสิตให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยในระดับความสำคัญมาก ทั้งด้านความสะดวกในการเดินทางไปศึกษาเล่าเรียน ด้านบรรยากาศ สภาพแวดล้อมบริเวณมหาวิทยาลัย

2.5 แหล่งข้อมูลในการค้นหาข้อมูลของ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ ส่วนใหญ่นักศึกษาเลือกที่จะค้นหาข้อมูลของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จาก Web site มากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณาทางสื่อวิทยุ ป้ายโฆษณา การแนะนำกับนักศึกษาโดยตรง และ กิจกรรมออกบูธกิจกรรมนอกสถานที่กับนักศึกษา ซึ่งงานวิจัยของ ศตนันท์ ทรัพย์หิรัญ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาประเด็นการส่งเสริมการตลาดไว้ว่า นิสิตให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าให้ความสำคัญในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตร การศึกษาดูงาน การให้ทุนการศึกษา หรือสนับสนุนการทำวิจัย การเผยแพร่โดยใช้บุคคล

3. ผลการศึกษาทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของโรงเรียน คาราสุมุทบริหารธุรกิจที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

จากการศึกษาทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี โดยรวม 6 ด้านประกอบด้วย ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการเรียนการสอน มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะโรงเรียนเพิ่งดำเนินการเรียนการสอนมาได้ 7 ปี ซึ่งถือว่ายังไม่นานสำหรับธุรกิจการศึกษาที่ต้องมีการสั่งสมชื่อเสียง ประสบการณ์ จึงทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อในแต่ละด้าน พบว่าทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี จำแนกได้ดังนี้

ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ พบว่าทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านอาจารย์ผู้สอน อาจเนื่องจากโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ เป็นโรงเรียนในเครือคาทอลิกของสังฆมณฑล จันทบุรี ซึ่งมีโรงเรียนในเครือที่เป็นที่ยอมรับของภาคตะวันออก เช่น โรงเรียนคาราสุมุทศรีราชา โรงเรียนปริซานุศาสน์ ทำให้ในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์เป็นที่ยอมรับได้ง่ายและรวดเร็ว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เครื่องแบบนักเรียนที่สวยงามเป็นข้อที่นักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกมากที่สุด เพราะการวางแผนทางการตลาดของโรงเรียนที่เล็งเห็นในเรื่องความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นวัยเรียนที่ให้ความสำคัญกับเสื้อผ้า การแต่งกายที่ดี ทันสมัย ทางโรงเรียนจึงออกแบบชุดนักเรียน นักศึกษาให้มีความสดใสบวกกับความเป็นนักธุรกิจน้อย และมีการให้ใส่สูทเพื่อเตรียมพร้อมด้านบุคลิกภาพในความเป็นบริหารธุรกิจ และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกในรายข้อ บรรยากาศของโรงเรียนเหมาะแก่การเรียนการสอนมากที่สุด รองลงมาคือการเดินทางมาเรียนที่สะดวกสบาย ซึ่งเป็นเพราะโรงเรียนอยู่ในซอยที่ค่อนข้างห่างจากถนนใหญ่ มีต้นไม้ร่มรื่น ทำให้บรรยากาศสดชื่น ไม่มีมลภาวะทางเสียง และอากาศที่รบกวนการเรียนการสอน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกในรายข้อ การโฆษณาทางวิทยุ แผ่นพับ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับนักเรียนที่ต่อเนื่องมากที่สุด ในด้านการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนน้อยที่สุด ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงเรียนที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นโรงเรียนที่มีคุณภาพ เทคโนโลยีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย จึงมีการให้ส่วนลดและส่งเสริมการขายที่น้อยโดยเน้นการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกเป็นหลัก

ด้านอาจารย์ ผู้สอน พบว่า ทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกกับอาจารย์มีความเป็นกันเองและให้คำปรึกษาได้ดี อยู่ในระดับความสำคัญมาก รองลงมาคือ อาจารย์มีบุคลิกลักษณะเหมาะสมกับความเป็นครู ทั้งนี้เนื่องจากอาจารย์ส่วนใหญ่ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจจะคัดอาจารย์ที่เพิ่งจบใหม่หรือ ที่มีประสบการณ์แต่อายุยังไม่มากเพื่อให้สามารถเข้าใจและเข้าถึงนักศึกษาที่เป็นวัยรุ่นได้ดีทั้งด้านการเรียน ชีวิตส่วนตัว เพื่อลดช่องว่างระหว่างอาจารย์กับนักเรียนทำให้นักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกกับอาจารย์ในด้านความเป็นกันเองและการให้คำปรึกษาในระดับมาก แต่ในด้านของความเพียงพอของอาจารย์ผู้สอนเป็นข้อที่มีทัศนคติเชิงบวกน้อย

ที่สุดเพราะปัจจุบันมีอัตราการลาออกของอาจารย์ค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมควร ทองอ้า (2545 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาคุณลักษณะอาจารย์ที่ปรึกษาที่พึงประสงค์ตามความคิดเห็นของนักเรียนโรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค.) พบว่า คุณลักษณะของอาจารย์ที่ปรึกษาที่พึงประสงค์คือมีความสุภาพ อ่อนโยน ร่าเริง แจ่มใสวางตัวได้เหมาะสมเป็นกันเองกับนักเรียน สนใจเอื้ออาทรต่อทุกข์สุขของนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประจวบ ทองศรี (2546 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางการเรียน ของนิสิตที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา พบว่า ทักษะของนิสิตและอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ในด้านการเรียนการสอนอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากมีอาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาไม่เพียงพอกับจำนวนนิสิตอีกทั้งอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาต่างๆมีจำนวนจำกัดและส่วนใหญ่เป็นอาจารย์ที่เพิ่งสำเร็จการศึกษาส่งผลให้ขาดประสบการณ์การสอน รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกภาคปฏิบัติมีจำนวนไม่เพียงพอกับนิสิต

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ทักษะคติเชิงบวกของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกในรายข้อเทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมากที่สุด รองลงมาคือ ห้องน้ำมีเพียงพอและสะอาด ทั้งนี้เนื่องจากโรงเรียนมีการลงทุนในด้านอาคารเรียน อุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย มีการใช้เทคโนโลยีในการสอน อุปกรณ์การสอน และสื่อการเรียนการสอนและยังให้ความสำคัญกับเรื่องของความสะอาดของบริเวณอาคารเรียน ห้องเรียน ห้องน้ำต่างๆ เป็นอย่างมาก มีการจัดเจ้าหน้าที่ดูแลและสร้างจิตสำนึกให้กับนักเรียนในการรักษาความสะอาด ส่วนในข้อที่น้อยที่สุดคือ บริการรถรับส่งที่เพียงพอ เนื่องจากการมาเรียนและการกลับบ้านของนักเรียนนักศึกษาจะมีลักษณะเหมือนสภาพการจราจรที่ติดขัดในบางช่วงคือ ช่วงเช้าเวลา 08.00 – 08.30 น. และเวลาเลิกเรียน 14.00 – 15.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักเรียนนักศึกษาใช้บริการค่อนข้างมากทำให้เกิดความไม่เพียงพอ

ด้านกระบวนการเรียนการสอน พบว่า ทักษะคติเชิงบวกของนักศึกษาโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่านักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกกับการจัดกิจกรรมในโรงเรียนที่น่าสนใจเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การจัดการเรียนการสอนที่เข้าใจง่าย ทั้งนี้เนื่องจากโรงเรียนมีบุคลากรทั้งอาจารย์สายสอนและเจ้าหน้าที่ที่เป็นคนรุ่นใหม่ วัยหนุ่มสาวค่อนข้างเยอะ รวมทั้งบุคลิกภาพของโรงเรียนที่เป็นโรงเรียนคาทอลิกเน้นการเรียนการสอนควบคู่กับกิจกรรมและจริยธรรมคำสอน มีการประยุกต์ใช้กิจกรรมในการเรียนการสอน และสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ ตลอดปีการศึกษาทำให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีกับการจัดกิจกรรมต่างๆ ส่วนในด้านการวัดผลและประเมินผลผู้เรียนที่ยุติธรรมนักศึกษามีทัศนคตินำรายข้อน้อยที่สุด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องจากการเรียนในบางวิชาใช้การประเมินผลจากเกณฑ์ของผู้สอน ซึ่งบางครั้งผู้สอนบางคนอาจไม่อธิบายเกณฑ์การประเมินผลให้นักศึกษาได้ฟังและสร้างความเข้าใจด้านการประเมินผลก่อนการเรียนการสอนหรือขาดหลักฐานอ้างอิงประกอบการพิจารณาให้คะแนนทำให้นักศึกษาไม่เข้าใจเกณฑ์การประเมินผลในทิศทางเดียวกัน

4. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี

จากการศึกษา เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเชิงบวกของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี โดยรวม 6 ด้านประกอบด้วย ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการเรียนการสอนกับพฤติกรรมการศึกษาต่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ในด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจและค่าธรรมเนียมที่พอใจ พบว่า

ในด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการเรียนการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ในด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรที่สนใจ สาขาวิชาที่สนใจและค่าธรรมเนียมที่พอใจมีเพียงด้านเดียวที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อคือ ด้านอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นกลุ่มลูกค้ายายเก่า ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนจึงมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจว่าจะศึกษาต่อหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิพงศ์ ห่วงพรายแก้ว (2545 : บทคัดย่อ) . ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อ.เทค) ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชนที่เปิดสอนระดับปริญญาตรีต่อเนื่อง พบว่า นักเรียนนักศึกษามีความพึงพอใจกับครูอาจารย์ที่มีคุณวุฒิมีความรู้ความสามารถในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้นักเรียนเกิดความรู้ในสาขาวิชาต่างๆ และมีการให้คำแนะนำปรึกษา อย่างใกล้ชิด และในด้านทำเลที่ตั้ง เสาวนีย์ สารณัฐ (2538 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาระดับปริญญาตรีของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา ไว้พบว่า เหตุผลในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาในด้านความสะดวกในการเดินทางอยู่ในระดับปานกลาง และในงานวิจัยของมนัส ชินการณ (2542 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาทัศนคติในการเลือกสาขาวิชาเรียนของนักเรียนระดับปวช. 1 วิทยาลัยเทคนิคภูเก็ตพบว่า ทัศนคติในการเลือกสาขาวิชาเรียนของนักเรียนระดับปวช. 1 มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เรียน ในองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม มีประเด็นในด้านของการได้รับคำแนะนำจากครูแนะแนวตรงกับอาชีพที่ผู้ปกครองทำอยู่และเห็นว่าผู้ปกครองมีรายได้น้อยไม่พอที่จะส่งให้เรียนในสาขาอื่น ในองค์ประกอบด้านความสามารถเมื่อพิจารณารายประเด็น มีประเด็นในด้านเกรงว่าจะสอบเข้าสาขาวิชาอื่นไม่ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสริมศรี สวนไพรินทร์ อ้างถึงในงานวิจัยของ สมควร ทองฮ้า ที่ได้ศึกษาการเลือกสาขาวิชาที่จะศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในกรุงเทพมหานคร พบว่านักเรียนเลือกสาขาวิชาด้วยการประมาณจากความสามารถของตนเองและความสนใจของนักเรียนรวมทั้งเหตุผลเกี่ยวกับการหางานทำได้ง่ายแต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของศดนันท์ ทรัพย์หิรัญ (2546 : บทคัดย่อ)ที่พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยนักศึกษาพิจารณาหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถ ความหลากหลายของสาขาวิชา พิจารณาค่าใช้จ่ายความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับจำนวนเงิน ความสะดวกในการเดินทาง พิจารณาการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์หลักสูตร

5. ผลการศึกษาทัศนคติของผู้ปกครองนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับนักศึกษาในฐานะมารดามากที่สุด ประกอบอาชีพ
ธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท

จากการศึกษาทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี โดยรวม
6 ด้านประกอบด้วย ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาจารย์ผู้สอน
ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจมา
จากเหตุผลเดียวกับในกลุ่มนักศึกษาที่ว่าโรงเรียนเพ่งดำเนินการจัดการเรียนการสอนมาได้ 7 ปี ซึ่งถือว่ายังไม่
นานสำหรับธุรกิจการศึกษาที่ต้องการการสั่งสมชื่อเสียง ประสบการณ์ และผู้ปกครองส่วนใหญ่เชื่อมั่นในชื่อของ
โรงเรียนในเครือทั้งดาราสมุทรศรีราชา ปรินานูศาสน์ รวมถึงการพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนคติของผู้ปกครองและ
นักเรียนทำให้ ทัศนคติโดยรวมของทั้งผู้ปกครองและนักศึกษายู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อในแต่ละด้าน พบว่าทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน
ดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ. ชลบุรี จำแนกได้ดังนี้

ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ พบว่าทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณารายข้อ
รายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในข้อความภูมิใจในชื่อของโรงเรียนดาราสมุทร
บริหารธุรกิจมากที่สุด ซึ่งอาจเนื่องมาจากการเป็นโรงเรียนในเครือของสัมพันธวงษ์ธนบุรีเป็นโรงเรียนคาทอลิก
ที่มีชื่อเสียงในภาคตะวันออกมานานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริยาภรณ์ อัครดำรงชัย (2544 : บทคัดย่อ)
ที่ศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ พบว่า ผู้ป
กครองมีความคาดหวังต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนโดยรวมอยู่ในระดับมากและมีความคาดหวังต่อการ
บริหารงานบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิศิษฐ์ วิเศษเกียรติกุล (2541 : บทคัดย่อ) ที่
ศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาระดับประถมศึกษาของโรงเรียนคาทอลิก สังกัด
สังฆมณฑลจันทบุรีพบว่าความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาระดับประถมศึกษาของโรงเรียน
คาทอลิกสังกัดสังฆมณฑลจันทบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณารายด้านมีความคาดหวังต่อการ
การบริหารงานบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง

ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่าทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณารายข้อ
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในข้อสถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความปลอดภัยมากที่สุด
ทั้งนี้เนื่องจากบุตรหลานถือเป็นแก้วตาดวงใจของพ่อแม่ผู้ปกครอง และโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นมีโอกาสที่จะ
ประพฤตินอกกลุ่มนอกลู่นอกทางได้ง่ายทั้งจากความตั้งใจของนักเรียนและการความเป็นวัยรุ่น ส่งผลให้ผู้ปกครอง
ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยมากและโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจก็ตั้งอยู่ในซอยที่ห่างจากถนน
สายหลัก มีรั้วรอบขอบชิด มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยหน้าประตูโรงเรียนตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้มีความ
ปลอดภัยค่อนข้างสูง รวมถึงการดูแลจากอาจารย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ทัศนคติเชิงบวกของผู้ปกครองอยู่ในระดับปานกลาง
เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในข้อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับ
ผู้ปกครองที่ต่อเนื่องมากที่สุด เนื่องจากทางโรงเรียนให้ความสำคัญกับลูกค้าเก่าและมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดี
กับผู้ปกครองและนักเรียนนักศึกษาโดยมีการจัดปฐมนิเทศผู้ปกครองทุกปี จัดวันนัดพบผู้ปกครอง วันแสดง
ความยินดีในความสำเร็จของนักเรียนนักศึกษารวมถึงเมื่อมีกิจกรรมต่างๆ ก็จะมีการเชิญและแจ้งให้ผู้ปกครอง
รับทราบหรือเข้าร่วมงานด้วยเสมอมา

เนื่องจากในปัจจุบันการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นไปเบิกทางที่จะนำไปสู่ถนนของการทำงาน เป็นก้าวที่จะทำให้ชีวิตประสบความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับจากสังคม ผู้ปกครองส่วนใหญ่ จึงมีความมุ่งหวังที่จะให้บุตรหลานได้ศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยหลักสูตรประสานความร่วมมือจากต่างประเทศในปัจจุบันเป็นที่นิยมเนื่องจาก การดำเนินธุรกิจในทุกวันนี้ก้าวไกลและมีการติดต่อค้าขายกับต่างชาติ มากขึ้น ในชีวิตประจำวันภาษาต่างประเทศก็เข้ามามีบทบาทมากขึ้นทำให้หลักสูตรประสานความร่วมมือกับ ต่างประเทศได้รับความนิยมในการเลือกศึกษาต่อรวมไปถึงการใช้คอมพิวเตอร์ที่มากและหลากหลายขึ้นใน งานแขนงต่าง ๆ ที่นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการทำงาน สาขาวิชาคอมพิวเตอร์จึงเป็นที่นิยมให้บุตรหลานได้ ศึกษาต่อ การที่ผู้ปกครองสนใจอัตราค่าธรรมเนียมการเรียนในระดับ 20,000 บาทก็เป็นผลวิจัยที่สอดคล้องกับ กลุ่มนักศึกษา และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจากราคาตลาดแล้วอัตราค่าเล่าเรียน 20,000 บาท ก็เป็นอัตราที่ ใกล้เคียงกับอัตราค่าธรรมเนียมเฉลี่ยของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีของภาครัฐและ มหาวิทยาลัยเอกชนที่เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ ประมาณ 22,750 บาท

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ในการเปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ พบว่า มีความเป็นไปได้ทางการตลาดที่จะได้ รับการตอบรับจากนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงและผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยทั้งนัก ศึกษาและผู้ปกครองมีความสนใจในการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) กับทางโรงเรียน ดาราสมุทรบริหารธุรกิจ โดยมีความสนใจหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศส่วน สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจเป็นสาขาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งทั้งผู้ปกครองและนักศึกษาพอใจกับค่า ธรรมเนียมการเรียนที่ 20,000 บาท ซึ่งในราคาค่าธรรมเนียมนี้ ทางโรงเรียนต้องมีจำนวนนักศึกษาขั้นต่ำ 214 คน ตามการคำนวณจากจุดคุ้มทุนของหลักสูตร และสถานที่ในการเปิดสอนที่ผู้ปกครองและนักศึกษาต้องการ มากที่สุดก็คือ บริเวณเดียวกับโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัย ความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น สูงโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการวิจัยทัศนคติเชิงบวกต่อโรงเรียนในด้านต่างๆ ประกอบด้วย

1.1 ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์นักศึกษาชื่นชมกับรูปแบบนักศึกษาที่มีสวยงามภูมิฐาน เนื่องจากพฤติกรรมของวัยรุ่นในการเลือกสถานศึกษาจากปัจจัยทางด้านวิชาการแล้ว วิธีการดำเนินชีวิต การแต่งกายก็เป็นอีกข้อหนึ่งที่มีอิทธิพล ในการที่จะเปิดสอนระดับปริญญาตรี ทางโรงเรียนดาราสมุทรบริหาร ธุรกิจจึงควรมีการพิจารณาถึงเรื่องของรูปแบบหรือการแต่งกายของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีว่าควร เป็นรูปแบบนักศึกษาเหมือนสถาบันอื่นๆ หรือควรสร้างเอกลักษณ์ในชุดฟอร์มของสถาบันเอง

1.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นด้านที่นักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกค่อนข้างน้อย ควรใช้ กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดที่เป็นลักษณะปากต่อปาก Word of mouth โดยเน้นประชาสัมพันธ์ให้กับ นักเรียนนักศึกษาภายในและผู้ปกครองให้เป็นกระบอกเสียงที่ดีให้กับโรงเรียน รวมถึงการทำ Direct Marketing โดยตรงกับกลุ่มนักเรียน นักศึกษาเป้าหมายและนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปวช. ปวส.

1.3 ด้านอาจารย์ผู้สอน มุ่งเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกในด้านอาจารย์มีความเป็นกันเองและ ให้คำปรึกษาได้ดีเพราะจะเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนให้ปัจจัยด้านอื่นๆ ดีขึ้นทั้งชื่อเสียงภาพลักษณ์ และช่วยลดงาน

ของการทำการส่งเสริมการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์กับภายนอกด้วยและควรต้องมีการวางแผนป้องกันปัญหาในเรื่องการขาดแคลนอาจารย์ผู้สอนหรือการลาออกของอาจารย์ผู้สอนระหว่างภาคเรียนโดยมีระบบการทำสัญญาในการจ้างสอนหรือทดลองงานและนำมาใช้จริงและจากการทดสอบสมมุติฐานยังพบว่าอาจารย์ผู้สอนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อจะนั้นจึงต้องมีการพัฒนาอาจารย์ผู้สอนทั้งในเชิงวิชาการและจิตวิทยาเพื่อให้อาจารย์ทำหน้าที่ผู้สอนที่ดีมีคุณภาพและเป็นสื่อกลางระหว่างโรงเรียนกับนักเรียน นักศึกษา

1.4 ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรจัดระบบการให้บริการเรื่องของรถรับส่งให้เพียงพอในช่วงเวลาที่เร่งด่วนที่มีนักศึกษาใช้บริการมาก ทหารถบริการเสริมเฉพาะช่วงระยะเวลา และในเรื่องการควรจัดเป็นสวัสดิการให้กับนักเรียน นักศึกษาเนื่องจากรายได้ที่มาจาก การเก็บค่ารถนักศึกษาไม่ครอบคลุมต้นทุนที่จ่ายอยู่แล้ว ดังนั้นหากให้บริการฟรีถือเป็นสวัสดิการ ให้กับนักศึกษาจะเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีได้มากกว่า และสามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการขายได้ว่ามีบริการรถรับส่งฟรี และด้านบริการของโรงอาหารควรมีการพิจารณาเรื่องค่าเช่าให้กับร้านค้าเพื่อให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายของร้านค้าลดลงและจะส่งผลประโยชน์ถึงนักศึกษา ทำให้ได้รับความพึงพอใจในเรื่องความเพียงพอ ราคา และรสชาติหรืออาจใช้วิธีการจ่ายค่าเช่าจากยอดขาย ซึ่งต้องมีการพิจารณาในเรื่องของการตรวจสอบให้รัดกุมและยุติธรรม

1.5 ด้านกระบวนการเรียนการสอนควรส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักศึกษาให้ได้แสดงออกและมีความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้ออกไปแสดงความสามารถและช่วยเหลือสังคมชุมชนภายนอก ให้มีโลกทัศน์ที่กว้างในทางธุรกิจและสังคม และข้อที่ควรระวังคือพิจารณาในเรื่องการวัดผล ประเมินผลให้ยุติธรรม ให้อาจารย์มีระบบการแจ้งการประเมินผลก่อนการสอน จัดทำเอกสารที่เป็นหลักฐานและแสดงเกณฑ์การให้คะแนนก่อนการเรียนการสอนทุกรายวิชา

2. จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า

2.1 สาขาวิชาที่ศึกษาอยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อในสาขาวิชาเดียวกันในระดับปริญญาตรีจึงควรเน้นสาขาวิชาที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีให้มีความแม่นยำ และสร้างความรักในสาขาวิชาให้กับนักศึกษาเพื่อเป็นการปูพื้นฐานไปสู่ระดับปริญญาตรี และควรส่งเสริมให้อาจารย์ได้เพิ่มพูนความรู้ของตนเองในสาขาวิชาที่ต่อเนื่องกัน เพื่อพัฒนาบุคลากรให้สอนในระดับปริญญาตรี

3. จากผลการวิจัยพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อ พบว่า

3.1 นักศึกษาและผู้ปกครองสนใจศึกษาต่อหลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ จึงควรมีการพิจารณาหลักสูตรหรือสถาบันที่จะมาร่วมมือประสานงานเชิงวิชาการที่เป็นที่ยอมรับของนักศึกษา ผู้ปกครอง สถานประกอบการ และกระทรวงศึกษาธิการ จึงควรมีการพัฒนาหลักสูตรให้ทันต่อเหตุการณ์และเป็นปัจจุบันควรระมัดระวังในเรื่องข้อตกลงหรือสัญญาในการเปิดสอนร่วมกันกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศและควรพิจารณาสถาบันการศึกษาที่เมื่อนักศึกษาจบแล้วสามารถศึกษาต่อในระดับปริญญาโทหรือเอกได้

3.2 นักศึกษาและผู้ปกครองสนใจสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมาก จึงควรให้ความสำคัญกับอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ใช้ต้องทันสมัยอยู่ในลักษณะที่พร้อมใช้งานและมีเพียงพอต่อความต้องการในการเรียนการสอน และสาขาวิชาบริหารงานบุคคลเป็นสาขาที่น่าสนใจเพราะแม้ในระดับปวส. จะไม่มีสาขานี้ แต่มีนักศึกษาที่ให้ความสนใจที่จะศึกษาต่อในสาขานี้จึงควรมีความให้ความรู้ก่อนการเปิดสอนสาขานี้เพื่อตรวจสอบถึงความต้องการที่แท้จริงและสร้างความรู้ความเข้าใจในสาขาวิชาการบริหารงานบุคคลให้กับนักศึกษาและเพื่อเป็นประโยชน์ หากโรงเรียนจะเปิดสอนสาขาการบริหารงานบุคคล

3.3 แหล่งข้อมูลที่นักศึกษาใช้ค้นคว้าข้อมูลของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจมากที่สุด คือ Website จึงควรส่งเสริมให้ Website เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่าง นักศึกษา ผู้ปกครอง อาจารย์และผู้บริหาร มีการพัฒนา Website ให้ดึงดูดกลุ่มนักศึกษาที่จะเข้ามาใน Website ให้นักศึกษามีบทบาทร่วมมีการติดต่อหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งเชิงวิชาการและนันทนาการทาง Website เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรพิจารณาจัดทำวิจัยเกี่ยวกับ ทักษะคิดและความเป็นไปได้ของสถานประกอบการต่อการเปิดสอนหลักสูตรบริการธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี เพื่อพิจารณาถึงการยอมรับของสังคมและชุมชนต่อนักศึกษาที่จะจบไปจากสถาบัน
2. ทำการสำรวจ ทักษะคิดและความเป็นไปได้ของนักศึกษาในเขตจังหวัดชลบุรีและภาคตะวันออก ต่อการเปิดสอนหลักสูตรบริการธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี เพื่อพิจารณาฐานลูกค้าใหม่
3. ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการเงิน บุคลากร และทางกฎระเบียบเพื่อประกอบการตัดสินใจเปิดสอนหลักสูตรบริการธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. (2538). การบริหารอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง.
- กษารรณ ขจรเสรี. (2544, ธันวาคม.) ผลการวิจัยเรื่องผลกระทบของปัญหาเศรษฐกิจต่อการตัดสินใจศึกษา
ต่อระดับอุดมศึกษา(กรณีศึกษา : นักเรียนในเขตหนองแขม). วารสารร่วมไททอง. ปีที่ 10 (ฉบับที่
4).
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริการและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ
: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทนา จันทโร; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2536). การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านธุรกิจ
และอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จินตภา พุทธิศิริรังษี. (2546). อุปสงค์ในการศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนัก
เรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยพัฒนศึกษการอินทราชัย ปีการศึกษา 2545.
ปริญญาณิพนธ์ ศตม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- จิตตชา นิลดำ. (2542). ปัญหาในการเรียนของนิสิตปริญญาตรี ภาควิชาบริหารธุรกิจบัณฑิต
(ต่อเนื่อง 2 ปี) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญาณิพนธ์ ศตม.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- จิรพรรณ เลียงโรคาพาธ. (2547, กรกฎาคม) Marketing for SMEs. Marketeer. ปีที่ 5 (ฉบับที่ 53).
- จิรวรรณ รัตนวรรณ. (2546). 10 สุดยอดมหาวิทยาลัยเอกชน. กรุงเทพฯ: วรรณสาส์นการพิมพ์
- ชลลดา จิตติวัฒนพงศ์; และ อรพิน หงวนศิริ. (2535). รายงานการวิจัยการศึกษาความเป็นไปได้ของแนว
การจัดการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาของไทยในทศวรรษ 1990.
กรุงเทพฯ: กองวิจัยทางการศึกษา กรมวิชาการ.
- ชัยยศ สันตวงษ์. (2533). การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ส.เอเซียเพรส (1989)
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2541, 2 เมษายน.) กลยุทธ์การตัดสินใจ. วารสารเพิ่มผลผลิต. ปีที่ 37 (ฉบับที่
2).
- ฐาปนา ฉันทไพศาล; และ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. (2545). การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไป
ได้. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา. (2547). ทศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้เรียนภาคพิเศษที่มีต่อโรงเรียน
เทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ. ปริญญาณิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อัดสำเนา
- ณัฐชา ตริมุข. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้สมัครเข้าเรียนระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญาณิพนธ์ ศตม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ทบวงมหาวิทยาลัย. (2545). รายงานประจำปี 2545. พิมพ์เผยแพร่ในโอกาสครบรอบ 30 ปี ทบวง
มหาวิทยาลัย 29 ก.ย. 45. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- ธงชัย ถนอมวรสิน. (2545). การสำรวจความคิดเห็นของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครต่อความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจรูป 12 ราศี. ปรินิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- นิสา สายสังข์. (2547). ความต้องการศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยพณิชยการบางนา. ปรินิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- แนวโน้มการอุดมศึกษาในประเทศไทย. วารสาร สอ. ประเทศไทย. ปีที่ 2 (ฉบับที่ 2): 185
- บุญธรรม กิจปริดาภิสิทธิ์. (2546). สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล
- บุญพุ่ม เสนารักษ์. (2531). เศรษฐศาสตร์การศึกษา. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒบางแสน.
- บุปผา เพิ่มสิน. (2546). ความคิดเห็นต่อการเรียนการสอนของนิสิตปริญญาตรีภาคสมทบ ในโครงการความร่วมมือของโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- ประจวบ ทองศรี. (2546). ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางการเรียนของนิสิตที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา. ปรินิพนธ์ กศ.ม. ชลบุรี : อัดสำเนา.
- ปรียาภรณ์ อัครดำรงชัย. (2544). ความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ. ชลบุรี: อัดสำเนา.
- ปริญ์ ลักษณะิตานนท์. (2544) จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เจริญบุญการพิมพ์ (1998)
- พรทิพย์ คำชาย. (2543). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกสาขาวิชาของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันราชภัฏราชนครินทร์. ปรินิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- ระเบิดศึกชิงนักศึกษา. (2547, 31 พฤษภาคม). ผู้จัดการรายสัปดาห์. หน้า B1 – B2.
- รังสรรค์ แสงสุข. (2544, กรกฎาคม - ธันวาคม.) ผลการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบมูลเหตุจูงใจในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วารสารวิจัยรามคำแหง. ปีที่ 4 (ฉบับที่ 2).
- มนัส ชินการณ. (2542). ศึกษาทัศนคติในการเลือกสาขาวิชาเรียนของนักเรียนระดับปวช. 1 วิทยาลัยเทคนิคภูเก็ต. ปรินิพนธ์ กศ.ม. ภูเก็ต : มหาวิทยาลัยทักษิณ. อัดสำเนา
- มยุรี อนุมานราชชน. (2543). การบริหารโครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ดาว.
- มาทร มีชุมสิน. (2542). ศึกษาเหตุผลในการตัดสินใจเข้าศึกษาในโครงการรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยบูรพา. ปรินิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา. อัดสำเนา
- ไมยรา กัดสระ. (2543). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับความนิยมมากของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา. ปรินิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.

- ภิราช รัตนันต์. (2546). *ทักษะที่มีต่อสภาพการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของนิสิตภาคสมทบ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินูญานิพนธ์*
กศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อัดสำเนา.
- ยุทธิ ไกรวรรณ. (2545). *พื้นฐานการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.*
- รวีพร นิลदानวงศ์. (2544). *สิ่งจูงใจในการเลือกเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของนิสิต*
ปริญญาตรี คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- ลัดดา หิรัญยา. (2545). *แรงจูงใจในการเลือกเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต โปรแกรมวิชาการบริหาร*
ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา) สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา. ปรินูญา
นิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อัดสำเนา.
- วิทยากร เชียงกุล. (2541). *รายงานสภาวะการศึกษาไทย ปี 2540. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่ง*
ชาติ. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- วิศิษฐ์ วิเศษเชียรกุล. (2541). *ความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษา ระดับประถมศึกษาของ*
โรงเรียนคาทอลิก สังกัดสังฆมณฑลจันทบุรี. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
อัดสำเนา
- ศตนันท์ ทรัพย์หิรัญ. (2546). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตร*
บริหารธุรกิจ มหาลัยบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนของนิสิตนักศึกษา ในเขต
กรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). *หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซ*
เท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.*
- ศรีสุรางค์ ทินะกุล. (2542). *การคิดและการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: คอมพิวเตอร์ จำกัด.*
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เออาร์บีซีเนสเพรสจำกัด.*
- สมภาร ทองฮ้า. (2545). *คุณลักษณะอาจารย์ที่ปรึกษาที่พึงประสงค์ตามความคิดเห็นของนักเรียนโรงเรียน*
เทคโนโลยีภาคตะวันออก (อ.เทค.) ชลบุรี. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา. อัด
สำเนา
- สิทธิพงษ์ ห่วงแก้วพราย. (2545). *ความพึงพอใจของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อ.เทค) ที่*
มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชนที่เปิดสอนระดับปริญญาตรีต่อเนื่อง. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. ชลบุรี:
มหาวิทยาลัยบูรพา. อัดสำเนา.
- สายพิน ร่วมญาติ. (2546). *การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดของโครงการจัดตั้งร้านอินเทอร์เน็ต*
คาเฟ่ ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องค์กรักษ์ จังหวัดนครนายก. ปรินูญานิพนธ์ ศศ.ม.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดชลบุรี. (2545). *สถิติการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม จังหวัดชลบุรี ปีการ*
ศึกษา 2545. ชลบุรี: กลุ่มแผนงานและติดตามประเมินผล.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.*

- เสาวนีย์ สำราญสุข. (2538). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาระดับปริญญาตรีของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา*.
 ปริญญาโท กศ.ม. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา. อัดสำเนา.
- หุทัย มีนะพันธ์. (2544). *การวิเคราะห์และประเมินโครงการ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เท็กซ์แอนด์เจอร์
 นัล พับลิเคชั่น จำกัด.
- องอาจ ปะทะวานิช. (2525). *รวมบทความวิชาการการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อดุลย์ จาตุรงกกุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัมพิกา หล่อหลอม. (2546). *เหตุผลของนิสิตในการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. ปริญญาโท กศ.ม.
 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2002). *Principles of Marketing*. แปลโดย วารุณี ตันติวงค์วานิชและ
 คณะ. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- Yamane, Taro. (1976). *Statistics : An Introductory Analysis*. 2nd ed. New York : Harper International
 Edition.
- <http://www.Mua.go.th>. วันที่สืบค้น 20 สิงหาคม 2547.
- <http://www.m-education.co.th>. วันที่สืบค้น 3 กันยายน 2547.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

แบบสอบถามการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
: ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร โดยผู้ศึกษามีความประสงค์ศึกษาความเป็นไปได้
ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียน
ดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

ดังนั้นจึงขอความกรุณาจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาดของพฤติกรรมการศึกษาต่อใน
หลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ในโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. สาขาวิชาที่ศึกษาอยู่ในปัจจุบัน

☐ การบัญชี

☐ การตลาด

☐ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

☐ เทคโนโลยีสารสนเทศ

2. อาชีพของผู้ปกครอง

☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

☐ พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง

☐ เกษตรกร

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง

☐ ไม่เกิน 10,000 บาท

☐ 10,001 – 20,000 บาท

☐ 20,001 – 30,000 บาท

☐ 30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

คำชี้แจง พิจารณาข้อความแต่ละข้อแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
ท่านมีทัศนคติต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจในด้านต่าง ๆ ในระดับใด

ลักษณะของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทัศนคติที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์					
1. ภูมิใจในชื่อของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ					
2. เครื่องแบบนักเรียนสวยงามภูมิฐาน					
3. มีความเป็นเลิศทางวิชาการ					
4. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความน่าสนใจ					
ด้านทำเลที่ตั้ง					
1. บรรยากาศของโรงเรียนเหมาะแก่การเรียนการสอน					
2. การเดินทางมาเรียนสะดวก สบาย					
3. อาณาเขตพื้นที่ของรร.กว้างขวางเหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาทางวิทยุ แผ่นพับ ที่น่าสนใจ					
2. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับนักเรียนที่ต่อเนื่อง					
3. มีการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนเหมาะสมกับความต้องการของนักศึกษา					
4. มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างทั่วถึง					
ด้านอาจารย์ ผู้สอน					
1. อาจารย์มีความรู้ความสามารถตรงกับเนื้อหาวิชา					
2. อาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาวิชา					
3. อาจารย์มีจำนวนเพียงพอต่อการสอน					
4. อาจารย์มีความเป็นกันเองและ ให้คำปรึกษาได้ดี					
5. อาจารย์มีบุคลิกลักษณะเหมาะสมกับความเป็นครู					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. มีบริการรถรับส่งที่เพียงพอ					
2. โต๊ะเก้าอี้ อาคาร สถานที่ของโรงเรียนมีความสะอาด					
3. มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย					
4. มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่เพียงพอกับผู้เรียน					
5. โรงอาหารมีอาหารเพียงพอและสะอาดถูกสุขอนามัย					
6. ห้องน้ำมีเพียงพอและสะอาด					

ลักษณะของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทัศนคติที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านกระบวนการเรียนการสอน					
1. มีการจัดการเรียนการสอนที่เข้าใจได้ง่าย					
2. มีการจัดกิจกรรมในโรงเรียนที่น่าสนใจ					
3. ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รู้จักคิดและแก้ปัญหาได้ดี					
4. มีการวัดผล ประเมินผลผู้เรียนยุติธรรม					

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลความเป็นไปได้ทางการตลาดของพฤติกรรมการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) กับโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ**

1. ในอนาคตหากโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ เปิดสอนในระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ (ต่อเนื่อง 2 ปี) ท่านจะเลือกศึกษาต่อหรือไม่
☐ ศึกษาต่อ ☐ ไม่ศึกษาต่อ
2. หลักสูตรที่สนใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี)
☐ หลักสูตรภาคภาษาไทย ☐ หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ
3. สาขาวิชาที่สนใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี)
☐ การบัญชี ☐ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ ☐ การตลาด
☐ การจัดการ ☐ การบริหารงานบุคคล
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่พอใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ (ต่อเนื่อง 2 ปี)
☐ 20,000 บาท ต่อภาคเรียน ☐ 30,000 บาท ต่อภาคเรียน
☐ 40,000 บาท ต่อภาคเรียน ☐ 50,000 บาท ต่อภาคเรียน
5. ท่านคิดว่าโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจควรเปิดสอนระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ (ต่อเนื่อง 2 ปี) บริเวณใด
☐ บริเวณโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจเดิมที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.
☐ คณะสถานที่กับโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.
6. หากท่านต้องการข้อมูลโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจท่านจะหาจากแหล่งใด (ตอบเพียงข้อเดียวเท่านั้น)
☐ โฆษณาทางสื่อวิทยุ ป้ายโฆษณา
☐ การแนะนำกับนักศึกษาโดยตรง
☐ Web site
☐ กิจกรรมออกบูธและกิจกรรมนอกสถานที่กับนักศึกษา
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี
: ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การตลาดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร โดยผู้ศึกษามีความประสงค์ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

ดังนั้นจึงขอความกรุณาจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาดของพฤติกรรมการให้บุตรหลานศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ในโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครอง

1. ความเกี่ยวข้องกับนักเรียน

☐ บิดา	☐ มารดา
☐ ผู้ดูแลแทน / ผู้ปกครอง	☐ อื่นๆ โปรดระบุ
2. อาชีพ

☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
☐ พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง	☐ เกษตรกร
☐ อื่น ๆ	
3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี	☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี	☐ อื่นๆ โปรดระบุ
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ไม่เกิน 10,000 บาท	☐ 10,001 – 20,000 บาท
☐ 20,001 – 30,000 บาท	☐ 30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความรู้สึกของท่านที่มีต่อโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

คำชี้แจง พิจารณาข้อความแต่ละข้อแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ลักษณะของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ	ระดับทัศนคติที่มีต่อ โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์					
1. ภูมิใจในชื่อของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ					
2. DBAC เป็นที่ยอมรับของสังคมชุมชน					
ด้านทำเลที่ตั้ง					
1. สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความปลอดภัย					
2. การเดินทางไป - กลับสะดวกสบาย					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกับผู้ปกครองที่ต่อเนื่อง					
2. มีการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียนที่เหมาะสมแก่ความต้องการของนักศึกษา					
3. มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาอย่างทั่วถึง					
ด้านอาจารย์ ผู้สอน					
1. อาจารย์มีจำนวนเพียงพอต่อการสอน					
2. อาจารย์มีการติดตาม เอาใจใส่นักเรียนสม่ำเสมอ					
3. อาจารย์มีบุคลิกลักษณะเหมาะสมกับความเป็นครู					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. สถานที่ อาคารเรียนเพียงพอกับจำนวนนักเรียน					
2. บรรยากาศของโรงเรียนร่มรื่น					
3. บริเวณอาคาร สถานที่ของโรงเรียนมีความสะอาด					
4. มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. ให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกกับผู้ปกครองที่ติดต่อเป็นอย่างดี					
2. มีระบบการแจ้งข้อมูลนักศึกษาที่รวดเร็วและทันสมัย					

**ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการเปิดสอนระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) หลักสูตรบริหารธุรกิจ
ของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ**

1. ในอนาคตหากโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจเปิดสอนระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี)
หลักสูตรบริหารธุรกิจ ท่านจะให้บุตรหลานศึกษาต่อหรือไม่
☐ ศึกษาต่อ ☐ ไม่ศึกษาต่อ (จบการตอบแบบสอบถาม) ขอขอบคุณค่ะ
2. หลักสูตรที่ท่านมีความสนใจให้บุตรหลานศึกษาต่อ
☐ หลักสูตรภาคภาษาไทย ☐ หลักสูตรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ
3. สาขาวิชาที่ท่านมีความสนใจให้บุตรหลานศึกษาต่อ
☐ การบัญชี ☐ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ ☐ การตลาด
☐ การจัดการ ☐ การบริหารงานบุคคล
4. ค่าธรรมเนียมต่อภาคเรียนที่ท่านสนใจของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี)โรงเรียน
ดาราสมุทรบริหารธุรกิจ
☐ 20,000 บาท ต่อภาคเรียน ☐ 30,000 บาท ต่อภาคเรียน
☐ 40,000 บาท ต่อภาคเรียน ☐ 50,000 บาท ต่อภาคเรียน
5. ท่านต้องการให้โรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจเปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี
(ต่อเนื่อง 2 ปี)บริเวณใด
☐ บริเวณโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจเดิมที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.
☐ คนละสถานที่กับโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจที่เปิดสอนระดับ ปวช. ปวส.
6. ท่านต้องการให้บุตรหลานได้รับสิ่งใดจากการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง 2 ปี) หลักสูตรบริหาร
ธุรกิจของโรงเรียนดาราสมุทรบริหารธุรกิจ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข.

หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ 0519.12/41580



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๔๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวกมลทิ ปานะเจริญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี” โดยมีอาจารย์พนิต กุลศิริ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ผู้ปกครองของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 - 2 ภาคปกติ สาขาวิชาการบัญชี การตลาด คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 217 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2) ของโรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม ๒๕๔๗

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวกมลทิ ปานะเจริญ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 038-799853 มือถือ 06-3280556

ที่ ศธ 0519.12/115-๑๔



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๔ พฤศจิกายน 2547

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อการศึกษาวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวกนกฐิติ ปานะเจริญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2) ของโรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี” โดยมี อาจารย์พนิต กุลศิริ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ปกครองของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1-2 ภาคปกติ สาขาวิชาการบัญชี การตลาด คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 217 คน ตอบแบบสอบถามการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2) ของโรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2547

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตให้ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวกนกฐิติ ปานะเจริญ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 038-799853 มือถือ 06-3280556

ภาคผนวก ค.

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ปัญญา มีถาวรกุล	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์รัฐ สาเรือง	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศธ 0519.12/10934

วันที่ 8 พฤศจิกายน 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวกนกวลี ปานะเจริญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี” โดยมี อาจารย์พนิต กุลศิริ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์รัฐ สาเรือง และ อาจารย์ปัญญา มีถาวรกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบการศึกษความเป็นไปได้ทางการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) ของโรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนคาราสมุทรบริหารธุรกิจ จ.ชลบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นางสาวกนกวลี ปานะเจริญ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวกฤษณาลี ปานะเจริญ
วันเดือนปีเกิด	18 พฤษภาคม 2518
สถานที่เกิด	อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	4/4 หมู่ 6 ต. บ้านสวน อ.เมือง จ. ชลบุรี 20000
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนคาราสุมุทบริหารธุรกิจ อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ
พ.ศ. 2548	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ