

รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์
โครงการวิจัยทุนอุดหนุนวิจัย มก. ปีงบประมาณ 2550

โครงการวิจัยรหัส ส-ค(ค)13.50

ปัจจัยในการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

Factors Influencing Undergraduate Institution Selection Decision of High School Students
in the Upper Northeastern Region of Thailand

นางกัญยรัตน์ สุขะวัณกุล⁽¹⁾ นางสาวธัญลักษณ์ เมืองโคตร⁽¹⁾ นายวรวิทย์ กุลดั่งวัฒนา⁽²⁾
นางสาวขวัญชนก วงศ์แพงสอน⁽²⁾ และนายเกรียงไกร พร้อมนฤฤทธิ์⁽³⁾

Kanyarat Sukhawattanakun⁽¹⁾, Tunyalak Muangkot⁽¹⁾, Worravit Kultangwattan⁽²⁾,
Kwanchanok Wongpangson⁽²⁾, and Kriangkrai Promnanurit⁽³⁾

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน และเพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 1,600 คน ใน 16 เขตพื้นที่การศึกษาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

⁽¹⁾ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
Department of Business Administration, Faculty of Liberal Arts and Management Science,
Kasetsart University, Chalermphrakiat Sakon Nakhon Province Campus

⁽²⁾ สาขาวิชาการบัญชีและการเงิน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
Department of Accounting and Finance, Faculty of Liberal Arts and Management Science,
Kasetsart University, Chalermphrakiat Sakon Nakhon Province Campus

⁽³⁾ สาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
Department of Humanities and Social Sciences, Faculty of Liberal Arts and Management Science,
Kasetsart University, Chalermphrakiat Sakon Nakhon Province Campus

ผลจากการวิจัย พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 18 ปี ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในเขตจังหวัดอุดรธานี มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.26-3.50 และเรียนอยู่ในสายวิทย์-คณิตมากที่สุด ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษา คือ (1) ด้านชื่อเสียงและคุณภาพ ซึ่งนักเรียนให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับสถาบันการศึกษาของรัฐบาล (2) ด้านระบบการศึกษาและการบริหารจัดการ นักเรียนให้ความสำคัญในระดับมากกับการที่สถาบันการศึกษามีการส่งเสริมผู้เรียนดีให้เข้าร่วมในการแข่งขันด้านวิชาการ (3) ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม นักเรียนให้ความสำคัญในระดับมากกับสถาบันการศึกษาที่มีบรรยากาศสงบเอื้อต่อการเรียนรู้ (4) ด้านค่าธรรมเนียมและสวัสดิการ นักเรียนให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับสถาบันการศึกษาที่มีห้องสมุดและมีหนังสือเพียงพอต่อการค้นคว้า และ (5) ด้านแรงจูงใจ ความต้องการตำแหน่งงานที่ดีในอนาคตเป็นแรงจูงใจให้ต้องศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษามากที่สุด ส่วนพฤติกรรมในการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ ดังนี้ (1) นักเรียนส่วนใหญ่สนใจหาข้อมูลของสถาบันการศึกษาเมื่อศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (2) อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นักเรียนใช้ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษามากที่สุด (3) นักเรียนจะเลือกบิดามารดาเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษาในการเลือกสถาบันการศึกษา (4) ผู้ตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาล่าสุดท้ายจะเป็นตัวนักเรียนเองมากที่สุด (5) นักเรียนมีความสนใจเลือกศึกษาในหลักสูตรด้านสายวิทยาศาสตร์การแพทย์มากที่สุด และ (6) นักเรียนต้องการเรียนต่อในสถาบันการศึกษาที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดขอนแก่นมากที่สุด สำหรับการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดนั้นคณะนักวิจัยได้วางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ส่วน คือ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านสถานที่และช่องทางการตลาด และ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล สถาบันอุดมศึกษา นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
แผนกลยุทธ์การตลาด

ABSTRACT

The objectives of this research are (1) to study the influencing factors in the undergraduate institution selection of high school students in the upper northeastern area of Thailand, (2) to study the behavior of high school students on undergraduate institution selection, and (3) to set the marketing strategic plan for Kasetsart University, Chalermphrakiat Province Campus.

Research outcomes from 1,600 samples who are studying in upper northeastern high school. Most of them are female (77.90%). The ages of students are 18 years old, and most of them study at high schools in Udon Thani province. Most of the students have the GPAX at 3.26-3.50 and study in sciences-mathematics program. The findings reveal that there are 6 factors in undergraduate institution selection of high school students in the upper northeastern region of Thailand. Firstly, regarding the quality and reputation of institution factors, students pay highest attention to public undergraduate institutions. Secondly, regarding academic and management system factors, students pay high attention to the undergraduate institutions support their competent students to attend academic contests. Thirdly, regarding location and environment factors, students pay high attention to the undergraduate institutions located in peaceful area and supportive environment for learning. Fourthly, regarding tuition fee and welfare factors, students pay highest attention to the undergraduate institutions that provide resourceful and sufficient library. Lastly, regarding motivation factors, students' motivation is based on career opportunities in the future. The student's behavior on selecting undergraduate institution can summarize as follows; most students use internet as a tool to search for the information of the institutions, most of students search for undergraduate institution information when they study at Matthayom 6, most students prefer consulting with their parents about university selection, but they make the final decision by themselves. In addition, they prefer to study the Bachelor of Science (Medical, Dental Surgery, Nursing, and Medical Technology) and most of them prefer studying at a university in Khon Kaen province. Regarding the Marketing Strategic Plan for Kasetsart University, Chalermphrakiat Province Campus, the marketing mix with 4 sessions are used: (1) Product Strategy Plan, (2) Price Strategy Plan, (3) Place and Marketing Channel Strategy Plan, and (4) Promotion Strategy Plan.

Keywords: Influencing Factor, Undergraduate Institution, High School Student,
Marketing Strategy Plan

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยทุนอุดหนุนวิจัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จากสถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีงบประมาณ 2550

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. พงษ์ศักดิ์ สุริยวานกุล รองอธิการบดีวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ รองศาสตราจารย์อรสา อร่ามรัตน์ คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ และรองศาสตราจารย์ ดร. สุวพงษ์ สวัสดิ์พาณิชย์ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่ได้ให้คำปรึกษาในการดำเนินงานวิจัย

ขอขอบคุณ ผู้อำนวยการ คณาจารย์ โรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม นักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่6 ทุกคน ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล คณาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการทุกท่านที่ให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์จากงานวิจัยเล่มนี้ขอมอบแด่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร และบุคคลที่สนใจนำผลการวิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาหรือพัฒนางานต่อไปในอนาคต

กันยารัตน์ สุขะวัณกุล และคณะ

เมษายน 2550