

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต (2) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล (3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 348 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต อยู่ในระดับมาก การตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต อยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยรังสิตจำแนกจากข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่านักศึกษาที่เลือกกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา อาชีพบิดา ระดับการศึกษาบิดา แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ คณะเนนเฉลี่ยสะสม อาชีพมารดา รายได้ผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของมารดา ภูมิลำเนา และวิธีการสมัครเข้าศึกษาต่อ ไม่พบว่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังพบอีกว่าปัจจัยทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยรังสิต ทั้งด้านเป้าหมายส่วนตัว ด้านความเชื่อ และด้านค่านิยม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

The purposes of this research were : (1) to study level of opinion towards factors influencing on decision to study at the higher education level at Rangsit University, (2) to find out and compare level of opinion towards factors influencing decision to study at the higher education level at Rangsit University classified by the informant' personal factors, (3) to investigate relationship between marketing factors and the decisions to study at the higher education level at Rangsit University. The samples was 348 freshmen of Rangsit University. The research tool was a questionnaire. The data were analyzed by utilizing statistical program.

The research results were as follows :

1. The marketing factors influencing the decision to study at the higher education level at Rangsit University were at a high level.
2. Their decisions level to study in the university education, Rangsit University were at a high level too.
3. The comparison of the decision to study at Rangsit University, classified by informants' personal factors, revealed that the students who were different in programs, fathers' occupations, level of fathers' education had different levels of decision to study at Rangsit University with statistical significance different of 0.05.
4. However, gender, grade average, mothers' occupation, parents' income, level of mothers' education, hometown and application methods were not found significantly different.
5. In addition, it was found that the marketing factors related to the decisions to study at Rangsit University in aspects of personal goals, beliefs and values with statistical significance of 0.01