

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มุ่งศึกษาการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้
3. เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการศึกษาต่อมหาวิทยาลัย

แม่โจ้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ประจำปีการศึกษา 2553 หลักสูตร 4 ปี ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 351 คน จากประชากรทั้งหมด 2,856 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นการศึกษาเชิงปริมาณที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล นำผลมาวิเคราะห์ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แยกวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติไคร้สแควร์สำหรับการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ และใช้ค่าสถิติ F-test สำหรับการทดสอบปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่น ๆ กับการเลือกคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อนำมาสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สรุปผลได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 19 ปี มีพี่น้องที่กำลังศึกษาอยู่ปัจจุบันจำนวน 1 คน พี่น้องบิดามารดาเดียวกันจำนวน 2 คน สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาของจังหวัดเชียงใหม่ จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีผลการเรียนใน

ระดับ 2.51 – 3.00 ผู้ปกครองของกลุ่มอย่างประกอบอาชีพรับจ้าง และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนพบว่า มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่คณะผลิตกรรมการเกษตร รองลงมาคือ คณะบริหารธุรกิจ และคณะวิทยาศาสตร์และคณะเศรษฐศาสตร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับของสังคม นักศึกษาที่จบจากมหาวิทยาลัยหางานทำได้ง่าย มีกองทุนเพื่อการศึกษาของรัฐให้นักศึกษาได้กู้ยืม ผู้ปกครองสามารถเบิกค่าเล่าเรียนของบุตรได้ มหาวิทยาลัยมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มหาวิทยาลัยแม่โจ้เป็นมหาวิทยาลัยด้านเกษตรกรรมที่มีการจัดอาคารสถานที่เรียนสวยงามและน่าอยู่ ได้รับการแนะนำจากญาติ มหาวิทยาลัยได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากคนในสังคม ค่านิยมในการเรียนทางด้านการเกษตรต้องเรียนที่มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ความผูกพันระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้องจะมีมากเมื่อเรียนที่มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และนักศึกษาที่จบจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้จะมีความอดทน และสู้งาน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปัญหาในการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ในระดับมาก ได้แก่ อาจารย์จากมหาวิทยาลัยที่คอยแนะแนวหรือให้คำปรึกษาในการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยมีน้อยเกินไป และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยมีน้อยเกินไป ส่วนการประชาสัมพันธ์หรือชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักศึกษาและจำนวนที่ต้องการรับมีน้อยเกินไป ผลการเรียนเฉลี่ยขั้นต่ำของนักศึกษาที่จะศึกษาต่อมหาวิทยาลัยกำหนดไว้สูงเกินไป จำนวนโควตาที่ให้แก่สถานศึกษามีน้อยเกินไป กระบวนการในการติดต่อขอโควตาจากมหาวิทยาลัยผ่านสถานศึกษามีความยุ่งยากและล่าช้า ขั้นตอนการสมัครเพื่อขอคัดเลือกเข้าศึกษาต่อมีความยุ่งยากและล่าช้า การทดสอบความสามารถเฉพาะทางเพื่อคัดเลือกเข้าศึกษาต่อมีความยุ่งยากและล่าช้า การประกาศตัดสินผลการคัดเลือกเข้าศึกษาต่อมีความล่าช้า การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลการคัดเลือกนักศึกษาเพื่อเข้าศึกษาต่อมีน้อยเกินไป กระบวนการรับรายงานตัวนักศึกษาใหม่ ไม่มีความชัดเจน และล่าช้า ไม่มีบุคลากรที่คอยแนะนำเรื่องการรายงานตัวให้กับนักศึกษาใหม่ และเอกสารเกี่ยวกับขั้นตอนการรายงานตัวของนักศึกษาใหม่ไม่ชัดเจน

แนวทางการแก้ไขจากการเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม มีการเสนอแนวทางที่สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ควรปรับปรุงด้านเอกสารที่ใช้สมัครเข้าศึกษาต่อ
2. ควรปรับปรุงด้านขั้นตอนการสมัครให้รวดเร็วมากขึ้น
3. ควรปรับปรุงการสมัครโควตาและรับตรงแก่นักศึกษา แจ้งระยะเวลาการรับสมัคร แจ้งรายละเอียด และประชาสัมพันธ์การประกาศรับสมัครก่อนวันสมัคร
4. การสร้างจิตบริการแก่เจ้าหน้าที่ให้บริการแก่นักศึกษา

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ของกลุ่มตัวอย่าง หมายความว่า การเลือกคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ขึ้นอยู่กับอายุของกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อายุมากกว่า 21 ปี จะเลือกเข้าศึกษา คณะผลิตกรรมการเกษตร คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ และคณะสัตวศาสตร์ ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี จะเลือกเข้าศึกษา คณะผลิตกรรมการเกษตร คณะบริหารธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะสัตวศาสตร์ ดังนั้นจากการตอบแบบสอบถามทำให้ทราบว่า คณะผลิตกรรมการเกษตร คณะบริหารธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์ และคณะสัตวศาสตร์ เป็นคณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และอายุมากกว่า 21 ปี ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ส่วนคณะเศรษฐศาสตร์ และคณะศิลปศาสตร์ เป็นคณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 18 ปี ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาปัจจุบัน จำนวนพี่น้องบิดามารดาเดียวกันจังหวัดที่เป็นสถานที่ตั้งของสถาบันที่สำเร็จการศึกษามา ระดับการศึกษาสูงสุด ผลการเรียนเดิมในระดับมัธยมศึกษา/ หรือเทียบเท่า/ ปวช./ ปวส. อาชีพของผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อของกลุ่มตัวอย่าง หมายความว่า การเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพศ จำนวนพี่น้องที่กำลังศึกษาปัจจุบัน จำนวนพี่น้องบิดามารดาเดียวกันจังหวัดที่เป็นสถานที่ตั้งของสถาบันที่สำเร็จการศึกษามา ระดับการศึกษาสูงสุด ผลการเรียนเดิมในระดับมัธยมศึกษา/ หรือเทียบเท่า/ ปวช./ ปวส. อาชีพของผู้ปกครอง และระดับการศึกษาของผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายความว่า การเลือกคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัย

โดยจากการทดสอบเพิ่มเติมพบว่า นักศึกษาคณะพัฒนาการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์น้อยกว่านักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ศาสตร์และเทคโนโลยี และศิลปศาสตร์ นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์มีค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่านักศึกษาคณะผลิตกรรมการเกษตร เทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม เศรษฐศาสตร์ วิศวกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร และสารสนเทศและการสื่อสาร ส่วนนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์มีค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่านักศึกษาคณะผลิตกรรมการเกษตร เทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และสารสนเทศและการสื่อสาร

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายความว่า การเลือกคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของมหาวิทยาลัย

โดยจากการทดสอบเพิ่มเติมพบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำมีค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพนักศึกษาคณะผลิตกรรมการเกษตร สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม บริหารธุรกิจ ศาสตร์และเทคโนโลยี ศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ นักศึกษาคณะพัฒนาการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพนักศึกษาคณะผลิตกรรมการเกษตร สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม บริหารธุรกิจ ศาสตร์และเทคโนโลยี ศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ ส่วนนักศึกษาคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากกว่านักศึกษาคณะผลิตกรรมการเกษตร เศรษฐศาสตร์ วิศวกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร และวิทยาศาสตร์ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์มีค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากกว่านักศึกษาคณะผลิตกรรมการเกษตร เทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ เศรษฐศาสตร์ และวิศวกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร

2. ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสังคมและด้านวัฒนธรรมไม่มีผลต่อการเลือกคณะของนักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายความว่า การเลือกคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสังคมและด้านวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัย

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาในด้าน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้แก่ ชื่อเสียงมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับของสังคมและนักศึกษาที่จบจากมหาวิทยาลัยหางานทำได้ง่าย อยู่ในระดับ 3.99 ระดับมาก จากที่ผ่านมามหาวิทยาลัยแม่โจ้มีชื่อเสียงยาวนานกว่า 75 ปี ดังนั้น จึงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ ดังที่ (เอกสิทธิ์ สนามทอง, 2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ความมีภาพลักษณ์ทางด้านชื่อเสียงทางวิชาการของสถาบัน การเป็นสถาบันที่มีความทันสมัยทางด้านสื่อและเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ และสามารถรองรับนักศึกษาได้อย่างเพียงพอ และเช่นเดียวกับปรีวิษญ์ ไชยประเสริฐ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Kotler, Phillip, 2000) ได้กล่าวถึงสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงต้องรักษาชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ไม่ให้ลดถอยลงไป และต้องสร้างชื่อเสียงเพื่อเพิ่มการรับรู้ในด้านต่างๆ จากคนในประเทศและระดับนานาชาติเพิ่มมากขึ้นด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการบริหารงานของมหาวิทยาลัย ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เช่น การลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ , การเพิ่มโอกาสทางการศึกษาโดยให้นักศึกษาดังชาติเข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัย, การทำวิจัยกับหน่วยงานต่างๆ

ทั้งในระดับชุมชนและระดับนานาชาติ และการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยตามจังหวัดต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้อย่างทั่วถึง

ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีกองทุนเพื่อการศึกษาของรัฐให้นักศึกษาได้กู้ยืม และผู้ปกครองสามารถเบิกค่าเล่าเรียนบุตรได้ อยู่ในระดับที่มาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปรีวิชญ์ ไชยประเสริฐ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานศึกษามีบริการทุนการศึกษาหรือกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ดังนั้น มหาวิทยาลัยแม่โจ้ควรจะมีการขอรับสนับสนุนทุนจากรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับกับจำนวนนักศึกษาที่จะเพิ่มขึ้นในแต่ละปี เป็นการเพิ่มโอกาสทางการศึกษาแก่นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ และสามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ประกอบกับผู้ปกครองมีอาชีพรับจ้างและเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีรายได้ไม่แน่นอน การเลือกศึกษาในสถาบันของรัฐบาลและมีกองทุนให้กู้ยืม เป็นการแบ่งเบาภาระผู้ปกครองได้ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับที่มาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ในเขตชุมชน คมนาคมสะดวก และตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือหอพัก เป็นปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ เกษรา โพธิ์เย็น (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา พบว่า สาเหตุที่ต้องการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่เนื่องจากสะดวกต่อการเดินทางมาศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ด้านสถานที่ตั้ง ถือว่าสามารถสนองตอบความต้องการของนักศึกษาได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่มีผลระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Kotler, Phillip, 2000) ได้กล่าวถึง สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ ดังนั้น ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในด้านนี้อย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มช่องทางการส่งเสริมการตลาดในด้านอื่นๆ ด้วย เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุ ป้ายโฆษณาต่างๆ อีกทั้งยังสามารถนำสื่อสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ มากยิ่งขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ทาง Facebook เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยบุคคล ได้แก่ มหาวิทยาลัยมีบุคลากรที่คอยให้บริการแนะแนวการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยและบุคลากรและอาจารย์ผู้สอนมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอกับจำนวนนักศึกษา ซึ่ง

สอดคล้องกับ พีรภาว พุแค (2552) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษา : มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี พบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ได้มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน คณะอาจารย์ และบุคลากรสูงที่สุด ดังนั้น มหาวิทยาลัยแม่โจ้ควรจะรักษามาตรฐานการให้บริการคงที่ และพัฒนาให้เกิดความคล่องตัว โดยการนำเอาระบบสารสนเทศเข้ามาใช้ เช่น การถาม – ตอบคำถามออนไลน์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนการเพิ่มจำนวนบุคลากรและอาจารย์ให้เพียงพอ กับจำนวนนักเรียนนั้น อาจทำได้ยากเพราะจะส่งผลกระทบต่อจำนวนรายจ่ายของมหาวิทยาลัย แต่ควร จะพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรและอาจารย์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อสามารถรองรับกับจำนวนนักเรียนที่เพิ่มขึ้นได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้แก่ เป็นมหาวิทยาลัยด้านเกษตรกรรมที่มีการจัด อาคารสถานที่สวยงามและน่าอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับ เอกสิทธิ์ สนามทอง (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนด้วยตนเอง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สถาบันจะต้องมีอุปกรณ์การศึกษา อาคาร สถานที่ และมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ การมีสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมกับการศึกษา และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาดา อินทรพิทักษ์ (2540) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครราชสีมา: กรณีศึกษานักศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครราชสีมา ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือสถานที่กว้างขวางใหญ่โต และสอดคล้องกับทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค 7 O's model ที่ว่าการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence and presentation) เป็นการแสดงให้เห็นคุณค่าของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของการบริการ เช่น การมีสถานที่โปร่งโล่ง สะอาด มีความร่มรื่นทันสมัย การจัดสถานที่ให้มีบรรยากาศที่เหมาะสม เป็นต้น ซึ่งมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้เปรียบในด้านนี้ ทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกที่จะศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาแห่งนี้ แต่อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยก็ไม่ควรจะละเลยในการพัฒนาสถานที่ให้เพิ่มขึ้น มีพื้นที่ใช้สอยที่สะอาด โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้น่าอยู่และเกิดประโยชน์มากที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การกำหนดเวลาการรับสมัครนักศึกษาที่สะดวกและรวดเร็ว ดังนั้น มหาวิทยาลัยแม่โจ้ควรจะปรับปรุงการกำหนดรับสมัครนักศึกษาใหม่ ให้มีความชัดเจนและรวดเร็ว เป็นการสร้างความเป็น

ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ การได้คำแนะนำจากเพื่อนหรือศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Reeder (1973, อ้างใน ภัทรธิดา วรินทร์, 2539) ที่กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ อาจมาปัจจัยผลักดัน ในเรื่องของแรงเสริม จากการสนับสนุนของคนใกล้ชิดซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ เช่น บิดา มารดา ญาติ พี่น้องและเพื่อน

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ค่านิยมในการเรียนเกษตร ความผูกพันระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง และการอดทน สู้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นปัจจัยอยู่ในระดับที่มาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ค่านิยมต่างๆเหล่านี้ เป็นปัจจัยดึงดูดนักศึกษาให้ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ดังนั้นมหาวิทยาลัยแม่โจ้ควรจะคงการเป็นเอกลักษณ์ในส่วนนี้ไว้

ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา ได้แก่ ปัญหาด้านการแนะแนวหรือให้คำปรึกษาในการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยมีน้อยเกินไป ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรับสมัครศึกษามีน้อยเกินไป ซึ่งจะสอดคล้องกับ ปรีวิชญ์ ไชยประเสริฐ(2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานศึกษามีบริการทุนการศึกษาหรือกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการให้บริการในการติดต่อสื่อสาร ระหว่างครูหรือบุคลากรในสถานศึกษาสามารถทำได้สะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการหน่วยแนะแนวของสถานศึกษามาให้ข้อมูล ในส่วนของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ก็ควรปรับปรุงปัญหาที่เกิดขึ้น ควรจะจัดให้ความรู้แก่บุคลากรเพื่อที่จะสามารถแนะแนวการศึกษาต่อได้หรือสามารถตอบข้อสงสัยของนักเรียนที่จะมาศึกษาต่อได้ นอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การมีจิตบริการของบุคลากรอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้ทราบถึงข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หากต้องการให้ได้ประโยชน์มากกว่านี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยเพื่อนำไปปรับปรุงด้านต่างๆ ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานและระดับนานาชาติ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ถือได้ว่ามหาวิทยาลัยควรเน้นเรื่องชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับของสังคม ถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของมหาวิทยาลัย เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้นักเรียนตัดสินใจเข้าศึกษาต่อแต่อย่างไรก็ตาม มหาวิทยาลัยควรจะต้องปรับการเรียนการสอนให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้นกว่าปัจจุบัน โดยการ 1) พัฒนาอาจารย์ผู้สอนให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน 2) ปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานและเทคโนโลยีสมัยใหม่ 3) ทำความร่วมมือกับสถานประกอบการในการส่งนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์ โดยอาจจะให้คณะทำข้อตกลงหรือลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการส่งนักศึกษาเข้าทำงานที่ตรงกับสาขาวิชาที่ศึกษา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักศึกษาหลังจากจบจากมหาวิทยาลัยสามารถหางานทำได้ง่าย อาจจะผ่านทางศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยซึ่งนำปัจจัยที่ได้เปรียบเหล่านี้มาสร้างเป็นจุดดึงดูดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้

2. ปัจจัยด้านราคา (Price) ซึ่งถือว่า การจัดกองทุนเพื่อการศึกษาของรัฐบาลให้นักศึกษาได้กู้ยืม และช่วยรับภาระค่าใช้จ่ายของนักศึกษาแต่ละเดือน ตลอดจนจบการศึกษา ถือว่าปัจจัยด้านนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้าสถาบันการศึกษาเช่นเดียวกัน ซึ่งทุกมหาวิทยาลัยมีกองทุนให้นักศึกษาได้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ในสภาวะการแข่งขันปัจจุบันมหาวิทยาลัยต่างๆ ดังนั้นมหาวิทยาลัยต้องเพิ่มประสิทธิภาพด้านการดำเนินงานกองทุนให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย และสามารถตอบข้อซักถามของนักศึกษาได้ ควรจะมาเน้นทางการบริหารจัดการกองทุนในมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันกับมหาวิทยาลัยต่างๆ

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ได้แก่ การมีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนและการคมนาคมได้สะดวก ซึ่งถือว่ามหาวิทยาลัยได้เปรียบในด้านนี้ ทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกที่จะศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาแห่งนี้ แต่อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยก็ไม่ควรจะละเลยในการพัฒนาสถานที่ให้เพิ่มขึ้น มีพื้นที่ใช้สอยที่สะอาด โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้น่าอยู่และเกิดประโยชน์มากที่สุด

4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มหาวิทยาลัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางระบบอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางที่กลุ่มนักศึกษาให้ความสนใจติดตาม แต่ก็ยังเป็นเพียงกลุ่มเดียวดังนั้น ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้มากยิ่งขึ้น

ส่วนของช่องทางหรือสื่อต่าง ๆ นั้น จากข้อได้เปรียบของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ด้านชื่อเสียงและให้การศึกษาด้านการเกษตรเป็นหลัก นักศึกษาที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพหรือทำงานด้านการเกษตรให้กับองค์กรหรือบริษัททั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นผู้บริหารมหาวิทยาลัยควรจะมีการประสานงานไปกับหน่วยงานดังกล่าว เช่น สหกรณ์การเกษตร ร.ก.ส. เป็นต้น เพื่อนำเสนอหรือใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัยได้ง่ายกว่าช่องทางอื่น เป็นต้น

5. ปัจจัยด้านบุคคล (People) มหาวิทยาลัยควรเน้นและให้ความสำคัญเรื่องการจัดอาจารย์ผู้สอนที่มีประสิทธิภาพและมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ รวมถึงการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาต่างๆ มาสอนเพิ่มให้แก่นักศึกษา และการพัฒนาบุคลากรในการให้ความรู้ด้านการศึกษาต่อเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่มหาวิทยาลัยแล้ว ยังสามารถมีส่วนในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยของผู้ที่สนใจอีกด้วย และตามข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้มีการสร้างจิตบริการแก่บุคลากรในการให้บริการแก่นักศึกษา

6. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence & presentation) มหาวิทยาลัยควรเน้นและให้ความสำคัญเรื่อง สภาพแวดล้อมของสถานที่ในการให้บริการ เกี่ยวกับความสะอาด สภาพอาคารเรียนที่ดูแข็งแรง ควรปรับปรุงอาคารให้มีสภาพที่พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา และ ในด้านห้องเรียน สำนักงาน ควรจะมีการแจ้งให้กับบุคลากร นักศึกษา ช่วยกันรักษาความสะอาด และหมั่นดูแลรักษาวัสดุอุปกรณ์ให้สามารถใช้งานได้ยาวนาน อีกทั้งควรจะสนับสนุนให้มีการนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน

7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการในการรับสมัครตลอดจนการยื่นเอกสาร มหาวิทยาลัยควรพัฒนากระบวนการให้บริการหรือการทำงานของบุคลากร ให้เกิดความคล่องตัวและทันกับความต้องการ โดยใช้เวลาน้อยที่สุดและเกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการสมัครเรียน

8. ปัจจัยด้านสังคม การได้รับการแนะนำจากญาติและการเป็นที่ยอมรับของมหาวิทยาลัย เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้มหาวิทยาลัยซึ่งควรจะรักษาความเชื่อมั่นให้แก่บุคคลภายนอกให้คงอยู่ต่อไป ซึ่งจะเป็นเรื่องยากที่มหาวิทยาลัยจะดำเนินงานเพียงฝ่ายเดียว แต่ความกระตือรือร้นให้บุคลากรและอาจารย์มีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ในด้านนี้ให้คงอยู่ต่อไป

9. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม การสร้างค่านิยมแก่สังคมด้านการเกษตรและความสัมพันธ์ของนักศึกษาในสถาบันการศึกษา ความสามัคคี อดทน สู้งาน ถือว่าเป็นเอกลักษณ์และจุดแข็งของมหาวิทยาลัยต่อสายตาคนภายนอก การปลูกฝังให้นักศึกษาสืบสานประเพณีที่ดีงาม

ของมหาวิทยาลัยต่อไป เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้บริหาร สามารถที่จะนำไปกำหนดและวางนโยบายในด้านการจัดการศึกษา ให้เป็นมหาวิทยาลัยที่เน้นผลิตบัณฑิต เพื่อให้ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน และสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา ผู้ปกครอง ในส่วนของการบริหารจัดการผู้บริหารก็สามารถที่จะนำข้อมูลที่ได้รับมากำหนดการบริหารภายในมหาวิทยาลัยที่อยู่ต่างพื้นที่ให้มีแนวทางการบริหารงานให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ แล้วนำไปปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันต่อไป
2. ควรศึกษาการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ในระดับการศึกษาอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัยด้วย
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ กับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันในอุดมศึกษาอื่นด้วย