



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เลขที่แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ โดยนักศึกษาหลักสูตร
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ และพฤติกรรม การรับรู้ ทักษะคดีที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

ผู้วิจัยขอขอบคณนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่ให้ความ
ร่วมมืออย่างดียิ่งในการตอบแบบสอบถาม

ปิยวรรณ เจริญสุข โสภณ

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมก่อนการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนที่ 3

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนที่ 4

ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับนักศึกษาให้มากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 30 ปี 2. 31 ปี – 40 ปี
 3. 41 ปี – 50 ปี 4. 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส
 3. หม้าย 4. หย่า/แยกกันอยู่

4. สถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษา.....

5. สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา.....

6. หน่วยกิตสะสม.....

7. ปริญาโท ใบที่ 1. ใบที่ 1 2. ใบที่ 2

8. อาชีพ

1. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2. ลูกจ้างพนักงานเอกชน
 3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 4. รับจ้างทั่วไป
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ตำแหน่งงานปัจจุบัน

- 1. ผู้บริหารระดับสูง (ประธานกรรมการ/กรรมการผู้จัดการ)
- 2. ผู้บริหารระดับกลาง (ผู้อำนวยการ หัวหน้าศูนย์ ผู้จัดการแผนก หรือหัวหน้าสาย)
- 3. ผู้บริหารระดับล่าง (หัวหน้าแผนกหรือหัวหน้าคนงาน)
- 4. พนักงานปฏิบัติการ
- 6. เจ้าของกิจการ
- 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. รายได้

- 1. ไม่เกิน 20,000 บาท
- 2. 20,001 – 30,000 บาท
- 3. 30,001 – 40,000 บาท
- 4. 40,001 บาทขึ้นไป

11. สถานที่ทำงาน

- 1. ในเขตอ.เมือง จ.เชียงใหม่
- 2. นอกเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่
- 3. ต่างจังหวัด ในเขตภาคเหนือ โปรดระบุจังหวัด.....
- 4. ต่างภูมิภาค โปรดระบุจังหวัด.....

12. ภูมิลำเนาของท่าน

- 1. ในเขตอ.เมือง จ.เชียงใหม่
- 2. นอกเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่
- 3. ต่างจังหวัด ในเขตภาคเหนือ โปรดระบุจังหวัด.....
- 4. ต่างภูมิภาค โปรดระบุจังหวัด.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมก่อนการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของท่าน

1. ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกศึกษาต่อท่านได้ศึกษาหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตรนี้จากสื่อและจากแหล่งข้อมูลประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษา
- 2. เว็บไซต์ของคณะบริหารธุรกิจ
- 3. เว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย
- 4. เอกสารแผ่นพับต่าง ๆ
- 5. บอร์ดประชาสัมพันธ์ของคณะบริหารธุรกิจ
- 6. ป้ายคัดเอาท์ประชาสัมพันธ์
- 7. สอบถามข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย
- 8. สอบถามข้อมูลจากคณะบริหารธุรกิจ
- 9. อื่นๆ

2. ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกศึกษาต่อท่านได้เปรียบเทียบหาข้อมูลจากมหาวิทยาลัยอื่นหรือไม่

- 1. มีการเปรียบเทียบหาข้อมูลจากมหาวิทยาลัยอื่น
- 2. ไม่มีการเปรียบเทียบหาข้อมูลจากมหาวิทยาลัยอื่น

หากท่านได้มีการเปรียบเทียบหาข้อมูลมหาวิทยาลัยอื่นด้วยวิธีใด (สามารถตอบได้มากกว่า

1 ข้อ)

- 1. เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย
- 2. เอกสารแผ่นพับต่าง ๆ
- 3. สอบถามข้อมูลจากอาจารย์และบุคลากรของมหาวิทยาลัย
- 4. สอบถามเพื่อน/คนรู้จักที่เคยศึกษาในมหาวิทยาลัย
- 5. บอร์ดประชาสัมพันธ์การรับสมัครของมหาวิทยาลัย
- 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)

3. ท่านตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรนี้ เนื่องจากสาเหตุใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ค่าธรรมเนียมถูกกว่ามหาวิทยาลัยอื่น
- 2. ชื่อเสียงของคณะบริหารธุรกิจ
- 3. ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย
- 4. คุณภาพของหลักสูตร
- 5. คุณภาพของอาจารย์ผู้สอน
- 6. มีเพื่อนเรียนอยู่ก่อนแล้ว
- 7. เคยเป็นศิษย์เก่าของคณะ/มหาวิทยาลัย
- 8. ที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เดินทางได้สะดวก
- 9. อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ					
1.1 ชื่อเสียงของสถาบันเป็นที่ยอมรับของสังคม					
1.2 เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน					
1.3 มีโอกาสเลือกงานที่มีผลตอบแทนสูง มีตำแหน่งที่ดี					
1.4 มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น เกมจำลองทางการตลาด การศึกษาดูงานต่างประเทศ					
1.5 เป็นสถาบันที่มีการพัฒนาเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ อยู่ตลอดเวลา					
1.6 ระยะเวลาในการเรียนจนจบการศึกษา มีความเหมาะสม					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. ปัจจัยด้านราคา					
2.1 ค่าธรรมเนียมในการศึกษาถูกกว่าที่อื่น					
2.2 ค่าธรรมเนียมการศึกษาหรือค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรไม่แพงจนเกินไป อยู่ในช่วง 170,000 ถึง 190,000 บาท					
2.3 สามารถชำระค่าเรียนได้หลายวิธี เช่น ชำระทางอินเทอร์เน็ต, โอนผ่านบัญชีธนาคาร, เงินสด หรือ บัตรเครดิต					
2.4 กิจกรรมที่ต้องชำระเงินเพิ่มมีจำนวนน้อย					
2.5 มีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียมการศึกษาหรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ล่วงหน้า ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ในแผ่นพับ ประชาสัมพันธ์หลักสูตร ป้ายโฆษณา เว็บไซต์ เป็นต้น					
2.6 เป็นหลักสูตรเหมาะสมจ่าย เช่น ค่าธรรมเนียมการศึกษาได้รวมถึง ค่าหน่วยกิต ค่าบำรุงการศึกษาต่าง ๆ และเอกสารหนังสือในแต่ละวิชา					
2.7 หลักสูตรมีการแจกแจงค่าธรรมเนียมการศึกษาให้เห็นชัดเจนว่าเป็นค่าธรรมเนียมการศึกษาเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการเรียน					
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 สถานที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง/มีรถสาธารณะผ่าน					
3.2 สถานที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ศูนย์การค้า					
3.3 สภาพแวดล้อมโดยรอบสถานศึกษามีความปลอดภัย					
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์					
4.2 มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลหลักสูตรชัดเจน					
4.3 มีป้ายคัดเอาท์โฆษณาขนาดใหญ่					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4.4 มีเว็บไซต์ (Web Site) แนะนำหลักสูตรที่ให้ข้อมูลชัดเจน ครบถ้วน					
4.5 มีเพื่อน/รุ่นพี่/ญาติ/คนรู้จัก/แนะนำ					
5. ปัจจัยด้านบุคคล					
5.1 คณาจารย์มีชื่อเสียงกว้างขวางเป็นที่ยอมรับในวงการศึกษา					
5.2 คณาจารย์มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชาที่เปิดสอนเป็นอย่างดี					
5.3 คณาจารย์มีผลงานทางวิชาการเป็นที่ยอมรับในวงการศึกษา					
5.4 มีอาจารย์ภายนอกที่ เป็นผู้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ					
5.5 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็วและสุภาพ					
5.6 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยรอยยิ้มและเต็มใจในการให้บริการ					
5.7 เจ้าหน้าที่และบุคลากรมีความเข้าใจปัญหาของนักศึกษาและพร้อมให้คำปรึกษา					
6. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ					
6.1 มีอาคารสถานที่กว้างขวาง สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย					
6.2 การออกแบบและตกแต่งภายในของคณะมีความทันสมัย					
6.3 รูปแบบห้องเรียนควรมีการออกแบบตกแต่งที่ทันสมัย เช่น การยกระดับพื้นในแต่ละแถวเพื่อความสะดวกในการมองเห็นกระดานและการนั่งเรียน					
6.4 มีการปรับปรุงพัฒนาอาคารสถานที่ให้อยู่ในสภาพที่ดีมีความปลอดภัย					
6.5 สื่อการสอน/อุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอนมีเพียงพอ และทันสมัย					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
6.6 ห้องสมุดมีความทันสมัย และเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม					
6.7 พื้นที่บริเวณภายในคณะเพียงพอ และสะดวกต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการศึกษา					
6.8 ความสะอาดบริเวณภายในและนอกคณะ					
6.9 มีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย					
7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ					
7.1 มีระบบการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ					
7.2 กระบวนการสอบคัดเลือกเป็นไปด้วยความถูกต้องรวดเร็ว					
7.3 การให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน					
7.4 มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อกับคณาจารย์และเจ้าหน้าที่					
7.5 มีการดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษา ในระหว่างการศึกษา					
7.6 ขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนไม่ยุ่งยาก					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวปิยวรรณ เจริญสุข โสภณ
วัน เดือน ปี เกิด	10 ธันวาคม 2524
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2545-2547 ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ประวัติการทำงาน	ปีพ.ศ. 2547 – 2549 ตำแหน่งผู้ช่วยนักวิจัย สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีพ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน ตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved