

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักศึกษาระดับมหาบัณฑิตชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัดเชียงใหม่ จากมหาวิทยาลัย 7 แห่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 235 ราย โดยสุ่มตัวอย่างแบบโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุป และอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 -30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี และจบจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีระยะเวลาการทำงาน 1 – 3 ปี ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ (เรียนวันเสาร์ – อาทิตย์) มีผู้ปกครองเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการศึกษา และมีการสมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 79 สื่อที่เลือกเปิดรับมากที่สุด จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ
ตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
ไม่เคยได้รับ	เคยได้รับ	
	น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์
1. จดหมายทางตรง 2. โทรศัพท์ 3. การอบรม/สัมมนา 4. โทรทัศน์ 5. หนังสือพิมพ์	1. แผนพับ/ใบปลิว 2. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ 3. โปสเตอร์ 4. นิทรรศการการศึกษา 5. คณาจารย์ บุคลากรของ บัณฑิตวิทยาลัยและ เจ้าหน้าที่โครงการ 6. วิทยุ 7. นิตยสาร/วารสาร	1. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง 3. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า สื่อต่างๆมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในระดับน้อยถึงปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.94 – 3.37) โดยสื่อ
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิตมากที่สุด รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น และหนังสือ/คู่มือการศึกษา
ต่อ

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และประเภทของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 80 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และประเภทของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ความแตกต่างของผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต					
ประเภทของสื่อ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม				
	เพศ	อายุ	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	X	X	X	X	X
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	√	√	√	√	X
โทรทัศน์	X	√	√	√	√
วิทยุ	X	√	√	√	√
หนังสือพิมพ์	√	√	√	√	X
นิตยสาร/วารสาร	√	√	X	√	√
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	X	X	X	√	√
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	X	√	X	√	√
แผ่นพับ/ใบปลิว	X	√	X	√	√
นิทรรศการการศึกษา	X	√	√	√	√
โปสเตอร์	X	√	X	√	√
การอบรม/สัมมนา	X	√	X	√	√
จดหมายทางตรง	X	√	√	√	√
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	X	X	X	X	√
โทรศัพท์	X	X	X	√	X

หมายเหตุ : √ หมายถึง มีความแตกต่าง X หมายถึง ไม่มีความแตกต่าง

เพศ ประกอบด้วย เพศชาย เพศหญิง

อายุ ประกอบด้วย อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี อายุ 36 ปี ขึ้นไป

กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบด้วย กลุ่มสังคมศาสตร์ กลุ่มวิทยาศาสตร์

อาชีพ ประกอบด้วย อาชีพนักศึกษา อาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประกอบด้วย รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 บาท รายได้มากกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 81 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาใน
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	ข้อมูล
<p>1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)</p>	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน 3. เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา
<p>2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search)</p>	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 3. เนื้อหาหลักสูตร

ตารางที่ 81 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	ข้อมูล
3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ และตัดสินใจซื้อ (Pre-Purchase Alternative Evaluation and Purchasing)	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ 1. เนื้อหาหลักสูตร 2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 3. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา
4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ (Consumption and Post-Purchase Alternative Evaluation)	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา

ตารางที่ 82 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

กระบวนการตัดสินใจ	ลักษณะข้อมูลที่ต้องการ	สื่อที่เลือกเปิดรับ
1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น
2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น
3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ และการตัดสินใจซื้อ	เนื้อหาหลักสูตร	-
4. การบริโภคอุปโภคสินค้า และประเมินผลหลังซื้อ	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 83 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และเพศ

ขั้นตอนใน กระบวนการตัดสินใจ	เพศ	
	ชาย	หญิง
1. การเล็งเห็นปัญหา หรือตระหนักถึง ความต้องการ (Need Recognition)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน 3. เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน 3. เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา

ตารางที่ 83 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และเพชร

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	เพชร	
	ชาย	หญิง
2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อและแผ่นพับ/ใบปลิว (เท่ากัน) <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา
3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อและตัดสินใจซื้อ (Pre-purchase Alternative Evaluation and Purchasing)	<p>ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เนื้อหาหลักสูตร 2. สถาบันการศึกษา 3. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 	<p>ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา
4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ (Consumption and Post-purchase Alternative Evaluation)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. แผ่นพับ/ใบปลิว <p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร

ตารางที่ 84 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัด เชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามเพศ

		1. การสังเกตเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ			2. การแสวงหาข่าวสาร		3. การประเมินค่า ทางเลือกก่อนซื้อ และตัดสินใจซื้อ	4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและ ประเมินผลหลังซื้อ	
		เหตุผลที่ทำให้ ต้องการศึกษา	สื่อที่เลือก เปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการ	สื่อที่เลือก เปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการ เพิ่มเติม	ปัจจัยที่สำคัญ ที่สุดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจ	สื่อที่เลือก เปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบ
เพศ	ชาย	เพิ่มวุฒิ การศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็น ต้น	โปรแกรม วันและ เวลาที่ศึกษา และ เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ ศึกษา	เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายใน การศึกษา
	หญิง	เพิ่มวุฒิ การศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็น ต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายใน การศึกษา	ค่าใช้จ่ายใน การศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายใน การศึกษา

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 85 พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาใน
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และอายุ

ขั้นตอนใน กระบวนการ ตัดสินใจ	อายุ		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป
1. การเล็งเห็น ปัญหาหรือ ตระหนักถึงความ ต้องการ (Need Recognition)	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง เหตุผลที่ทำให้ต้องการ ศึกษา 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะ ด้าน 3. คิดว่าการเรียนใน ระดับปริญญาตรีไม่ เพียงพอต่อการทำงาน ข้อมูลที่ต้องการ 1. เนื้อหาหลักสูตร 2. สถาบันการศึกษา 3. โปรแกรม วัน และ เวลาที่ศึกษา และ ระยะเวลาในการศึกษา ตลอดหลักสูตร (เท่ากัน)	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง เหตุผลที่ทำให้ต้องการ ศึกษา 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะ ด้าน 3. เพิ่มความก้าวหน้าใน หน้าที่การงาน ข้อมูลที่ต้องการ 1. โปรแกรมวันและเวลา ที่ศึกษา 2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 3. เนื้อหาหลักสูตร	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง 3. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น เหตุผลที่ทำให้ต้องการ ศึกษา 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะ ด้าน 3. เพิ่มความก้าวหน้าใน หน้าที่การงาน ข้อมูลที่ต้องการ 1. เนื้อหาหลักสูตร 2. ชื่อเสียงของคณะ และมหาวิทยาลัย 3. โปรแกรม วัน และ เวลาที่ศึกษา

ตารางที่ 85 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และอายุ

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	อายุ		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป
2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> คุณสมบัติผู้สมัคร เนื้อหาหลักสูตร ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น โทรศัพท์ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> เนื้อหาหลักสูตร โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร
3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อและตัดสินใจซื้อ (Pre-purchase Alternative Evaluation and Purchasing)	<p>ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ</p> <ol style="list-style-type: none"> เนื้อหาหลักสูตร ค่าใช้จ่ายในการศึกษา สถาบันการศึกษา 	<p>ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ</p> <ol style="list-style-type: none"> เนื้อหาหลักสูตร และค่าใช้จ่ายในการศึกษา โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย 	<p>ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา และชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย (เท่ากัน) เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร

ตารางที่ 85 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และอายุ

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	อายุ		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป
4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ (Consumption and Post-purchase Alternative Evaluation)	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. แผ่นพับ/ใบปลิว ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และเนื้อหาหลักสูตร 2. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 3. ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษา ต่อ ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. โทรศัพท์ ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ 1. ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร 2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 3. เนื้อหาหลักสูตร และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา (เท่ากัน)

ตารางที่ 86 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัด เชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามอายุ

	1. การสังเกตเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ			2. การแสวงหาข่าวสาร		3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อและตัดสินใจซื้อ	4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ		
	เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการ	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ	
อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	เพิ่มวุฒิการศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	คุณสมบัติผู้สมัคร	เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และเนื้อหาหลักสูตร
	26 – 35 ปี	เพิ่มวุฒิการศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	เนื้อหาหลักสูตร และค่าใช้จ่ายในการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา
	36 ปีขึ้นไป	เพิ่มวุฒิการศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร และชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 87 พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ขั้นตอนใน กระบวนการตัดสินใจ	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์
1. การเล็งเห็นปัญหา หรือตระหนักถึง ความต้องการ (Need Recognition)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน 3. เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน 3. เพิ่มแนวทางในการประกอบอาชีพ <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา เนื้อหาหลักสูตร และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร (เท่ากัน) 2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และคุณสมบัติผู้สมัคร (เท่ากัน) 3. สถาบันการศึกษา

ตารางที่ 87 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์
2. การแสวงหาข่าวสาร (Information Search)	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม 1. เนื้อหาหลักสูตร 2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 3. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม 1. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก (เท่ากัน) 3. เนื้อหาหลักสูตร ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร และชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย (เท่ากัน)
3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อและตัดสินใจซื้อ (Pre-purchase Alternative Evaluation and Purchasing)	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ 1. เนื้อหาหลักสูตร 2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 3. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ 1. สถาบันการศึกษา 2. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 3. ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 87 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ขั้นตอนใน กระบวนการตัดสินใจ	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์
4. การบริโภคอุปโภค สินค้าและประเมินผล หลังซื้อ (Consumption and Post-purchase Alternative Evaluation)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร 3. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา และ ระยะเวลาในการศึกษาตลอด หลักสูตร (เท่ากัน) 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ 3. แผ่นพับ/ใบปลิว <p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เนื้อหาหลักสูตร 2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 3. เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบ หลักสูตร

ตารางที่ 88 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

		1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ			2. การแสวงหาข่าวสาร		3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อและตัดสินใจซื้อ	4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ	
		เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการ	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม		ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ	สื่อที่เลือกเปิดรับ
กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	สังคมศาสตร์	เพิ่มวุฒิการศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร	เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา
	วิทยาศาสตร์	เพิ่มวุฒิการศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	สถาบันการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 89 พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาใน
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และอาชีพ

ขั้นตอนใน กระบวนการ ตัดสินใจ	อาชีพ		
	นักศึกษา	รับราชการ/พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง
1. การเล็งเห็นปัญหา หรือตระหนักถึง ความต้องการ (Need Recognition)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง และแผ่น พับ/ใบปลิว <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการ ศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> เพิ่มวุฒิการศึกษา เพิ่มพูนความรู้ เฉพาะด้าน คิดว่าการเรียนใน ระดับปริญญาตรีไม่ เพียงพอต่อการ ทำงาน <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> เนื้อหาหลักสูตร สถาบันการศึกษา ค่าใช้จ่ายใน การศึกษาและ ระยะเวลาใน การศึกษาตลอด หลักสูตร (เท่ากัน) 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการ ศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> เพิ่มวุฒิการศึกษา เพิ่มความก้าวหน้าใน หน้าที่การงาน เพิ่มพูนความรู้เฉพาะ ด้าน <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> โปรแกรม วัน และ เวลาที่ศึกษา เนื้อหาหลักสูตร ค่าใช้จ่ายใน การศึกษา 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น ป้ายโฆษณากลางแจ้ง อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการ ศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> เพิ่มวุฒิการศึกษา เพิ่มพูนความรู้เฉพาะ ด้าน เพิ่มแนวทางในการ ประกอบธุรกิจ <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> โปรแกรม วัน และ เวลาที่ศึกษา เนื้อหาหลักสูตร ระยะเวลาในการศึกษา ตลอดหลักสูตร

ตารางที่ 89 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และอาชีพ

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	อาชีพ		
	นักศึกษา	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง
2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง และแผ่นพับ/ใบปลิว (เท่ากัน) <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> คุณสมบัติผู้สมัคร เนื้อหาหลักสูตร ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร (เท่ากัน) เนื้อหาหลักสูตร โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื้อหาหลักสูตร
3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ และตัดสินใจซื้อ (Pre-Purchase Alternative Evaluation and Purchasing)	<p>ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ</p> <ol style="list-style-type: none"> เนื้อหาหลักสูตร สถาบันการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 	<p>ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา เนื้อหาหลักสูตร 	<p>ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ</p> <ol style="list-style-type: none"> สถาบันการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื้อหาหลักสูตร และชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย (เท่ากัน)

ตารางที่ 89 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และอาชีพ

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	อาชีพ		
	นักศึกษา	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง
4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ (Consumption and Post-Purchase Alternative Evaluation)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ และหนังสือพิมพ์ (เท่ากัน) <p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื้อหาหลักสูตร ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื้อหาหลักสูตร ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น ป้ายโฆษณากลางแจ้งและโทรทัศน์ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื้อหาหลักสูตร โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา

ตารางที่ 90 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัด เชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามอาชีพ

		1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ			2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร		3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อและตัดสินใจซื้อ	4. การบริโภคดูบริโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ	
		เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการ	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ
อาชีพ	นักศึกษา	เพิ่มวุฒิการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	คุณสมบัติผู้สมัคร	เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	เพิ่มวุฒิการศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	โปรแกรมวันและเวลาที่ศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	เพิ่มวุฒิการศึกษา	คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	โปรแกรมวันและเวลาที่ศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	โปรแกรมวันและเวลาที่ศึกษา	สถาบันการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 91 พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000
1. การสังเกตเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน 3. คิดว่าการเรียนในระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 3. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 3. วิทยู <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา 2. เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน 3. เพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 2. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง 3. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น <p>เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มวุฒิการศึกษา และเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน 2. เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 3. เพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 91 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000
1. การสังเกตเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)	ข้อมูลที่ต้องการ 1. เนื้อหาหลักสูตร 2. สถาบันการศึกษา 3. ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	ข้อมูลที่ต้องการ 1. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 2. เนื้อหาหลักสูตร และค่าใช้จ่ายในการศึกษา (เท่ากัน) 3. สถาบันการศึกษา	ข้อมูลที่ต้องการ 1. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 2. ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร และชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย (เท่ากัน) 3. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	ข้อมูลที่ต้องการ 1. เนื้อหาหลักสูตร และเวลาที่ศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร (เท่ากัน) 3. สถาบันการศึกษา

ตารางที่ 91 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000
2. การแสวงหาข่าวสาร (Information Search)	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ แผ่นพับ/ใบปลิว <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> เนื้อหาหลักสูตร และคุณสมบัติผู้สมัคร (เท่ากัน) ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา (เท่ากัน) ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และเนื้อหาหลักสูตร (เท่ากัน) คุณสมบัติผู้สมัคร ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ และป้ายโฆษณา กลางแจ้ง (เท่ากัน) <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> โปรแกรมวัน และเวลาที่ศึกษา เนื้อหาหลักสูตร และระยะเวลาในการศึกษา ตลอดหลักสูตร (เท่ากัน) ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ (เท่ากัน) ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง <p>ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา ระยะเวลาในการศึกษา ตลอดหลักสูตร ค่าใช้จ่ายในการศึกษา

ตารางที่ 91 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000
3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ และตัดสินใจซื้อ (Pre-Purchase Alternative Evaluation and Purchasing)	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ 1. เนื้อหาหลักสูตร 2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 3. สถาบันการศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา และเนื้อหาหลักสูตร (เท่ากัน) 3. ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ 1. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 2. สถาบันการศึกษา 3. เนื้อหาหลักสูตร และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา (เท่ากัน)	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ 1. ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย 2. เนื้อหาหลักสูตร และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา (เท่ากัน) 3. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา

ตารางที่ 91 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000
4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและบริการและประเมินผลหลังซื้อ (Consumption and Post-Purchase Alternative Evaluation)	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. แผ่นพับ/โบปลิว 3. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อและคณาจารย์บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัยและเจ้าหน้าที่โครงการ (เท่ากัน)	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. แผ่นพับ/โบปลิว	สื่อที่เลือกเปิดรับ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น 2. คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 3. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อและโทรทัศน์

ตารางที่ 91 (ต่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000
4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ (Consumption and Post-Purchase Alternative Evaluation)	<p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื้อหาหลักสูตร โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา 	<p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื้อหาหลักสูตร โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร (เท่ากัน) 	<p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> เนื้อหาหลักสูตร ค่าใช้จ่ายในการศึกษา โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร (เท่ากัน) อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ 	<p>ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื้อหาหลักสูตร โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร และเกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร (เท่ากัน) ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 92 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ			2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร		3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อและตัดสินใจซื้อ	4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ	
		เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษา	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการ	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ	สื่อที่เลือกเปิดรับ	ข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 บาท	เพิ่มวุฒิ การศึกษา	คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร	เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา
	10,001 – 15,000 บาท	เพิ่มวุฒิ การศึกษา	คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา
	15,001 – 20,000 บาท	เพิ่มวุฒิ การศึกษา	คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร
	มากกว่า 20,000 บาท	เพิ่มวุฒิ การศึกษา	คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	เนื้อหาหลักสูตร	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา

5.2 อภิปรายผล

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

การศึกษาในส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 -30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี และจบจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ (เรียนวันเสาร์ – อาทิตย์) มีผู้ปกครองเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการศึกษา มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรวรรณ บรรจงสุทธิ (2546) ที่ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตเป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยในช่วง 26 – 35 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นพนักงานในองค์กรเอกชน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สื่อที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ยังไม่สามารถเข้าถึงได้ทุกประเภท ถึงแม้ว่าจะมีสื่อที่ใช้หลากหลายก็ตาม ซึ่งจากการศึกษาจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเปิดรับสื่อมากที่สุด 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ได้แก่ คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นราพร คำเที่ยง (2547) ที่ศึกษาเรื่อง การรับรู้สื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการรับสมัครนิสิต หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา ณ กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อบุคคล โดยรับทราบจากเพื่อนร่วมงานมากที่สุด ส่วนสื่ออื่นๆ ได้แก่สื่อจดหมายทางตรง โทรศัพท์ การอบรม/สัมมนา โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ยังเข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร

สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด อันดับแรกคือสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นราพร คำเที่ยง (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจโดยรับรู้ผ่านสื่อบุคคล โดยรับทราบจากเพื่อนมากที่สุด

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)

ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ คือต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน และเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และได้รับข้อมูลส่วนใหญ่เรื่องโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร และค่าใช้จ่ายในการศึกษาโดยได้รับข่าวสารจาก คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้นมากที่สุด รองลงมา คือป้ายโฆษณากลางแจ้ง และอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search)

ผลการศึกษาพบว่า หลังจากที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตแล้ว ส่วนใหญ่ยังต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษา รองลงมา คือโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา และเนื้อหาหลักสูตร และส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเพิ่มเติมจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ

3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ และตัดสินใจซื้อ (Pre-Purchase Alternative Evaluation and Purchasing)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา คือเนื้อหาหลักสูตร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยุพดี สันติวัฒน์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยลำดับแรก คือเนื้อหาหลักสูตร รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา

4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ (Consumption and Post-Purchase Alternative Evaluation)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น ส่วนผู้ที่หาข้อมูลเพิ่มเติม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษา รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร และส่วนใหญ่หาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น รองลงมา คือคนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ

5.3 ข้อค้นพบ

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อค้นพบจากการศึกษาดังนี้

1. สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเปิดรับมากที่สุดสอดคล้องกับชนิดของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในระดับปานกลาง

2. หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อเป็นสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในระดับปานกลาง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์

3. สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษา จำแนกตามเพศ พบว่าเพศชาย มีความแตกต่างกันกับเพศหญิง ในสื่อคณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร/วารสาร ซึ่งสื่อดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของเพศชายมากกว่าเพศหญิง

4. สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษา จำแนกตามอายุ พบว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความแตกต่างกันกับอายุ 26 - 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป ในสื่อด้าน คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสารการศึกษา ไปสเตอร์ การอบรม/สัมมนา และจดหมายทางตรง ซึ่งสื่อดังกล่าวมีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มากกว่าผู้ที่มีอายุ 26 - 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป

5. สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่ากลุ่มสังคมศาสตร์ มีความแตกต่างกันกับกลุ่มวิทยาศาสตร์ ในสื่อด้าน คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิทรรศการการศึกษา และจดหมายทางตรง ซึ่งสื่อดังกล่าวมีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ที่จบการศึกษาในกลุ่มสังคมศาสตร์ มากกว่าผู้ที่จบการศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์

6. สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาจำแนกตามอาชีพ พบว่านักศึกษา มีความแตกต่างกันกับผู้มีอาชีพราชการ/พนักงานบริษัทเอกชนและผู้มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ ในสื่อด้าน คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ นิทรรศการการศึกษา ไปสเตอร์ และจดหมายทางตรง ซึ่งสื่อดังกล่าวมีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของนักศึกษา มากกว่าผู้มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ และผู้มีอาชีพราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน ตามลำดับ และในสื่อด้าน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร ป้ายโฆษณากลางแจ้ง แผ่นพับ/ใบปลิว การอบรม/สัมมนา และโทรศัพท์ สื่อดังกล่าวมีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของผู้มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ มากกว่านักศึกษา และผู้มีอาชีพราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน

7. สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความแตกต่างกันกับผู้มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ในสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร แผ่นพับ/ใบปลิว การอบรม/สัมมนา จดหมายทางตรง และอินเทอร์เน็ต ซึ่งสื่อดังกล่าวมีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มากกว่าผู้มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ผู้มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ตามลำดับ และในสื่อวิทยุ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ นิทรรศการการศึกษา และไปสเตอร์ สื่อดังกล่าวมีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มากกว่าผู้มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท

8. จากการวิเคราะห์พฤติกรรม的开รับสื่อในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อค้นพบจากการศึกษาดังนี้

1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)

จากการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมากที่สุด คือต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา โดยสื่อที่ทำให้เกิดความสนใจเข้าศึกษามากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น ยกเว้นผู้ที่มีอาชีพนักศึกษา จะได้รับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น มากที่สุด

ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ทำให้เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษา คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา โดยผู้ที่ได้รับข้อมูลประเภทนี้ คือผู้ที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน และผู้มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

ผู้ที่ได้ข้อมูลข่าวสารเรื่องเนื้อหาหลักสูตร ผู้ที่ได้รับข้อมูลประเภทนี้ คือผู้ที่มีอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 25 ปี ประกอบอาชีพนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และผู้ที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท

ส่วนผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องชื่อเสียงของคณะ และมหาวิทยาลัย ผู้ที่ได้รับข้อมูลประเภทนี้ คือผู้ที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search)

จากการศึกษาพบว่า สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการหาข้อมูลเพิ่มเติมมากที่สุด คือสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น และ

หาข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท

ผู้ที่หาข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องเนื้อหาหลักสูตร โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท

ผู้ที่หาข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องคุณสมบัติผู้สมัคร โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 25 ปี และประกอบอาชีพนักศึกษา

ส่วนผู้ที่หาข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน

3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ และตัดสินใจซื้อ (Pre-purchase Alternative Evaluation and Purchasing)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา คือเนื้อหาหลักสูตร โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ประกอบอาชีพนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษา โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีอายุ 26 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

ปัจจัยเรื่องสถาบันการศึกษา โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ

ส่วนปัจจัยเรื่องชื่อเสียงของคณะ และมหาวิทยาลัย โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท

4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ (Consumption and Post-purchase Alternative Evaluation)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไม่มี การหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ ส่วนผู้ที่หาข้อมูลเพิ่มเติมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น

ผู้ที่หาข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษา โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปี ประกอบอาชีพนักศึกษา ผู้มีอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน และผู้มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท

ผู้ที่หาข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องเนื้อหาหลักสูตร โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท

ส่วนผู้ที่หาข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร โดยผู้ที่หาข้อมูลประเภทนี้เพิ่มเติม คือผู้ที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป

5.4 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้จัดลำดับข้อมูลตามกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เพื่อให้สถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการใช้สื่อที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ดังนี้

1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคือต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน และเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน โดยสื่อที่ทำให้เกิดความสนใจเข้าศึกษามากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น และให้ข้อมูลข่าวสารเรื่องโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา เนื้อหาหลักสูตร ชื่อเสียงของคณะ และมหาวิทยาลัย

ช่องทางการสื่อสารที่เป็นแบบปากต่อปาก คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น สื่อประเภทนี้เป็นสื่อที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการใช้สื่อที่มีผู้เปิดรับบ่อยครั้งรองลงมา คือป้ายโฆษณากลางแจ้ง ซึ่งสื่อประเภทนี้เป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่นสูง มีการเห็นซ้ำมาก และใช้ต้นทุนต่ำ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการเข้าศึกษามากขึ้น โดยอาจให้ข้อมูลเพิ่มเติม เช่นเว็บไซต์ เบอร์โทรศัพท์ หรือสถานที่ติดต่อ ลงไปในป้ายโฆษณากลางแจ้งเพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าไปหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ต้องการได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนมากยิ่งขึ้น โดยควรให้ข้อมูลเรื่องโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา เนื้อหาหลักสูตร ชื่อเสียงของคณะ และมหาวิทยาลัย และค่าใช้จ่ายในการศึกษา

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search)

สื่อที่ใช้ในการหาข้อมูลเพิ่มเติมและควรให้ความสำคัญมากที่สุด คือสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น และยังเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุด และบ่อยครั้งที่สุด และควรให้ข้อมูลเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษา โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา เนื้อหาหลักสูตร ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร และคุณสมบัติผู้สมัคร

นอกจากนี้อาจเพิ่มเติมในสื่อหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ เพราะจากข้อค้นพบสื่อประเภทนี้มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง แต่มีผู้เปิดรับสื่อประเภทนี้ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งถ้าเพิ่มสื่อประเภทนี้อาจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษามากยิ่งขึ้น

3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ และตัดสินใจซื้อ (Pre-purchase Alternative Evaluation and Purchasing)

ควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลเรื่องเนื้อหาหลักสูตร ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษา

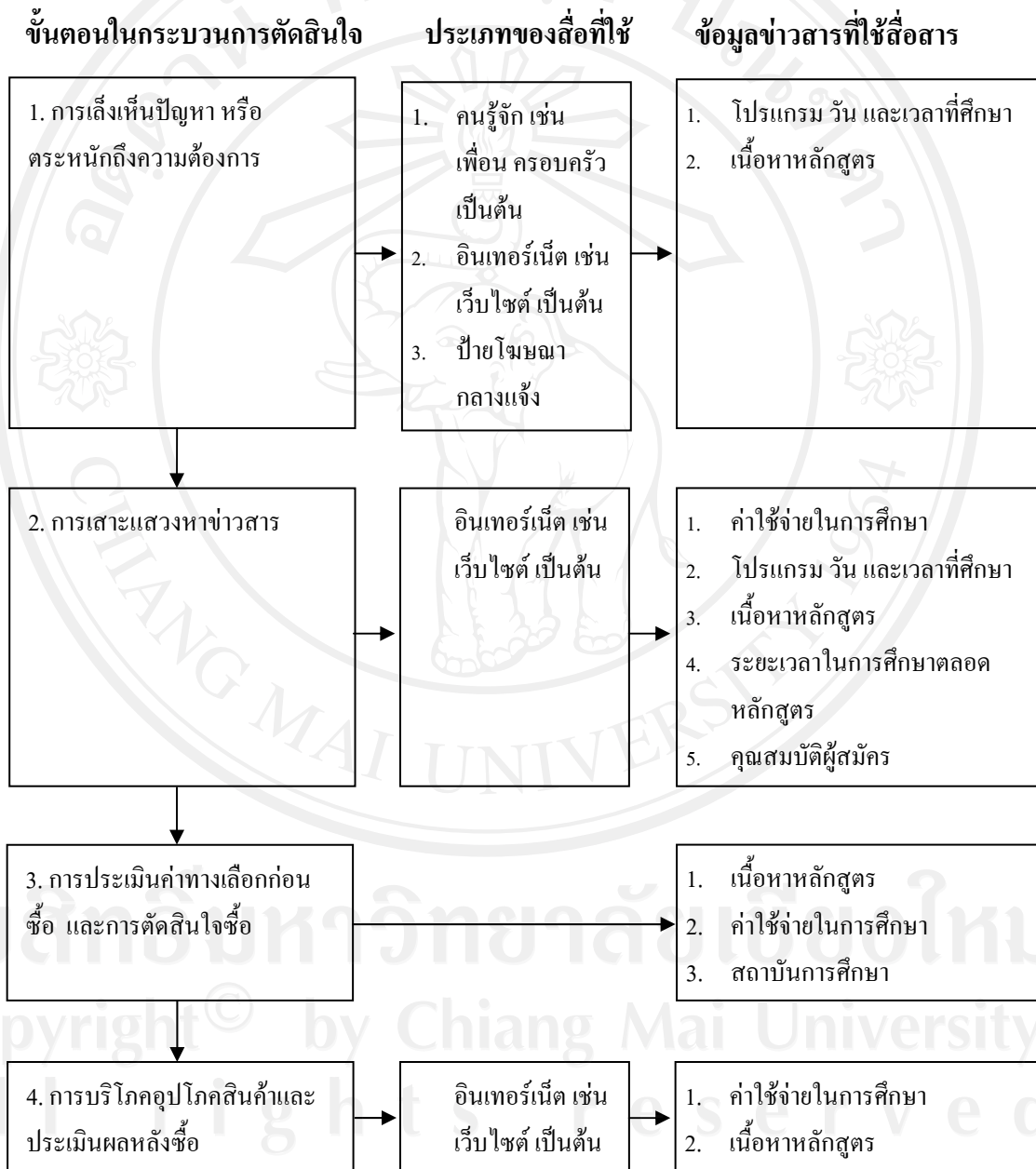
4. การบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อ (Consumption and Post-purchase Alternative Evaluation)

นักศึกษาส่วนใหญ่จะไม่มี การหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ แต่ก็ควรจะมีแหล่งในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาอื่นๆ สื่อที่ใช้ในการหาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่เข้าศึกษาแล้ว และควรให้ความสำคัญมากที่สุด คือสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น และควรให้ข้อมูลเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื้อหาหลักสูตร และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร

นอกจากนี้ผู้ศึกษาเห็นว่า สถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ควรให้ความสำคัญกับผู้สนใจเข้าศึกษาใน 2 หลักสูตรหลัก คือหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร โดยให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ดังนี้

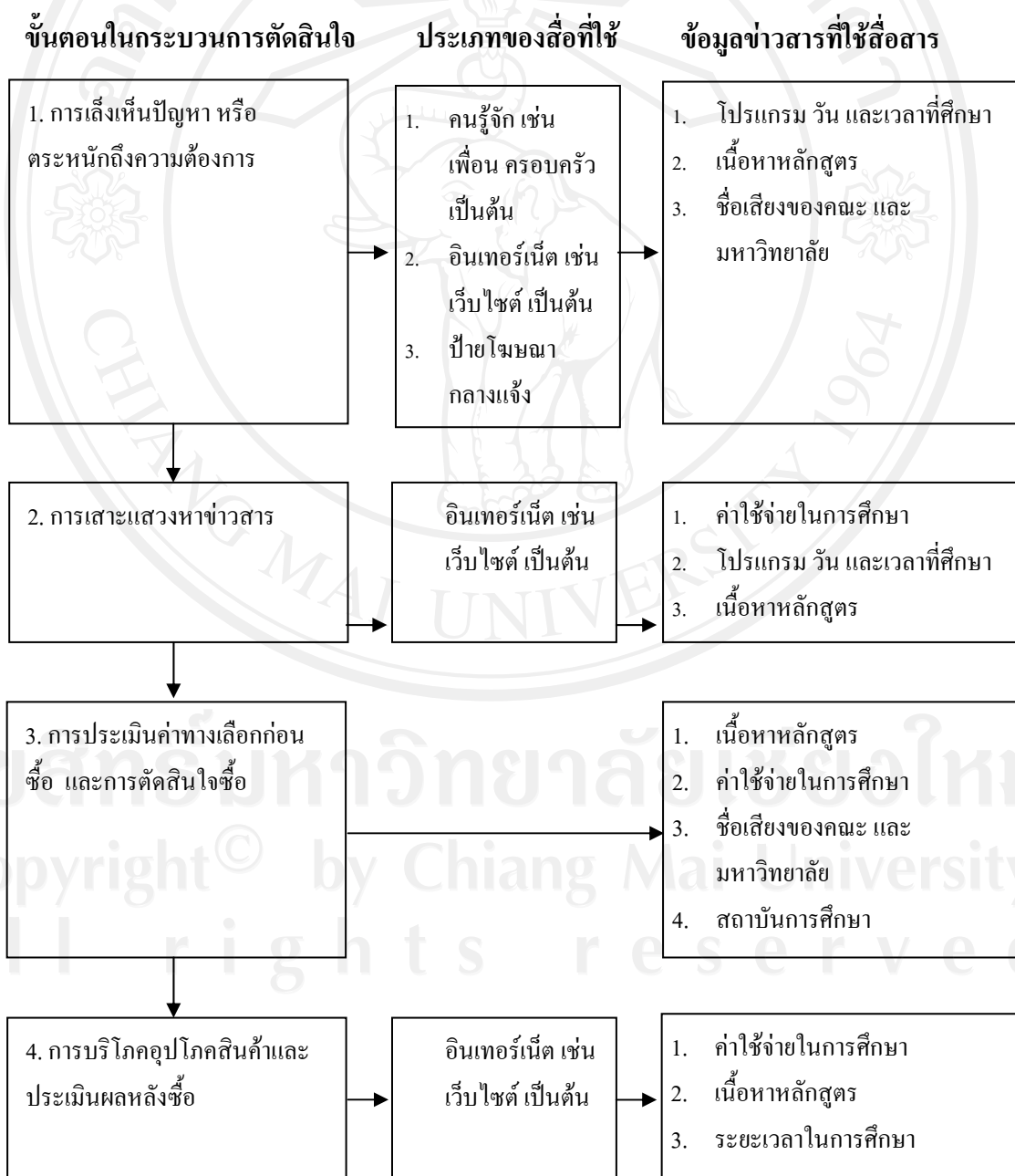
ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ผู้ที่เหมาะสมที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรคือผู้ที่มีอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท และอาจเป็นผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานมาก่อน หรือเพิ่งจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี สามารถสรุปได้ตามภาพประกอบ ดังนี้

ภาพประกอบที่ 1 แผนภาพแสดง การสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ที่มีอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท และอาจเป็นผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานมาก่อน หรือเพิ่งจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ



ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ผู้ที่เหมาะสมที่จะเข้าศึกษา ในหลักสูตรคือผู้ที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท และเป็นผู้ที่มี ประสบการณ์การทำงานสูง สามารถสรุปได้ตามภาพประกอบ ดังนี้

ภาพประกอบที่ 2 แผนภาพแสดง การสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท และเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานสูง ในแต่ละ ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ



ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ได้ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการใช้ข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิจากนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ผู้ที่สนใจจะศึกษาครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาจากนักศึกษาที่จบไปแล้ว ผู้ที่กำลังสนใจจะศึกษาต่อ หรือผู้ที่ไม่ใช่ผู้เรียนเอง เช่นคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น เพื่อให้ได้ผลที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น
2. ควรมีการทำการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับการประเมินต้นทุนที่ใช้ในการสื่อสารจากสื่อแต่ละประเภท เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนงบประมาณว่าคุ้มค่ากับต้นทุนที่ใช้ในสื่อ นั้นหรือไม่