

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของนักศึกษาสายบริหารธุรกิจต่อการให้บริการของ
โรงเรียนลำปางพาณิชยการและเทคโนโลยี

ผู้เขียน นายภัทรศักดิ์ จงวัฒนา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์กฤษณา รัตนพฤษดิ์ ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร. นฤนาถ ศรีภักย์วานิช กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาสายบริหารธุรกิจต่อการให้บริการของโรงเรียนลำปางพาณิชยการและเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือนักศึกษาสายบริหารธุรกิจ จำนวน 323 ราย โดยใช้เลือกตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในด้านผลิตภัณฑ์ คือ โรงเรียนเปิดโอกาสและสนับสนุนให้นักศึกษาได้เสนอบริการด้านวิชาชีพสู่สังคม เช่น นักศึกษาฝึกงานในสถานประกอบการต่างๆ ด้านราคา คือ มีบริการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความสะดวกในการติดต่อกับอาจารย์ที่ปรึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการประชุมผู้ปกครองทุกภาคเรียน ด้านบุคลากร คือ วุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้สอน ด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีขั้นตอนในการสมัครเรียนที่สะดวกรวดเร็ว และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพคือ ห้องเรียนมีแสงสว่างเหมาะกับการเรียนทุกช่วงเวลา ซึ่งปัจจัยย่อยทั้งหมดนี้มีความพึงพอใจในระดับมาก

Independent Study Title Satisfaction of Business Administration Students Towards Services of Lampang College of Commerce and Technology

Author Mr. Phattarasak Jongwattana

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Krisana Ratanapruck	Chairperson
Lect. Dr. Naruanard Sarapaivanich	Member

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the satisfaction of business administration students towards services of Lampang College of Commerce and Technology. Questionnaires were used by convenience sampling for data collection from 323 samples. The data was analyzed using descriptive statistics in terms of frequency, percentage and mean.

The respondents were satisfied with almost aspects of services marketing mix at a high level except physical evidence was at a moderate level. The sub-factors of the services marketing mix with the highest mean score were as follows

The sub-factor for product was the opportunities provided from the college to students in serving the communities. For price it was loan services for students. For place it was for convenience for contacting advisors. For promotion it was teachers and parents meeting every semester. For personnel it was qualified teachers. For process it was quick and convenient admission, and sufficient light in the classroom was for physical evidence.

All of these sub factors was at a high level of satisfaction.