

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรม การเลือกศึกษาในวิทยาลัย

สารพัดช่าง เชียงใหม่

ผู้เขียน

นายอมรเทพ วัฒนาวรสกุล

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤาชัย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อ.ดร.รสริน โอสถำนันต์กุล

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่ศึกษาในวิทยาลัยสารพัดช่างเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในวิทยาลัยสารพัดช่างเชียงใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการเรียนการสอนของวิทยาลัยสารพัดช่างเชียงใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มาศึกษาในวิทยาลัยสารพัดช่างเชียงใหม่ ซึ่งเลือกวิธีสุ่มแบบบังเอิญจากประชากร จำนวน 360 ราย และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล และการจัดอันดับความสำคัญโดยอาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ผลการศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในวิทยาลัยสารพัดช่าง จำนวน 360 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุน้อยกว่า 20 ปี มีสถานภาพโสด กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่นอกเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในวิทยาลัยสารพัดช่างพบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยศึกษาที่วิทยาลัยสารพัดช่างมาก่อน และมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาหาความรู้

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในวิทยาลัยสารพัดช่างเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ศึกษาให้ความสำคัญในสามลำดับแรก คือ ปัจจัย

ด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านกระบวนการจัดการตามลำดับ

ผลการศึกษาเพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการเรียนการสอนของวิทยาลัยสารพัดช่างเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ปัญหาด้านสถานที่ คือ มีที่จอดรถไม่เพียงพอ รองลงมาคือปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีจำนวนหลักสูตรที่เปิดสอนน้อย

Independent Study Title	Behavior Choice of Studying in Chiang Mai Polytechnic College	
Author	Mr.Amornthep Wattanavorasakul	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Assoc.Prof.Dr.Venus Rauechai	Advisor
	Lect.Dr.Rossarin Osathanunkul	Co-advisor

ABSTRACT

The study was conducted to understand 1) understand the behavior of people studying in Chiang Mai polytechnic college, 2) investigate the market mix affecting the associated students' choices, and 3) examine their problems and recommendations.

The information for this study was of primary data collected using a questionnaire interview method from 360 accidentally sampled individuals studying at Chiang Mai polytechnic college. The analysis was based on the results from descriptive statistics and a Likert rating scale.

From the 360 samples, it can be concluded that the majority of students at Chiang Mai polytechnic college are female, less than 20 years old, single, bachelor's degree graduates, residing out of the city district, students, and having a monthly income of 5,000 – 10,000 Bath.

The findings on student behavior revealed that the majority of samples shared common features concerned with the fact that they had never studied at Chiang Mai polytechnic college before, and the reason given for studying was that they wanted to improve their knowledge. The investigation into the effect of marketing mix on the studying decisions found that the three highest-rating factors were personal, product and service process, respectively.

The study into problems showed that the three highest-rating problems given were 1) regarding the place, car park was not big enough, 2) regarding the promotion, not having enough public relations, 3) regarding the product, the number of course were too few.