

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามจากนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 235 ราย ผลการศึกษานำเสนอเป็น 6 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2 - 17)

ส่วนที่ 2 ความถี่ในการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 18)

ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 19)

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 20 - 24)

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 25 - 33)

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 34 - 78)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ที่ตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถาบันการศึกษา และหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่กำลังศึกษาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

สถาบันการศึกษาและหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่กำลังศึกษาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตเชียงใหม่ สาขาบริหารธุรกิจ	49	20.9
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาบริหารธุรกิจ	48	20.4
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาการบัญชี	39	16.6
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาการตลาด	29	12.2
มหาวิทยาลัยพายัพ สาขาบริหารธุรกิจ	26	11.1
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สาขาบริหารธุรกิจ	14	6.0
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ สาขาบริหารธุรกิจ	12	5.1
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร	9	3.8
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น สาขาบริหารธุรกิจ	6	2.6
มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ สาขาบริหารธุรกิจ	3	1.3
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตเชียงใหม่ สาขาบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาบริหารธุรกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาการบัญชี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	88	37.4
หญิง	147	62.6
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 และเพศชาย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 22 ปี	6	2.6
23 – 25 ปี	70	29.8
26 – 30 ปี	92	39.1
31 – 35 ปี	29	12.3
36 – 40 ปี	24	10.2
41 – 45 ปี	10	4.3
46 – 50 ปี	4	1.7
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมา คือ 23 – 25 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และ 31 – 35 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	182	77.4
สมรส	49	20.9
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4	1.7
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 77.4 รองลงมา คือสมรส จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	228	97.0
ปริญญาโท	7	3.0
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมา คือปริญญาโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถาบันการศึกษาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

สถาบันการศึกษาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	78	33.2
มหาวิทยาลัยพายัพ	41	17.4
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	33	14.0
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ	23	9.8
มหาวิทยาลัยแม่โจ้	11	4.7
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	9	3.8
อื่นๆ	40	17.0
รวม	235	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ จำนวน 40 คน ได้แก่ 1. มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 7 คน 2. มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 7 คน 3. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จำนวน 5 คน 4. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 3 คน 5. มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ จำนวน 2 คน 6. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จำนวน 2 คน 7. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จำนวน 2 คน 8. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 2 คน 9. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จำนวน 2 คน 10. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 1 คน 11. มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ จำนวน 1 คน 12. มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 1 คน 13. มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน 1 คน 14. สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลปทุมธานี จำนวน 1 คน 15. มหาวิทยาลัยโยนก จำนวน 1 คน 16. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 1 คน 17. มหาวิทยาลัยหอการค้า จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมา คือมหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	จำนวน	ร้อยละ
สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์	192	81.7
วิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์	31	13.2
วิทยาศาสตร์สุขภาพ	12	5.1

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 235 คน

กลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ ประกอบด้วยคณะมนุษยศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะศิลปกรรมศาสตร์

กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ ประกอบด้วย คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะเกษตรศาสตร์

กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพประกอบด้วย คณะแพทยศาสตร์ คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ และคณะสัตวแพทยศาสตร์

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรีในกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 81.7 รองลงมา คือ วิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถาบันการศึกษาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโท

สถาบันการศึกษาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโท	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	3	42.9
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2	28.5
มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่	1	14.3
Pune University India	1	14.3
รวม	7	100.0

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโทจำนวน 7 คน

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาโท 7 คน จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา คือมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ และPune University India เท่ากัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโท

กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโท	จำนวน	ร้อยละ
สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์	7	100.0
วิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์	0	0.0
วิทยาศาสตร์สุขภาพ	0	0.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโทจำนวน 7 คน กลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ ประกอบด้วยคณะมนุษยศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะศิลปกรรมศาสตร์ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ ประกอบด้วย คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะเกษตรศาสตร์ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพประกอบด้วย คณะแพทยศาสตร์ คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ และคณะสัตวแพทยศาสตร์

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาโท 7 คน ทั้งหมดศึกษาระดับปริญญาโทในกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	82	34.9
นักศึกษา	58	24.7
รับราชการ /พนักงานรัฐวิสาหกิจ	53	22.6
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	33	14.0
รับจ้างอิสระ	8	3.4
อื่นๆ ได้แก่ มุลนิธิ	1	0.4
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างมากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมา คือนักศึกษา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	54	23.0
10,001 – 15,000 บาท	87	37.0
15,001 – 20,000 บาท	42	17.9
20,001 – 25,000 บาท	17	7.2
มากกว่า 25,000 บาท	35	14.9
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทมากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา คือน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการทำงาน หลังจากจบการศึกษาในระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

ระยะเวลาการทำงานหลังจากจบการศึกษาในระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	57	24.3
1 – 3 ปี	72	30.6
3 – 5 ปี	41	17.4
5 – 7 ปี	35	14.9
7 – 10 ปี	30	12.8
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานมาแล้ว 1 – 3 ปีมากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมา คือต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ 3 – 5 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โปรแกรม และหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่กำลังศึกษา

โปรแกรม และหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่กำลังศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคพิเศษ (เรียนวันเสาร์ – อาทิตย์)	186	79.1
ภาคพิเศษ (เรียนช่วงเย็นวันเสาร์ – อาทิตย์)	49	20.9
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในโปรแกรม และหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ (เรียนวันเสาร์ – อาทิตย์) จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 รองลงมา คือภาคพิเศษ (เรียนช่วงเย็นวันเสาร์ – อาทิตย์) จำนวน 49 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.9

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการศึกษา

ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ปกครอง เช่น บิดา มารดา เป็นต้น	106	45.1
รับผิดชอบเอง	104	44.3
หน่วยงานราชการ/หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ	17	7.2
คู่สมรส (สามี/ภรรยา)	4	1.7
บริษัทเอกชนที่ทำงานอยู่	4	1.7
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ปกครอง เช่น บิดา มารดา เป็นต้น เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการศึกษามากที่สุด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมา คือ รับผิดชอบเอง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 และหน่วยงานราชการ/หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสมัครเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่

การสมัครเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	108	46.1
มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตจังหวัดเชียงใหม่	68	29.9
มหาวิทยาลัยพายัพ	55	23.4
มหาวิทยาลัยแม่โจ้	34	14.5
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	24	10.2
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น	9	3.8
มหาวิทยาลัยนอร์ท - เชียงใหม่	5	2.1

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 235 คน

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสมัครเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมา คือมหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 และมหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสมัครศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยต่างๆในกรุงเทพมหานคร

การสมัครศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัย ต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์	2	0.9
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	4	1.7
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2	0.9
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	1	0.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 235 คน

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสมัครเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มากที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 รองลงมา คือมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เท่ากัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 และมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

ส่วนที่ 2 ความถี่ในการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาความถี่ในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ประเภทของสื่อ	ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต					
	ไม่เคยได้รับ	เคยได้รับ				
		น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์	3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์	รวม
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	24 (10.1)	84 (35.7)	92 (39.2)	28 (11.9)	7 (3.1)	211 (89.9)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	113 (48.0)	73 (31.1)	41 (17.4)	6 (2.6)	2 (0.9)	122 (52.0)
โทรทัศน์	144 (61.3)	59 (25.0)	26 (11.1)	4 (1.7)	2 (0.9)	91 (38.7)
วิทยุ	108 (46.0)	70 (29.8)	44 (18.7)	12 (5.1)	1 (0.4)	127 (54.0)
หนังสือพิมพ์	118 (50.2)	58 (24.7)	44 (18.7)	12 (5.1)	3 (1.3)	117 (49.8)
นิตยสาร/วารสาร	116 (49.4)	64 (27.2)	42 (17.9)	12 (5.1)	1 (0.4)	119 (50.6)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	50 (21.3)	49 (20.9)	71 (30.1)	53 (22.6)	12 (5.1)	185 (78.7)

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ประเภทของสื่อ	ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต					
	ไม่เคยได้รับ	เคยได้รับ				รวม
		น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	1 - 2 ครั้ง/สัปดาห์	3 - 4 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์	
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	60 (25.5)	85 (36.2)	50 (21.3)	33 (14.0)	7 (3.0)	175 (74.5)
แผ่นพับ/ใบปลิว	63 (26.7)	100 (42.6)	54 (23.0)	14 (6.0)	4 (1.7)	123 (73.3)
นิทรรศการการศึกษา	105 (44.6)	77 (32.8)	39 (16.6)	12 (5.1)	2 (0.9)	130 (55.4)
โปสเตอร์	77 (32.8)	84 (35.7)	57 (24.3)	13 (5.5)	4 (1.7)	158 (67.2)
การอบรม/สัมมนา	145 (61.6)	57 (24.3)	27 (11.5)	6 (2.6)	0 (0.0)	90 (38.4)
จดหมายทางตรง	177 (75.3)	35 (14.9)	19 (8.1)	4 (1.7)	0 (0.0)	58 (24.7)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	22 (9.4)	50 (21.3)	70 (29.8)	45 (19.1)	48 (20.4)	213 (90.6)
โทรศัพท์	162 (68.9)	40 (17.0)	28 (11.9)	2 (0.9)	3 (1.3)	73 (31.1)

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ดังนี้

คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 โดยได้รับข้อมูลจากคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมา คือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9

คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 โดยได้รับข้อมูลจากสื่อคณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมา คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

โทรทัศน์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 โดยได้รับข้อมูลจากโทรทัศน์ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมา คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

วิทยุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 โดยได้รับข้อมูลจากวิทยุ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1

หนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 โดยได้รับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 12 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.1

นิตยสาร/วารสาร ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 โดยได้รับข้อมูลจากนิตยสาร/วารสาร น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1

ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 โดยได้รับข้อมูลจากป้ายโฆษณากลางแจ้ง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมา คือ 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 53 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.6

หนังสือ/คู่มือการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 โดยได้รับข้อมูลจากหนังสือ/คู่มือการศึกษา น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

แผ่นพับ/ใบปลิว ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 โดยได้รับข้อมูลจากแผ่นพับ/ใบปลิว น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.0

นิทรรศการการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4 โดยได้รับข้อมูลจากนิทรรศการการศึกษา น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1

โปสเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 โดยได้รับข้อมูลจากโปสเตอร์ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 13 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.5

การอบรม/สัมมนา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 โดยได้รับข้อมูลจากการอบรม/สัมมนา น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

จดหมายทางตรง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 โดยได้รับข้อมูลจากจดหมายทางตรง น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.7

อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 90.6 โดยได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมา คือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4

โทรศัพท์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 68.9 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 โดยได้รับข้อมูลจากโทรศัพท์ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมา คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.3

ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาใน
จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษา ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และอันดับของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทของสื่อ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	อันดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	19 (8.1)	36 (15.3)	93 (39.6)	70 (29.8)	17 (7.2)	3.13 (ปาน กลาง)	2
คณาจารย์ บุคลากร ของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่ โครงการ	74 (31.5)	53 (22.6)	75 (31.9)	24 (10.2)	9 (3.8)	2.32 (น้อย)	7
โทรทัศน์	93 (39.6)	77 (32.8)	54 (23.0)	9 (3.8)	2 (0.9)	1.94 (น้อย)	14
วิทยุ	83 (35.3)	80 (34.0)	60 (25.5)	10 (4.3)	2 (0.9)	2.01 (น้อย)	12
หนังสือพิมพ์	81 (34.5)	68 (28.9)	69 (29.4)	15 (6.4)	2 (0.9)	2.10 (น้อย)	10
นิตยสาร/วารสาร	83 (35.3)	58 (24.7)	68 (28.9)	24 (10.2)	2 (0.9)	2.16 (น้อย)	9
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	50 (21.3)	40 (17.0)	81 (34.5)	54 (23.0)	10 (4.3)	2.72 (ปาน กลาง)	4

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และอันดับของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทของสื่อ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในระดับ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	อันดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
หนังสือ/คู่มือ การศึกษาต่อ	53 (22.6)	37 (15.7)	69 (29.4)	46 (19.6)	30 (12.8)	2.84 (ปานกลาง)	3
แผ่นพับ/ใบปลิว	50 (21.3)	49 (20.9)	97 (41.3)	34 (14.5)	5 (2.1)	2.55 (น้อย)	5
นิทรรศการการศึกษา	72 (30.6)	55 (23.4)	64 (27.2)	36 (15.3)	8 (3.4)	2.37 (น้อย)	6
โปสเตอร์	66 (28.1)	64 (27.2)	65 (27.7)	32 (13.6)	8 (3.4)	2.37 (น้อย)	6
การอบรม/สัมมนา	85 (36.2)	54 (23.0)	62 (26.4)	28 (11.9)	6 (2.6)	2.22 (น้อย)	8
จดหมายทางตรง	102 (43.4)	63 (26.8)	53 (22.6)	12 (5.1)	5 (2.1)	1.96 (น้อย)	13
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	23 (9.8)	31 (13.2)	57 (24.3)	84 (35.7)	40 (17.0)	3.37 (ปานกลาง)	1
โทรศัพท์	105 (44.7)	46 (19.6)	61 (26.0)	18 (7.7)	5 (2.1)	2.03 (น้อย)	11

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่าสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในระดับปานกลาง และน้อย โดยสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.37) คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.13) หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ (ค่าเฉลี่ย 2.84) ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (ค่าเฉลี่ย 2.72) ส่วนสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในระดับน้อย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ แผ่นพับ/ใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 2.55) นิทรรศการการศึกษาและโปสเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.37) คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ (ค่าเฉลี่ย 2.32) การอบรม/สัมมนา (ค่าเฉลี่ย 2.22) นิตยสาร/วารสาร (ค่าเฉลี่ย 2.16) หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.10) โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 2.03) วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.01) จดหมายทางตรง (ค่าเฉลี่ย 1.96) โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 1.94)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาใน
ระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การศึกษาความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ กลุ่มสาขาวิชาที่จบ
การศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่
ปรากฏผลดังนี้

4.4.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 20 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ประเภทของสื่อ	เพศ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	ชาย	3.14	1.03	0.92
	หญิง	3.12	1.03	
คณาจารย์ บุคลากร ของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่ โครงการ	ชาย	2.52	1.17	0.04*
	หญิง	2.20	1.10	
โทรทัศน์	ชาย	2.08	0.97	0.06
	หญิง	1.85	0.89	
วิทยุ	ชาย	2.13	1.01	0.17
	หญิง	1.95	0.87	
หนังสือพิมพ์	ชาย	2.27	1.03	0.04*
	หญิง	2.00	0.94	

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ประเภทของสื่อ	เพศ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
นิตยสาร/วารสาร	ชาย	2.39	1.16	0.02*
	หญิง	2.03	0.96	
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ชาย	2.90	1.20	0.07
	หญิง	2.61	1.13	
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	ชาย	2.90	1.36	0.62
	หญิง	2.81	1.30	
แผ่นพับ/ใบปลิว	ชาย	2.73	1.13	0.48
	หญิง	2.45	0.98	
นิทรรศการการศึกษา	ชาย	2.48	1.24	0.30
	หญิง	2.31	1.12	
โปสเตอร์	ชาย	2.49	1.14	0.22
	หญิง	2.30	1.12	
การอบรม/สัมมนา	ชาย	2.41	1.27	0.06
	หญิง	2.10	1.04	
จดหมายทางตรง	ชาย	1.98	1.05	0.82
	หญิง	1.95	1.02	
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ชาย	3.42	1.14	0.62
	หญิง	3.34	1.23	
โทรศัพท์	ชาย	2.17	1.16	0.13
	หญิง	1.95	1.06	

หมายเหตุ : ค่าสถิติ t-test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 88 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง จำนวน 147 คน

จากตารางที่ 20 การศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับผลของสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า

ความแตกต่างระหว่างสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความแตกต่างกันกับเพศหญิง ในสื่อด้าน คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ (P-Value = 0.04) หนังสือพิมพ์ (P-Value = 0.04) และนิตยสาร/วารสาร (P-Value = 0.02) ส่วนสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ไม่มีความแตกต่างกันกับเพศหญิง ในสื่อด้าน คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสารการศึกษา โปสเตอร์ การอบรม/สัมมนา จดหมายทางตรง โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต (P-Value > 0.05 ทั้งหมด)

4.4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 21 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ประเภทของสื่อ	อายุ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 25 ปี	3.13	1.01	0.98
	26 – 35 ปี	3.12	1.04	
	36 ปี ขึ้นไป	3.16	1.03	
คณาจารย์ บุคลากร ของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่ โครงการ	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 25 ปี	2.59	1.12	0.02*
	26 – 35 ปี	2.13	1.05	
	36 ปี ขึ้นไป	2.39	1.33	
โทรทัศน์	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 25 ปี	2.26	0.87	0.00*
	26 – 35 ปี	1.79	0.92	
	36 ปี ขึ้นไป	1.74	0.89	

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ประเภทของสื่อ	อายุ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
วิทยุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.32	0.88	0.00*
	26 – 35 ปี	1.88	0.92	
	36 ปี ขึ้นไป	1.84	0.92	
หนังสือพิมพ์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.38	0.91	0.01*
	26 – 35 ปี	2.00	0.99	
	36 ปี ขึ้นไป	1.87	0.99	
นิตยสาร/วารสาร	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.41	0.98	0.03*
	26 – 35 ปี	2.10	1.08	
	36 ปี ขึ้นไป	1.89	1.03	
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.88	1.10	0.14
	26 – 35 ปี	2.71	1.17	
	36 ปี ขึ้นไป	2.42	1.22	

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงพฤติกรรม的开รับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ประเภทของสื่อ	อายุ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	3.28	1.13	0.00*
	26 – 35 ปี	2.72	1.36	
	36 ปี ขึ้นไป	2.37	1.36	
แผ่นพับ/ใบปลิว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.86	0.87	0.00*
	26 – 35 ปี	2.54	1.10	
	36 ปี ขึ้นไป	2.00	0.96	
นิทรรศการการศึกษา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.79	1.04	0.00*
	26 – 35 ปี	2.24	1.19	
	36 ปี ขึ้นไป	1.97	1.13	
โปสเตอร์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.79	0.96	0.00*
	26 – 35 ปี	2.25	1.15	
	36 ปี ขึ้นไป	1.92	1.15	

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ประเภทของสื่อ	อายุ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
การอบรม/สัมมนา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.49	1.09	0.02*
	26 – 35 ปี	2.15	1.17	
	36 ปี ขึ้นไป	1.89	1.01	
จดหมายทางตรง	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.30	1.03	0.00*
	26 – 35 ปี	1.80	1.02	
	36 ปี ขึ้นไป	1.76	0.88	
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	3.59	1.05	0.14
	26 – 35 ปี	3.26	1.25	
	36 ปี ขึ้นไป	3.29	1.27	
โทรศัพท์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	2.22	1.09	0.12
	26 – 35 ปี	1.89	1.05	
	36 ปี ขึ้นไป	2.08	1.24	

หมายเหตุ : ค่าสถิติ One-way ANOVA กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี 76 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 35 ปี 121 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปี ขึ้นไป 38 คน

จากตารางที่ 21 การศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับผลของสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า

ความแตกต่างระหว่างสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความแตกต่างกันกับอายุ 26 - 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป ในสื่อด้าน คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ (P-Value = 0.02) โทรทัศน์ (P-Value = 0.01) วิทยุ (P-Value = 0.01) หนังสือพิมพ์ (P-Value = 0.02) นิตยสาร/วารสาร (P-Value = 0.03) หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ (P-Value = 0.01) แผ่นพับ/ใบปลิว (P-Value = 0.01) นิตยรศการ การศึกษา (P-Value = 0.01) โปสเตอร์ (P-Value = 0.01) การอบรม/สัมมนา (P-Value = 0.02) และ จดหมายทางตรง (P-Value = 0.01) ส่วนสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ไม่มีความแตกต่างกันกับอายุ 26 - 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป ในสื่อด้านคนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น ป้ายโฆษณากลางแจ้ง อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์ (P-Value > 0.05 ทั้งหมด)

4.4.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 22 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ประเภทของสื่อ	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	สังคมศาสตร์	3.17	0.97	0.22
	วิทยาศาสตร์	2.95	1.23	
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	สังคมศาสตร์	2.41	1.15	0.02*
	วิทยาศาสตร์	1.95	1.00	
โทรทัศน์	สังคมศาสตร์	2.03	0.94	0.00*
	วิทยาศาสตร์	1.51	0.70	
วิทยุ	สังคมศาสตร์	2.12	0.95	0.00*
	วิทยาศาสตร์	1.53	0.63	

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ประเภทของสื่อ	กลุ่มสาขาวิชา ที่จบ การศึกษาใน ระดับปริญญา ตรี	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
หนังสือพิมพ์	สังคมศาสตร์	2.18	0.99	0.01*
	วิทยาศาสตร์	1.74	0.88	
นิตยสาร/วารสาร	สังคมศาสตร์	2.21	1.05	0.19
	วิทยาศาสตร์	1.98	1.06	
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	สังคมศาสตร์	2.77	1.15	0.20
	วิทยาศาสตร์	2.51	1.22	
หนังสือ/คู่มือ การศึกษาต่อ	สังคมศาสตร์	2.90	1.32	0.15
	วิทยาศาสตร์	2.58	1.30	
แผ่นพับ/ใบปลิว	สังคมศาสตร์	2.59	1.03	0.27
	วิทยาศาสตร์	2.40	1.09	

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ประเภทของสื่อ	กลุ่มสาขาวิชา ที่จบ การศึกษาใน ระดับปริญญา ตรี	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
นิทรรศการการศึกษา	สังคมศาสตร์	2.46	1.17	0.01*
	วิทยาศาสตร์	1.98	1.08	
โปสเตอร์	สังคมศาสตร์	2.42	1.12	0.14
	วิทยาศาสตร์	2.14	1.15	
การอบรม/สัมมนา	สังคมศาสตร์	2.22	1.11	0.84
	วิทยาศาสตร์	2.19	1.24	
จดหมายทางตรง	สังคมศาสตร์	2.04	1.05	0.01*
	วิทยาศาสตร์	1.60	0.85	
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	สังคมศาสตร์	3.35	1.17	0.67
	วิทยาศาสตร์	3.44	1.33	

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ประเภทของสื่อ	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
โทรศัพท์	สังคมศาสตร์	2.08	1.11	0.12
	วิทยาศาสตร์	1.79	1.01	

หมายเหตุ : ค่าสถิติ t-test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสังคมศาสตร์ 192 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มวิทยาศาสตร์ 43 คน

จากตารางที่ 22 การศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับผลของสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า

ความแตกต่างระหว่างสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ มีความแตกต่างกันกับกลุ่มวิทยาศาสตร์ ในสื่อด้าน คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ (P-Value = 0.02) โทรศัพท์ (P-Value = 0.01) วิทยู (P-Value = 0.01) หนังสือพิมพ์ (P-Value = 0.01) นิตรสารการศึกษา (P-Value = 0.01) และจดหมายทางตรง (P-Value = 0.01) ส่วนสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ ไม่มีความแตกต่างกับกลุ่มวิทยาศาสตร์ ในสื่อด้าน คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น นิตยสาร/วารสาร ป้ายโฆษณากลางแจ้ง หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ แผ่นพับ/ใบปลิว โปสเตอร์ การอบรม/สัมมนา อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์ (P-Value > 0.05 ทั้งหมด)

4.4.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 23 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ประเภทของสื่อ	อาชีพ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	นักศึกษา	2.97	0.94	0.32
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	3.21	1.09	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	3.10	0.92	
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	นักศึกษา	2.62	0.99	0.01*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	2.14	1.18	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.51	1.08	
โทรทัศน์	นักศึกษา	2.29	0.75	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	1.71	0.93	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.20	0.93	
วิทยุ	นักศึกษา	2.41	0.80	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	1.75	0.89	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.32	0.93	

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ประเภทของสื่อ	อาชีพ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
หนังสือพิมพ์	นักศึกษา	2.43	0.84	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	1.85	0.98	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.46	0.95	
นิตยสาร/วารสาร	นักศึกษา	2.55	0.94	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	1.85	1.01	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.68	0.96	
ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง	นักศึกษา	2.95	1.00	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	2.46	1.21	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	3.24	0.97	
หนังสือ/คู่มือ การศึกษาต่อ	นักศึกษา	3.33	1.11	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	2.57	1.34	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	3.07	1.33	
แผ่นพับ/ ใบปลิว	นักศึกษา	2.86	0.83	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	2.31	1.11	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.93	0.91	

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ประเภทของสื่อ	อาชีพ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
นิทรรศการการศึกษา	นักศึกษา	2.86	0.98	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	2.11	1.19	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.56	1.10	
โปสเตอร์	นักศึกษา	2.81	0.85	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	2.10	1.16	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.66	1.13	
การอบรม/สัมมนา	นักศึกษา	2.69	1.08	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	1.85	1.00	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.78	1.17	
จดหมายทางตรง	นักศึกษา	2.50	1.00	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	1.68	0.89	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.12	1.19	
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	นักศึกษา	3.48	1.03	0.46
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	3.29	1.26	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	3.49	1.21	

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ประเภทของสื่อ	อาชีพ	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
โทรทัศน์	นักศึกษา	2.26	1.05	0.00*
	รับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน	1.79	1.04	
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ	2.51	1.14	

หมายเหตุ : ค่าสถิติ One-way ANOVA กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา 58 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน 136 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง 41 คน

จากตารางที่ 23 การศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับผลของสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

ความแตกต่างระหว่างสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา มีความแตกต่างกันกับอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระ ในสื่อด้าน คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ (P-Value = 0.01) โทรทัศน์ (P-Value = 0.00) วิทยู (P-Value = 0.00) หนังสือพิมพ์ (P-Value = 0.00) นิตยสาร/วารสาร (P-Value = 0.00) ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (P-Value = 0.00) หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ (P-Value = 0.00) แผ่นพับ/ใบปลิว (P-Value = 0.00) นิทรรศการการศึกษา (P-Value = 0.00) โปสเตอร์ (P-Value = 0.00) การอบรม/สัมมนา (P-Value = 0.00) จดหมายทางตรง (P-Value = 0.00) และโทรทัศน์ (P-Value = 0.00) ส่วนสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ไม่มีความแตกต่างกันกับอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างอิสระในสื่อด้าน คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น และอินเทอร์เน็ต (P-Value > 0.05 ทั้งหมด)

4.4.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 24 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของสื่อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	น้อยกว่า 10,000	3.09	1.01	0.71
	10,001 – 15,000	3.15	1.01	
	15,001 – 20,000	3.26	0.83	
	มากกว่า 20,000	3.02	1.21	
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	น้อยกว่า 10,000	2.65	1.10	0.09
	10,001 – 15,000	2.28	1.19	
	15,001 – 20,000	2.26	1.08	
	มากกว่า 20,000	2.12	1.08	
โทรทัศน์	น้อยกว่า 10,000	2.31	0.91	0.00*
	10,001 – 15,000	1.85	0.87	
	15,001 – 20,000	1.90	1.03	
	มากกว่า 20,000	1.71	0.85	
วิทยุ	น้อยกว่า 10,000	2.39	0.92	0.00*
	10,001 – 15,000	1.97	0.93	
	15,001 – 20,000	1.90	0.96	
	มากกว่า 20,000	1.79	0.80	

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของสื่อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
หนังสือพิมพ์	น้อยกว่า 10,000	2.39	0.94	0.08
	10,001 – 15,000	2.08	1.01	
	15,001 – 20,000	1.95	0.96	
	มากกว่า 20,000	1.96	0.95	
นิตยสาร/ วารสาร	น้อยกว่า 10,000	2.57	1.04	0.01*
	10,001 – 15,000	2.03	0.99	
	15,001 – 20,000	2.17	1.10	
	มากกว่า 20,000	1.96	1.03	
ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง	น้อยกว่า 10,000	3.11	1.06	0.04*
	10,001 – 15,000	2.63	1.21	
	15,001 – 20,000	2.60	1.21	
	มากกว่า 20,000	2.56	1.07	
หนังสือ/คู่มือ การศึกษาต่อ	น้อยกว่า 10,000	3.31	1.15	0.02*
	10,001 – 15,000	2.80	1.41	
	15,001 – 20,000	2.60	1.23	
	มากกว่า 20,000	2.62	1.32	
แผ่นพับ/ ใบปลิว	น้อยกว่า 10,000	3.04	0.93	0.00*
	10,001 – 15,000	2.48	1.04	
	15,001 – 20,000	2.55	1.09	
	มากกว่า 20,000	2.17	0.96	

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของสื่อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
นิทรรศการการศึกษา	น้อยกว่า 10,000	2.74	1.08	0.02*
	10,001 – 15,000	2.37	1.21	
	15,001 – 20,000	2.36	1.25	
	มากกว่า 20,000	2.02	1.02	
โปสเตอร์	น้อยกว่า 10,000	2.83	0.99	0.00*
	10,001 – 15,000	2.32	1.19	
	15,001 – 20,000	2.17	1.03	
	มากกว่า 20,000	2.13	1.14	
การอบรม/สัมมนา	น้อยกว่า 10,000	2.61	1.16	0.00*
	10,001 – 15,000	2.05	1.10	
	15,001 – 20,000	2.48	1.23	
	มากกว่า 20,000	1.88	0.94	
จดหมายทางตรง	น้อยกว่า 10,000	2.52	1.18	0.00*
	10,001 – 15,000	1.79	0.93	
	15,001 – 20,000	1.88	1.04	
	มากกว่า 20,000	1.71	0.80	
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	น้อยกว่า 10,000	3.67	0.97	0.02*
	10,001 – 15,000	3.30	1.22	
	15,001 – 20,000	3.60	1.15	
	มากกว่า 20,000	3.00	1.31	

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของสื่อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	มีผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		
		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value
โทรศัพท์	น้อยกว่า 10,000	2.13	1.12	0.13
	10,001 – 15,000	1.89	1.04	
	15,001 – 20,000	2.33	1.20	
	มากกว่า 20,000	1.92	1.06	

หมายเหตุ : ค่าสถิติ One-way ANOVA กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 54 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท 87 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 42 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท 52 คน

จากตารางที่ 24 การศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับผลของสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความแตกต่างกับผู้มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ในสื่อด้าน โทรทัศน์ (P-Value = 0.01) วิทยุ (P-Value = 0.01) นิตยสาร/วารสาร (P-Value = 0.01) ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (P-Value = 0.04) หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ (P-Value = 0.02) แผ่นพับ/ใบปลิว (P-Value = 0.01) นิตยสารการศึกษา (P-Value = 0.02) โปสเตอร์ (P-Value = 0.01) การอบรม/สัมมนา (P-Value = 0.01) จดหมายทางตรง (P-Value = 0.01) และอินเทอร์เน็ต (P-Value = 0.02) ส่วนสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ไม่มีความแตกต่างกับผู้มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ในสื่อด้าน คนรู้จัก เช่นเพื่อน เป็นต้น คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ หนังสือพิมพ์ และโทรศัพท์ (P-Value > 0.05 ทั้งหมด)

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ การตัดสินใจซื้อ การบริโภคอุปโภคสินค้า และประเมินผลหลังซื้อ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มวุฒิการศึกษา	185	78.7
เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน	150	63.8
เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	134	57.0
คิดว่าการเรียนในระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน	94	40.0
เพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ	91	38.7
ได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น	83	35.3
การงานที่มั่นคงขึ้น	71	30.2
ครบครันต้องการให้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท	63	26.8
เพื่อเปลี่ยนสายอาชีพ	53	22.6
หาเครือข่ายทางธุรกิจ	41	17.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 235 คน

จากตารางที่ 25 พบว่า เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมา คือต้องการเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 150 คน คิดเป็น ร้อยละ 63.8 และต้องการเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 134 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.0

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก

สื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในครั้งแรก	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	99	42.1
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	54	23.0
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	34	14.5
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	11	4.7
วิทยุ	8	3.4
แผ่นพับ/ใบปลิว	8	3.4
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	6	2.6
หนังสือพิมพ์	5	2.1
นิทรรศการการศึกษา	5	2.0
โปสเตอร์	3	1.3
โทรทัศน์	2	0.9
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่า สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้นจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	จำนวน	ร้อยละ
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	134	57.0
เนื้อหาหลักสูตร	133	56.6
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	116	49.4
สถาบันการศึกษา	110	46.8
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	110	46.8
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	99	42.1
คุณสมบัติผู้สมัคร	76	32.3
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	60	25.5
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	48	20.4
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	39	16.6
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	31	13.2
สภาพแวดล้อมในการเรียน	30	12.8
สื่อการสอนมีความทันสมัย	21	8.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 235 คน

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลเรื่องโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	135	57.4
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	134	57.0
เนื้อหาหลักสูตร	133	56.6
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	122	51.9
คุณสมบัติผู้สมัคร	118	50.2
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	117	49.8
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	92	39.1
สถาบันการศึกษา	65	27.7
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	58	24.7
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	45	19.1
สภาพแวดล้อมในการเรียน	36	15.3
สื่อการสอนมีความทันสมัย	33	14.0
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	23	9.8
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	2	0.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 235 คน

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษาเพิ่มเติมหลังจากเกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมา คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 และเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	172	73.2
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	89	37.9
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	73	31.1
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	53	22.6
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	49	20.9
แผ่นพับ/ใบปลิว	45	19.1
หนังสือพิมพ์	31	13.2
โทรศัพท์	29	12.3
นิทรรศการการศึกษา	26	11.1
โทรทัศน์	23	9.8
โปสเตอร์	17	7.2
การอบรม/สัมมนา	17	7.2
นิตยสาร/วารสาร	16	6.8
วิทยุ	15	6.4
จดหมายทางตรง	4	1.7
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	2	0.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 235 คน

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตหลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อหาหลักสูตร	46	19.6
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	45	19.1
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	36	15.3
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	30	12.8
สถาบันการศึกษา	28	11.9
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	11	4.7
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	8	3.4
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	7	3.0
คุณสมบัติผู้สมัคร	6	2.6
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	6	2.6
สภาพแวดล้อมในการเรียน	5	2.1
อื่นๆ ได้แก่ ความต้องการของครอบครัว	5	2.1
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	2	0.9
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้

การหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	จำนวน	ร้อยละ
หาข้อมูลเพิ่มเติม	78	33.2
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	157	66.8
รวม	235	100.0

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 66.6 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	67	85.9
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	30	38.5
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	17	21.8
แผ่นพับ/ใบปลิว	15	19.2
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	12	15.4
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	11	14.1
หนังสือพิมพ์	8	10.2
โทรศัพท์	8	3.4
โปสเตอร์	7	9.0
โทรทัศน์	6	7.7
นิตยสาร/วารสาร	6	7.7
นิทรรศการการศึกษา	5	6.5
วิทยุ	2	2.6
การอบรม/สัมมนา	1	1.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 78 คน

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 78 คน ส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้จากอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 85.9 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และสถาบันการศึกษาอื่น

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และสถาบันการศึกษาอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	60	76.9
เนื้อหาหลักสูตร	54	69.2
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	45	57.7
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	44	56.4
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	33	42.3
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	29	37.2
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	28	35.9
สถาบันการศึกษา	26	33.3
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	25	32.1
คุณสมบัติผู้สมัคร	20	25.6
สภาพแวดล้อมในการเรียน	16	20.5
ขั้นตอนในการจบการศึกษา	13	16.7
สื่อการสอนมีความทันสมัย	11	14.1
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	7	9.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 78 คน

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 78 คน ส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และสถาบันการศึกษาอื่น เรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ การตัดสินใจซื้อ การบริโภคอุปโภคสินค้า และประเมินผลหลังซื้อ ปรากฏผลดังนี้

4.6.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม และเพศ

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพิ่มวุฒิการศึกษา	69 (78.4)	116 (78.9)	185 (78.7)
เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน	57 (64.8)	93 (63.3)	150 (63.8)
เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	50 (56.8)	84 (57.1)	134 (57.0)
คิดว่าการเรียนในระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน	32 (36.4)	62 (42.2)	94 (40.0)
เพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ	33 (37.5)	58 (39.5)	91 (38.7)
ได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น	30 (34.1)	53 (36.1)	83 (35.3)

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม และเพศ

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การงานที่มั่นคงขึ้น	27 (30.7)	44 (29.9)	71 (30.2)
ครอบครัวต้องการให้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท	18 (20.5)	45 (30.6)	63 (26.8)
เพื่อเปลี่ยนสายอาชีพ	18 (20.5)	35 (23.8)	53 (22.6)
หาเครือข่ายทางธุรกิจ	20 (22.7)	21 (14.3)	41 (17.4)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 88 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 147 คน

จากตารางที่ 34 การศึกษาเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 และเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8

เพศหญิง เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 78.9 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 และเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และเพศ

สื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในครั้งแรก	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	30 (34.1)	69 (46.9)	99 (42.1)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	18 (20.5)	36 (24.5)	54 (23.0)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	18 (20.5)	16 (10.9)	34 (14.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	4 (4.5)	7 (4.8)	11 (4.7)
วิทยุ	5 (5.7)	3 (2.0)	8 (3.4)
แผ่นพับ/ใบปลิว	2 (2.3)	6 (4.1)	8 (3.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	3 (3.4)	3 (2.0)	6 (2.6)
หนังสือพิมพ์	4 (4.5)	1 (0.7)	5 (2.1)
นิทรรศการการศึกษา	2 (2.3)	3 (2.0)	5 (2.0)
โปสเตอร์	1 (1.1)	2 (1.4)	3 (1.3)
โทรทัศน์	1 (1.1)	1 (0.7)	2 (0.9)
รวม	88 (100.0)	147 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 35 การศึกษาสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งแรก จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้นและป้ายโฆษณากลางแจ้งเท่ากัน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

เพศหญิง สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.9

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และเพศ

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	55 (62.5)	79 (53.7)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	55 (62.5)	78 (53.1)	133 (56.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	43 (48.9)	73 (49.7)	116 (49.4)
สถาบันการศึกษา	41 (46.6)	69 (46.9)	110 (46.8)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	48 (54.5)	62 (42.2)	110 (46.8)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	37 (42.0)	62 (42.2)	99 (42.1)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และเพศ

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คุณสมบัติผู้สมัคร	31 (35.2)	45 (30.6)	76 (32.3)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	24 (27.3)	36 (24.5)	60 (25.5)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	15 (17.0)	33 (22.4)	48 (20.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	14 (15.9)	25 (17.0)	39 (16.6)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	16 (18.2)	15 (10.2)	31 (13.2)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	11 (12.5)	19 (12.9)	30 (12.8)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	6 (6.8)	15 (10.2)	21 (8.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 88 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 147 คน

จากตารางที่ 36 การศึกษาลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งแรกจำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาและเนื้อหาหลักสูตร เท่ากัน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9

เพศหญิง ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และเพศ

ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	45 (51.1)	90 (61.2)	135 (57.4)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	55 (62.5)	79 (53.7)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	48 (54.5)	85 (57.8)	133 (56.6)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	47 (53.4)	75 (51.0)	122 (51.9)
คุณสมบัติผู้สมัคร	43 (48.9)	75 (51.0)	118 (50.2)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	44 (50.0)	73 (49.7)	117 (49.8)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และเพศ

ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	33 (37.5)	59 (40.1)	92 (39.1)
สถาบันการศึกษา	27 (30.7)	38 (25.9)	65 (27.7)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	34 (38.6)	24 (16.3)	58 (24.7)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	24 (27.3)	21 (14.3)	45 (19.1)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	16 (18.2)	20 (13.6)	36 (15.3)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	15 (17.0)	18 (12.2)	33 (14.0)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้าน ความรู้ความสามารถ	10 (11.4)	13 (8.8)	23 (9.8)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	0 (0.0)	2 (1.4)	2 (0.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 88 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 147 คน

จากตารางที่ 37 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4

เพศหญิง ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 และ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และเพศ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	61 (69.3)	111 (75.5)	172 (73.2)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	34 (38.6)	55 (37.4)	89 (37.9)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	23 (26.1)	50 (34.0)	73 (31.1)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	22 (25.0)	31 (21.1)	53 (22.6)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	17 (19.3)	32 (21.8)	49 (20.9)
แผ่นพับ/ใบปลิว	23 (26.1)	22 (15.0)	45 (19.1)

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และเพศ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หนังสือพิมพ์	14 (15.9)	17 (11.6)	31 (13.2)
โทรศัพท์	11 (12.5)	18 (12.2)	29 (12.3)
นิทรรศการการศึกษา	12 (13.6)	14 (9.5)	26 (11.1)
โทรทัศน์	12 (13.6)	11 (7.5)	23 (9.8)
โปสเตอร์	7 (8.0)	10 (6.8)	17 (7.2)
การอบรม/สัมมนา	5 (5.7)	12 (8.2)	17 (7.2)
นิตยสาร/วารสาร	11 (12.5)	5 (3.4)	16 (6.8)
วิทยุ	4 (4.7)	11 (7.5)	15 (6.4)
จดหมายทางตรง	3 (3.4)	1 (0.7)	4 (1.7)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	0 (0.0)	2 (1.4)	2 (0.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 88 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 147 คน

จากตารางที่ 38 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อและแผ่นพับ/ใบปลิวเท่ากัน จำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.1

เพศหญิง ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และเพศ

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เนื้อหาหลักสูตร	17 (19.3)	29 (19.7)	46 (19.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	15 (17.0)	30 (20.4)	45 (19.1)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	13 (14.8)	23 (15.6)	36 (15.3)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	11 (12.5)	19 (12.9)	30 (12.8)
สถาบันการศึกษา	16 (18.2)	12 (8.2)	28 (11.9)

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และเพศ

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	7 (8.0)	4 (2.7)	11 (4.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	2 (2.3)	6 (4.1)	8 (3.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	2 (2.3)	5 (3.4)	7 (3.0)
คุณสมบัติผู้สมัคร	2 (2.3)	4 (2.7)	6 (2.6)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	1 (1.1)	5 (3.4)	6 (2.6)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	1 (1.1)	4 (2.7)	5 (2.1)
อื่นๆ ได้แก่ ความต้องการของครอบครัว	1 (1.1)	4 (2.7)	5 (2.1)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้าน ความรู้ความสามารถ	0 (0.0)	2 (1.4)	2 (0.9)
รวม	88 (100.0)	147 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 39 การศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมา คือสถาบันการศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

เพศหญิง ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และโปรแกรมวัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และเพศ

การหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หาข้อมูลเพิ่มเติม	39 (44.3)	39 (26.5)	78 (33.2)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	49 (55.7)	108 (73.5)	157 (66.8)
รวม	88 (100.0)	147 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 40 การศึกษาพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3

เพศหญิง พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และเพศ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	32 (82.1)	35 (89.7)	67 (85.9)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	13 (33.3)	17 (43.6)	30 (38.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	6 (15.4)	11 (28.2)	17 (21.8)
แผ่นพับ/ใบปลิว	8 (20.5)	7 (17.9)	15 (19.2)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	6 (15.4)	6 (15.4)	12 (15.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	6 (15.4)	5 (12.8)	11 (14.1)
หนังสือพิมพ์	3 (7.7)	5 (12.8)	8 (10.2)

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และเพศ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โทรศัพท์	3 (7.7)	5 (12.8)	8 (10.2)
โปสเตอร์	3 (7.7)	4 (10.3)	7 (9.0)
โทรทัศน์	4 (10.3)	2 (5.1)	6 (7.7)
นิตยสาร/วารสาร	3 (7.7)	3 (7.7)	6 (7.7)
นิทรรศการการศึกษา	3 (7.7)	2 (5.1)	5 (6.4)
วิทยุ	2 (5.1)	0 (0.0)	2 (2.6)
การอบรม/สัมมนา	0 (0.0)	1 (2.6)	1 (1.3)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 39 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 39 คน

จากตารางที่ 41 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 82.1 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

เพศหญิง สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 89.7 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และเพศ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	31 (79.5)	29 (74.4)	60 (76.9)
เนื้อหาหลักสูตร	26 (66.7)	28 (71.8)	54 (69.2)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	25 (64.1)	20 (51.3)	45 (57.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	22 (56.4)	22 (56.4)	44 (56.4)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	15 (38.5)	18 (46.2)	33 (42.3)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	12 (30.8)	17 (43.6)	29 (37.2)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	13 (33.3)	15 (38.5)	28 (35.9)
สถาบันการศึกษา	13 (33.3)	13 (33.3)	26 (33.3)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	11 (28.2)	14 (35.9)	25 (32.1)

ตารางที่ 42 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และเพศ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษา อยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คุณสมบัติผู้สมัคร	9 (23.1)	11 (28.2)	20 (25.6)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	6 (15.4)	10 (25.6)	16 (20.5)
ขั้นตอนในการจบการศึกษา	8 (20.5)	5 (12.8)	13 (16.7)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	4 (10.3)	7 (17.9)	11 (14.1)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้าน ความรู้ความสามารถ	3 (7.7)	4 (10.3)	7 (9.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 39 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง 39 คน

จากตารางที่ 42 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1

เพศหญิง ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4

4.6.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม และอายุ

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เพิ่มวุฒิการศึกษา	61 (80.3)	97 (80.2)	27 (71.1)	185 (78.7)
เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน	48 (63.2)	76 (62.8)	26 (68.4)	150 (63.8)
เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	36 (47.4)	73 (60.3)	25 (65.8)	134 (57.0)
คิดว่าการเรียนในระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน	43 (56.6)	42 (34.7)	9 (23.7)	94 (40.0)
เพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ	32 (42.1)	50 (41.3)	9 (23.7)	91 (38.7)
ได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น	29 (38.2)	46 (38.0)	8 (21.1)	83 (35.3)
การทำงานที่มั่นคงขึ้น	28 (36.8)	33 (27.3)	10 (26.3)	71 (30.2)
ครอบครัวต้องการให้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท	37 (48.7)	26 (21.5)	0 (0.0)	63 (26.8)
เพื่อเปลี่ยนสายอาชีพ	21 (27.6)	31 (25.6)	1 (2.6)	53 (22.6)

ตารางที่ 43 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม และอายุ

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
หาเครือข่ายทางธุรกิจ	13 (17.1)	21 (17.4)	7 (18.4)	41 (17.4)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี 76 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 35 ปี 121 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปี ขึ้นไป 38 คน

จากตารางที่ 43 การศึกษาเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 80.3 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 และคิดว่าการเรียนในระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6

อายุ 26 - 35 ปี เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 และเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3

อายุ 36 ปี ขึ้นไป เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 71.1 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 และเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และอายุ

สื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	อายุ			อายุ
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	24 (31.6)	54 (44.6)	21 (55.3)	99 (42.1)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	23 (30.3)	26 (21.5)	5 (13.2)	54 (23.0)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	9 (11.8)	17 (14.0)	8 (21.1)	34 (14.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	2 (2.6)	9 (7.4)	0 (0.0)	11 (4.7)
วิทยุ	0 (0.0)	4 (3.3)	4 (10.5)	8 (3.4)
แผ่นพับ/ใบปลิว	4 (5.3)	4 (3.3)	0 (0.0)	8 (3.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	4 (5.3)	2 (1.7)	0 (0.0)	6 (2.6)
หนังสือพิมพ์	1 (1.3)	4 (3.3)	0 (0.0)	5 (2.1)
นิตรสารการศึกษา	5 (6.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (2.0)

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และอายุ

สื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	อายุ			อายุ
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 - 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
โปสเตอร์	2 (2.6)	1 (0.8)	0 (0.0)	3 (1.3)
โทรทัศน์	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.9)
รวม	76 (100.0)	121 (100.0)	38 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 44 การศึกษาสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งแรก จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.8

อายุ 26 - 35 ปี สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

อายุ 36 ปี ขึ้นไป สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมา คือป้ายโฆษณากลางแจ้งจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 และอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.2

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และอายุ

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	41 (53.9)	76 (62.8)	17 (44.7)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	49 (64.5)	66 (54.5)	18 (47.4)	133 (56.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	36 (47.4)	70 (57.9)	10 (26.3)	116 (49.4)
สถาบันการศึกษา	46 (60.5)	53 (43.8)	11 (28.9)	110 (46.8)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	41 (53.9)	53 (43.8)	16 (42.1)	110 (46.8)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	34 (44.7)	47 (38.8)	18 (47.4)	99 (42.1)
คุณสมบัติผู้สมัคร	25 (32.9)	45 (37.2)	6 (15.8)	76 (32.3)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	20 (26.3)	33 (27.3)	7 (18.4)	60 (25.5)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	18 (23.7)	20 (16.5)	10 (26.3)	48 (20.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	14 (18.4)	15 (12.4)	10 (26.3)	39 (16.6)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	10 (13.2)	18 (14.9)	3 (7.9)	31 (13.2)

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และอายุ

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สภาพแวดล้อมในการเรียน	15 (19.7)	9 (7.4)	6 (15.8)	30 (12.8)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	13 (17.1)	4 (3.3)	4 (10.5)	21 (8.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี 76 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 35 ปี 121 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปี ขึ้นไป 38 คน

จากตารางที่ 45 การศึกษาลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า

อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือนี้อาหาหลักสูตร จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมา คือสถาบันการศึกษา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 และ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร เท่ากัน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9

อายุ 26 – 35 ปี ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 และเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5

อายุ 36 ปี ขึ้นไป ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกในครั้งแรกมากที่สุด คือเนื้อหาหลักสูตรและชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัยเท่ากัน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมา คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และอายุ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	46 (60.5)	68 (56.2)	21 (55.3)	135 (57.4)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	43 (56.6)	69 (57.0)	22 (57.9)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	49 (64.5)	60 (49.6)	24 (63.2)	133 (56.6)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	36 (47.4)	64 (52.9)	22 (57.9)	122 (51.9)
คุณสมบัติผู้สมัคร	50 (65.8)	59 (48.8)	9 (23.7)	118 (50.2)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	41 (53.9)	62 (51.2)	14 (36.8)	117 (49.8)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	33 (43.4)	44 (36.4)	15 (39.5)	92 (39.1)
สถาบันการศึกษา	22 (28.9)	37 (30.6)	6 (15.8)	65 (27.7)

ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และอายุ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	17 (22.4)	34 (28.1)	7 (18.4)	58 (24.7)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	14 (18.4)	23 (19.0)	8 (21.1)	45 (19.1)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	6 (7.9)	24 (19.8)	6 (15.8)	36 (15.3)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	11 (14.5)	19 (15.7)	3 (7.9)	33 (14.0)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	7 (9.2)	14 (11.6)	2 (5.3)	23 (9.8)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	0 (0.0)	2 (1.7)	0 (0.0)	2 (0.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี 76 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 35 ปี 121 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปี ขึ้นไป 38 คน

จากตารางที่ 46 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือคุณสมบัติผู้สมัคร จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5

อายุ 26 – 35 ปี ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 69 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.0 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9

อายุ 36 ปี ขึ้นไป ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมา คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาและระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตรเท่ากัน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอายุ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	51 (67.1)	95 (78.5)	26 (68.4)	172 (73.2)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	23 (30.3)	51 (42.1)	15 (39.5)	89 (37.9)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	30 (39.5)	35 (28.9)	8 (21.1)	73 (31.1)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	19 (25.0)	27 (22.3)	7 (18.4)	53 (22.6)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	19 (25.0)	21 (17.4)	9 (23.7)	49 (20.9)
แผ่นพับ/ใบปลิว	22 (28.9)	20 (16.5)	3 (7.9)	45 (19.1)

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอายุ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
หนังสือพิมพ์	12 (15.8)	18 (14.9)	1 (2.6)	31 (13.2)
โทรศัพท์	7 (9.2)	12 (9.9)	10 (26.3)	29 (12.3)
นิทรรศการการศึกษา	15 (19.7)	11 (9.1)	0 (0.0)	26 (11.1)
โทรทัศน์	11 (14.5)	8 (6.4)	4 (10.5)	23 (9.8)
โปสเตอร์	8 (10.5)	6 (5.0)	3 (7.9)	17 (7.2)
การอบรม/สัมมนา	9 (11.8)	8 (6.6)	0 (0.0)	17 (7.2)
นิตยสาร/วารสาร	10 (13.2)	6 (5.0)	0 (0.0)	16 (6.8)
วิทยุ	3 (3.9)	11 (9.1)	1 (2.6)	15 (6.4)
จดหมายทางตรง	0 (0.0)	3 (2.5)	1 (2.6)	4 (1.7)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	1 (1.3)	1 (0.8)	0 (0.0)	2 (0.8)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี 76 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 35 ปี 121 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปี ขึ้นไป 38 คน

จากตารางที่ 47 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 51 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.1 รองลงมา คือหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.3

อายุ 26 – 35 ปี ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 35 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.9

อายุ 26 – 35 ปี ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และโทรศัพท์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอายุ

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เนื้อหาหลักสูตร	20 (26.3)	24 (19.8)	2 (5.3)	46 (19.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	12 (15.8)	24 (19.8)	9 (23.7)	45 (19.1)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	8 (10.5)	23 (19.0)	5 (13.2)	36 (15.3)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	8 (10.5)	17 (14.0)	5 (13.2)	30 (12.8)
สถาบันการศึกษา	11 (14.5)	15 (12.4)	2 (5.3)	28 (11.9)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	2 (2.6)	5 (4.1)	4 (10.5)	11 (4.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	2 (2.6)	3 (2.5)	3 (7.9)	8 (3.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4 (5.3)	1 (0.8)	2 (5.3)	7 (3.0)
คุณสมบัติผู้สมัคร	1 (1.3)	4 (3.3)	1 (2.6)	6 (2.6)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	3 (3.9)	3 (2.5)	0 (0.0)	6 (2.6)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	1 (1.3)	0 (0.0)	4 (10.5)	5 (2.1)

ตารางที่ 48 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอายุ

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
อื่นๆ ได้แก่ ความต้องการของครอบครัว	2 (2.6)	2 (1.7)	1 (2.6)	5 (2.1)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.9)
รวม	76 (100.0)	121 (100.0)	38 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 48 การศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมากที่สุด คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และสถาบันการศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

อายุ 26 – 35 ปี ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมากที่สุด คือเนื้อหาหลักสูตรและค่าใช้จ่ายในการศึกษาเท่ากัน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองลงมา คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

อายุ 36 ปี ขึ้นไป ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมากที่สุด คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 รองลงมา คือโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาและชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัยเท่ากัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และเกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตรและสภาพแวดล้อมในการเรียนเท่ากัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และอายุ

การหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
หาข้อมูลเพิ่มเติม	26 (34.2)	37 (30.6)	15 (39.5)	78 (33.2)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	50 (65.8)	84 (69.4)	23 (60.5)	157 (66.8)
รวม	76 (100.0)	121 (100.0)	38 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 49 การศึกษาพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2

อายุ 26 – 35 ปี พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6

อายุ 36 ปี ขึ้นไป พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และอายุ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับ สถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้น ไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	22 (84.6)	32 (86.5)	13 (86.7)	67 (85.9)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	7 (26.9)	16 (43.2)	7 (46.7)	30 (38.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	4 (15.4)	11 (29.7)	2 (13.3)	17 (21.8)
แผ่นพับ/ใบปลิว	6 (23.1)	7 (18.9)	2 (13.3)	15 (19.2)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	5 (19.2)	5 (13.5)	2 (13.3)	12 (15.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่ โครงการ	5 (19.2)	5 (13.5)	1 (6.7)	11 (14.1)
หนังสือพิมพ์	4 (15.4)	3 (8.1)	1 (6.7)	8 (10.2)
โทรศัพท์	2 (7.7)	2 (5.4)	4 (26.7)	8 (10.2)
โปสเตอร์	3 (11.5)	4 (10.8)	0 (0.0)	7 (9.0)
โทรทัศน์	3 (11.5)	2 (5.4)	1 (6.7)	6 (7.7)
นิตยสาร/วารสาร	4 (15.4)	1 (2.7)	1 (6.7)	6 (7.7)
นิทรรศการการศึกษา	2 (7.7)	2 (5.4)	1 (6.7)	5 (6.4)

ตารางที่ 50 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และอายุ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
วิทยุ	1 (3.8)	1 (2.7)	0 (0.0)	2 (2.6)
การอบรม/สัมมนา	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (6.7)	1 (1.3)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี 26 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 35 ปี 37 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปี ขึ้นไป 15 คน

จากตารางที่ 50 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 84.6 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1

อายุ 26 – 35 ปี สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7

อายุ 36 ปี ขึ้นไป สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.7 และโทรศัพท์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และอายุ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	21 (80.8)	31 (83.8)	8 (53.3)	60 (76.9)
เนื้อหาหลักสูตร	21 (80.8)	26 (70.3)	7 (46.7)	54 (69.2)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	15 (57.7)	23 (62.2)	7 (46.7)	45 (57.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	14 (53.8)	20 (54.1)	10 (66.7)	44 (56.4)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	9 (34.6)	21 (56.8)	3 (20.0)	33 (42.3)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	10 (38.5)	13 (35.1)	6 (40.0)	29 (37.2)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	10 (38.5)	18 (48.6)	0 (0.0)	28 (35.9)
สถาบันการศึกษา	11 (42.3)	11 (29.7)	4 (26.7)	26 (33.3)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	9 (34.6)	13 (35.1)	3 (20.0)	25 (32.1)
คุณสมบัติผู้สมัคร	8 (30.8)	12 (32.4)	0 (0.0)	20 (25.6)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	6 (23.1)	8 (21.6)	2 (13.3)	16 (20.5)
ขั้นตอนในการจบการศึกษา	6 (23.1)	6 (16.2)	1 (6.7)	13 (16.7)

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และอายุ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	อายุ			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สื่อการสอนมีความทันสมัย	4 (15.4)	4 (10.8)	3 (20.0)	11 (14.1)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	3 (11.5)	4 (10.8)	0 (0.0)	7 (9.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี 26 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 35 ปี 37 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปี ขึ้นไป 15 คน

จากตารางที่ 51 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือค่าใช้จ่ายในการศึกษาและเนื้อหาหลักสูตรเท่ากัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมา คือโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8

อายุ 26 – 35 ปี ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 26 คน คิดเป็น ร้อยละ 70.3 และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2

อายุ 36 ปี ขึ้นไป ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และเนื้อหาหลักสูตร และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7

4.6.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพิ่มวุฒิการศึกษา	154 (80.2)	31 (72.1)	185 (78.7)
เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน	122 (63.5)	28 (65.1)	150 (63.8)
เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	118 (61.5)	16 (37.2)	134 (57.0)
คิดว่าการเรียนในระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน	80 (41.7)	14 (32.6)	94 (40.0)
เพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ	66 (34.4)	25 (58.1)	91 (38.7)
ได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น	74 (38.5)	9 (20.9)	83 (35.3)

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การงานที่มั่นคงขึ้น	63 (32.8)	8 (18.6)	71 (30.2)
ครอบครัวต้องการให้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท	51 (26.6)	12 (27.9)	63 (26.8)
เพื่อเปลี่ยนสายอาชีพ	39 (20.3)	14 (32.6)	53 (22.6)
หาเครือข่ายทางธุรกิจ	30 (15.6)	11 (25.6)	41 (17.4)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสังคมศาสตร์ 192 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มวิทยาศาสตร์ 43 คน

จากตารางที่ 52 การศึกษาเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า

กลุ่มสังคมศาสตร์ เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 122 คน คิดเป็น ร้อยละ 63.5 และเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5

กลุ่มวิทยาศาสตร์ เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 72.1 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 65.1 และเพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

สื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	78 (40.6)	21 (48.8)	99 (42.1)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	43 (22.4)	11 (25.6)	54 (23.0)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	30 (15.6)	4 (9.3)	34 (14.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	8 (4.2)	3 (7.0)	11 (4.7)
วิทยุ	6 (3.1)	2 (4.7)	8 (3.4)
แผ่นพับ/ใบปลิว	7 (3.6)	1 (2.3)	8 (3.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	6 (3.1)	0 (0.0)	6 (2.6)
หนังสือพิมพ์	4 (2.1)	1 (2.3)	5 (2.1)
นิทรรศการการศึกษา	5 (2.6)	0 (0.0)	5 (2.0)
โปสเตอร์	3 (1.6)	0 (0.0)	3 (1.3)
โทรทัศน์	2 (1.0)	0 (0.0)	2 (0.9)
รวม	192 (100.0)	43 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 53 การศึกษาสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งแรก จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า

กลุ่มสังคมศาสตร์ สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6

กลุ่มวิทยาศาสตร์ สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน / คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	111 (57.8)	23 (53.5)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	110 (57.3)	23 (53.5)	133 (56.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	95 (49.5)	21 (48.8)	116 (49.4)
สถาบันการศึกษา	92 (47.9)	18 (41.9)	110 (46.8)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	87 (45.3)	23 (53.5)	110 (46.8)

ตารางที่ 54 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	82 (42.7)	17 (39.5)	99 (42.1)
คุณสมบัติผู้สมัคร	55 (28.6)	21 (48.8)	76 (32.3)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	45 (23.4)	15 (34.9)	60 (25.5)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	42 (21.9)	6 (14.0)	48 (20.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	34 (17.7)	5 (11.6)	39 (16.6)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	21 (10.9)	10 (23.3)	31 (13.2)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	24 (12.5)	6 (14.0)	30 (12.8)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	20 (10.4)	1 (2.3)	21 (8.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสังคมศาสตร์ 192 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มวิทยาศาสตร์ 43 คน

จากตารางที่ 54 การศึกษาลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า

กลุ่มสังคมศาสตร์ ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 ค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5

กลุ่มวิทยาศาสตร์ ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาและเนื้อหาหลักสูตรและระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร เท่ากัน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และคุณสมบัติผู้สมัครเท่ากัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	112 (58.3)	23 (53.5)	135 (57.4)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	103 (53.6)	31 (72.1)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	113 (58.9)	20 (46.5)	133 (56.6)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	102 (53.1)	20 (46.5)	122 (51.9)
คุณสมบัติผู้สมัคร	99 (51.6)	19 (44.2)	118 (50.2)

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	94 (49.0)	23 (53.5)	117 (49.8)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	80 (41.7)	12 (27.9)	92 (39.1)
สถาบันการศึกษา	54 (28.1)	11 (25.6)	65 (27.7)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	38 (19.8)	20 (46.5)	58 (24.7)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	37 (19.3)	8 (18.6)	45 (19.1)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	31 (16.1)	5 (11.6)	36 (15.3)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	21 (10.9)	12 (27.9)	33 (14.0)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	19 (9.9)	4 (9.3)	23 (9.8)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	0 (0.0)	2 (4.7)	2 (0.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสังคมศาสตร์ 192 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มวิทยาศาสตร์ 43 คน

จากตารางที่ 55 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีพบว่า

กลุ่มสังคมศาสตร์ ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6

กลุ่มวิทยาศาสตร์ ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 72.1 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา และขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และเนื้อหาหลักสูตร ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร และชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัยจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	136 (70.8)	36 (83.7)	172 (73.2)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	72 (37.5)	17 (39.5)	89 (37.9)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	60 (31.3)	13 (30.2)	73 (31.1)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	48 (25.0)	5 (11.6)	53 (22.6)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	47 (24.5)	2 (4.7)	49 (20.9)

ตารางที่ 56 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูล เพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิด ความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาใน ระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผ่นพับ/ใบปลิว	43 (22.4)	2 (4.7)	45 (19.1)
หนังสือพิมพ์	29 (15.1)	2 (4.7)	31 (13.2)
โทรศัพท์	26 (13.5)	3 (7.0)	29 (12.3)
นิทรรศการการศึกษา	23 (12.0)	3 (7.0)	26 (11.1)
โทรทัศน์	22 (11.5)	1 (2.3)	23 (9.8)
โปสเตอร์	16 (8.3)	1 (2.3)	17 (7.2)
การอบรม/สัมมนา	16 (8.3)	1 (2.3)	17 (7.2)
นิตยสาร/วารสาร	16 (8.3)	0 (0.0)	16 (6.8)
วิทยุ	15 (7.8)	0 (0.0)	15 (6.4)
จดหมายทางตรง	4 (2.1)	0 (0.0)	4 (1.7)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	0 (0.0)	2 (4.7)	2 (0.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสังคมศาสตร์ 192 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มวิทยาศาสตร์ 43 คน

จากตารางที่ 56 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า

กลุ่มสังคมศาสตร์ ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือ อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3

กลุ่มวิทยาศาสตร์ ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือ อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 83.7 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 13 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.2

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เนื้อหาหลักสูตร	41 (21.4)	5 (11.6)	46 (19.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	40 (20.8)	5 (11.6)	45 (19.1)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	28 (14.6)	8 (18.6)	36 (15.3)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	24 (12.5)	6 (14.0)	30 (12.8)

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และกลุ่มสาขาวิชาที่จบ การศึกษาในระดับปริญญาตรี

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาใน หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาใน ระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สถาบันการศึกษา	14 (7.3)	14 (32.6)	28 (11.9)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	10 (5.2)	1 (2.3)	11 (4.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	8 (4.2)	0 (0.0)	8 (3.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	6 (3.1)	1 (2.3)	7 (3.0)
คุณสมบัติผู้สมัคร	4 (2.1)	2 (4.7)	6 (2.6)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	6 (3.1)	0 (0.0)	6 (2.6)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	5 (2.6)	0 (0.0)	5 (2.1)
อื่นๆ ได้แก่ ความต้องการของครอบครัว	4 (2.1)	1 (2.3)	5 (2.1)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคม ในด้านความรู้ความสามารถ	2 (1.0)	0 (0.0)	2 (0.9)
รวม	192 (100.0)	43 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 57 การศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า

กลุ่มสังคมศาสตร์ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมากที่สุด คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.8 และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6

กลุ่มวิทยาศาสตร์ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมากที่สุด คือสถาบันการศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 รองลงมา คือโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 และชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

การหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หาข้อมูลเพิ่มเติม	66 (34.4)	12 (27.9)	78 (33.2)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	126 (65.6)	31 (72.1)	157 (66.8)
รวม	192 (100.0)	43 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 58 การศึกษาพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า

กลุ่มสังคมศาสตร์ พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4

กลุ่มวิทยาศาสตร์ พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 72.1 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9

ตารางที่ 59 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	56 (84.8)	11 (91.7)	67 (85.9)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	29 (43.9)	1 (8.3)	30 (38.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	15 (22.7)	2 (16.7)	17 (21.8)
แผ่นพับ/ใบปลิว	13 (16.7)	2 (16.7)	15 (19.2)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	11 (16.7)	1 (8.3)	12 (15.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	9 (13.6)	2 (16.7)	11 (14.1)

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูล เพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หนังสือพิมพ์	7 (10.6)	1 (8.3)	8 (10.2)
โทรศัพท์	8 (12.1)	0 (0.0)	8 (10.2)
โปสเตอร์	7 (10.6)	0 (0.0)	7 (9.0)
โทรทัศน์	5 (7.6)	1 (8.3)	6 (7.7)
นิตยสาร/วารสาร	4 (6.1)	2 (16.7)	6 (7.7)
นิตรรศการการศึกษา	5 (7.6)	0 (0.0)	5 (6.4)
วิทยุ	1 (1.5)	1 (8.3)	2 (2.6)
การอบรม/สัมมนา	1 (1.5)	0 (0.0)	1 (1.3)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสังคมศาสตร์ 66 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มวิทยาศาสตร์ 12 คน

จากตารางที่ 59 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า

กลุ่มสังคมศาสตร์ สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 84.8 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

กลุ่มวิทยาศาสตร์ สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมา คือหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ แผ่นพับ/ใบปลิว คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการและนิตยสาร/วารสาร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	51 (77.3)	9 (75.0)	60 (76.9)
เนื้อหาหลักสูตร	43 (65.2)	11 (91.7)	54 (69.2)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	41 (62.1)	4 (33.3)	45 (57.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	41 (62.1)	3 (25.0)	44 (56.4)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	28 (42.4)	5 (41.7)	33 (42.3)

ตารางที่ 60 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	กลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี		รวม
	สังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	22 (33.3)	7 (58.3)	29 (37.2)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	23 (34.8)	5 (41.7)	28 (35.9)
สถาบันการศึกษา	23 (34.8)	3 (25.0)	26 (33.3)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	22 (33.3)	3 (25.0)	25 (32.1)
คุณสมบัติผู้สมัคร	16 (24.2)	4 (33.3)	20 (25.6)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	14 (21.2)	2 (16.7)	16 (20.5)
ขั้นตอนในการจบการศึกษา	11 (16.7)	2 (16.7)	13 (16.7)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	9 (13.6)	2 (16.7)	11 (14.1)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	6 (9.1)	1 (8.3)	7 (9.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสังคมศาสตร์ 66 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มวิทยาศาสตร์ 12 คน

จากตารางที่ 60 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า

กลุ่มสังคมศาสตร์ ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาและระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1

กลุ่มวิทยาศาสตร์ ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 และเกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3

4.6.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอาชีพ

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เพิ่มวุฒิการศึกษา	45 (77.6)	106 (77.9)	34 (82.9)	185 (78.7)
เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน	35 (60.3)	85 (62.5)	30 (73.2)	150 (63.8)
เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	22 (37.9)	100 (73.5)	12 (29.3)	134 (57.0)

ตารางที่ 61 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอาชีพ

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
คิดว่าการเรียนในระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน	34 (58.6)	44 (32.4)	16 (39.0)	94 (40.0)
เพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ	23 (39.7)	39 (28.7)	29 (70.7)	91 (38.7)
ได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น	27 (46.6)	49 (36.0)	7 (17.1)	83 (35.3)
การทำงานที่มั่นคงขึ้น	22 (37.9)	39 (28.7)	10 (24.4)	71 (30.2)
ครบครันต้องการให้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท	27 (46.6)	23 (16.9)	13 (31.7)	63 (26.8)
เพื่อเปลี่ยนสายอาชีพ	21 (36.2)	23 (16.9)	9 (22.0)	53 (22.6)
หาเครือข่ายทางธุรกิจ	10 (17.2)	15 (11.0)	16 (39.0)	41 (17.4)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา 58 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน 136 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง 41 คน

จากตารางที่ 61 การศึกษาเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

อาชีพนักศึกษา เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาใน
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 77.6
รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และคิดว่าการเรียนใน
ระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6

อาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 106 คน
คิดเป็นร้อยละ 77.9 รองลงมา คือเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 100 คน คิดเป็น
ร้อยละ 73.5 และเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 34 คน คิดเป็น
ร้อยละ 82.9 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 และเพิ่ม
แนวทางในการประกอบธุรกิจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และอาชีพ

สื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	13 (22.4)	72 (52.9)	14 (34.1)	99 (42.1)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	18 (31.0)	30 (22.1)	6 (14.6)	54 (23.0)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	6 (10.3)	15 (11.0)	13 (31.7)	34 (14.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	3 (5.2)	6 (4.4)	2 (4.9)	11 (4.7)
วิทยุ	0 (0.0)	5 (3.7)	3 (7.3)	8 (3.4)
แผ่นพับ/ใบปลิว	6 (10.3)	2 (1.5)	0 (0.0)	8 (3.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	2 (3.4)	3 (2.2)	1 (2.4)	6 (2.6)
หนังสือพิมพ์	1 (1.7)	2 (1.5)	2 (4.9)	5 (2.1)
นิทรรศการการศึกษา	5 (8.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (2.0)
โปสเตอร์	2 (3.4)	1 (0.7)	0 (0.0)	3 (1.3)
โทรทัศน์	2 (3.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.9)
รวม	58 (100.0)	136 (100.0)	41 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 62 การศึกษาสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งแรก จำแนกตามอาชีพ พบว่า

อาชีพนักศึกษา สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 และป้ายโฆษณากลางแจ้งและแผ่นพับ/ใบปลิวเท่ากัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3

อาชีพข้าราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 72 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.9 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.1 รองลงมา คือป้ายโฆษณากลางแจ้งจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 และอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และอาชีพ

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	25 (43.1)	79 (58.1)	30 (73.2)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	40 (69.0)	71 (52.2)	22 (53.7)	133 (56.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	29 (50.0)	69 (50.7)	18 (43.9)	116 (49.4)
สถาบันการศึกษา	33 (56.9)	60 (44.1)	17 (41.5)	110 (46.8)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	29 (50.0)	61 (44.9)	20 (48.8)	110 (46.8)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	24 (41.4)	57 (41.9)	18 (43.9)	99 (42.1)
คุณสมบัติผู้สมัคร	20 (34.5)	38 (27.9)	18 (43.9)	76 (32.3)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	18 (31.0)	28 (20.6)	14 (34.1)	60 (25.5)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	16 (27.6)	24 (17.6)	8 (19.5)	48 (20.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	9 (15.5)	21 (15.4)	9 (22.0)	39 (16.6)

ตารางที่ 63 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และอาชีพ

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	3 (5.2)	15 (11.0)	13 (31.7)	31 (13.2)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	11 (19.0)	14 (10.3)	5 (12.2)	30 (12.8)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	9 (15.5)	9 (6.6)	3 (7.3)	21 (8.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา 58 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน 136 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง 41 คน

จากตารางที่ 63 การศึกษาลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

อาชีพนักศึกษา ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือนี้อาหาหลักสูตร จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมา คือสถาบันการศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 56.9 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตรเท่ากัน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

อาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และอาชีพ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	36 (62.1)	77 (56.6)	22 (53.7)	135 (57.4)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	32 (55.2)	75 (55.1)	27 (65.9)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	37 (63.8)	76 (55.9)	20 (48.8)	133 (56.6)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	27 (46.6)	77 (56.6)	18 (43.9)	122 (51.9)
คุณสมบัติผู้สมัคร	39 (67.2)	65 (47.8)	14 (34.1)	118 (50.2)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	27 (46.6)	71 (52.2)	19 (46.3)	117 (49.8)

ตารางที่ 64 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และอาชีพ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่ รับข่าวสารในครั้งแรก	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	26 (44.8)	54 (39.7)	12 (29.3)	92 (39.1)
สถาบันการศึกษา	18 (31.0)	35 (25.7)	12 (29.3)	65 (27.7)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	10 (17.2)	30 (22.1)	18 (43.9)	58 (24.8)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	11 (19.0)	24 (17.6)	10 (24.4)	45 (19.1)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	8 (13.8)	19 (14.0)	9 (22.0)	36 (15.3)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	9 (15.5)	11 (8.1)	13 (31.7)	33 (14.0)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็น ที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ ความสามารถ	7 (12.1)	12 (8.8)	4 (9.8)	23 (9.8)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	0 (0.0)	1 (0.7)	1 (2.4)	2 (0.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา 58 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน 136 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง 41 คน

จากตารางที่ 64 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

อาชีพนักศึกษา ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือคุณสมบัติผู้สมัคร จำนวน 39 คน คิดเป็น ร้อยละ 67.2 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1

อาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือค่าใช้จ่ายในการศึกษาและระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 และเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอาชีพ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	39 (67.2)	103 (75.7)	30 (73.2)	172 (73.2)
คนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	16 (27.6)	61 (44.9)	12 (29.3)	89 (37.9)

ตารางที่ 65 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอาชีพ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่ได้รับ ข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาใน หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	27 (46.6)	37 (27.2)	9 (22.0)	73 (31.1)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	17 (29.3)	25 (18.4)	11 (26.8)	53 (22.6)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	15 (25.9)	25 (18.4)	9 (22.0)	49 (20.9)
แผ่นพับ/ใบปลิว	17 (29.3)	20 (14.7)	8 (19.5)	45 (19.1)
หนังสือพิมพ์	14 (24.1)	11 (8.1)	6 (14.6)	31 (13.2)
โทรศัพท์	6 (10.3)	18 (13.2)	5 (12.2)	29 (12.3)
นิทรรศการการศึกษา	17 (29.3)	4 (2.9)	5 (12.2)	26 (11.1)
โทรทัศน์	11 (19.0)	6 (4.4)	6 (14.6)	23 (9.8)
โปสเตอร์	7 (12.1)	8 (5.9)	2 (4.9)	17 (7.2)
การอบรม/สัมมนา	12 (20.7)	4 (2.9)	1 (2.4)	17 (7.2)
นิตยสาร/วารสาร	9 (15.5)	2 (1.5)	5 (12.2)	16 (6.8)
วิทยุ	3 (5.2)	6 (4.4)	6 (14.6)	15 (6.4)

ตารางที่ 65 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอาชีพ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่ได้รับ ข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาใน หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
จดหมายทางตรง	2 (3.4)	2 (1.5)	0 (0.0)	4 (1.7)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	1 (1.7)	0 (0.0)	1 (2.4)	2 (0.8)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา 58 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน 136 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง 41 คน

จากตารางที่ 65 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

อาชีพนักศึกษา ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือ อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมา คือหนังสือ/คู่มือ การศึกษาต่อ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง แผ่นพับ/ใบปลิว และ นิตยสารการศึกษาเท่ากัน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3

อาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมา คือ คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอาชีพ

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เนื้อหาหลักสูตร	15 (25.9)	25 (18.4)	6 (14.6)	46 (19.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	8 (13.8)	30 (22.1)	7 (17.1)	45 (19.1)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	5 (8.6)	26 (19.1)	5 (12.2)	36 (15.3)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	7 (12.1)	17 (12.5)	6 (14.6)	30 (12.8)
สถาบันการศึกษา	10 (17.2)	9 (6.6)	9 (22.0)	28 (11.9)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	2 (3.4)	8 (5.9)	1 (2.4)	11 (4.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	1 (1.7)	6 (4.4)	1 (2.4)	8 (3.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4 (6.9)	2 (1.5)	1 (2.4)	7 (3.0)
คุณสมบัติผู้สมัคร	1 (1.7)	3 (2.2)	2 (4.9)	6 (2.6)

ตารางที่ 66 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และอาชีพ

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	4 (6.9)	2 (1.5)	0 (0.0)	6 (2.6)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	0 (0.0)	2 (1.5)	3 (7.3)	5 (2.1)
อื่นๆ ได้แก่ ความต้องการของครอบครัว	0 (0.0)	5 (3.7)	0 (0.0)	5 (2.1)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	1 (1.7)	1 (0.7)	0 (0.0)	2 (0.9)
รวม	58 (100.0)	136 (100.0)	41 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 66 การศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

อาชีพนักศึกษา ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 รองลงมา คือสถาบันการศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

อาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมา คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ สถาบันการศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และเนื้อหาหลักสูตรและชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัยเท่ากัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6

ตารางที่ 67 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และอาชีพ

การหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับ สถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
หาข้อมูลเพิ่มเติม	23 (39.7)	44 (32.4)	11 (26.8)	78 (33.2)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	35 (60.3)	92 (67.6)	30 (73.2)	157 (66.8)
รวม	58 (100.0)	136 (100.0)	41 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 67 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

อาชีพนักศึกษา พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7

อาชีพข้าราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และอาชีพ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	17 (73.9)	40 (90.9)	10 (90.9)	67 (85.9)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	7 (30.4)	18 (40.9)	5 (45.5)	30 (38.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	3 (13.0)	12 (27.3)	2 (18.2)	17 (21.8)
แผ่นพับ/ใบปลิว	4 (17.4)	9 (20.5)	2 (18.2)	15 (19.2)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	4 (17.4)	5 (11.4)	3 (27.3)	12 (15.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	5 (21.7)	5 (11.4)	1 (9.1)	11 (14.1)
หนังสือพิมพ์	5 (21.7)	1 (2.3)	2 (18.2)	8 (10.2)

ตารางที่ 68 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูล เพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และอาชีพ

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โทรศัพท์	2 (8.7)	5 (11.4)	1 (9.1)	8 (10.2)
โปสเตอร์	4 (17.4)	1 (2.3)	2 (18.2)	7 (9.0)
โทรทัศน์	2 (8.7)	1 (2.3)	3 (27.3)	6 (7.7)
นิตยสาร/วารสาร	3 (13.0)	2 (4.5)	1 (9.1)	6 (7.7)
นิทรรศการการศึกษา	2 (8.7)	3 (6.8)	0 (0.0)	5 (6.4)
วิทยุ	0 (0.0)	1 (2.3)	1 (9.1)	2 (2.6)
การอบรม/สัมมนา	0 (0.0)	1 (2.3)	0 (0.0)	1 (1.3)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา 23 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน 44 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง 11 คน

จากตารางที่ 68 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

อาชีพนักศึกษา สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 73.9 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และคณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัยและเจ้าหน้าที่โครงการและหนังสือพิมพ์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7

อาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตารางที่ 69 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และอาชีพ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	19 (82.6)	31 (70.5)	10 (90.9)	60 (76.9)
เนื้อหาหลักสูตร	17 (73.9)	30 (68.2)	7 (63.6)	54 (69.2)

ตารางที่ 69 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และอาชีพ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	12 (52.2)	27 (61.4)	6 (54.5)	45 (57.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	13 (56.5)	28 (63.6)	3 (27.3)	44 (56.4)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	10 (43.5)	20 (45.5)	3 (27.3)	33 (42.3)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	8 (34.8)	17 (38.6)	4 (36.4)	29 (37.2)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	11 (47.8)	13 (29.5)	4 (36.4)	28 (35.9)
สถาบันการศึกษา	9 (39.1)	15 (34.1)	2 (18.2)	26 (33.3)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	8 (34.8)	15 (34.1)	2 (18.2)	25 (32.1)
คุณสมบัติผู้สมัคร	8 (34.8)	9 (20.5)	3 (27.3)	20 (25.6)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	6 (26.1)	6 (13.6)	4 (36.4)	16 (20.5)
ขั้นตอนในการจบการศึกษา	4 (17.4)	7 (15.9)	2 (218.2)	13 (16.7)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	4 (17.4)	6 (13.6)	1 (9.1)	11 (14.1)

ตารางที่ 69 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และอาชีพ

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	อาชีพ			รวม
	นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	2 (8.7)	3 (6.8)	2 (18.2)	7 (9.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา 23 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน 44 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง 11 คน

จากตารางที่ 69 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม และสถาบันการศึกษาอื่น จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักศึกษา ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 82.6 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 17 คน คิดเป็น ร้อยละ 73.9 และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5

อาชีพรับราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 และโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5

4.6.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 70 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เพิ่มวุฒิการศึกษา	40 (74.1)	75 (86.2)	36 (85.7)	34 (65.4)	185 (78.7)
เพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน	31 (57.4)	56 (64.4)	29 (69.0)	34 (65.4)	150 (63.8)
เพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	21 (38.9)	60 (69.0)	21 (50.0)	32 (61.5)	134 (57.0)
คิดว่าการเรียนในระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน	28 (51.9)	37 (42.5)	20 (47.6)	9 (17.3)	94 (40.0)
เพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ	19 (35.2)	33 (37.9)	23 (54.8)	16 (30.8)	91 (38.7)
ได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น	24 (44.4)	32 (36.8)	13 (31.0)	14 (26.9)	83 (35.3)
การทำงานที่มั่นคงขึ้น	19 (35.2)	29 (33.3)	10 (23.8)	13 (25.0)	71 (30.2)

ตารางที่ 70 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม จำนวน (ร้อยละ)
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ครอบครัวต้องการให้ศึกษาต่อในระดับ ปริญญาโท	22 (40.7)	24 (27.6)	14 (33.3)	3 (5.8)	63 (26.8)
เพื่อเปลี่ยนสายอาชีพ	17 (31.5)	25 (28.7)	3 (7.1)	8 (15.4)	53 (22.6)
หาเครือข่ายทางธุรกิจ	6 (11.1)	13 (14.9)	10 (23.8)	12 (23.1)	41 (17.4)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 54 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท 87 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 42 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท 52 คน

จากตารางที่ 70 การศึกษาเหตุผลที่ทำให้ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 และคิดว่าการเรียนในระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อการทำงาน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 86.2 รองลงมา คือเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 และเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมา คือเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 และเพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คือเพิ่มวุฒิการศึกษาและเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้านเท่ากัน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมา คือเพิ่มความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 32 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.5 และเพิ่มแนวทางในการประกอบธุรกิจ จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.8

ตารางที่ 71 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	17 (31.5)	34 (39.1)	27 (64.3)	21 (40.4)	99 (42.1)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	15 (27.8)	23 (26.4)	5 (11.9)	11 (21.2)	54 (23.0)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	6 (11.1)	13 (14.9)	3 (7.1)	12 (23.1)	34 (14.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	3 (5.6)	7 (8.0)	0 (0.0)	1 (1.9)	11 (4.7)
วิทยุ	1 (1.9)	0 (0.0)	4 (9.5)	3 (5.8)	8 (3.4)
แผ่นพับ/ใบปลิว	4 (7.4)	3 (3.4)	0 (0.0)	1 (1.9)	8 (3.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	3 (5.6)	2 (2.3)	0 (0.0)	1 (1.9)	6 (2.6)

ตารางที่ 71 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หนังสือพิมพ์	0 (0.0)	1 (1.1)	2 (4.8)	2 (3.8)	5 (2.1)
นิทรรศการการศึกษา	2 (3.7)	2 (2.3)	1 (2.4)	0 (0.0)	5 (2.0)
โปสเตอร์	1 (1.9)	2 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (1.3)
โทรทัศน์	2 (3.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.9)
รวม	54 (100.0)	87 (100.0)	42 (100.0)	52 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 71 การศึกษาสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่นเว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่นเว็บไซต์ เป็นต้นจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมา คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.9 และวิทยุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความคิดที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกมากที่สุด คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมา คือป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 และอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2

ตารางที่ 72 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	24 (44.4)	56 (64.4)	33 (78.6)	21 (40.4)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	36 (66.7)	47 (54.0)	21 (50.0)	29 (55.8)	133 (56.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	26 (48.1)	47 (54.0)	25 (59.5)	18 (34.6)	116 (49.4)
สถาบันการศึกษา	33 (61.1)	40 (46.0)	17 (40.5)	20 (38.5)	110 (46.8)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	28 (51.9)	34 (39.1)	27 (64.3)	21 (40.4)	110 (46.8)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	18 (33.3)	35 (40.2)	27 (64.3)	19 (36.5)	99 (42.1)

ตารางที่ 72 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
คุณสมบัติผู้สมัคร	18 (33.3)	26 (29.9)	19 (45.2)	13 (25.0)	76 (32.3)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	14 (25.9)	22 (25.3)	14 (33.3)	10 (19.2)	60 (25.5)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	12 (22.2)	18 (20.7)	5 (11.9)	13 (25.0)	48 (20.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	7 (13.0)	11 (12.6)	11 (26.2)	10 (19.2)	39 (16.6)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	3 (5.6)	11 (12.6)	11 (26.2)	6 (11.5)	31 (13.2)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	10 (18.5)	7 (8.0)	7 (16.7)	6 (11.5)	30 (12.8)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	8 (14.8)	6 (6.9)	5 (11.9)	2 (3.8)	21 (8.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 54 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท 87 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 42 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท 52 คน

จากตารางที่ 72 การศึกษาลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 36 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.7 รองลงมา คือสถาบันการศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรก คือโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตรและค่าใช้จ่ายในการศึกษาเท่ากัน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และสถาบันการศึกษา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกในครั้งแรก คือโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 78.6 รองลงมา คือระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตรและชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัยเท่ากัน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ลักษณะข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งแรกในครั้งแรก คือเนื้อหาหลักสูตร จำนวน 29 คน คิดเป็น ร้อยละ 55.8 รองลงมา คือโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาและระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 และสถาบันการศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตารางที่ 73 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่ รับข่าวสารในครั้งแรก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม จำนวน (ร้อยละ)
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	31 (57.4)	57 (65.5)	21 (50.0)	26 (50.0)	135 (57.4)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	31 (57.4)	43 (49.4)	29 (69.0)	31 (59.6)	134 (57.0)
เนื้อหาหลักสูตร	33 (61.1)	57 (65.5)	23 (54.8)	25 (48.1)	133 (56.6)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	26 (48.1)	46 (52.9)	23 (54.8)	27 (51.9)	122 (51.9)
คุณสมบัติผู้สมัคร	33 (61.1)	49 (56.3)	15 (35.7)	21 (40.4)	118 (50.2)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	27 (50.0)	48 (55.2)	17 (40.5)	25 (48.1)	117 (49.8)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	25 (46.3)	32 (36.8)	18 (42.9)	17 (32.7)	92 (39.1)
สถาบันการศึกษา	16 (29.6)	27 (31.0)	9 (21.4)	13 (25.0)	65 (27.7)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	11 (20.4)	16 (18.4)	15 (35.7)	16 (30.8)	58 (24.8)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	11 (20.4)	11 (12.6)	9 (21.4)	14 (26.9)	45 (19.1)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	6 (11.1)	14 (16.1)	5 (11.9)	11 (21.2)	36 (15.3)

ตารางที่ 73 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สื่อการสอนมีความทันสมัย	9 (16.7)	6 (6.9)	14 (33.3)	4 (7.7)	33 (14.0)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	5 (9.3)	7 (8.0)	6 (14.3)	6 (11.5)	23 (9.8)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	0 (0.0)	1 (1.1)	0 (0.0)	1 (1.9)	2 (0.9)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 54 คน
 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท 87 คน
 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 42 คน
 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท 52 คน

จากตารางที่ 73 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือเนื้อหาหลักสูตรและคุณสมบัติผู้สมัครเท่ากัน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษาและโปรแกรมวัน และเวลาที่ศึกษาเท่ากัน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 และขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือค่าใช้จ่ายในการศึกษาและเนื้อหาหลักสูตรเท่ากัน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมา คือคุณสมบัติผู้สมัคร จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 และขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตรและระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตรเท่ากัน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ลักษณะข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก คือ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมา คือ ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 74 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับ ข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาใน หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	40 (74.1)	62 (71.3)	34 (81.0)	36 (69.2)	172 (73.2)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	15 (27.8)	35 (40.2)	24 (57.1)	15 (28.8)	89 (37.9)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	22 (40.7)	28 (32.2)	8 (19.0)	15 (28.8)	73 (31.1)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	13 (24.1)	22 (25.3)	8 (19.0)	10 (19.2)	53 (22.6)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	10 (18.5)	23 (26.4)	11 (26.2)	5 (9.6)	49 (20.9)
แผ่นพับ/ใบปลิว	18 (33.3)	15 (17.2)	8 (19.0)	4 (7.7)	45 (19.1)

ตารางที่ 74 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่ได้รับ ข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาใน หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หนังสือพิมพ์	9 (16.7)	9 (10.3)	5 (11.9)	8 (15.4)	31 (13.2)
โทรศัพท์	6 (11.1)	10 (11.5)	4 (9.5)	9 (17.3)	29 (12.3)
นิตรสารการศึกษา	9 (16.7)	10 (11.5)	3 (7.1)	4 (7.7)	26 (11.1)
โทรทัศน์	8 (14.8)	4 (4.6)	6 (14.3)	5 (9.6)	23 (9.8)
โปสเตอร์	4 (7.4)	8 (9.2)	3 (7.1)	2 (3.8)	17 (7.2)
การอบรม/สัมมนา	10 (18.5)	3 (3.4)	3 (7.1)	1 (1.9)	17 (7.2)
นิตยสาร/วารสาร	5 (9.3)	5 (5.7)	3 (7.1)	3 (5.8)	16 (6.8)
วิทยุ	2 (3.7)	6 (6.9)	4 (9.5)	3 (5.8)	15 (6.4)
จดหมายทางตรง	2 (3.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (3.8)	4 (1.7)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.9)	2 (0.8)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 54 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท 87 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 42 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท 52 คน

จากตารางที่ 74 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1 รองลงมา คือหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 และแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และคณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ลักษณะสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้นและหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อเท่ากัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2

ตารางที่ 75 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เนื้อหาหลักสูตร	16 (29.6)	16 (18.4)	7 (16.7)	7 (13.5)	46 (19.6)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	10 (18.5)	17 (19.5)	12 (28.6)	6 (11.5)	45 (19.1)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	6 (11.1)	16 (18.4)	7 (16.7)	7 (13.5)	36 (15.3)
ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย	5 (9.3)	11 (12.6)	4 (9.5)	10 (19.2)	30 (12.8)
สถาบันการศึกษา	9 (16.7)	7 (8.0)	8 (19.0)	4 (7.7)	28 (11.9)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	2 (3.7)	4 (4.6)	1 (2.4)	4 (7.7)	11 (4.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	0 (0.0)	3 (3.4)	2 (4.8)	3 (5.8)	8 (3.4)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	3 (5.6)	2 (2.3)	1 (2.4)	1 (1.9)	7 (3.0)
คุณสมบัติผู้สมัคร	0 (0.0)	2 (2.3)	0 (0.0)	4 (7.7)	6 (2.6)
ขั้นตอนและเกณฑ์ในการคัดเลือก	2 (3.7)	4 (4.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (2.6)

ตารางที่ 75 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สภาพแวดล้อมในการเรียน	0 (0.0)	1 (1.1)	0 (0.0)	4 (7.7)	5 (2.1)
อื่นๆ ได้แก่ ความต้องการของครอบครัว	1 (1.9)	2 (2.3)	0 (0.0)	2 (3.8)	5 (2.1)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	0 (0.0)	2 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.9)
รวม	54 (100.0)	87 (100.0)	42 (100.0)	52 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 75 การศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และสถาบันการศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตรและโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาเท่ากัน จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.4 และชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมา คือสถาบันการศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และเนื้อหาหลักสูตรและโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาเท่ากัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 รองลงมา คือเนื้อหาหลักสูตรและโปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาเท่ากัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ตารางที่ 76 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับ สถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หาข้อมูลเพิ่มเติม	25 (46.3)	23 (26.4)	12 (28.6)	18 (34.6)	78 (33.2)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม	29 (53.7)	64 (73.6)	30 (71.4)	34 (65.4)	157 (66.8)
รวม	54 (100.0)	87 (100.0)	42 (100.0)	52 (100.0)	235 (100.0)

จากตารางที่ 76 การศึกษาพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 73.6 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท พฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ คือไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6

ตารางที่ 77 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น	20 (80.0)	21 (91.3)	10 (83.3)	16 (88.9)	67 (85.9)
คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น	5 (20.0)	12 (52.2)	7 (58.3)	6 (33.3)	30 (38.5)
หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ	5 (20.0)	6 (26.1)	2 (16.7)	4 (22.2)	17 (21.8)
แผ่นพับ/ใบปลิว	6 (24.0)	5 (21.7)	4 (33.3)	0 (0.0)	15 (19.2)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	4 (16.0)	5 (21.7)	2 (16.7)	1 (5.6)	12 (15.4)
คณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่โครงการ	5 (20.0)	2 (8.7)	2 (16.7)	2 (11.1)	11 (14.1)
หนังสือพิมพ์	4 (16.0)	2 (8.7)	0 (0.0)	2 (11.1)	8 (10.2)
โทรศัพท์	2 (8.0)	1 (4.3)	1 (8.3)	4 (22.2)	8 (10.2)
โปสเตอร์	3 (12.0)	3 (13.0)	0 (0.0)	1 (5.6)	7 (9.0)
โทรทัศน์	2 (8.0)	2 (8.7)	0 (0.0)	2 (11.1)	6 (7.7)
นิตยสาร/วารสาร	3 (12.0)	2 (8.7)	1 (8.3)	0 (0.0)	6 (7.7)
นิทรรศการการศึกษา	2 (8.0)	1 (4.3)	2 (16.7)	0 (0.0)	5 (6.4)

ตารางที่ 77 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูล เพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
วิทยุ	1 (4.0)	1 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.6)
การอบรม/สัมมนา	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (8.3)	0 (0.0)	1 (1.3)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 25 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท 23 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 12 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท 18 คน

จากตารางที่ 77 การศึกษาสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 80.0 รองลงมา คือแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น หนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อและคณาจารย์ บุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัยและเจ้าหน้าที่โครงการเท่ากัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 21 คน คิดเป็น ร้อยละ 91.3 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท สื่อกีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท สื่อกีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ คืออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 88.9 รองลงมา คือคนรู้จัก เช่นเพื่อน ครอบครัว เป็นต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และหนังสือ/คู่มือการศึกษาต่อและโทรศัพท์แท่งกัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2

ตารางที่ 78 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	21 (84.0)	19 (82.6)	7 (58.3)	13 (72.2)	60 (76.9)
เนื้อหาหลักสูตร	20 (80.0)	18 (78.3)	8 (66.7)	8 (44.4)	54 (69.2)
โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา	14 (56.0)	16 (69.6)	7 (58.3)	8 (44.4)	45 (57.7)
ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร	13 (52.0)	16 (69.6)	7 (58.3)	8 (44.4)	44 (56.4)
ชื่อเสียงของคณะ และมหาวิทยาลัย	11 (44.0)	11 (47.8)	5 (41.7)	6 (33.3)	33 (42.3)
เกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตร	9 (36.0)	9 (39.1)	3 (25.0)	8 (44.4)	29 (37.2)

ตารางที่ 78 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	มากกว่า 20,000	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ขั้นตอน และเกณฑ์ในการคัดเลือก	11 (44.0)	9 (39.1)	3 (25.0)	5 (27.8)	28 (35.9)
สถาบันการศึกษา	9 (36.0)	9 (39.1)	3 (25.0)	5 (27.8)	26 (33.3)
อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	7 (28.0)	7 (30.4)	6 (50.0)	5 (27.8)	25 (32.1)
คุณสมบัติผู้สมัคร	9 (36.0)	6 (26.1)	1 (8.3)	4 (22.2)	20 (25.6)
สภาพแวดล้อมในการเรียน	7 (28.0)	3 (13.0)	1 (8.3)	5 (27.8)	16 (20.5)
ขั้นตอนในการจบการศึกษา	4 (16.0)	4 (17.4)	4 (33.3)	1 (5.6)	13 (16.7)
สื่อการสอนมีความทันสมัย	5 (20.0)	2 (8.7)	2 (16.7)	2 (11.1)	11 (14.1)
ศิษย์เก่าของสถาบันเป็นผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ	1 (4.0)	2 (8.7)	2 (16.7)	2 (11.1)	7 (9.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 25 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท 23 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 12 คน

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท 18 คน

จากตารางที่ 78 การศึกษาลักษณะข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม และสถาบันการศึกษาอื่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็น ร้อยละ 84.0 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็น ร้อยละ 82.6 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 และ โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษาและระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือ เนื้อหาหลักสูตร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตรเท่ากัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และอาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ลักษณะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้และสถาบันการศึกษาอื่น คือ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมา คือ เนื้อหาหลักสูตร โปรแกรม วัน และเวลาที่ศึกษา ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตรและเกณฑ์ผลการศึกษาเพื่อจบหลักสูตรเท่ากัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 และ ชื่อเสียงของคณะและมหาวิทยาลัย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3