

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเพื่อรับใช้และบริการทางสังคม ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเตรียมเยาวชนของชาติให้เป็นผู้ใหญ่ที่ดี ให้มีความรู้และฝึกทักษะในการทำงานให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข เนื่องจากมหาวิทยาลัยเป็นหน่วยที่สำคัญในการจัดการศึกษา โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาการศึกษาเยาวชนในอนาคตของชาติ ให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ทั้งในด้านคุณธรรมและจริยธรรม และเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวเข้าสู่โลกอนาคตที่เต็มไปด้วยการแข่งขันและโลกเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเปรียบเสมือนเบ้าหล่อหลอมที่จะพัฒนาคุณภาพของนักศึกษาให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นในโลกยุคใหม่ได้ ทั้งยังต้องไม่ละทิ้งจิตใต้สำนึกและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงนับว่ามหาวิทยาลัยมีบทบาทในการพัฒนาสังคม

มหาวิทยาลัยเอกชนได้มีส่วนร่วมในการแบ่งเบาภาระการจัดการศึกษาของรัฐ เนื่องจากการกระจายตัวของประชากรมีอยู่อย่างกระจายอยู่ทุกส่วนของประเทศ ประกอบกับการมีจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งทรัพยากรของประเทศมีอยู่อย่างจำกัด และจำเป็นต้องนำไปใช้พัฒนาด้านอื่นๆ พร้อมกันจึงทำให้รัฐไม่สามารถที่จะจัดการศึกษาให้แก่นักศึกษาได้ทั้งหมด มหาวิทยาลัยเอกชนจึงเข้ามาจัดการเกี่ยวกับการศึกษาให้กับนักเรียนนักศึกษาเพิ่มยิ่งขึ้น ปัจจุบันวิทยาลัยเอกชนนับสิบแห่งมีส่วนร่วมจัดการศึกษาซึ่งอยู่ในความดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ

เป็นที่ยอมรับกันว่าภาคเอกชนมีความสำคัญในการพัฒนาการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งรัฐก็ได้มีนโยบายในการส่งเสริม และสนับสนุนให้เอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษามาโดยตลอด เห็นได้จากแผนพัฒนาแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) ที่ได้ระบุแนวนโยบายที่เกี่ยวกับความร่วมมือกับการศึกษา คือส่งเสริมสนับสนุนให้ภาคเอกชนจัดการศึกษาเพิ่มมากขึ้นมีมาตรการจูงใจให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดฝึกอบรมตลอดจนระดมทุนจากแหล่งต่างๆ มาใช้ในการอบรมให้มากขึ้น ส่งเสริมสนับสนุนให้เอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาให้มากขึ้น โดยต้อง มีนโยบายและแผนระยะยาวที่ชัดเจน รวมทั้งในด้านการรับนักศึกษา

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเอกชนมีเป็นจำนวนมาก การแข่งขันทางการตลาดย่อมเกิดขึ้น ผู้บริหารสถาบันจึงมีกลยุทธ์แตกต่างกันออกไป ในการดำเนินงานการบริหารพัฒนาคุณภาพของ

มหาวิทยาลัยและในการพัฒนาคุณภาพนี้ กระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดมาตรฐานในการพัฒนาคุณภาพของมหาวิทยาลัยด้วย 7 ประการ คือ ประชัญญา และเป้าหมายของมหาวิทยาลัย หลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน บุคลากร ทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน การจัดการการบริหาร นักศึกษาและสัมฤทธิ์ผลของผู้เรียนนอกจากปัจจัยทั้ง 7 ประการที่เป็นขั้นตอนในการสร้างคุณภาพและมาตรฐานแล้ว มหาวิทยาลัยแต่ละแห่งยังมีเทคนิควิธีการในการสร้างจุดเด่นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะส่งผลให้ทางมหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักศึกษาและบุคคลทั่วไปและทำให้อัตราการเพิ่มของนักศึกษามากขึ้นและรายได้ที่มากขึ้นนำไปสู่การอุดหนุนของธุรกิจการศึกษา

การศึกษาของเอกชนเป็นการลงทุนทางธุรกิจอย่างหนึ่งซึ่งได้ต้องการระบบการลงทุนที่เหมาะสมให้ธุรกิจของสถานศึกษามั่นคงทำกำไร และรายได้มากเพียงพอที่จะนำประโยชน์ไปใช้เพื่อพัฒนามาตรฐานคุณภาพการศึกษา นอกจากนี้ในการลงทุนทางการศึกษาของเอกชนไม่สามารถยอมให้ขาดทุนได้เหมือนรัฐบาล เพราะการลงทุนของมหาลัยเอกชนนั้นมุ่งหวังผลกำไรเช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ผู้บริหารจึงต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อมหาลัย

มหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีทั้งการจัดการเรียนการสอนทั้งในระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท) เน้นการให้ความรู้ผ่านการสอนจากอาจารย์ที่มีคุณภาพและการทำกิจกรรมโดยให้นักศึกษาเป็นผู้ปฏิบัติและฝึกฝน จัดให้นักศึกษาได้ไปทัศนศึกษาดูงานจากสถานประกอบการจริง ได้มีโอกาสเรียนรู้งานจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีชื่อเสียงในระดับชาติ เพื่อให้ นักศึกษาเป็นผู้คุณสมบัติ ดังปณิธานของมหาลัยที่ว่า “ปัญญา เชี่ยว เบิกบาน คุณธรรม”

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยทางด้านการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการพัฒนาปัจจัยต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่เข้ามาศึกษา ณ สถาบันแห่งนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาด ซึ่งจะ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ความสำคัญของการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่สัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
3. เพื่อเป็นการกำหนดแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมทางการศึกษาและปรับปรุงคุณภาพในการผลิตบัณฑิตต่อไป

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

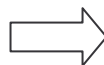
ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี”

ตัวแปรต้น
(Independent variables)

ตัวแปรตาม
(Dependent variables)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

- เพศ
- สาขาที่สำเร็จการศึกษา
- ผลการเรียน (เกรดเฉลี่ยสะสม) ก่อนเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
- คณะที่ศึกษาอยู่
- สถานที่ตั้งของสถาบันที่สำเร็จการศึกษา
- ที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัด
- ระดับการศึกษาผู้ปกครอง
- รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน
- อาชีพของผู้ปกครอง



ปัจจัยทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์

1. หลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนและความมีชื่อเสียงมหาวิทยาลัย
 - หลักสูตรที่เปิดสอนมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการ
 - มีความทันสมัยของเทคโนโลยี
 - ปรัชญาและเป้าหมายมหาวิทยาลัย
2. คณะอาจารย์และบุคลากร
 - ความรู้ความสามารถด้านการถ่ายทอด
3. การจัดการบริการ
 - การบริการการสมัครเรียน
 - สะดวกรวดเร็วในการลงทะเบียนเรียน
4. สภาพแวดล้อม
 - บรรยากาศสถานที่น่าเรียน
 - สิ่งอำนวยความสะดวก
5. ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย

ราคา

1. ค่าบำรุงการศึกษาและค่าบริการต่างๆ
 - มีราคาความเหมาะสม

สถานที่ให้บริการ

1. ท่ารถที่ตั้งของมหาวิทยาลัย
 - เดินทางสะดวก
 - อยู่ใกล้ที่พักอาศัย

การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์

- การมีส่วนลดค่าธรรมเนียมต่างๆ
- มีทุนเงินกู้รัฐบาล
- มีทุนจากความสามารถพิเศษของนักศึกษา
- มหาวิทยาลัยมีระยะเวลาที่เหมาะสมในการชำระเงิน

ค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าบริการต่างๆ

- มหาวิทยาลัยมีการผ่อนผันในการชำระเงินค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าบริการต่างๆ

เรียนและค่าบริการต่างๆ

- ป้ายประชาสัมพันธ์
- website ของมหาวิทยาลัย
- นิตยสาร
- โทรทัศน์
- การแนวของมหาวิทยาลัยศรีปทุม
- การแนะนำจากญาติหรือเพื่อน
- การแนะนำจากนักศึกษาปัจจุบันหรือศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
2. สาขาที่สำเร็จการศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
3. ผลการเรียน (เกรดเฉลี่ยสะสม) ก่อนที่จะมีการเข้ามาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
4. คณะที่ศึกษาอยู่ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
5. สถานที่ตั้งของสถาบันที่สำเร็จการศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
6. พักอาศัยอยู่ในจังหวัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
7. ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
8. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
9. อาชีพของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี เป็นการศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน กรณีศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยมุ่งศึกษากลุ่มนักศึกษาในชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี มีจำนวน 849 คน
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

นิยามศัพท์

1. ผู้บริหารมหาวิทยาลัย หมายถึง ผู้ดำรงตำแหน่งบริหารมหาวิทยาลัย รับผิดชอบงานบริหารมหาวิทยาลัย
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษา หมายถึง กลุ่มตัวแปรหรือสิ่งที่มีอิทธิพลทำให้นักศึกษาตัดสินใจศึกษาต่อในชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
3. ด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องของเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน
4. นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่มีชื่อเป็นนักศึกษาในชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
5. มหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีทั้งการจัดการเรียนการสอนทั้งในระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท) เน้นการให้ความรู้ผ่านการสอนจากอาจารย์ที่มีคุณภาพและการทำกิจกรรมโดยให้นักศึกษาเป็นผู้ปฏิบัติและฝึกฝน จัดให้นักศึกษาได้ไปทัศนศึกษาดูงานจากสถานประกอบการจริง และได้มีโอกาสเรียนรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีชื่อเสียงในระดับชาติ เพื่อให้นักศึกษาเป็นผู้คุณสมบัติ ดังปณิธานของมหาลัยที่ว่า “ปัญญา เชี่ยว เบิกบาน คุณธรรม”
6. ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ส่งผลให้นักศึกษาตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

7. ผลិតภัณฑ์ หมายถึง ปรัชญาและเป้าหมายมหาวิทยาลัย หลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนบุคลากร ทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน การจัดการการบริการ กิจกรรมนักศึกษา ความสัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน
 8. ราคา หมายถึง ค่าบำรุงการศึกษา และค่าบริการ โดยมีทุนจากรัฐ
 9. การจัดจำหน่าย หมายถึง ท่าเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย มีการบริการหลายทางเลือก
 10. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณา การขายตรง การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ งานความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน