

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ

- 1). เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการสมัครเรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 2). เพื่อเสนอรูปแบบส่งเสริมการเข้าเรียนต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ

- ก. นักศึกษาที่กำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ที่วิทยาเขตบางพลีและวิทยาเขตยศเส
- ข. ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างกิจการเอกชน ที่มีวุฒิการศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือประกาศนียบัตรการศึกษาชั้นสูง (ปกศ.สูง) หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค (ปวท.) ทางด้านบริหารธุรกิจ ซึ่งสถานที่ทำงานตั้งอยู่ในสแคว์ใกล้เคียงกับวิทยาเขตใดวิทยาเขตหนึ่งของมหาวิทยาลัย
- ค. ผู้บังคับบัญชาตามสายงานของบุคคลในกลุ่ม ก. และ ข.

ผลการศึกษา

1. แรงจูงใจที่ทำให้บุคคลต้องการศึกษาต่อประการสำคัญมาจาก ความต้องการเพิ่มพูนความรู้ และต้องการเพิ่มพูนวุฒิ ในขณะที่ความต้องการของครอบครัวและความต้องการของหน่วยงานมีอิทธิพลในระดับหนึ่ง
2. บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในระดับมาก - ปานกลาง

3. หากจะเลือกสถาบันศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด- มาก ได้แก่

3.1 มีสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการ

3.2 มีความสะดวกในการเดินทาง

ลำดับที่รองลงมา มีความสำคัญมาก- ปานกลาง ได้แก่

3.3 เสียค่าเล่าเรียนน้อยกว่าสถาบันอื่น

3.4 ชื่อเสียงของสถาบันดี

3.5 อาคารสถานที่น่าเรียน

3.6 คาดว่าน่าจะจบการศึกษาได้เร็ว

3.7 สอบเข้าได้ง่าย

ส่วนลำดับที่มีความสำคัญปานกลาง - น้อย ได้แก่

3.8 มีเพื่อนเรียนด้วย

3.9 เลือกตามคำแนะนำของบุคคล

3.10 การโฆษณาของสถาบันทำให้สนใจ

4. อุปสรรคในการศึกษาต่อที่มีความสำคัญมากที่สุด - ปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการเงิน ปัญหาด้านการเดินทาง และปัญหาด้านการบริหารเวลา ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคปานกลาง ได้แก่ สาขาวิชาไม่ตรงกับความต้องการ ไม่คิดว่าจะสอบเข้าได้ และไม่แน่ใจว่าจะสามารถเรียนจบ สำหรับมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เคยได้ยื่นชื่อของมหาวิทยาลัยมาก่อน โดยรู้จักจากเพื่อนร่วมงานที่เรียนที่มจร. เป็นสัดส่วนมากที่สุด ในขณะที่

5. สื่อที่ทำให้คนรู้จักมจร.มากที่สุด ได้แก่ ประกาศในหนังสือพิมพ์ และจำนวนไม่น้อยรู้จักมจร.จากการสังเกตเห็นขณะเดินทางผ่านวิทยาเขตบางพลี

6. องค์กรที่ตาม ความถี่ของการได้รับข่าวสารของมจร.จากสื่อต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารนาน ๆ ครั้ง

7. บุคคลในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน กว่าร้อยละ 60 ไม่ทราบว่า มจร. เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ

8. สำหรับนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เลือกศึกษาต่อที่ มจร. ที่มีความสำคัญมากที่สุด - ปานกลาง ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง และสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการรองลงมา ปัจจัยที่มีความสำคัญมาก - ปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงของสถาบันดีและอาคารสถานที่น่าเรียน (เฉพาะที่วิทยาเขตบางพลี) ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญระดับปานกลาง - น้อย ได้แก่ สอบเข้าได้ง่าย คาดว่าน่าจะจบการศึกษาได้เร็ว เลือกตามคำแนะนำของบุคคล เสียค่าเล่าเรียนน้อยกว่าสถาบันอื่น ในขณะที่การโฆษณาของ มจร. เรียกร้องความสนใจได้ไม่มากนัก

9. สำหรับบุคคลภายนอกก็เช่นกัน ตามความรู้ในปัจจุบันของบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้ มจร. น่าสนใจมาศึกษาต่อ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง และสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับผลในข้อ 8.

10. ปัญหาของนักศึกษาปัจจุบันในการศึกษาในมจร. โดยส่วนใหญ่ปัญหาไม่ถึงระดับที่รุนแรงนัก ปัญหาบางประการมาจากปัจจัยส่วนตัวของนักศึกษาเองเป็นหลัก เช่น ปัญหาด้านการเงิน การเดินทางและการบริหารเวลา ในขณะที่ปัญหาอันเนื่องมาจาก มจร. ที่ถูกกล่าวถึงในลำดับต้น ๆ คือ ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนและความไม่สะดวกในการลงทะเบียนและปัญหาการให้บริการของเจ้าหน้าที่กับอีกปัญหาหนึ่ง ก็คือด้านอาคารสถานที่ ซึ่งส่วนใหญ่จะร้องเรียนเรื่องการไม่เปิดไฟในจุดที่จำเป็นและล่อแหลมต่อสวัสดิภาพของนักศึกษา และกรณีเรียกร้องให้มีรถตู้รับ-ส่งในเวลาหลังเลิกเรียน

11. ปัญหาอีกส่วนหนึ่งที่ถูกล่ามถึงในระดับปานกลาง คือ ปัญหาเกี่ยวกับหลักสูตร โดยเฉพาะปัญหาที่มีกับวิชาแคลคูลัส ซึ่งค่อนข้างยาก นักศึกษาจำนวนหนึ่งไม่มีพื้นฐานมาก่อน และนักศึกษาก็ไม่เห็นความจำเป็นในการศึกษา ในขณะที่เดียวกัน นักศึกษาภาคค่ำจำนวนหนึ่งมีความเห็นว่า พวกเขาขาดคนคอยให้คำปรึกษาหรือไม่ได้รับคำปรึกษาที่เพียงพอ ขณะที่ปัญหาเกี่ยวกับความเป็นที่ยอมรับของมจร. และอาจารย์ผู้สอน ถูกล่ามถึงในระดับปานกลาง - น้อย

12. ปัญหาอีกส่วนหนึ่งที่ถูกล่ามถึงบ้าง คือ ปัญหาเกี่ยวกับเอกสารประกอบการเรียน และปัญหาเกี่ยวกับห้องสมุด ที่อาจจะยังมีและให้บริการได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของนักศึกษา ในขณะที่ปัญหาเกี่ยวกับกฎระเบียบเป็นปัญหาที่ถูกล่ามถึงน้อยที่สุดในจำนวนน้อยที่กล่าวถึงนี้ จะมีความเห็นต่างกันในเรื่องระเบียบว่าด้วยการแต่งกาย ฝ่ายหนึ่งเห็นว่าควรเคร่งครัดเรื่องการแต่งกายให้มากขึ้น เพื่อภาพพจน์ของสถาบัน ในขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งเห็นว่าไม่ควรเคร่งครัดกับการแต่งกายของนักศึกษาภาคค่ำมากนัก

13. ต่อคำถามที่มีต่อบุคคลภายนอกว่า ปัจจัยที่จะทำให้ ไม่ เลือกศึกษาต่อที่ มจร. นั้น ประการหนึ่งที่เป็นเหตุให้บุคคลบางส่วนไม่เลือกเรียน มจร. คือ ความไม่สะดวกในการเดินทาง และเห็นว่า มจร. มีค่าเล่าเรียนสูงกว่าบางสถาบัน ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ อาทิ อาคารสถานที่ ชื่อเสียงของสถาบัน สาขาวิชาที่เปิดสอน คำแนะนำของบุคคล ความยากของการสอบเข้า การไม่มีเพื่อนเรียน การให้บริการและการโฆษณาของ มจร. ไม่เป็นอุปสรรคหรือมีผลมากเท่าใดนัก

14. สำหรับความคิดเห็นที่กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มต้องการเสนอต่อ มจร. นั้น ข้อเสนอที่สอดคล้องกันทุกกลุ่ม คือ มจร. ควรมีการประชาสัมพันธ์ตนเองให้มากขึ้น

15. ผลการศึกษาประการหนึ่งที่น่าสนใจ คือ สถาบันการศึกษาเดิมของนักศึกษาปัจจุบัน ก่อนหน้าที่จะมาศึกษาต่อที่ มจร. นักศึกษาประมาณร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่าง จบการศึกษามาจากเทคนิคศรีวัฒนา ในร้อยละที่ใกล้เคียงกัน จบการศึกษามาจากพาณิชย์การบางนา ในลำดับร้อยละที่รองลงมา ได้แก่ อรรถวิทย์พาณิชย์การ กรุงเทพมหานครวิทยาลัย และโรงเรียนสหพาณิชย์ ในขณะที่ที่วิทยาเขตยศเส มีนักศึกษาที่จบการศึกษามาจากเทคนิคเจ้าพระยา มาศึกษาต่อ มจร. ในสัดส่วนพอสมควรทีเดียว

จากผลการศึกษาแรงจูงใจดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่านักศึกษามีความต้องการที่จะเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ แต่เนื่องจากสถาบันการศึกษาที่เปิดทำการสอนในหลักสูตรนี้มีหลายสถาบัน นักศึกษาจึงต้องแสวงหาข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ และจากผลการศึกษาในครั้งนี้ได้ข้อมูลว่า การนำเสนอข้อมูลของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ต่อกลุ่มเป้าหมายมีน้อยมาก เช่น ความถี่ของการได้รับข่าวสารจะได้รับนานๆ ครั้ง และบุคคลในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ กว่าร้อยละ 60 ไม่ทราบว่ามหาวิทยาลัยเปิดทำการสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ ดังนั้นการที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จะสามารถแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ ที่ลดลงจากการนำเสนอสภาพของปัญหา ควรจะใช้รูปแบบการส่งเสริมการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ ที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะรูปแบบการส่งเสริมการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ
ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

รูปแบบการส่งเสริมให้บุคคลเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ
ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ที่คณะผู้วิจัยเสนอ ประกอบด้วยกลยุทธ์ ดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising)

การโฆษณาสามารถทำได้โดยการแจ้งข่าวสารเพื่อโน้มน้าวชักจูงผ่านทางสื่อต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ (Newspaper) เพื่อให้สามารถแจ้งข่าวสารได้ครอบคลุม
กลุ่มเป้าหมาย จึงเสนอให้เลือกใช้หนังสือพิมพ์ 3 ฉบับต่อไปนี้

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หน้า 4 ขนาดเนื้อที่ 7 x 5 คอลัมน์นี้
2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หน้า 4 ขนาดเนื้อที่ 7 x 5 คอลัมน์นี้
3. หนังสือพิมพ์มติชน หน้า 4 ขนาดเนื้อที่ 7 x 5 คอลัมน์นี้

ช่วงเวลาในการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ทั้งสามฉบับ แ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ

ช่วงที่ 1 ลงโฆษณาระหว่างวันที่ 1 มีนาคม - 31 เมษายน สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ทุกฉบับ

ช่วงที่ 2 ลงโฆษณาระหว่างวันที่ 1 - 16 พฤษภาคม โดยลงโฆษณา 2 วันต่อ 1 ครั้ง

ทุกฉบับ

การโฆษณาในหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ ข้อความโฆษณาควรครอบคลุมรายละเอียด ดังนี้

- ก). หลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปีภาคค่ำ
- ข). คุณสมบัติของผู้สมัคร
- ค). สถานที่ติดต่อสอบถามรายละเอียด
- ง). กำหนดการรับสมัคร

1.2 การโฆษณาโดยการใช้อัดหมายส่งตรงถึงผู้รับ (Direct Mail) รูปแบบของจดหมาย

คือ จัดส่งจดหมายพร้อมแผ่นพับขนาด A4 พิมพ์ 4 สี ระบุรายละเอียดของหลักสูตร

คุณสมบัติของผู้สมัคร สถานที่ติดต่อ และกำหนดการรับสมัคร ส่งไปยังฝ่ายบุคลากร

ของหน่วย งานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงมหาวิทยาลัย

จำนวนการจัดส่งจดหมายแต่ละครั้ง ไม่ควรต่ำกว่า 500 ฉบับ

- 1.3 การโฆษณาโดยใช้ป้ายประกาศหน้ามหาวิทยาลัย มีรูปแบบคือ การจัดทำป้ายผ้าขนาด 90 ซม. x 3 เมตร ติดที่รั้วด้านหน้าของมหาวิทยาลัย เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดรับสมัครนักศึกษาเข้าเรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ ก่อนกำหนดการเปิดรับสมัครเป็นเวลา 2 เดือน
- 1.4 การโฆษณาทางวิทยุ โดยออกอากาศผ่านสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. พัทยา 107.75 MHz ซึ่งครอบคลุมพื้นที่จังหวัดในเขตภาคตะวันออก อาทิ สมุทรปราการ ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี และตราด โดยออกอากาศระหว่างวันที่ 1-30 เมษายน วันละ 9 ครั้ง และระหว่างวันที่ 1 - 15 พฤษภาคม วันละ 12 ครั้ง spot มีเนื้อหา กล่าวถึงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ คุณสมบัติของผู้สมัคร กำหนดการรับสมัคร และสถานที่ติดต่อสอบถามรายละเอียด

2. การขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling) รูปแบบของการขายโดยใช้บุคคลมีดังนี้

- 2.1 การแจ้งข่าวสารโดยอาจารย์ผู้สอน โดยขอความร่วมมืออาจารย์ผู้สอนรายวิชาต่าง ๆ แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกำหนดการรับสมัครนักศึกษารุ่นใหม่ แก่นักศึกษาหลักสูตร ต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ เพื่อให้ช่วยประชาสัมพันธ์แก่เพื่อนร่วมงาน อันเป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้รับทราบ
- 2.2 การแนะนำโดยแผนกแนะแนวของ มจร. โดยอาศัยแผนกแนะแนวของมหาวิทยาลัยฯ ซึ่งปกติจะออกแนะแนวในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในพื้นที่เป้าหมาย ให้ช่วย ประชาสัมพันธ์รายละเอียดของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ สัมทับไปด้วย
- 2.3 การแนะนำโดยคณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจ โดยประสานงานกับสถาบันการศึกษาระดับอาชีวศึกษา รวมทั้งหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่อยู่ในพื้นที่เป้าหมาย ให้คณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจได้บรรยายแนะนำการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี โดยโครงการนี้ควรประสานงานให้เกิดขึ้นในช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนพฤษภาคม

3. การให้ข่าว (Publicity) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) มีรูปแบบดังนี้

- 3.1 การให้ข่าว โดยการประสานความร่วมมือระหว่างคณะบริหารธุรกิจกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของคณะบริหารธุรกิจ เช่น การเปิดโครงการบริษัทจำลอง การจัดจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด ฯลฯ ไปยังหน้า

29653

ศูนย์บรรณสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การศึกษาของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เคลิณีวส์ และมติชน ทุก ๆ วาระของการมีกิจกรรม และในช่วงก่อนกำหนดรับสมัคร 2 สัปดาห์อีกช่วงหนึ่ง

3.2 การประชาสัมพันธ์ โดยการเชิญชวนหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ เป้าหมาย เข้าร่วมกิจกรรมของคณะบริหารธุรกิจ เช่น การจัดโครงการฝึกอบรม ความรู้ทางธุรกิจ เป็นต้น

งบประมาณการส่งเสริมการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ

1. ค่าโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	624,000 บาท
2. ค่าโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เคลิณีวส์	504,000 บาท
3. ค่าโฆษณาทางหนังสือพิมพ์มติชน	504,000 บาท
4. ค่าโฆษณาโดยใช้จดหมายส่งตรงถึงผู้รับ	7,500 บาท
5. ค่าโฆษณาโดยใช้แผ่นป้ายผ้า	700 บาท
6. ค่าโฆษณาทางวิทยุ	116,000 บาท
7. ค่าใช้จ่ายในการแนะนำ	3,000 บาท
รวม	<u>1,759,200 บาท</u>

หมายเหตุ: งบประมาณดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาใช้ร่วมกับการส่งเสริมการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติได้ด้วย เพราะสามารถโฆษณาารวมในข้อความโฆษณาเดียวกันได้

ผลจากการใช้รูปแบบส่งเสริมการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ ดังกล่าว จะทำให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตต่อเนื่อง 2 ปี มากขึ้น และสามารถจูงใจให้เลือกเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัย แต่อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยจะต้องพัฒนาระบบการจัดการในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเรียนการสอน และหลักสูตร ให้มีความสอดคล้องกัน เนื่องจากผลการศึกษาได้พบว่ามีแรงจูงใจด้านอื่นที่ไม่สามารถจะใช้รูปแบบการส่งเสริมการเข้าศึกษาต่อได้เพียงอย่างเดียว

ดังนั้น การที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จะสามารถแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ต่อเนื่อง 2 ปี ภาคค่ำ ที่ลดลง ดังได้เสนอสภาพของปัญหาในบทที่ 1 นั้น จึงควรจะใช้รูปแบบส่งเสริมการเข้าศึกษาต่อ ๆ ดังที่ได้เสนอมา