

ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1

กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก

FACTORS AFFECTING DECISION MAKING ON PURSUING A BACHELOR'S DEGREE OF FRESHMEN: A CASE STUDY OF A UNIVERSITY IN EASTERN REGION

Received: April 19, 2021

Revised: November 1, 2021

Accepted: November 30, 2021

เขมมา คินิมาน^{1*} ภัทรมนัส ศรีตระกูล¹ อาพันธ์ชนิต เจนจิต¹ สฎายุ ธีระวนิชตระกูล²

Khemmaya Kiniman^{1*} Phatthharamanat Sritrakul¹

Apunchanit Jenjit¹ Sadayu Teeravanittrakul²

*Corresponding Author E-mail: khemmaya.ki@go.buu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก ประจำปีการศึกษา 2563 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก ประจำปีการศึกษา 2563 จำนวน 637 คน โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Google form) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างด้วย t-test และ f-test โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตร และด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า 1) นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน 2) นักศึกษาที่จบการศึกษาจากภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกในด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน 3) นักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกในทุกด้านแตกต่างกัน นอกจากนี้ผลการศึกษาช่องทางการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัย จำแนกตามระบบการคัดเลือก TCAS พบว่า นักศึกษาที่สมัครเข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS ทุกรอบ รับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยจากช่องทางสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น กลุ่มใน

¹อาจารย์ ดร. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

²รองศาสตราจารย์ ดร. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Facebook Twitter Instagram มากที่สุดเป็นอันดับ 1 รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ เว็บไซต์ Facebook ของคณะ/มหาวิทยาลัย และอันดับ 3 ได้แก่ เว็บไซต์แนะแนวการศึกษาต่อ

คำสำคัญ: การตัดสินใจศึกษาต่อ ปริญญาตรี นักศึกษา มหาวิทยาลัย

Abstract

This research aimed at studying on factors affecting decision making on pursuing a Bachelor's Degree of 1st year students in a university in eastern region in the academic year 2020. The sample group was composed of 637 first year students in regular program of a university in eastern region in the academic year 2020. The researcher applied multistage sampling to establish a sample group. The research tools included online questionnaires (Google form). The statistical methods applied in this research comprised frequency, percentage, mean, and standard deviation. The researcher compared the difference by using t-test and f-test and determined a statistical significance at .05. The findings revealed that the factor having the highest average score was the environment of the university, followed by facilities in the university, curricula, and image of the university. Comparing difference of factors affecting decision making on pursuing a Bachelor's Degree of 1st year students based on personal information, it was found that 1) the sample group with different gender had different opinion on factors related to university image that affected their decision making on pursuing a Bachelor's degree in a university in eastern region; 2) the students graduating from different region had different opinion on factors related to university image, environment and facilities that affected their decision making on pursuing a Bachelor's degree in a university in eastern region; and 3) the students from different TCAS rounds had different opinion on pursuing a Bachelor's degree in a university in eastern region in every aspect. Furthermore, the finding suggested that the perception channels of information on the university of all students applying through TCAS were online social network such as facebook, twitter, and instagram (1st rank), followed by website and facebook page of the faculty/ university (2nd rank), and academic guidance websites (3rd rank).

Keywords: Decision making on pursuing a study, Bachelor's degree, Undergraduates, University

บทนำ

บทบาทของการอุดมศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีและการพัฒนาความรู้สมัยใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศต่างๆ ในโลก ซึ่งจากงานวิจัยขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-operation: OECD) พบว่า เมื่อทั่วโลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ การแข่งขันทางเศรษฐกิจและสังคมมีบทบาทสูงต่อการเปลี่ยนแปลง

ของโลกในปัจจุบัน เช่น การอพยพเคลื่อนย้ายประชากร การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แต่ในขณะเดียวกันการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง ได้ส่งผลต่อการเรียนรู้ของประชากรอย่างรวดเร็วเช่นกัน ดังนั้นการศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญต่อความท้าทายที่เกิดขึ้น ซึ่งการขยายขอบเขตและความสำคัญของการศึกษาจากการศึกษาระดับพื้นฐานสู่การอุดมศึกษาเป็นประเด็นสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของการพัฒนาประเทศ ส่งผลให้การพัฒนาระบบการศึกษามีความต่อเนื่องและยั่งยืน (OECD, 2008) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษามีบทบาทหลักในการพัฒนาความรู้ขั้นสูง ทักษะ และศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์เพราะจะทำให้เกิดอัตราการจ้างงานที่สูงขึ้น รายได้ที่มีมากขึ้นและความก้าวหน้าที่เร็วขึ้น เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละประเทศอย่างก้าวกระโดด (OECD, 2015) นอกจากนี้การศึกษายังมีบทบาทสำคัญคือ การนำความรู้และทักษะต่างๆ ไปใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คน และยกระดับคุณภาพของแรงงานเพื่อตอบสนองความต้องการตลาดแรงงานในอนาคตอีกด้วย (OECD, 2018) ดังนั้นการอุดมศึกษา จึงมีความสำคัญในการส่งเสริมความรู้และทักษะที่จำเป็นในการเตรียมความพร้อมผู้เรียนเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาท้องถิ่นและขับเคลื่อนการพัฒนาสังคม จากความสำคัญของการอุดมศึกษาที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศ ทำให้สถาบันการศึกษาทั่วโลกต่างออกมาปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการศึกษาจนเกิดการแข่งขันทางการตลาดในระดับอุดมศึกษาอย่างกว้างขวาง

อย่างไรก็ตามการอุดมศึกษาในบริบทของประเทศไทยการอุดมศึกษาถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาและยกระดับการแข่งขันขีดความสามารถระหว่างประเทศ ตามนโยบาย Thailand 4.0 ซึ่งประเทศไทยจำเป็นต้องสร้างทรัพยากรมนุษย์เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรม แต่ในยุคปัจจุบัน อุดมศึกษาในประเทศไทยได้พบกับการแข่งขันระหว่างสถาบัน เนื่องจาก (1) โครงสร้างประชากรลดลง ทำให้อัตราการเข้าเรียนลดลงอย่างต่อเนื่อง (2) ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในฐานะทางเศรษฐกิจของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และ (3) ค่านิยมในการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนลดลง ทำให้จำนวนนักศึกษาในแต่ละสถาบันลดลงอย่างต่อเนื่อง และส่งผลต่อความมั่นคงในสถาบันการอุดมศึกษาในประเทศไทย (ศรุดา ชัยสุวรรณ, เสน่ห์ สิตลารมณ และ วีรจักร แสงวงศ์, 2563)

ในพื้นที่ภาคตะวันออก จากการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่ต่อยอดความสำเร็จมาจากโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกหรือ Eastern Seaboard ซึ่งดำเนินมาตลอดกว่า 30 ปีที่ผ่านมา ในจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นพื้นที่พิเศษที่รัฐบาลกำหนดเป็นเป้าหมายในการพัฒนา โดยจะมีความต้องการแรงงานในอีก 5 ปีข้างหน้ากว่า 475,000 คน จากการศึกษาความต้องการบุคคลในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) พบว่าภายใน 5 ปี บริษัทในพื้นที่ต้องการบุคลากรครอบคลุมทุกระดับการศึกษาตั้งแต่อาชีวศึกษาจนถึงปริญญาเอกโดยแบ่งเป็นความต้องการระดับอาชีวศึกษา 253,000 คน ปริญญาตรี 212,000 คน ปริญญาโทและปริญญาเอก 8,600 คน มหาวิทยาลัยต่างๆ โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออก จึงได้เตรียมการพัฒนานักศึกษาไปสู่ EEC ในอนาคต มุ่งพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัย EEC ประสานงานสร้างบุคลากรและปรับโครงสร้างการศึกษาให้เป็นไปตามเป้าหมายของการพัฒนาประเทศ (ผู้จัดการออนไลน์, 2562) ทำให้มหาวิทยาลัยต้องปรับปรุงคุณภาพทางการศึกษาอย่างไม่หยุดยั้ง

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก การพัฒนาคุณภาพของการอุดมศึกษาจึงต้องตอบสนองต่อความต้องการของพื้นที่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการศึกษาในการกำหนดนโยบายทางการศึกษา การพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การประชาสัมพันธ์ และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

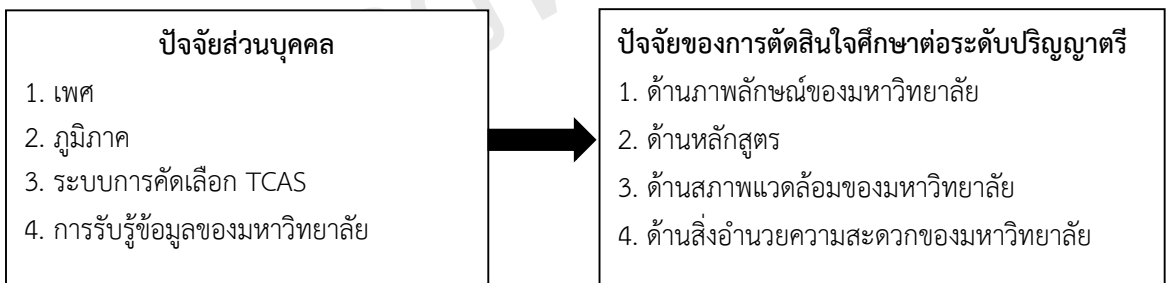
1. เพื่อศึกษาปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศ ภูมิภาค และระบบการคัดเลือก TCAS
3. เพื่อศึกษาช่องทางการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. มหาวิทยาลัยได้ทราบปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1
2. มหาวิทยาลัยสามารถนำข้อมูลปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อไปพัฒนาหลักสูตร และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้ตรงตามความต้องการของนักศึกษา
3. มหาวิทยาลัยสามารถนำข้อมูลช่องทางการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยไปพัฒนาและวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยต่อไป

สมมติฐานการวิจัย

ผู้สมัครที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษากับมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่รายงานตัวขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาในภาคต้น ปีการศึกษา 2563 จำนวน 5,587 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่รายงานตัวขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาในภาคต้น ปีการศึกษา 2563 จำนวน 637 คน โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) เริ่มต้นจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นโดยใช้กลุ่มสาขาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) และใช้การสุ่มแบบตามสะดวกเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด (Close End Question) และปลายเปิด (Open End Question) ส่วนที่ 2 ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา เป็นคำถามปลายปิด (Close End Question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

2) ด้านหลักสูตร 3) ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย และ

5) ด้านการเข้าถึงการประชาสัมพันธ์

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามาสร้างเป็นแบบสอบถาม และเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์ (IOC) ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1 หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามไป Try out จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.93 ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) แสดงว่าแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

4. วิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สมัครที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษากับมหาวิทยาลัยจากระบบ TCAS63 จำนวน 637 คน โดยผู้วิจัยประสานขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และจัดส่งลิงค์แบบสอบถามให้กับคณะต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent Sample t-Test และ F-test: Analysis of Variance (ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สมัครที่ผ่านการคัดเลือกและยืนยันสิทธิเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษากับมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือผ่านระบบ TCAS63 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 79.1 จบการศึกษาจากโรงเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 44.1 สมัครเข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS รอบ 4 คิดเป็นร้อยละ 34.5 และส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยจากช่องทางดังนี้ อันดับ 1 สังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น กลุ่มใน Facebook, Twitter, Instagram คิดเป็นร้อยละ 14.6 อันดับ 2 เว็บไซต์, Facebook ของคณะหรือมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 13.6 อันดับ 3 เว็บไซต์แนะนำการศึกษาต่อ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และอันดับ 4 ผู้ปกครองญาติพี่น้องแนะนำให้เลือกรับเรียน คิดเป็นร้อยละ 10.3

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=637)

ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	3.89	0.57	มาก	4
ด้านหลักสูตร	3.90	0.54	มาก	3
ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย	4.19	0.60	มาก	1
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย	4.04	0.60	มาก	2

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตร ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตร และด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

อันดับ 1 ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยเอื้อต่อการเรียนรู้ รองลงมาคือ ที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ EEC และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด คือ สถานที่ตั้งมหาวิทยาลัยสะดวกต่อการเดินทาง อันดับ 2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัยอย่างเพียงพอ เช่น สำนักคอมพิวเตอร์ หอสมุด หอพัก สถานที่ออกกำลังกาย ระบบความปลอดภัย รถบริการรับส่งในมหาวิทยาลัย โรงอาหาร ธนาคาร เป็นต้น รองลงมา คือ การมีสวัสดิการและบริการสำหรับนักศึกษา เช่น ประกันอุบัติเหตุ, ทุน กยศ. ระบบดูแลนักศึกษา การแนะแนว และจัดหางาน, การมีทุนสนับสนุนทางการศึกษาที่หลากหลาย เช่น ทุนของมหาวิทยาลัย ทุนของคณะ และแหล่งทุนอื่นๆ, การมีสื่อและอุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด คือ การมีบริการหอพักภายในมหาวิทยาลัยที่มีความสะดวกครบครัน อันดับ 3 ด้านหลักสูตร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ย

สูงสุด คือ รายวิชาที่มีความหลากหลาย สามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้ รองลงมาคือ หลักสูตรที่เลือกตรงกับความต้องการของนักศึกษา เกิดขึ้นในการรับนักศึกษาเหมาะสมกับความสามารถทางวิชาการของนักศึกษา นักศึกษามีความเชื่อมั่นว่า จะมีการรองรับหลังจากสำเร็จการศึกษาภายใน 1 ปี จำนวนนักศึกษาที่รับเข้าศึกษาทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการแข่งขัน และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด คือ ค่าใช้จ่ายในหลักสูตรมีความเหมาะสม อันดับ 4 ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของคณาจารย์ รองลงมาคือ ขนาดของมหาวิทยาลัย ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย คุณภาพของบัณฑิตที่จบการศึกษาและชื่อเสียงของศิษย์เก่า และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความเป็นมหาวิทยาลัยเก่าแก่

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังตารางที่ 2-11

ตารางที่ 2 ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	เพศชาย (n=133)		เพศหญิง (n=504)		t	Sig. (2-tailed)
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	4.00	0.63	3.86	0.55	2.531*	0.012
ด้านหลักสูตร	3.94	0.57	3.89	0.53	0.931	0.352
ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย	4.14	0.66	4.20	0.58	-1.169	0.243
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย	4.05	0.65	4.04	0.59	0.205	0.838

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมากกว่านักศึกษาเพศหญิง

ตารางที่ 3 ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามภูมิภาคที่จบการศึกษา

ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	12.474*	0.000
ด้านหลักสูตร	1.872	0.155
ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย	11.372*	0.000
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย	6.049*	0.002

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาที่จบการศึกษาจากภูมิภาคที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4 ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย จำแนกตามภูมิภาคที่จบการศึกษา

ภูมิภาคที่จบการศึกษา	\bar{X}	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กรุงเทพและปริมณฑล	ภาคอื่นๆ
		3.99	3.70	3.87
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.99	-	0.290*	0.115*
กรุงเทพและปริมณฑล	3.70		-	-0.175*
ภาคอื่นๆ	3.87			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมากกว่านักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และภาคอื่นๆ ในขณะที่นักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยน้อยกว่านักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากภาคอื่นๆ

ตารางที่ 5 ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย จำแนกตามภูมิภาคที่จบการศึกษา

ภูมิภาคที่จบการศึกษา	\bar{X}	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กรุงเทพและปริมณฑล	ภาคอื่นๆ
		4.30	4.01	4.17
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.30	-	0.289*	0.126*
กรุงเทพและปริมณฑล	4.01		-	-0.163*
ภาคอื่นๆ	4.17			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า นักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยมากกว่านักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และภาคอื่นๆ ในขณะที่นักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยน้อยกว่านักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากภาคอื่นๆ

ตารางที่ 6 ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย จำแนกตามภูมิภาคที่จบการศึกษา

ภูมิภาคที่จบการศึกษา	\bar{X}	ภาคตะวันออก	กรุงเทพและปริมณฑล	ภาคอื่นๆ
		4.11	3.89	4.05
ภาคตะวันออก	4.11	-	0.216*	
กรุงเทพและปริมณฑล	3.89		-	-0.156*
ภาคอื่นๆ	4.05			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า นักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากภาคตะวันออกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัยมากกว่านักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ในขณะที่นักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัยน้อยกว่านักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากภาคอื่นๆ

ตารางที่ 7 ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก จำแนกตามระบบการคัดเลือก TCAS

ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	11.292*	0.000
ด้านหลักสูตร	5.682*	0.000
ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย	6.585*	0.000
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย	6.048*	0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า นักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก ในด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตร ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 8-11

ตารางที่ 8 ปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย จำแนกตามระบบการคัดเลือก TCAS

ระบบการคัดเลือก TCAS	\bar{X}	TCAS รอบ1	TCAS รอบ2	TCAS รอบ3	TCAS รอบ4	TCAS รอบ5
		4.14	3.93	3.79	3.77	3.97
TCAS รอบ 1	4.14	-	0.209*	0.354*	0.374*	
TCAS รอบ 2	3.93		-		0.164*	
TCAS รอบ 3	3.79			-		
TCAS รอบ 4	3.77				-	
TCAS รอบ 5	3.97					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 พบว่า นักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมากกว่านักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 2, รอบ 3, รอบ 4 และนักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 2 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมากกว่านักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 4

ตารางที่ 9 ปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านหลักสูตร จำแนกตามระบบการคัดเลือก TCAS

ระบบการคัดเลือก TCAS	\bar{X}	TCAS รอบ1	TCAS รอบ2	TCAS รอบ3	TCAS รอบ4	TCAS รอบ5
		4.09	3.87	3.86	3.84	3.83
TCAS รอบ 1	4.09	-	0.226*	0.237*	0.252*	0.259*
TCAS รอบ 2	3.87		-			
TCAS รอบ 3	3.86			-		
TCAS รอบ 4	3.84				-	
TCAS รอบ 5	3.83					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 พบว่า นักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักสูตร มากกว่านักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 2, รอบ 3, รอบ 4 และรอบ 5

ตารางที่ 10 ปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย จำแนกตามระบบการคัดเลือก TCAS

ระบบการคัดเลือก TCAS	\bar{X}	TCAS รอบ1	TCAS รอบ2	TCAS รอบ3	TCAS รอบ4	TCAS รอบ5
		4.42	4.17	4.12	4.11	4.17
TCAS รอบ 1	4.42	-	0.243*	0.295*	0.305*	0.244*
TCAS รอบ 2	4.17		-			
TCAS รอบ 3	4.12			-		
TCAS รอบ 4	4.11				-	
TCAS รอบ 5	4.17					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 พบว่า นักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยมากกว่านักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 2, รอบ 3, รอบ 4 และรอบ 5

ตารางที่ 11 ปัจจัยของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย จำแนกตามระบบการคัดเลือก TCAS

ระบบการคัดเลือก TCAS	\bar{X}	TCAS รอบ1	TCAS รอบ2	TCAS รอบ3	TCAS รอบ4	TCAS รอบ5
		4.42	4.17	4.12	4.11	4.17
TCAS รอบ 1	4.24	-	0.167*	0.214*	0.318*	
TCAS รอบ 2	4.07		-			
TCAS รอบ 3	4.02			-		
TCAS รอบ 4	3.92				-	
TCAS รอบ 5	4.03					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 11 พบว่า นักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัยมากกว่านักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 2, รอบ 3, รอบ 4

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 การรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัย จำแนกตามระบบการคัดเลือก TCAS

ระบบการคัดเลือก	การรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัย											รวม
	ผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง	เพื่อน ๆ รุ่นพี่	ครู	สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	กิจกรรม Open House	การแนะแนวของโรงเรียน	มหาวิทยาลัยเข้าไปแนะแนว	เว็บไซต์แนะแนว	เว็บไซต์, Facebook คณะ/มหาวิทยาลัย	สังคมออนไลน์ต่างๆ	ไม่ตอบ	
TCAS1	86	90	78	61	58	89	72	107	113	115	5	137
	26.1%	28.9%	33.1%	25.6%	30.5%	31.7%	28.6%	26.6%	25.9%	24.4%	7.1%	
TCAS 2	44	39	32	39	28	41	40	57	58	64	9	79
	13.3%	12.5%	13.6%	16.4%	14.7%	14.6%	15.9%	14.1%	13.3%	13.6%	12.9%	
TCAS 3	80	64	45	57	36	58	52	92	104	117	21	167
	24.2%	20.6%	19.1%	23.9%	18.9%	20.6%	20.6%	22.8%	23.8%	24.8%	30.0%	
TCAS 4	103	98	70	69	59	83	75	127	140	153	28	220
	31.2%	31.5%	29.7%	29.0%	31.1%	29.5%	29.8%	31.5%	32.0%	32.5%	40.0%	
TCAS 5	17	20	11	12	9	10	13	20	22	22	7	34
	5.2%	6.4%	4.7%	5.0%	4.7%	3.6%	5.2%	5.0%	5.0%	4.7%	10.0%	
รวม	330	311	236	238	190	281	252	403	437	471	70	637

จากตารางที่ 12 พบว่า นักศึกษาที่สมัครเข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS ทุกรอบ รับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัย จากช่องทางสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น กลุ่มใน Facebook Twitter Instagram มากที่สุดเป็นอันดับ 1 รองลงมา อันดับ 2 คือ เว็บไซต์ Facebook ของคณะ/ มหาวิทยาลัย และอันดับ 3 ได้แก่ เว็บไซต์แนะแนวการศึกษาต่อ ในขณะที่อันดับ 4 ข้อมูลมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยระหว่าง นักศึกษาที่สมัครเข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS รอบ 2, รอบ 3, รอบ 4 ที่รับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยจากผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง และนักศึกษาที่สมัครเข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS รอบ 1, รอบ 5 ซึ่งรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยจากเพื่อน หรือรุ่นพี่

การวิจัย

สถาบันอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อตอบโจทย์ประเทศไทย 4.0 และ การเป็นพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) จากสำรวจความคิดเห็นปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นนักศึกษาเพศหญิง สอดคล้องกับโครงสร้างประชากรของประเทศไทยที่มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และผลการ

วิจัยของ ดลฤดี สุวรรณศิริ (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั่วประเทศ พบว่า นักเรียนหญิงมีการตัดสินใจเรียนต่อในระดับอุดมศึกษามากกว่านักเรียนชาย นักศึกษาสมัครเข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS 4 เป็นส่วนมาก ซึ่งเป็นนักศึกษาที่มาจากหลากหลายพื้นที่ สะท้อนให้เห็นว่าชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับทั่วประเทศ

เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ หลักสูตร สภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย เป็นปัจจัยของการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษามากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.19 (SD=0.60) เพราะมหาวิทยาลัยมีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เป็นมหาวิทยาลัยหลักในพื้นที่ EEC (Eastern Economic Corridor) ทำให้มีความสะดวกในการคมนาคม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.04 (SD=0.60) โดยนักศึกษามีความเห็นว่ายมหาวิทยาลัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในมหาวิทยาลัยอย่างเพียงพอ เช่น สำนักคอมพิวเตอร์ หอสมุด หอพัก สถานที่ออกกำลังกาย ระบบความปลอดภัย รถบริการรับส่งในมหาวิทยาลัย เป็นต้น มหาวิทยาลัยมีสวัสดิการและบริการสำหรับนักศึกษา รวมถึงทุนการศึกษา ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ รจเรข สายคำ และ วัฒนา พัดเกิด (2560) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคเหนือตอนล่าง พบว่า สภาพแวดล้อมของสถาบันและค่าธรรมเนียมการศึกษา แหล่งเงินทุน และค่าใช้จ่ายทางการศึกษามีผลมากที่สุด รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกในสถาบัน เช่น หอสมุด อุปกรณ์การเรียน เป็นต้น ในด้านหลักสูตรและการสอน มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาของนักศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.90 (SD=0.54) นักศึกษาให้เหตุผลว่า มหาวิทยาลัยมีความหลากหลายของสาขาวิชาสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ และตรงกับความต้องการของนักศึกษา แต่เรื่องของค่าใช้จ่ายของหลักสูตรตลอดหลักสูตรมีเหมาะสมน้อยที่สุดในขณะที่ด้านภาพลักษณ์มีค่าเฉลี่ย 3.89 (SD=0.57) นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่ามหาวิทยาลัย มีคุณภาพอาจารย์อยู่ในระดับดี และมหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงในภูมิภาคตะวันออก ซึ่งสอดคล้องกับ ฉันทากร ช่วยเพื่อนทุกข์ (2557) และ สมศรี เพชรโชติ (2560) ที่เสนอว่าการที่มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียง และมีการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยอย่างเป็นระบบ และหลักสูตรมีเนื้อหาที่เป็นฐานในการประกอบอาชีพ สามารถประยุกต์เนื้อหาให้เข้ากับสภาวะสังคม และการประกอบอาชีพ อีกทั้งเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตได้ สอดคล้องกับโมเดลส่วนประสมทางการตลาดในบริบททางการศึกษา (Marketing mix model) ของ Kotler and Fox (1995 อ้างถึงใน Filip, A., 2012) ที่กล่าวว่าเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญของมหาวิทยาลัย ได้แก่ 1. หลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและตลาดแรงงาน 2. ค่าเทอมและการให้ทุนการศึกษา 3. สถานที่ตั้งและระบบการจัดการเรียนการสอน 4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย 5. กระบวนการต่างๆ เช่น การลงทะเบียน การจัดการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมระบบการประเมิน เป็นต้น 6. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ สื่อและอุปกรณ์การเรียน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย 7. อาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุน

จากการเปรียบเทียบปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก จำแนกตามภูมิภาค พบว่า นักศึกษาที่จบการศึกษาจากภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากภาคตะวันออกให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้งสามด้านมากกว่านักศึกษาที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา

จากภูมิภาคอื่นๆ เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงในภาคตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งอยู่ใจกลางพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเฉียงใต้ (EEC) ประกอบกับสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ใกล้กับภูมิลำเนาของนักศึกษา ทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่ที่จบการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงใต้ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อกับมหาวิทยาลัยแห่งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hooley and Lynch (1981) และ Maniu (2014) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา พบว่า ที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและระยะทางจากบ้านและครอบครัวเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา การที่นักศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงใต้ให้ความสำคัญกับทุกด้านมากกว่านักศึกษาที่มาจากภาคอื่นๆ แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่เข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย ความมุ่งมั่นดังกล่าวมีปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย และระยะทางระหว่างภูมิลำเนาของตนเองกับสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ

ในส่วนของการเปรียบเทียบปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงใต้ จำแนกตามระบบการคัดเลือก TCAS พบว่า นักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตร ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้งสิ้นด้านมากกว่านักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 2, รอบ 3, รอบ 4 และรอบ 5 ทั้งนี้เพราะระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 1 ซึ่งคัดเลือกโดยการส่งแฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio) เป็นระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในรอบแรกของปี นักศึกษาที่มีความตั้งใจจะศึกษาต่อกับมหาวิทยาลัยจึงเลือกที่จะสมัครเข้าศึกษาต่อกับมหาวิทยาลัยในรอบนี้ จึงทำให้นักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือก TCAS รอบ 1 ให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้งสิ้นด้านมากกว่านักศึกษาที่สมัครผ่านระบบการคัดเลือกในรอบอื่นๆ สอดคล้องกับ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, มัทนา บัวศรี, เปาซี วานอง และ Panyasack Sengonkeo (2563) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ของนักศึกษาผ่านระบบ TCAS ปีการศึกษา 2562 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อผ่านระบบ TCAS รอบที่ 1 ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตร และด้านการบริหารจัดการ

ในขณะที่ด้านการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัย พบว่า นักศึกษามีการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยจากสังคมออนไลน์ต่างๆ มากที่สุด แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อออนไลน์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ประกอบกับมหาวิทยาลัยมีความพร้อมในการจัดวางแนวทางการประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างประสบความสำเร็จ ทั้งทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook, Twitter, Instagram อีกทั้งทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยและแต่ละคณะ เพราะถือได้ว่าสื่อทางช่องทางดังกล่าวสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shields, A. B., & Peruta, A. (2019) ที่ได้สำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาในสหรัฐอเมริการะหว่างการใช่และไม่ใช้สื่อออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาเกือบทุกคนใช้สื่อออนไลน์ประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เพราะสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย เพื่อตัดสินใจว่ามหาวิทยาลัยสอดคล้องกับความต้องการของตนหรือไม่ และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนการตลาดทางอุดมศึกษาที่มีความสำคัญอย่างมาก ในทางตรงกันข้ามการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น OPEN HOUSE และการเข้าไปแนะแนวการศึกษาต่อใน

มหาวิทยาลัย ประกอบกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกเรียนต่อน้อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภัทรสุดา จารุธีรพันธ์ (2558) ที่ระบุว่า การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนเป็นอันดับต้นๆ เพราะทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อค้นหาข้อมูลและประเมินก่อนการตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผล

นอกจากนี้จากการสำรวจความคิดเห็นระบบแนะแนวของโรงเรียนยังมีบทบาทน้อยต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย รวมถึงครูแนะแนวยังทราบข้อมูลเกี่ยวกับการรับเข้าศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยน้อย ทำให้ไม่สามารถแนะแนวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ผลวิจัยของ Zebal, M. A., & Goodwin, D. R. (2012) ได้ค้นพบว่า หากมหาวิทยาลัยมีระบบแนะแนวที่ดี มีการประชาสัมพันธ์ และสร้างประสบการณ์เรียนรู้ที่ดีจะทำให้สามารถเพิ่มจำนวนนักศึกษาในมหาวิทยาลัย และส่วนแบ่งทางการตลาดได้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. การรับนักเรียนเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัย ควรปรับปรุงแบบการรับนักเรียนด้วยการเพิ่มที่นั่งสำหรับนักเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือรูปแบบของโครงการพิเศษ ที่คัดนักเรียนจากผลการเรียนและความสามารถพิเศษ ซึ่งควรจูงใจให้ผู้เรียนเตรียมตัวตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

2. มหาวิทยาลัยควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยให้นักศึกษามีความสะดวกสบายและทันสมัย เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและบรรยากาศการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ในส่วนของบริการนักศึกษานั้น มหาวิทยาลัยควรปรับปรุงระบบการดูแลนักศึกษาในด้านต่างๆ ทั้งวิธีระบบออนไลน์และระบบให้คำปรึกษา

3. มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมให้แต่ละคณะปรับปรุงหลักสูตร ตามนโยบายหลักของการเป็นมหาวิทยาลัยหลักในพื้นที่ เพื่อสอดคล้องกับการผลิตตลาดแรงงานสู่พื้นที่ EEC รวมถึงส่งเสริมคณาจารย์ทุกคนสร้างนวัตกรรมการสอนแนวใหม่ เพื่อปลูกฝังทักษะที่จำเป็นและสามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพที่มีทักษะขั้นสูง

4. มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะเรื่องชื่อเสียงของคณาจารย์ ชื่อเสียงของศิษย์ปัจจุบันศิษย์เก่า และชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยทั้งในระดับภูมิภาค ได้แก่ ภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้จนถึงในระดับประเทศ

5. หน่วยบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยควรมีบทบาทในการประสานงานให้ข้อมูลและแนวทางการศึกษาต่อแก่ครูแนะแนวและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากกว่าการจัดงาน Open House และใช้ช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยถึงปัญหาและสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษามหาวิทยาลัย เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาค่าความสูญเสียเปล่าทางการศึกษาและประสิทธิผลในการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัย

ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัย ประกอบกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สามลดา. ดลฤดี สุวรรณศิริ. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษา ชั้นปีที่ 6 ทั่วประเทศ. *วารสารพัฒนาสังคม*, 9(1), 157-174.
- ฉันทนกร ช่วยทุกข์เพื่อน. (2557). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย์* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562, 21 มกราคม). การลงนามร่วมคณะทำงาน EEC ผลิตกำลังคนป้อน 10 อุตสาหกรรม เป้าหมาย สืบค้น 17 พฤษภาคม 2563, จาก <https://mgronline.com/local/detail/962.000.000718>
- ภัทรสุดา จารุฉิรพันธ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสาขาวิชา ในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 10(32), 35-46.
- จรจเรช สายคำ และวัฒนา พัดเกตุ. (2560). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคเหนือตอนล่าง. ในงานประชุมวิชาการระดับชาติ นครศรีธรรมราช ครั้งที่ 13 (น. 1348-1358). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศรุดา ชัยสุวรรณ, เสน่ห์ สีตลารมณ และวีรจักร แสงวงศ์. (2563). การพลิกโฉมอุดมศึกษาไทยในยุคภาวะวิกฤตผู้เรียน. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 6(1), 686-702.
- สมศรี เพชรโชติ. (2560). การศึกษาเหตุผลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาวิทยาลัย เทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ: การวิจัยผสมผสานวิธีการ. ในงานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2563 (น. 1078-1088). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, มัทนา บัวศรี, เปาซี วานอง และ Panyasack Sengonkeo. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่นของนักศึกษาผ่านระบบ TCAS ปีการศึกษา 2562. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์*, 3(3), 33-47.
- Filip, A. (2012). Marketing theory applicability in higher education. *Procedia-social and behavioral sciences*, 46, 912-916.
- Hooley, G. J., & Lynch, J. E. (1981). Modelling the student university choice process through the use of conjoint measurement techniques. *European Research*, 9(4), 158-170.
- Maniu, I., & Maniu, G. C. (2014). Educational Marketing: Factors Influencing the Selection of a University. *SEA: Practical Application of Science*, 2(3), 37-41.
- OECD. (2008). *Higher Education to 2030, Volume I*. Paris: OECD Publishing
- OECD. (2015). *In It Together: Why Less Inequality Benefits All*. Paris: OECD Publishing
- OECD. (2018). *Tertiary Education Systems and Labour Markets*. Paris: OECD Publishing
- Shields, A. B., & Peruta, A. (2019). Social media and the university decision. Do prospective students really care?. *Journal of marketing for higher education*, 29(1), 67-83.
- Zebal, M. A., & Goodwin, D. R. (2012). Market orientation and performance in private universities. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(3), 339-357