



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี

ของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา

FACTORS INFLUENCING UNDERGRADUATE ENROLLMENT DECISIONS AMONG FIRST-YEAR STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF PHAYAO

ชลธิดา เทพหินลับ, นรินธน์ นนทมาลย์*, วิลัยลักษณ์ ครุฑพาน, ชลลธิมาณีย์ พรหมเสน และสุมิตรา อินทะ

Chonthida Thephinlap, Narinthan Nontamand,* Wilailak Khrutpan, Chonsicha Promsen and Sumittra Intha

มหาวิทยาลัยพะเยา

University of Phayao

*Corresponding Author E-mail: narin.no@up.ac.th

Received September 16, 2025; Revised February 26, 2026; Accepted March 4, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา และ 2) ศึกษาความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 413 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยด้านสถาบันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 มากที่สุด ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา ในภาพรวม พบว่า บุคคล ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อน/รุ่นพี่ และบุคคลในครอบครัวทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุด 2) นิสิตใหม่ต้องการได้รับการสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยมากที่สุด ผลการศึกษานี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดการศึกษา รวมทั้งเสริมสร้างจุดแข็งของมหาวิทยาลัยในด้านปัจจัยสถาบันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนอย่างแท้จริงในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, เข้าศึกษา, ระดับปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยพะเยา

Abstract

This study aimed to 1) examine the factors influencing the decision to enroll in undergraduate programs among first-year students at the University of Phayao, and 2) explore their needs for institutional support. A quantitative research design was employed. The participants included 2,346 first-year undergraduate students enrolled in the first semester of the 2025 academic year. Data were collected using a questionnaire assessing factors affecting enrollment decisions in the digital era among new students at the University of Phayao. Descriptive statistics, including frequency,



percentage, mean, and standard deviation, were utilized to analyze the factors influencing enrollment decisions, while content analysis was applied to examine students' support needs.

The results revealed that institutional factors had the greatest influence on students' decisions to enroll at the University of Phayao in the 2025 academic year. Regarding the channels through which students became familiar with the university, personal contacts-including guidance teachers, friends or seniors, and family members-played the most significant role. Moreover, first-year students desired support in the areas of welfare and facilities provided by the university. The findings can serve as strategic guidelines for enhancing institutional public relations and educational marketing, as well as for strengthening the university's institutional factors to better meet the needs of learners in the digital era.

Keywords: decision-making, enrollment, undergraduate, university of Phayao

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในโลกยุคดิจิทัล ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อพฤติกรรมผู้เรียนในยุคดิจิทัล โลกแห่งการเรียนรู้ได้พัฒนาไปอย่างมากจากการที่มีระบบอินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ และการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบเครือข่ายความรู้ออนไลน์ มีการขับเคลื่อนอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน พฤติกรรมในการเรียนรู้และการเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มคน Gen Z ก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากแต่ละคนเลือกที่จะเรียนรู้หรือหาข้อมูลตามความสนใจของตนเอง สามารถศึกษาหรือเรียนรู้ได้ตามที่ต้องการส่งผลให้การจัดการศึกษาจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมและรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับผู้เรียนในยุคนี้ โดยมุ่งเน้นการจัดการเรียนรู้โดยยึดหลัก “โลกคือห้องเรียน” (พงษ์พัชรินทร์ พุฒวัฒน์, 2564)

การตัดสินใจเลือกเรียนมหาวิทยาลัยของกลุ่มผู้เรียนยุคใหม่ โดยเฉพาะในด้านพฤติกรรมการตัดสินใจและการเข้าถึงข้อมูล แนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับมหาวิทยาลัยจึงมีปัจจัยที่ซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น หนึ่งในปัจจัยสำคัญคือ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของสถาบันการศึกษา ช่องทาง YouTube, TikTok และ Facebook ซึ่งทำให้ผู้เรียนสามารถเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้ทันที รวมถึงได้รับข้อมูลรีวิวหรือประสบการณ์ตรงจากศิษย์เก่าหรือรุ่นพี่ในรูปแบบที่หลากหลายและเข้าใจง่าย ส่งผลให้การตัดสินใจของพวกเขามีพื้นฐานจากข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ความทันสมัยของหลักสูตร ความยืดหยุ่นของการเรียน และโอกาสในอาชีพหลังสำเร็จการศึกษาก็กลายเป็นประเด็นสำคัญที่กลุ่มผู้เรียนยุคใหม่ให้ความสำคัญมากกว่าปัจจัยเชิงกายภาพ เช่น ทำเลที่ตั้งหรือชื่อเสียงในอดีตของมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้เรียนยุคใหม่นี้ยังให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคมและความหลากหลาย เช่น ความเท่าเทียม การเปิดรับความคิดสร้างสรรค์ และสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นตัวของตัวเอง ทั้งนี้ ส่งผลให้สถาบันการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัว



อย่างต่อเนื่อง เพื่อออกแบบหลักสูตรและกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ยุคดิจิทัล (สมาน อัสวภูมิ, 2565) แนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนมหาวิทยาลัยของกลุ่มผู้เรียนยุคใหม่ จะเน้นไปที่ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตร และด้านเหตุผลส่วนตัว เช่น ความสนใจ ในสาขาวิชาที่เปิดสอน อิทธิพลจากครูในโรงเรียนและรุ่นพี่ อิทธิพลจากครอบครัว เป็นต้น และจากสถิติ ของผู้เรียนส่วนใหญ่จะเข้าถึงข้อมูลจากสื่อสังคม ผ่านช่องทาง Facebook TikTok Website Instagram YouTube ตามลำดับ (ธนพัฒน์ อินทวิ, 2564)

มหาวิทยาลัยพะเยาเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการสร้างโอกาสทางการศึกษา ด้วยการเปลี่ยนแปลง ของสภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยี ทางด้านการศึกษาซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนทั่วไป การศึกษาเรียนรู้ในปัจจุบันจึงต้อง ปรับเปลี่ยนให้เป็นการศึกษาเรียนรู้ เพื่อเป็นเครื่องมือนำพาผู้เรียนไปสู่ “การเรียนรู้ในอนาคต ด้วยตนเอง” เป็นการเตรียมคนและเสริมสร้างศักยภาพคนให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคม ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มหาวิทยาลัยพะเยามุ่งเน้นการพัฒนาไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสมบูรณ์แบบ (Comprehensive University) จัดการเรียนการสอนครอบคลุมทุกสาขาวิชา มีการจัดการเรียน การสอนทั้งในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก จำนวน 113 หลักสูตร แบ่งเป็น 3 กลุ่ม สาขาวิชาหลักคือ กลุ่มสาขาวิชาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มสาขาวิชาทางด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ กลุ่มสาขาวิชาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดการศึกษา 17 คณะ 2 วิทยาลัย และ 1 วิทยาเขต ประกอบด้วย หลักสูตรประกาศนียบัตร 1 หลักสูตร หลักสูตรปริญญาตรี 67 หลักสูตร ปริญญาโท 30 หลักสูตร และปริญญาเอก 16 หลักสูตร มีการจัดการศึกษาในรูปแบบ 2 ปริญญา ทั้งในรูปแบบปริญญาตรี 2 ปริญญา และปริญญาตรีควบคู่กับปริญญาโท รวมทั้งการจัดการ เรียนการสอนในรูปแบบ Non-degree และ Pre-degree (มหาวิทยาลัยพะเยา, 2566) มหาวิทยาลัย พะเยามีนโยบายในการกระจายโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม เปิดรับนักเรียนเข้าศึกษา ต่อในระดับอุดมศึกษาไม่น้อยกว่า 4,500 คนต่อปี และยังให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจ ที่ถูกต้องเกี่ยวกับเป้าหมายและแนวทางในการจัดการศึกษา ผ่านการจัดกิจกรรมและโครงการ ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เพื่อเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษากับนักเรียน ครู ผู้ปกครองและชุมชน มหาวิทยาลัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมจำนวนทั้งสิ้น 3 โครงการ ซึ่งมุ่งเน้นการให้ ข้อมูลการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของมหาวิทยาลัยพะเยา และแนวทางการจัดการศึกษา ของมหาวิทยาลัยพะเยา ดังนี้ 1) โครงการผู้บริหารมหาวิทยาลัยพะเยาพบผู้บริหารสถานศึกษา และแนะแนวสัจจร ออกเดินทางสัจจรเพื่อพบปะผู้บริหารสถานศึกษาและครูแนะแนวในพื้นที่ต่าง ๆ ได้แก่ ภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่) ภาคเหนือตอนล่าง (จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดนครสวรรค์) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดศรีสะเกษ) และภาคตะวันออก (จังหวัดชลบุรี) เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเป้าหมายและแนวทางการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยพะเยา รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อพัฒนาความร่วมมือด้านการศึกษาอย่างเป็นระบบ 2) โครงการบริหาร สถานศึกษาและครูแนะแนวเยี่ยมชมมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริหารสถานศึกษา ครูแนะแนว และนักเรียน ได้เข้ามาเยี่ยมชมสถานที่จริงภายในมหาวิทยาลัย ตลอดจนเรียนรู้ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรการจัดการศึกษา แนวทางการเรียนการสอน และศักยภาพ ของคณะและหน่วยงานต่าง ๆ ได้สัมผัสกับบรรยากาศจริงภายในมหาวิทยาลัยช่วยส่งเสริมการรับรู้ เชิงบวกและสร้างความมั่นใจให้กับสถานศึกษาและนักเรียนในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ทั้งยังเป็นเวที



แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับโรงเรียน 3) โครงการแนะแนวสัญจร มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการรับสมัครและแนวทางการคัดเลือกเข้าศึกษา ต่อในระดับอุดมศึกษาให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยา ให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่ายเกี่ยวกับหลักสูตร ขั้นตอนการสมัคร และโอกาสทางการศึกษา ในมหาวิทยาลัย โดยมีครูแนะแนวและนักเรียนเข้าร่วมถือเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญในการส่งเสริมโอกาส ทางการศึกษา และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนในการเตรียมตัวเข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัยพะเยา

การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกลงศึกษาในระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา และศึกษาความต้องการ ทางการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยเฉพาะในบริบท ของการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของผู้เรียนในยุคดิจิทัล มหาวิทยาลัยพะเยาในฐานะสถาบันอุดมศึกษา ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่มาตรฐานสากล ยังคงขาด งานวิจัยเฉพาะทางที่ศึกษาปัจจัยเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าศึกษาของนิสิตใหม่อย่างเป็น ระบบการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงนโยบาย เพื่อเป็น ข้อมูลประกอบการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการด้านการรับนิสิตให้สอดคล้องกับบริบท และความเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา
2. เพื่อศึกษาความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาในยุคดิจิทัล

การเรียนรู้ในยุคดิจิทัลเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรการเรียนรู้ได้ อย่างไม่จำกัด เชื่อมต่อกับผู้คนทั่วโลก และพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับศตวรรษที่ 21 การเข้าถึงข้อมูล และแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายบนอินเทอร์เน็ตเปิดโอกาสให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่จำกัดอยู่แค่ในห้องเรียน ผู้เรียนสามารถค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม ศึกษาเนื้อหาที่สนใจ และเรียนรู้ จากผู้เชี่ยวชาญทั่วโลกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น MOOCs, YouTube และเว็บไซต์การศึกษาต่าง ๆ (World Economic Forum, 2020)

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลทางการตลาด

ดิจิทัลมีหลายประเภทสำหรับการนำไปใช้งานให้เหมาะสมกับบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บล็อก บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โปรแกรมสืบค้นข้อมูล บนอินเทอร์เน็ต และวิดีโอออนไลน์ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาสื่อดิจิทัล 2 ประเภทคือ บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์และวิดีโอออนไลน์ เนื่องจากผลสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มคน Gen Z มีการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 และเพื่อการดูโทรทัศน์ คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ และฟังเพลง เป็นอันดับ 2 ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาก็ได้นำสื่อดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกลยุทธ์



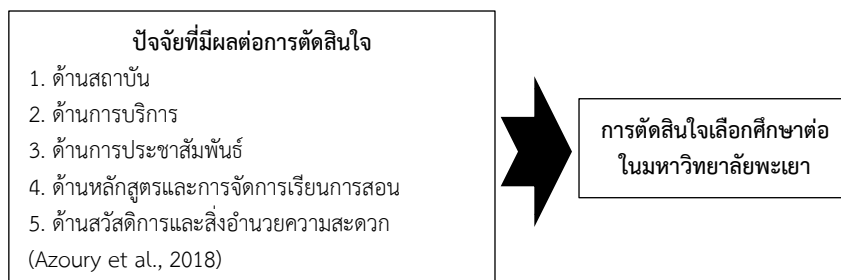
การสื่อสารการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความต้องการและตัดสินใจศึกษาต่อผ่านเนื้อหาในสื่ออื่น ๆ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจเป็นการนำแนวความคิดที่มีเหตุผลที่ผู้บริหารใช้ในการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามวิธีการตัดสินใจ และทฤษฎีการตัดสินใจตามบุคคลที่ตัดสินใจ การตัดสินใจชื่อของผู้บริโภค คือ การที่ผู้บริโภคประเมินคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือตราสินค้า โดยเลือกสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของตน เช่น ราคาที่เหมาะสม ความรู้สึก หรือเหตุผลทางอารมณ์ของผู้บริโภค การตัดสินใจเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคมีการตอบสนอง ทำให้เกิดทางเลือกและการประเมินทางเลือกนำไปสู่การตัดสินใจ ดังนั้น การตัดสินใจศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา คือ การประเมินเพื่อเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาใดสถาบันหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนในด้านต่าง ๆ ได้เหมาะสมที่สุด (Hawkins & Mothersbaugh, 2023)

สรุปได้ว่า ในยุคดิจิทัลสถาบันอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญในการปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การเรียนรู้และการตัดสินใจของผู้เรียน โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z ซึ่งมีการใช้สื่อดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นหลัก ปัจจัยด้านสถาบันอุดมศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อสามารถพิจารณาได้หลายด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านสถาบัน ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความทันสมัยของสถาบัน สถาบันที่มีภาพลักษณ์ที่ดี จะส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความเชื่อมั่น และมีแนวโน้มตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมากขึ้น 2) ปัจจัยด้านการบริการ ระบบรับสมัคร ระบบให้ข้อมูล และค่าปรึกษา ความสะดวก รวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน การบริการที่ช่วยสร้างประสบการณ์เชิงบวกและเอื้อต่อการตัดสินใจของผู้เรียน 3) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์เครือข่ายสังคมออนไลน์ วิดีโอออนไลน์ และเว็บไซต์ เนื้อหาที่น่าสนใจ ทันสมัย และตรงกับความต้องการของผู้เรียน มีส่วนช่วยกระตุ้นการรับรู้ และส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อ 4) ปัจจัยด้านหลักสูตร ความทันสมัยของหลักสูตร ความสอดคล้องกับตลาดแรงงาน การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการเรียนการสอน และโอกาสทางอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา หลักสูตรที่ตอบโจทย์อนาคตและสามารถนำเสนอข้อมูลได้ชัดเจนผ่านสื่อดิจิทัล จะช่วยให้ผู้เรียนตัดสินใจเลือกศึกษาต่อได้ง่ายขึ้น และ 5) ปัจจัยด้านสวัสดิการ ได้แก่ ทุนการศึกษา ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน และการดูแลด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต สวัสดิการที่เหมาะสมช่วยลดความกังวลและเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้เรียนและผู้ปกครอง

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัยคือ มหาวิทยาลัยพะเยา ประชากรคือ นิสิต มหาวิทยาลัยพะเยาที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 5,047 คน กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตมหาวิทยาลัยพะเยาที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 357 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างวิจัยด้วยการคำนวณตารางเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างวิจัยอย่างน้อย 363 คน และเพื่อชดเชยความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาผู้วิจัยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างวิจัย 429 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่กระจายตัวครอบคลุมทุกคณะและสาขาวิชา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์จากนิสิตที่เข้าร่วมโครงการเตรียมความพร้อมด้านวิชาการและทักษะการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยของนิสิตชั้นปีที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้จำนวน 413 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ยุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สอบถามเกี่ยวกับคณะ/วิทยาลัยที่นิสิตกำลังศึกษาและจังหวัดที่นิสิตสำเร็จการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นลักษณะข้อคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา มีลักษณะเป็นแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scales) จำนวน 29 ข้อ แบ่งตามปัจจัย 5 ด้าน คือ 1) ด้านสถาบัน จำนวน 7 ข้อ 2) ด้านการบริการ จำนวน 4 ข้อ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 ข้อ 4) ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา จำนวน 8 ข้อ และ 5) ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา มีลักษณะเป็นแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scales) จำนวน 14 ข้อ แบ่งตามช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักคือ 1) ด้านบุคคล จำนวน 3 ข้อ 2) ด้านกิจกรรม จำนวน 4 ข้อ 3) ด้านสื่อสังคม จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 4 สอบถามความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นข้อคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence: IOC) มีค่า 0.95 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่า 0.92 (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) รวบรวมข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ในวันที่ 13 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2568 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา



ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามจุดประสงค์การวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ส่วนที่ 3 ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา และส่วนที่ 4 ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 45.40 รองลงมาเป็นนิสิตในกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 27.13 และนิสิตในกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มสาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	188	45.40
คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์	58	14.00
คณะศิลปศาสตร์	27	6.50
วิทยาลัยการศึกษา	38	9.20
คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์	20	4.80
คณะนิติศาสตร์	31	7.50
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมศาสตร์	14	3.40
กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ	137	26.25
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	39	9.40
คณะวิศวกรรมศาสตร์	36	8.70
คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ	20	4.80
คณะพลังงานและสิ่งแวดล้อม	8	1.90
คณะวิทยาศาสตร์	34	1.45
กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	159	27.13
คณะสาธารณสุขศาสตร์	50	12.10
คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์	21	5.10
คณะสหเวชศาสตร์	12	2.90
คณะแพทยศาสตร์	7	1.70
คณะพยาบาลศาสตร์	57	2.43
คณะเภสัชศาสตร์	10	2.40
คณะทันตแพทยศาสตร์	2	0.50
รวม	413	100.00
ภูมิภาค		
เหนือ	231	55.90
กลาง	136	32.90
ตะวันออกเฉียงเหนือ	24	5.80
ตะวันตก	8	1.90
ใต้	8	1.90



กลุ่มสาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
ตะวันออก	5	1.20
นิติตต่างชาติ	1	0.20
รวม	413	100.00

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 ภาพรวม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรีมากที่สุดคือ ด้านสถาบัน (M=4.15 SD=0.73) รองลงมาคือ ด้านบริการ (M=3.99 SD=0.76) และด้านประชาสัมพันธ์ (M=3.97 SD=0.80) ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา (M=3.95 SD=0.82) ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก (M=3.89 SD=0.79) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความ
ด้านสถาบัน	4.15	0.73	มาก
ด้านการบริการ	3.99	0.76	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.97	0.80	มาก
ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา	3.95	0.82	มาก
ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.89	0.79	มาก

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 เป็นรายภูมิภาค พบว่า ปัจจัยด้านสถาบันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก มากที่สุด ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มากที่สุด ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มากที่สุด ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก มากที่สุด ปัจจัยด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก มากที่สุด รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 จำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัย	ภาค					
	เหนือ	ตะวันออก	กลาง	ตะวันออก	ตะวันตก	ใต้
ด้านสถาบัน	4.08	4.21	4.25	4.49	4.48	4.04
ด้านการบริการ	4.09	3.67	3.92	3.20	4.03	3.75
ด้านการประชาสัมพันธ์	4.07	3.59	3.97	2.80	3.47	3.43
ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา	3.90	3.99	3.85	4.38	4.16	3.56
ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.94	4.17	3.91	4.23	4.08	3.54



เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพมากที่สุดคือ ด้านสถาบัน และปัจจัยด้านสถาบันและด้านการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากที่สุด รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา

ปัจจัย	กลุ่มสาขาวิชา		
	มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์สุขภาพ	วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี
ด้านสถาบัน	4.29	4.14	3.94
ด้านการบริการ	3.96	4.08	3.96
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.96	4.10	3.86
ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา	3.98	3.82	3.80
ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.03	3.94	3.80

ส่วนที่ 3 ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา

ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยาในภาพรวม พบว่า บุคคลทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุด (ความถี่=235) รองลงมาคือ สื่อสังคม (ความถี่=160) และกิจกรรมของมหาวิทยาลัยพะเยา (ความถี่=18) ตามลำดับ หากจำแนกตามประเภท พบว่า บุคคลที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุดคือ ครูแนะแนว รองลงมาคือ รุ่นพี่และเพื่อน และบุคคลในครอบครัว ตามลำดับ หากจำแนกตามสื่อสังคม พบว่า Facebook ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุด รองลงมาคือ TikTok และ Website ตามลำดับ หากจำแนกตามกิจกรรม พบว่า กิจกรรมแนะแนวของคณะ/สาขาวิชา ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมแนะแนวของมหาวิทยาลัยพะเยา UP Open House กิจกรรมเปิดบ้านวิชาการของโรงเรียน และกิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงความถี่ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา

คำถาม	ความถี่
บุคคล	235
ครูแนะแนว	120
รุ่นพี่/เพื่อน	88
บุคคลในครอบครัว	27
สื่อสังคม	160
Facebook	54
TikTok	50
Website	20
INSTAGRAM (IG)	13
Youtube	11
อื่น ๆ	8



Podcast	4
กิจกรรม	18
กิจกรรมแนะแนวของคณะ/สาขาวิชา	10
กิจกรรมแนะแนวของมหาวิทยาลัยพะเยา UP Open House	6
กิจกรรมเปิดบ้านวิชาการของโรงเรียน	1
กิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา	1

เมื่อพิจารณาช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยาจำแนกตามภูมิภาค พบว่านิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก รู้จักมหาวิทยาลัยพะเยาผ่านช่องทางบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อสังคม และกิจกรรม ตามลำดับ นิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ รู้จักมหาวิทยาลัยพะเยาผ่านสื่อสังคมมากที่สุด รองลงมาคือ บุคคล และกิจกรรม ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงความถี่ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา จำแนกตามภูมิภาค

คำถาม	ภาค					
	เหนือ (ความถี่)	ตะวันออกเฉียงเหนือ (ความถี่)	กลาง (ความถี่)	ตะวันออก (ความถี่)	ตะวันตก (ความถี่)	ใต้ (ความถี่)
บุคคล	115	15	101	2	1	1
ครูแนะแนว	61	8	47	2	1	1
รุ่นพี่/เพื่อน	46	3	39	0	0	0
บุคคลในครอบครัว	8	4	15	0	0	0
กิจกรรม	13	3	2	0	0	0
กิจกรรมแนะแนว ของคณะ/สาขาวิชา	7	1	2	0	0	0
กิจกรรมแนะแนว ของมหาวิทยาลัย พะเยา UP Open House	4	2	0	0	0	0
กิจกรรมเปิดบ้าน วิชาการของ โรงเรียน	1	0	0	0	0	0
กิจกรรมตลาดนัด หลักสูตรอุดมศึกษา	1	0	0	0	0	0
สื่อสังคม	104	6	33	3	7	7
Facebook	38	2	9	0	2	3
Tiktok	42	1	6	1	0	0
Website	11	1	5	0	1	2
INSTAGRAM (IG)	7	0	4	1	1	0
Youtube	2	1	6	1	1	0
อื่น ๆ	3	1	2	0	2	0
Podcast	1	0	1	0	0	2



ส่วนที่ 4 ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา

ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ พบว่า นิสิตต้องการรับการสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยมากที่สุด (ความถี่=15) รองลงมาคือ ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา (ความถี่=9) ด้านสถาบัน (ความถี่=4) ด้านประชาสัมพันธ์ (ความถี่=2) และด้านการบริการ (ความถี่=1) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถาบัน เป็นปัจจัยที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา และด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ

ด้านสถาบัน พบว่า สภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยร่มรื่น อากาศดีและสวยงามมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจจะเป็นเพราะสภาพแวดล้อมธรรมชาติ มีพื้นที่สีเขียวและแหล่งน้ำทำให้สุขภาพจิตของนิสิตดีขึ้น (Yang, 2022) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมา อาแว และนิยาวาเฮร์ ไพบูลย์ (2562) พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีอยู่ในระดับมาก

ด้านการบริการ พบว่า การมีช่องทางที่หลากหลายในการติดต่อสื่อสารและสอบถามข้อมูลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นเพราะการมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงข้อมูลและสอบถามได้รวดเร็วและการให้บริการเฉพาะบุคคลตามทำให้เสริมสร้างการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา (Cornell, 2025) สอดคล้องกับงานวิจัยของรจเรข สายคำ (2560) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบริการ การบริการที่มีความสะดวก รวดเร็ว มีช่องทางในการติดต่อที่หลากหลายทำให้ผู้สมัครสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงง่ายมีส่วนช่วยให้ตัดสินใจเข้าศึกษา อาจเป็นเพราะกลุ่มคน Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ มีความสามารถในการค้นหา วิเคราะห์ และเลือกใช้ข้อมูลออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว ทำให้การตัดสินใจในการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อชัดเจนขึ้น (Imjai et al., 2024; Persada et al., 2019) สอดคล้องกับงานวิจัยของวลัยลักษณ์ พันธุ์ และคณะ, (2564) พบว่า การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์และกิจกรรมแนะแนวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างชัดเจน

ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา พบว่า การได้ฝึกงานหรือฝึกภาคปฏิบัติจริงในระหว่างเรียนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นเพราะการได้ฝึกงานหรือฝึกภาคปฏิบัติจริงในระหว่างเรียนช่วยให้บัณฑิตได้พัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน เช่น การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์เฉพาะทาง การปฏิบัติตามกระบวนการทำงานจริง และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการ (Masele & Philemon, 2024) สร้างความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมองค์กร หลักการทำงานเป็นระบบ (Bawica, 2021) รวมถึงทำให้นิสิตมีความสามารถในการปรับตัวในสายอาชีพ (Tu, 2022)

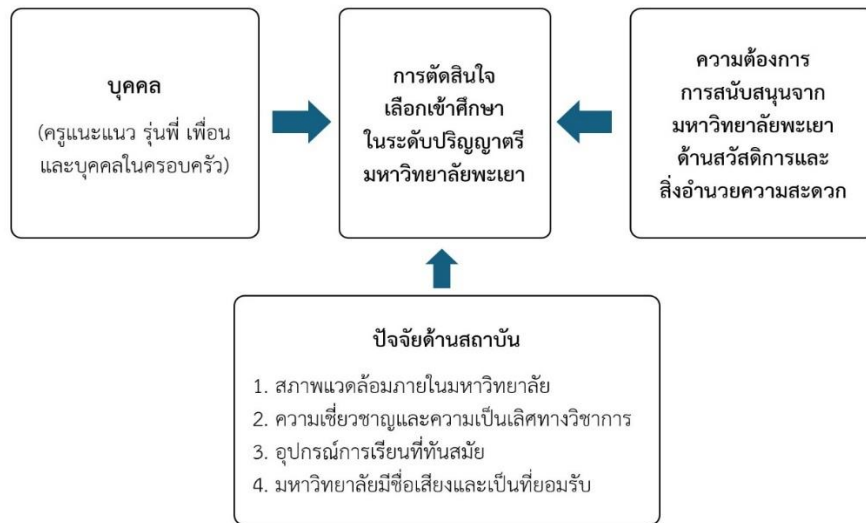


ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า การบริการด้านสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล คลินิก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นเพราะการบริการด้านสุขภาพทำให้นิสิตมีคุณภาพชีวิตและ ความเป็นอยู่ที่ดี ช่วยดูแลสุขภาพกายและจิตและส่งเสริมสมดุลชีวิตการเรียนรู้กับชีวิตส่วนตัว (Kahu & Nelson, 2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของอนุพงศ์ ที่งในธรรม สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรศรี และภูวดล ศิริรังษี (2566) พบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกมีบทบาทสำคัญในกระบวนการ ตัดสินใจของนักเรียนและผู้ปกครอง โดยเฉพาะเมื่อสภาพแวดล้อมการเรียนรู้มีผลต่อทั้งคุณภาพชีวิต และประสบการณ์ในรั้วมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและจัดสวัสดิการ อย่างทั่วถึงเป็นหนึ่งในเกณฑ์สำคัญในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ของนิสิตใหม่ พบว่า นิสิตมีความต้องการรับการสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก มากที่สุด โดยนิสิตต้องการให้มหาวิทยาลัยสนับสนุนระบบขนส่งหรือการการเดินทางที่สะดวก ในการเข้า-ออกมหาวิทยาลัย อาจจะเป็นเพราะการมีระบบขนส่งและการเดินทางที่สะดวกสบายเป็น ปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการเรียนรู้ของนิสิต ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการศึกษา เสริมสร้างความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของนิสิตได้อย่างเป็นรูปธรรม (Sann & Siripipattaworn, 2024) รองลงมาคือ ด้านหลักสูตรและการจัดการจัดการศึกษา พบว่า นิสิต มีความต้องการโอกาสในการมีงานทำหลังสำเร็จการศึกษา อาจเป็นเพราะการได้งานทำช่วยสร้าง เส้นทางอาชีพที่มั่นคงและโอกาสในการได้งานทำยังเป็นปัจจัยที่สะท้อนคุณภาพของมหาวิทยาลัย โดยมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงด้านการจ้างงานบัณฑิตจะมีความสามารถในการดึงดูดผู้เรียน (Cheng et al., 2022) และด้านสถาบัน พบว่า นิสิตต้องการมีสภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยที่ร่มรื่น อากาศดีและ สวยงามอาจจะเป็นเพราะการที่นิสิตได้อยู่ในพื้นที่สีเขียวช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และการใช้ชีวิตของนิสิต รวมถึงเพิ่มความรู้สึกผ่อนคลายและส่งเสริมสุขภาพจิตได้อย่างชัดเจน (Thani & Salleh, 2024)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา ระดับปริญญาตรี ยุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่า ปัจจัยด้านสถาบัน บุคคล และความต้องการการสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยพะเยา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่มากที่สุด ดังแสดงในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรียุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรียุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา จำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถาบัน 2) ด้านบุคคล และ 3) ความต้องการการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีความสัมพันธ์กันและส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะการสร้างเชื่อมั่นต่อสถาบันการศึกษาและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในยุคปัจจุบัน

สรุป

จากผลการศึกษาเรื่องการระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ยุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนิสิต ได้แก่ ปัจจัยด้านสถาบัน ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัย ความน่าเชื่อถือทางวิชาการ อุปกรณ์การเรียนการสอน และชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านบุคคล โดยเฉพาะครูแนะแนว รุ่นพี่/เพื่อน และบุคคลในครอบครัว มีบทบาทสำคัญในการชี้แนะแนวทางและสร้างแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อ ขณะเดียวกันความต้องการให้มหาวิทยาลัยสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นิสิตให้ความสำคัญอย่างมาก ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของผู้เรียนยุคดิจิทัลที่ไม่ได้พิจารณาเพียงคุณภาพทางวิชาการเท่านั้น หากแต่ยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ ความพร้อมของสถาบันและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในเชิงคุณภาพ ทั้งในด้านกายภาพและการบริการ



ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า มหาวิทยาลัยสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในมหาวิทยาลัยให้มีความสะดวก ปลอดภัย และทันสมัย รวมถึงพัฒนาระบบการให้ทุนและสวัสดิการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนยุคใหม่

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า มหาวิทยาลัย คณะ วิทยาลัย ส่วนงาน ควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยผ่านช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา เช่น การเพิ่มบทบาทของศิษย์เก่าและนิสิตปัจจุบันในการแนะนำแนวทางการเรียนต่อรวมถึงเสริมสร้างความร่วมมือกับครูแนะแนวในโรงเรียนผ่านกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยว่ามีผลต่อการรับรู้และการเลือกของนิสิตมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์และกิจกรรมแนะนำ เช่น TikTok, Facebook, Instagram และ YouTube เพื่อเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร สิ่งสนับสนุน และภาพลักษณ์ที่น่าสนใจของสถาบัน

2.2 ควรศึกษาบทบาทของช่องทางการสื่อสารดิจิทัล เช่น เว็บไซต์มหาวิทยาลัย TikTok, Facebook, Instagram และ YouTube ว่ามีอิทธิพลต่อการรับรู้และตัดสินใจของผู้เรียนอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- ธนพัฒน์ อินทวิ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย สถาบันเทคโนโลยีนวัตกรรมทางการศึกษาและการวิจัยแห่งสุวรรณภูมิ*, 5(1), 1-14. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jeir/article/download/247552/168384>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุวีริยาสาส์น.
- ปฐมมา อาแว และนิยาวาเฮร์ ไพบูลย์. (2562). การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562. *รายงานวิจัยกองแผนงาน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*.
- พงษ์พัชรินทร์ พุทธิวัฒน์. (2564). การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนในยุคดิจิทัล, *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี*, 1(2), 1-11. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JLIT/article/view/253671/171579>
- มหาวิทยาลัยพะเยา. (2566). ชีวิตที่ดีที่ ม พะเยา. *วารสาร UP Life*, 2(3), 14-15.
- รจเรข สายคำ. (2560). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคเหนือล่าง. *วิจัยสถาบันมหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก*. <http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/2571>.
- วลัยลักษณ์ พันธุ์, สังสิทธิ์ แสนฤทธิ์ และจันทร์ โกศล. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่



- การศึกษามัธยมศึกษา เขต 38. *วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น*, 8(2), 42-52. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/1689/814>.
- สมาน อัสวภูมิ. (2565). *การศึกษาแนวใหม่: แนวคิด ทฤษฎี และการปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). อุบลกิจ ออฟเซทการพิมพ์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ชนะ Gen Y แซมปี 6 สมัย*. <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>.
- อนุพงศ์ ที่งในธรรม สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร และภูวดล ศิริรังษี. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าในเขตพื้นที่ EEC. *วารสาร มทร.อีสานฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(2), 1-12. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/article/view/263993/180087.
- Azoury, H., Daou, M., & Khoury, D. (2018). *Models of teaching*. (12th ed.). Pearson Education.
- Bawica, I. M. (2021). The university internship program and its effects on students' employability readiness. *International Journal of Academe and Industry Research*, 2(3), 86-101.
- Cheng, Y., Shen, Z., Gao, Y., & Chen, F. (2022). *Phase transition and remodeling complex assembly are important for SS18-SSX oncogenic activity in synovial sarcomas*. <https://www.yeastgenome.org/reference/S000316518#file>.
- Cornell, C. (2025). "Personalized Communication Strategies That Drive Student Engagement in Higher Education." <https://www.liaisonedu.com/resources/blog/personalized-communication-strategies-that-drive-student-engagement-in-higher-education/>.
- Hawkins, I. D., & Mothersbaugh, L. D. (2023). *Consumer behavior building marketing strategy* (12th ed.). McGraw-hill.
- Imjai, N., Aujirapongpan, S., Jutidharabongse, J., & Usman, B. (2024). Impacts of digital connectivity on Thailand's Generation Z undergraduates' social skills and emotional intelligence. *Contemporary Educational Technology*, 16(1), ep487.
- Kahu, E. R., & Nelson, K. (2018). Student engagement in the educational interface: Understanding the mechanisms of student success. *Higher education research and development*, 37(1), 58-71.
- Masele, J. J., & Philemon, J. R. (2024). Assessing field practical training for skills acquisition among university business students in Tanzania: enhancing graduates' employability. *Papers in Education and Development*, 42(2).
- Persada, S. F., Miraja, B. A., & Nadlifatin, R. (2019). Understanding the Generation Z Behavior on D-Learning: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Approach. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 14(5).



- Sann, R., & Siripipattaworn, S. (2024). University public transportation logistics service quality and student satisfaction: empirical evidence from Thailand. *Cogent Business and Management*, 11(1), 628.
- Thani, S. K. S. O., & Salleh, N. B. (2024). Exploring the restorative spaces of biophilic campus landscapes mitigating student stress. *Malaysian Journal of Sustainable Environment*, 11(2), 233-254.
- Tu, F. (2022). What can we learn from longitudinal studies on the impacts of college internships. *Center for College Workforce Transitions, University of Wisconsin Madison, January*. 11(6), 2-5.
- World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report 2020*. <https://www.gwp.org/en/About/more/Events-and-Calls/2020/world-economic-forum-2020/>.
- Yang, H., Cui, X., Dijst, M., Tian, S., Chen, J., & Huang, J. (2022). Association between natural/built campus environment and depression among Chinese undergraduates: multiscale evidence for the moderating role of socioeconomic factors after controlling for residential self-selection. *Frontiers in public health*, 10, 541.
- Yangdon, K., Sherab, K., Choezom, P., Passang, S., & Deki, S. (2021). Well-Being and Academic Workload: Perceptions of Science and Technology Students. *Educational Research and Reviews*, 16(11), 418-427.