วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - มิถุนายน 2569

ปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี

ศศิกานต์ ศรีคุ้มเก่า[1*] และ ประหัสชัย ระมาศ[2]

(วันที่รับบทความ: 02/10/2568; วันแก้ไขบทความ: 04/12/2568; วันตอบรับบทความ: 17/12/2568)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยแบบสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อและเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี ปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย สถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ บุคลากร และหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 จำนวน 270 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบ่งชั้น จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ($\overline{X}$=4.21, S.D.=0.67) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\overline{X}$=3.57, S.D.=0.81) ตามลำดับ

การเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่า ด้านเพศ โดยภาพรวมไม่แตกต่าง รายด้านมีความแตกต่าง 1 รายการ ด้านคณะที่กำลังศึกษา โดยภาพรวมมีความแตกต่าง รายด้านมีความแตกต่าง 3 รายการ ด้านวุฒิการศึกษาก่อนเข้าศึกษา โดยภาพรวมมีความแตกต่าง รายด้านมีความแตกต่าง 5 รายการ ด้านสถานศึกษาเดิมก่อนเข้าศึกษา โดยภาพรวมมีความแตกต่าง รายด้านมีความแตกต่าง 4 รายการ และด้านภูมิลำเนา โดยภาพรวมไม่แตกต่าง รายด้านมีความแตกต่าง 2 รายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยของการตัดสินใจ การเข้าศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรี นักศึกษา

---

[1] นักวิชาการศึกษา คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 085-439-5219 อีเมล: sasikan.s@bas.kmutnb.ac.th

JOURNAL OF INDUSTRIAL BUSINESS ADMINISTRATION Vol. 8 No. 1 January – June 2026

Factors affecting decision marking on pursuing students a bachelor's degree of freshmen in King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Prachinburi Campus

Sasikan Srikhumkao[1*] and Prahuschai Ramart[2]

(Received: 02/10/2025; Revised: 04/12/2025; Accepted: 17/12/2025)

Abstract

This research is a survey research objective is to study the factors influencing student's decision to enroll and compare the differences in these factors among first-year undergraduate students at King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Prachinburi Campus. The factors examined in this study included: university image, location and facilities, public relations, personnel/staff, and curriculum and instructional management. The sample size is 270 first-year undergraduate student's samples, using a stratified random sampling method that includes simple random sampling. The data collection tool utilized in this research is a questionnaire that was evaluated by experts. The data analysis employed descriptive and inferential statistics. The finding indicates that university image was the factor with the highest level of influence ($\overline{X}$=4.21, S.D.=0.67), followed by personnel/staff, curriculum and instructional management, and location and facilities. The factor demonstrating the least influence was public relations ($\overline{X}$=3.57, S.D.=0.81).

The comparison of the factors influencing student's decisions to enroll when classified by general information, the following results show that, when categorized by Gender there was no significant overall difference though one item differed significantly. Faculty of study there was significant overall difference though three items differed significantly. Prior Educational Qualification there was significant overall difference though five items differed significantly. Previous Educational Institution there was significant overall difference though four items differed significantly, and Domicile/Region of Residence there was no significant overall difference though two items differed significantly with a statistical significance level of 0.05.

Keywords: factors influencing the decision, enroll, undergraduate, students

---

[1] Faculty of Business Administration and Service Industry, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Prachinburi Campus.

[2] Assistant Professor Dr, Faculty of Business Administration and Service Industry, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Prachinburi Campus.

*Corresponding Author, Tel. 085-439-5219 email: sasikan.s@bas.kmutnb.ac.th

1. บทนำ

การพัฒนาประเทศ การศึกษาถือเป็นปัจจัยและกลไกที่สำคัญในการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพและศักยภาพสูง พร้อมด้วยทักษะ ความรู้ ความสามารถ และสมรรถนะที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (UNESCO, 2020) โดยเฉพาะการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เป็นการศึกษาที่มุ่งสร้างบัณฑิตและพัฒนากำลังคนทุกช่วงวัย (Lifelong Learning) ให้เป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม และมีสมรรถนะ (Competency) ที่จำเป็น และรองรับสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างฉับพลัน (Disruption) ทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของประเทศในระดับสากล (ประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรื่อง กำหนดปรัชญาการอุดมศึกษาไทยและระบบอุดมศึกษาใหม่ ด้านการสร้างบัณฑิตและพัฒนากำลังคน, 2564) ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีสถาบันอุดมศึกษาที่มีสถานะเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐเป็นส่วนใหญ่ ส่งผลให้สถาบันเหล่านี้จำเป็นต้องมีการพึ่งพาตนเองมากขึ้น นำไปสู่การพัฒนาในการดำเนินกิจการเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างความมั่นคงในระยะยาวและสามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) จากประเด็นสำคัญดังกล่าวนี้ ทำให้มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ต้องทำการปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยนักศึกษามีความคาดหวังที่จะได้รับประสบการณ์ในวัยเรียนระดับอุดมศึกษาที่มีคุณค่าและน่าจดจำ ทำให้มหาวิทยาลัยต้องแสวงหาคำตอบว่าสิ่งใดหรือปัจจัยด้านใดมีอิทธิพลต่อความสุขของนักศึกษา ประกอบกับรูปแบบสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยแบบใดที่เอื้อต่อการสร้างความสุขให้กับนักศึกษา (นุชราภรณ์ เลี้ยงรื่นรมย์, 2565)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เป็นสถานอุดมศึกษาในกำกับของรัฐที่สังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) และเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศไทยในการผลิตบัณฑิต โดยหลักสูตรใช้วิธีการผสมผสานภาคทฤษฎีควบคู่กับการปฏิบัติจริงทั้งในสถานศึกษาและในสถานประกอบการ (Cooperative Education) ในการเรียนการสอน รวมถึงมีการวิจัย พัฒนา ส่งเสริมและเป็นศูนย์กลางในการบริการทางวิชาการด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวิชาการชั้นสูงที่เกี่ยวข้องแก่กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มอาชีพ และผู้สนใจทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย 3 วิทยาเขต หนึ่งในนั้น คือ วิทยาเขตปราจีนบุรี จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านบริหารธุรกิจ ด้านอุตสาหกรรมบริการ ไปสู่จังหวัดปราจีนบุรีและภูมิภาคใกล้เคียง รวมทั้งดำเนินการวิจัย พัฒนาการฝึกอบรมและถ่ายทอดเทคโนโลยีต่าง ๆ แก่ชุมชนและภาคอุตสาหกรรม และจากผลการศึกษาของ Joanna, K. & Krezel, Z. A. พบว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาของนักศึกษาจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในภาคการศึกษา เช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนสถาบันการศึกษาเอกชนควบคู่กับการลดการสนับสนุนจากภาครัฐ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันระหว่างสถาบันการศึกษาเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งหลายสถาบันได้นำแนวคิดผู้เรียนในฐานะลูกค้า (Student-as-customer) มาใช้ ซึ่งมีผลต่อกลยุทธ์ในการสรรหาและการตลาดของสถาบัน (Joanna, K. & Krezel, Z. A., 2017)

แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในปัจจุบันให้สอดคล้องกับปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ภายใต้กรอบแนวคิด “วิชาการดีเด่น จากการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติ (Academic Excellence with Handson Experience)” กับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ธุรกิจ และสังคมในปัจจุบัน รูปแบบประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เพื่อผลิตบัณฑิตที่คิดเป็น ทำเป็น มีฐานคิดและความเป็นผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี มีความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) พร้อมต่อสภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและคงไว้ซึ่งคุณธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ จากปัจจัยเหล่านี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี เพื่อนำข้อมูลจากผลการศึกษานำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายการรับบุคคลเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบรรลุเป้าหมายต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี

2.2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1 ได้ทราบปัจจัยและความแตกต่างของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี จำแนกตามข้อมูลของนักศึกษา ได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษา วุฒิการศึกษาก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถาบันการศึกษาเดิมก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี และภูมิลำเนาของนักศึกษา

3.2 เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน ปรับปรุงรูปแบบประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงการเกิดพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและสร้างจุดแข็งให้กับมหาวิทยาลัยในอนาคต

4. ทบทวนวรรณกรรม

4.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการหนึ่งที่สำคัญในการดำเนินชีวิตในทุกช่วงวัยของมนุษย์ โดยการเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกที่มีอยู่เพื่อแก้ปัญหาหรือให้บรรลุเป้าหมายตามความต้องการของตัวเอง ซึ่งการตัดสินใจแต่ละช่วงวัยจะมีความแตกต่างออกไปตามอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ดังที่ วันวิสา ชมภูวิเศษ (2563) ศึกษาไว้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการทางการตัดสินใจในการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผู้ตัดสินใจคิดว่าดีที่สุดจากทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือก โดยพิจารณาจากความต้องการของตนเองเป็นหลักและเกิดจากสิ่งกระตุ้นตามช่วงวัยและสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม และ มธุรพจน์ ศรีโพนทอง (2560) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจของแต่ละบุคคลจะมีความเหมือนหรือความแตกต่างกันเกิดจากลักษณะทางกายภาพและบริบทแวดล้อมที่เฉพาะตัว ซึ่งสามารถจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจได้เป็น 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวของกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคเอง ได้แก่ การรับรู้ (perception), การเรียนรู้ (learning), ความต้องการและแรงจูง (needs and motives), บุคลิกภาพ (personality), ทัศนคติ (attitude) และค่านิยมและวิถีชีวิต (value and lifestyle) 2) ปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ ครอบครัว (family), กลุ่มอ้างอิง (reference group), วัฒนธรรม (culture) และชนชั้นทางสังคม (social class)

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับด้านภาพลักษณ์

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษา สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา คือ ภาพที่ปรากฏหรือสิ่งที่แสดงออกให้เห็น โดยการรับรู้ การเข้าใจ รวมถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อมสถานศึกษานั้น ๆ ในด้านความน่าเชื่อถือ การยอมรับ ความศรัทธา การมีชื่อเสียง คุณภาพของบุคลากร และความเลื่อมใสศรัทธา และการที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้กำหนดเอกลักษณ์เป็น “มหาวิทยาลัยแห่งการสร้างสรรค์ประดิษฐกรรมสู่นวัตกรรม” เป็นการชี้ให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านการเป็นสถานศึกษาที่สร้างบัณฑิตให้เป็นผู้มีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานได้ และมีหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของผู้เรียน ตามอัตลักษณ์ “บัณฑิตที่คิดเป็น ทำเป็น” ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของภาพลักษณ์ที่ดี ตามแนวคิดของ นิภากร กำจรเมนุกูล และคณะ (2567) ได้กล่าวถึง ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาไว้ว่า สถานศึกษาเป็นองค์การขนาดใหญ่ ภาพลักษณ์สามารถสร้างเอกลักษณ์ขององค์การให้โดดเด่นและมีความแตกต่าง ย่อมก่อให้เกิดชื่อเสียงที่ดีและนำไปสู่การรับรู้ภาพในใจของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนและผู้ปกครองในด้านบวก ทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและมีความเชื่อถือในสถานศึกษานั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นทรัพย์สินอันมีค่าขององค์การ หากองค์การหรือสถานศึกษามีภาพลักษณ์ที่ดีจะมีผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกสถานศึกษา ซึ่งภาพลักษณ์ที่สำคัญ ได้แก่ อาจารย์มีความรู้ ความสามารถมีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ มีหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของผู้เรียน เป็นสถานศึกษาที่สร้างบัณฑิตให้เป็นผู้มีความรู้และ

ทักษะในการปฏิบัติงานได้ มีงานวิจัย งานสร้างสรรค์ และสิ่งประดิษฐ์ที่ได้รับการยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ มีสถานที่ อาคารเรียน อุปกรณ์ทันสมัยและหลักสูตรที่น่าสนใจ เป็นต้น

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถสรุปได้ว่า สถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ความเหมาะสมของแหล่งที่ตั้งของสถานศึกษา มีสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่ดี ความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การเดินทาง การเอื้อต่อการเรียนรู้ ตอบสนองต่อความต้องการที่สามารถสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดี และที่สำคัญส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อสถานศึกษา ดังที่ ธนพัฒน์ อินทวี (2564) ศึกษาไว้ว่า สถานที่ตั้งของสถานศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมาก หากอยู่ในบริเวณที่สะดวกต่อการเดินทาง มีรถสาธารณะผ่าน หรือในพื้นที่ใกล้ที่พัก สภาพแวดล้อมโดยรวมของสถานศึกษาห่างไกลแหล่งอบายมุข สถานที่ กว้างขวาง สะอาดสวยงาม และมีความปลอดภัย

4.4 แนวคิดเกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีส่วนสำคัญต่อสถานศึกษาในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสาธารณชนหรือกลุ่มผู้ที่สนใจเลือกเข้ามาศึกษาต่อ โดยใช้สื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อดิจิทัลที่มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานศึกษา ทำให้สาธารณชนมีทัศนคติและความเชื่อในเชิงบวกกับสถานศึกษา ตามแนวคิดของ ประหัสชัย ระมาศ (2568) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการสื่อสารที่ไม่ได้มุ่งเน้นในการขายสินค้าอย่างการโฆษณาหรือการส่งเสริมการขาย แต่มุ่งที่การสร้างภาพพจน์และทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ หรือองค์กร เจ้าของผลิตภัณฑ์ โดยเชื่อกันว่าหากผู้บริโภคมีภาพพจน์ที่ดีต่อตรายี่ห้อหรือองค์กรนั้น ๆ แล้วผู้บริโภคก็มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการภายใต้ตรายี่ห้อหรือองค์กรนั้น และการสร้างภาพลักษณ์จากการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation) เป็นการสร้างข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ หรือบริการผ่านสื่อกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ หรือเป็นการประชาสัมพันธ์วิธีหนึ่งที่ใช้ติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ หรือนโยบายบริษัทโดยผ่านสื่อซึ่งอาจไม่ต้องเสียเงิน หรือเสียเงิน ดังนั้นการให้ข่าวจึงเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ อาจจะอยู่ในรูปของการซื้อพื้นที่สื่อสิ่งพิมพ์ โปรแกรมรายการแฝงโฆษณา การซื้อพื้นที่เขียนข่าวแฝงโฆษณา และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่กระตุ้นการเสนอสินค้าหรือบริการโดยการสร้างข่าวเกี่ยวกับความสำคัญทางการค้า การประชาสัมพันธ์จะทำหน้าที่ที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชนทั่วไป และเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสถาบันให้เข้าใจตรงกัน

4.5 แนวคิดเกี่ยวกับด้านบุคลากร

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับด้านบุคลากร สามารถสรุปได้ว่า บุคลากร เป็นตัวแทนขององค์การที่สามารถสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีขององค์การต่อสาธารณชนได้โดยตรง ซึ่งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือจากความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญของบุคลากร สร้างความประทับใจจากการบริการ

ที่ดีและทัศนคติในเชิงบวก รวมถึงการมีบุคลิกภาพที่ดีและการสื่อสารเป็นการสร้างภาพลักษณ์ภายนอกที่ดี ได้เช่นกัน ดังที่ วันวิสา ชมภูวิเศษ (2563) ศึกษาไว้ว่า บุคลากร คือ บุคลากรในสถานศึกษาที่พร้อมอำนวยความสะดวกในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการเรียนการสอนและเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องการสถานศึกษา อาจารย์ผู้สอนที่มีคุณวุฒิตรงกับสาขาที่เปิดสอนอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพในการสอน มีมิตรไมตรีจิตเอาใจใส่ผู้เรียน

4.6 แนวคิดเกี่ยวกับด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน สามารถสรุปได้ว่า หลักสูตรและการเรียนการสอน เป็นหัวใจหลักที่สำคัญในการสร้างคุณค่าของสถานศึกษาได้อย่างแท้จริง เพราะหลักสูตรเป็นแนวทางและกรอบทิศทางการศึกษาที่พัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพและสมรรถนะทางวิชาชีพ ทั้งนี้หลักสูตรจะต้องมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับความต้องการของสังคมและตลาดแรงงาน เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่ต้องการจะเข้ามาศึกษาต่อ ตามแนวคิดของ มารุต พัฒผล (2567) ได้กล่าวว่า หลักสูตร หมายถึง ประสบการณ์ทางการศึกษาทั้งหมดที่สถานศึกษา วางแผนและจัดให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างเป็นระ บบ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ มีการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและความต้องการของสังคมได้มากที่สุด ความสำคัญของหลักสูตรมีหลายประการ เช่น มีอิทธิพลต่อความมั่นคงของสังคมและประเทศชาติ เป็นหลักหรือหัวใจของการจัดการศึกษา เป็นกรอบการกำหนดนโยบายทางการศึกษา เป็นเครื่องชี้แนะจุดมุ่งหมาย สาระ และแนวทางการจัดการเรียนการสอน มีการวัดและประเมินผลช่วยทำให้ผู้เรียนทราบเป้าหมายและแนวทางการเรียน ทั้งนี้ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรควรสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของหลักสูตรสถานศึกษาและมีการพัฒนาเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา ประกอบด้วยอย่างน้อย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ (Knowledge) คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ที่เกิดจากหลักสูตร ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นและเพียงพอต่อการนำไปปฏิบัติ หรือต่อยอดความรู้ในการประกอบอาชีพ ดำรงชีวิต อยู่ร่วมกันในสังคม และพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล 2) ด้านทักษะ (Skills) คือ ความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ ฝึกฝนปฏิบัติให้เกิดความแคล่วคล่องว่องไว และชำนาญ เพื่อพัฒนางานอาชีพ พัฒนาวิชาชีพหรือวิชาการ พัฒนาตน และพัฒนาสังคมสำหรับการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล 3) ด้านจริยธรรม (Ethics) คือ พฤติกรรมหรือการกระทำระดับบุคคลที่สะท้อนถึงความเป็นผู้มีคุณธรรม ศีลธรรม และจรรยาบรรณ เพื่อประโยชน์ส่วนรวมและส่วนตน ทั้งต่อหน้าและลับหลังผู้อื่น และ 4) ด้านลักษณะบุคคล (Character) หมายถึง บุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย และค่านิยมที่สะท้อนคุณลักษณะเฉพาะศาสตร์ วิชาชีพ และสถาบัน โดยพัฒนาผ่านการเรียนรู้ และการฝึกประสบการณ์จากหลักสูตร ให้มีความเหมาะสมกับแต่ละระดับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565, 2565)

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จึงกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ปีการศึกษา 2567 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี จำนวน 826 คน (กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2567)

5.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน ±5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 270 ราย ผู้วิจัยเลือกจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ในปีการศึกษา 2567 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี ที่ศึกษาในแต่ละคณะ โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) ผู้วิจัยได้จำแนกประชากรออกเป็น 4 ชั้นตามคณะ จากนั้นใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ภายในแต่ละชั้น เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของนักศึกษาในแต่ละคณะ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 จำแนกตามคณะ ปีการศึกษา 2567

คณะ	จำนวนนักศึกษา (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม	564	184
คณะอุตสาหกรรมเกษตรดิจิทัล	53	17
คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ	176	58
คณะวิศวกรรมศาสตร์ (สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องมือวัดและอัตโนมัติ)	33	11
รวม	**826**	**270**

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ คณะที่กำลังศึกษา วุฒิการศึกษาก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถานศึกษาเดิมก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี และภูมิลำเนาของนักศึกษา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีลิเคิร์ท (Likert scale) 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน มีจำนวนทั้งหมด 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) จำนวน 1 ข้อ

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน โดยวิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item - Objective Congruence Index: IOC) ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับจากกลุ่มคล้ายตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ Hair et al. (2019)

5.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม 2568 ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ปีการศึกษา 2567 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 270 คน จากการการสุ่มแบบแบ่งชั้นแต่ละคณะ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

5.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับ 2 ขั้นตอน ดังนี้

5.4.1 การคำนวณหาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.4.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ด้านเพศ และ สถานศึกษาเดิมก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ใช้การวิเคราะห์ t-test สำหรับ

ด้านคณะที่กำลังศึกษา วุฒิการศึกษาก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี และภูมิลำเนาของนักศึกษา ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA

6. ผลการวิจัย

6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไป ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม ก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) และสถานศึกษาเดิมเป็นแบบรัฐบาล และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก แสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	131	48.52
	หญิง	139	51.48
คณะที่กำลังศึกษา	คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม	184	68.15
	คณะอุตสาหกรรมเกษตรดิจิทัล	17	6.30
	คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ	58	21.48
	คณะวิศวกรรมศาสตร์ (สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องมือวัดและอัตโนมัติ)	11	4.07
วุฒิการศึกษาก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)	141	52.22
	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	21	7.78
	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	106	39.26
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	2	0.74
สถานศึกษาเดิม	รัฐบาล	208	77.0
	เอกชน	62	23.0
ภูมิลำเนา	ภาคเหนือ	2	0.74
	ภาคกลาง	104	38.52
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	24	8.89
	ภาคตะวันออก	123	45.56
	ภาคตะวันตก	15	5.56
	ภาคใต้	2	0.74

6.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

ปัจจัยของการตัดสินใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
โดยภาพรวม	**3.98**	**0.62**	**มาก**
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	**4.21**	**0.67**	**มาก**
1. มหาวิทยาลัยรัฐที่ได้รับการยอมรับและความไว้วางใจ	4.31	0.79	มาก
2. ศิษย์เก่ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากสังคม	4.09	0.98	มาก
3. มีกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดี	3.94	0.90	มาก
4. ติดอันดับจากสถาบันจัดอันดับระดับนานาชาติ	4.26	0.82	มาก
5. เป็นที่ยอมรับในตลาดแรงงาน	4.45	0.68	มาก
ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก	**3.78**	**0.76**	**มาก**
6. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนและการคมนาคมไปมาสะดวก	3.13	1.27	ปานกลาง
7. มีหอพักนักศึกษาไว้บริการ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	3.80	0.87	มาก
8. มีสภาพแวดล้อมร่มรื่น อากาศดี และสวยงาม	4.25	0.90	มาก
9. มีความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อมโดยรอบ	4.02	0.91	มาก
10. มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	3.72	1.13	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	**3.57**	**0.81**	**มาก**
11. ประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษา โดยใช้ป้ายไวนิล, แผ่นพับ หรือโปสเตอร์และสื่อโซเชียล	3.88	0.94	มาก
12. มีกิจกรรมพิเศษ เช่น Open House ค่ายวิชาการ เป็นต้น	3.67	0.94	มาก
13. ทราบข่าวการรับสมัครนักศึกษา โดยฝ่ายแนะแนว	3.97	1.06	มาก
14. ทราบข่าวการรับสมัครจากเพื่อน, รุ่นพี่, ญาติ และคนรู้จัก	3.32	1.32	มาก
15. เข้าศึกษาเพราะได้รับคำแนะนำจากบิดา มารดา หรือบุคคลในครอบครัว	3.03	1.42	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	**4.18**	**0.75**	**มาก**
16. คณาจารย์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ	4.15	0.99	มาก
17. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และมีการเข้าถึงนักศึกษา	4.00	1.05	มาก
18. อาจารย์ที่ปรึกษามีการให้คำปรึกษา เอาใจใส่นักศึกษา	4.59	0.69	มาก
19. เจ้าหน้าที่มีใจรักในการให้บริการและรับฟังปัญหา	4.21	0.93	มาก
20. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง	3.97	1.04	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยของการตัดสินใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	**4.16**	**0.63**	**มาก**
21. เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	4.26	0.79	มาก
22. เป็นที่นิยมในปัจจุบันและตรงตามความต้องการของผู้เรียน	4.20	0.72	มาก
23. หลักสูตรเน้นทางด้านสาขาวิชาชีพ	4.28	0.72	มาก
24. อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม	4.01	0.79	มาก
25. มีห้องเรียน อุปกรณ์ สื่อการสอน สื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.07	0.97	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ระดับมากทุกด้าน โดยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้าน มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.03 – 4.59

6.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ คณะที่กำลังศึกษา วุฒิการศึกษาก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สถานศึกษาเดิมก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี และภูมิลำเนาของนักศึกษา

ตารางที่ 4 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูล ด้านเพศ

ปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	1.55	0.12
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	3.32	0.00*
ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก	1.21	0.23
ด้านการประชาสัมพันธ์	1.02	0.31
ด้านบุคลากร	0.02	0.98
ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	1.27	0.21

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูล ด้านเพศ พบว่า โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน และเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูล ด้านคณะที่กำลังศึกษา

ปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	F-Value	P-Value
โดยภาพรวม	5.26	0.00*
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	1.47	0.22
ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก	6.49	0.00*
ด้านการประชาสัมพันธ์	7.18	0.00*
ด้านบุคลากร	1.89	0.13
ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	5.38	0.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูล ด้านคณะที่กำลังศึกษา พบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกัน และเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูล ด้านวุฒิการศึกษาก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

ปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	F-Value	P-Value
โดยภาพรวม	12.59	0.00*
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	7.29	0.00*
ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก	8.61	0.00*
ด้านการประชาสัมพันธ์	10.96	0.00*
ด้านบุคลากร	6.45	0.00*
ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	15.43	0.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษาก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี พบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกัน และเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูล ด้านสถานศึกษาเดิมก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

ปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	-2.87	0.01*
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	-1.27	0.21
ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก	-2.60	0.01*
ด้านการประชาสัมพันธ์	-2.74	0.01*
ด้านบุคลากร	-3.40	0.00*
ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	-2.63	0.01*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูล ด้านสถานศึกษาเดิมก่อนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี พบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกัน และเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 8 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูล ด้านภูมิลำเนาของนักศึกษา

ปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี	F-Value	P-Value
โดยภาพรวม	1.06	0.38
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	2.72	0.02*
ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก	1.50	0.19
ด้านการประชาสัมพันธ์	0.86	0.51
ด้านบุคลากร	1.04	0.40
ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	2.40	0.04*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามข้อมูล ด้านภูมิลำเนาของนักศึกษา พบว่า โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน และเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัยในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อยุติเพื่อให้ทราบถึงข้อเท็จจริงและเป็นการทำความเข้าใจปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี เพื่อให้ผู้บริหารมหาวิทยาลัยและผู้เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน รูปแบบประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ที่มีพร้อมต่อสภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และเพื่อให้นโยบายการรับบุคคลเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบรรลุเป้าหมายต่อไป ดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย นักศึกษาให้ความสำคัญกับมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับในตลาดแรงงาน ได้รับการยอมรับและความไว้วางใจ และติดอันดับจากสถาบันจัดอันดับระดับนานาชาติ สอดคล้องกับ อุรัชชา สุวพานิช และ สมเกียรติ ชัยพิบูลย์ (2565) พบว่า ปัจจัยด้านสถาบันการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยที่ให้ความสำคัญความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และเป็นที่

ยอมรับของสังคม เมื่อจบการศึกษาแล้วได้รับการยอมรับจากตลาดแรงงาน รวมถึงเป็นมหาวิทยาลัยที่มีความทันสมัยและมีความพร้อมในทุกด้าน

ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก นักศึกษาให้ความสำคัญกับมหาวิทยาลัยที่มีสภาพแวดล้อมร่มรื่น อากาศดี และสวยงาม มีความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อมโดยรอบ และมีหอพักนักศึกษาไว้บริการ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย สอดคล้องกับ เขมญา คินิมาน และคณะ (2564) ได้กล่าวถึง ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย เป็นปัจจัยของการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก เพราะมหาวิทยาลัยมีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย ซึ่งมหาวิทยาลัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยอย่างเพียงพอ เช่น สำนักคอมพิวเตอร์หอสมุด หอพัก สถานที่ออกกำลังกาย ระบบความปลอดภัย รถบริการรับส่งในมหาวิทยาลัย เป็นต้น

ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยนักศึกษาทราบข่าวการรับสมัครนักศึกษาโดยฝ่ายแนะแนว ประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาโดยใช้ป้ายไวนิล, แผ่นพับ หรือโปสเตอร์และสื่อโซเชียล และมีกิจกรรมพิเศษ เช่น Open House ค่ายวิชาการ เป็นต้น สอดคล้องกับ พิชญาภา โสรัตน์ (2565) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 มากที่สุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยที่การประชาสัมพันธ์จากอินเตอร์เน็ตมีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการสมัคร เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัลและการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี และสอดคล้องกับ ดัชนีย์ จะวรรณะ และคณะ (2565) กล่าวว่า วิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 3 อันดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์จากเพจเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย และเพจเฟซบุ๊กของแต่ละคณะ การประชาสัมพันธ์จากป้ายประชาสัมพันธ์หน้ามหาวิทยาลัย และการแนะแนวจากครูแนะแนวในสถานที่ศึกษา

ด้านบุคลากร ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า มีความแตกต่างในเรื่องคณาจารย์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ สอดคล้องกับ ฉวีวรรณ เสวกฉิม และ ธนภพ โสตรโยม (2567) กล่าวว่า ด้านอาจารย์ผู้สอน เป็นปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพราะอาจารย์มีประสบการณ์ด้านการสอนเป็นอย่างดี มีอัธยาศัยที่ดี และมีการพัฒนาความรู้ทักษะใหม่ ๆ เพิ่มพูนความสามารถอยู่เสมอ ประกอบกับอาจารย์ที่มีความรู้และทักษะที่ดีในการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียน มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาที่สอน ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ รุจิรา คงนุ้ย และ เอกชัย เนาวนิช (2559) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยที่อาจารย์มีความน่าเชื่อถือ เจ้าหน้าที่มนุษยสัมพันธ์ดีและผู้บริหารมีแนวคิดและวิสัยทัศน์กว้างไกล

ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า มีความแตกต่างในเรื่องหลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน เป็นที่นิยมในปัจจุบัน และตรงตามความต้องการของผู้เรียน สอดคล้องกับ วนิดา กงแหลม (2562) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจศึกษาระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พบว่า ให้ความสำคัญเรื่องด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน โดยที่หลักสูตรที่เปิดสอนมีการจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย มีคณะวิชาให้เลือกอย่างหลากหลาย หลักสูตรที่เปิดสอนมีคุณภาพและมีจำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

มหาวิทยาลัยเน้นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เน้นจุดเด่นการเป็นมหาวิทยาลัยที่ติดอันดับจากสถาบันจัดอันดับระดับนานาชาติ แสดงความหลากหลายของหลักสูตร นำเสนอความพร้อมด้านเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ความสำเร็จของศิษย์เก่า รวมถึงโอกาสการจ้างงานที่สูงหลังสำเร็จการศึกษา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อมั่นให้กับนักศึกษาและผู้ปกครอง เน้นการสร้างความน่าเชื่อถือและรวมถึงความรู้ความสามารถของบุคคลากร โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มคนได้ง่าย เพื่อสร้างจุดแข็งให้กับมหาวิทยาลัยในอนาคต และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับสถาบันอุดมศึกษาอื่น ทั้งนี้ควรจัดหาทุนการศึกษาและสวัสดิการกู้ยืมเพื่อสนับสนุนนักศึกษาที่มีข้อจำกัดด้านการเงิน เพิ่มความสะดวกด้านการคมนาคม พร้อมกับปรับปรุงห้องเรียนและห้องปฏิบัติการให้ทันสมัย ตลอดจนพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในอนาคต

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนารูปแบบการสร้างภาพลักษณ์ของสถานศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายเป็นสถาบันการศึกษาอื่น และนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบความแตกต่าง รวมถึงการพัฒนารูปแบบโมเดลในการจัดการศึกษาที่สอดคล้องกับภาคอุตสาหกรรมในปัจจุบันและอนาคต โดยการวิจัยร่วมกันในส่วนของตลาดแรงงานระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมต่อไป

9. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาการทำงานวิจัยและการปรับปรุงงานประจำของสายสนับสนุนวิชาการ (R2R) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ของคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี และขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประหัสชัย ระมาศ รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ นักวิจัยที่ปรึกษา ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งดำเนินการเสร็จสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (ม.ป.ป.). *สถิตินักศึกษา*. https://acdserv.kmutnb.ac.th/student_statistics

เขมญา คินิมาน และคณะ. (2564). ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, *32*(3), 87-102.

คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา. (2565, 22 กรกฎาคม). *เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565*. https://www.ops.go.th/th/role/edu-standard/item/6940-2022-07-22-02-54-49

ฉวีวรรณ เสวกฉิม และธนภพ โสตรโยม. (2567). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *วารสารการอาชีวศึกษาภาคกลาง*, *8*(1), 123-133.

ดัชนีย์ จะวรรณะ และคณะ. (2565). ความคิดเห็นและปัจจัยด้านสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. *วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น*, *5*(1), 17-28.

ธนพัฒน์ อินทวี. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, *5*(1), 1-14.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 18). เอส. อาร์. พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์.

นิภากร กำจรเมนุกูล และคณะ. (2567). การสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารเกษมบัณฑิต*, *25*(1), 64-76.

นุชราภรณ์ เลี้ยงรื่นรมย์. (2565, 9 ธันวาคม). *มหาวิทยาลัยแบบไหนครองใจนักศึกษาไทย*. https://www.the prachakorn.com/newsDetail.php?id=701

ประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรื่อง กำหนดปรัชญาการอุดมศึกษาไทยและระบบอุดมศึกษาใหม่ ด้านการสร้างบัณฑิตและพัฒนากำลังคน. (2564, 30 มิถุนายน). *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 138 ตอนพิเศษ 144 ง, 2.

ประหัสชัย ระมาศ. (2568). *การจัดการตลาดบริการ Service marketing management* (พิมพ์ครั้งที่ 1). ศูนย์ผลิตตำราเรียนและสิ่งพิมพ์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

พิชญาภา โสรัตน์. (2565). ความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, *4*(3), 499-511.

มธุรพจน์ ศรีโพนทอง. (2560). พฤติกรรมการบริโภคสินค้าออร์แกนิกของชาวเยอรมันและโอกาสของผู้ประกอบไทย. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, *9*(1), 263-277.

มารุต พัฒผล. (2567). *แนวคิดหลักการพัฒนาหลักสูตร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). http://www.curriculumandlearning.com/index.php?page=Home&language=th

รุจิรา คงนุ้ย และ เอกชัย เนาวนิช. (2559). ปัจจัยการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *10*(3), 105-110.

วนิดา กงแหลม. (2562). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจศึกษาระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วันวิสา ชมภูวิเศษ. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *ประสิทธิภาพและการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ*. พริกหวานกราฟฟิค.

อุรัชชา สุวพานิช และสมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยแม่โจ้. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, *12*(2), 1-17.

Hair, J. F., et al. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Joanna, K., & Krezel, Z. A. (2017). Social influence and student choice of higher education institution. *Journal of Education Culture and Society*, *8*(2), 116-130.

UNESCO. (2020). *Education for sustainable development: A roadmap*.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row Publications.