

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้เรียนต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในบริบทประเทศไทย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา

สมัชญา พลชัย¹
อุทัยรัตน์ เมืองแสน²
ศิริพัฒน์ กล้ากลิ่น^{3*}

Received 8 December 2025

Revised 27 April 2026

Accepted 28 April 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้เรียนต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในบริบทประเทศไทย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา ด้วยการสังเคราะห์จากเอกสาร ซึ่งการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของผู้เรียนสะท้อนพฤติกรรมเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ผู้เรียนในสิงคโปร์มักให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและการยอมรับทางสังคม ขณะที่ผู้เรียนในสหรัฐอเมริกาอาจถูกชี้นำโดยการจัดอันดับโลกของมหาวิทยาลัยและโอกาสด้านอาชีพ คุณภาพการเรียนการสอนและสภาพแวดล้อมการศึกษา ในขณะที่ในประเทศไทย ปัจจัยทางการเงินและคำแนะนำของผู้ปกครองมีบทบาทสำคัญ เมื่อพิจารณาจากการเปรียบเทียบเชิงพฤติกรรมสะท้อนให้เห็นว่า การตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับความคาดหวังทางสังคมทุนทางวัฒนธรรม และแรงกดดันจากครอบครัว การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการปรับนโยบายและกลยุทธ์ของสถาบันเพื่อรองรับความต้องการและความคาดหวังของนักเรียนที่หลากหลาย รวมทั้งเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการสร้างกลยุทธ์ทางการแข่งขันให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้เรียนต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกลยุทธ์ของสถาบันควรพัฒนาตามพฤติกรรมและความคาดหวังของนักเรียน เพื่อให้การตัดสินใจทางการศึกษาเป็นไปอย่างรอบคอบ มีข้อมูลสนับสนุน และสร้างผลประโยชน์สูงสุดต่อผู้เรียน

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา ปัจจัยเชิงจิตวิทยา สังคม เศรษฐกิจ พฤติกรรมการตัดสินใจ สถาบันการศึกษาเอกชน

^{1 3} คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี

² มหาวิทยาลัยปทุมธานี

Email: ¹ 6801436500006@ptu.ac.th , ² uthairat@ptu.ac.th

* Corresponding author email: siribhat@nervedigital.co.th

A COMPARATIVE ANALYSIS OF STUDENT BEHAVIOR IN CHOOSING PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THAILAND, SINGAPORE, AND THE UNITED STATES

Samatchaya Ponchai¹

Uthairat Muangsan²

Siribhat Glamglin^{3*}

Abstract

This article presents a comparative analysis of student behavior in selecting private higher education institutions in Thailand, Singapore, and the United States, using document synthesis. Student choices reflect diverse economic, social, and cultural factors across these countries. Singaporean students often prioritize institutional reputation and social recognition, while US students may be influenced by global university rankings, career opportunities, teaching quality, and the learning environment. In Thailand, financial considerations and parental advice play significant roles. The analysis shows that decisions to choose private higher education institutions are influenced not only by quality but also by social expectations, cultural capital, and family pressure. This comparative analysis offers recommendations for adjusting institutional policies and strategies to address the diverse needs and expectations of students. Additionally, it provides policy suggestions for developing competitive strategies that align with student behavior in choosing private higher education institutions in Thailand. Finally, it emphasizes that institutional policies and strategies should be developed based on student behavior and expectations to ensure informed and beneficial educational decisions for students.

Keywords: Image of Educational Institutions, Psychological, Social and Economic Factors, Decision-Making Behavior, Private Educational Institutions

^{1 2} Faculty of Business Administration and Accounting, Pathumthani University

² Pathumthani University,

Email: ¹ 6801436500006@ptu.ac.th , ² uthairat@ptu.ac.th

* Corresponding author email: siribhat@nervedigital.co.th

บทนำ

ปัจจุบันการศึกษาระดับอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ เป็นกรอบการยกระดับคุณภาพของการศึกษาในระบบอุดมศึกษาให้เกิดการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ที่สอดคล้องกับแผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564 – 2570 ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566 – 2570 ซึ่งเป็นปัจจัยที่ตอบสนองและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของสังคมไทย (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565) โดยเฉพาะในยุคที่เศรษฐกิจและเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้เรียนจำเป็นต้องเลือกสถาบันการศึกษาที่สามารถตอบโจทย์ด้านวิชาชีพและทักษะในโลกยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงการปรับตัวของสถาบันการศึกษาในการวางกลยุทธ์เพื่อสร้างแนวทางการเลือกศึกษาต่อของประชากรในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย (OECD, 2024; Cyrenne & Grant, 2009)

สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีความสำคัญในระบบการศึกษาซึ่งมักมีจุดเด่นเฉพาะตัว เช่น ขนาดชั้นเรียนที่เล็กลง ทำให้เกิดการเรียนการสอนที่ใกล้ชิดมากขึ้น หรือการเน้นบางสาขาวิชาที่ตลาดต้องการ สำหรับในประเทศไทยนั้นมีสถาบันการศึกษาเอกชนในปี 2567 แบ่งเป็น มหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 43 แห่ง วิทยาลัยเอกชน จำนวน 16 แห่ง และสถาบันเอกชน จำนวน 12 แห่ง โดยมีการกระจายตัวตามพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ของประเทศเพื่อรองรับและสนับสนุนการศึกษาเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งรัฐมีนโยบายสนับสนุนการกระจายตัวของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพการเรียนการสอน ค่าใช้จ่าย การเดินทาง หลักสูตรที่เปิดสอน โอกาสในการฝึกงานหรือทำงานระหว่างเรียน รวมถึงภาพลักษณ์ของสถาบันและความเชื่อมั่นของผู้ปกครอง ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เรียน (จึง เช่น และ วัลลภา เกลิมวงศาเวช, 2568; He, 2024) การศึกษาถึงปัจจัยเหล่านี้จึงมีความสำคัญ เนื่องจากสามารถช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และสามารถปรับกลยุทธ์หรือพัฒนาคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของนักเรียนและผู้ปกครองได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เรียนยังสามารถสะท้อนแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารสถาบัน นักวางแผนนโยบายด้านการศึกษา หรือแม้แต่นักวิชาการที่ศึกษาพฤติกรรมผู้เรียนในยุคปัจจุบัน โดยความเข้าใจในปัจจัยเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างการพัฒนาสถาบันให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดการศึกษาเอกชนได้อย่างยั่งยืน และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์งานวิจัยหรือบทวิเคราะห์ต่าง ๆ พบว่าแม้ว่าการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนประเทศไทย พบว่าการศึกษาเชิงลึกด้านพฤติกรรมผู้เรียนมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะงานวิจัยที่วิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจของผู้เรียนในบริบทการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว งานวิจัยส่วนใหญ่เน้นเพียงปัจจัยพื้นฐาน เช่น ค่าใช้จ่าย ชื่อเสียงสถาบัน หรือความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ยังขาดการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรมที่ครอบคลุมแรงจูงใจ ความคาดหวัง และการรับรู้คุณค่าของผู้เรียนอย่างเป็นระบบ (He, 2024) นอกจากนี้ การศึกษาที่มีอยู่มักมุ่งเน้นเฉพาะพื้นที่หรือกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ทำให้ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายภาพรวมระดับประเทศได้อย่างสมบูรณ์ อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในด้านกรอบทฤษฎีที่ใช้ อาทิ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค หรือทฤษฎีการตัดสินใจ ซึ่งยังไม่ได้ถูกประยุกต์ใช้กับสภาพแวดล้อมของอุดมศึกษาเอกชนไทยอย่างเพียงพอ (Powless & Jarquin, 2023) จึงเกิดช่องว่างความรู้เกี่ยวกับปัจจัยเชิงจิตวิทยา สังคม เศรษฐกิจ และภาพลักษณ์สถาบันที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเลือกของผู้เรียนอย่างรอบด้าน ส่งผลให้ยังจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อนำมาเป็นแนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทยต่อไป

บทความนี้จึงวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้เรียนต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในบริบทประเทศไทย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา เพื่อช่วยให้สถาบันเข้าใจความต้องการของผู้เรียน รวมทั้งเป็นแนวทางที่สามารถปรับปรุงและพัฒนาที่ช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนสามารถกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น การเน้นจุดแข็งที่ผู้เรียนสนใจ เพื่อดึงดูดนักเรียนให้เข้ามาศึกษาต่อมากขึ้น พร้อมกับสนับสนุนการวางกลยุทธ์สำหรับพัฒนาหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของตลาดสำหรับการปรับหลักสูตรให้ทันสมัย และตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน พร้อมทั้งสร้างโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการศึกษาที่มีคุณภาพ เกิดผลผลิตและพัฒนากำลังคนในด้านวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง อันเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติและสร้างความสามารถทางการแข่งขันต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา

ภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา (Institutional Image) เป็นแนวคิดสำคัญในเชิงวิชาการที่สะท้อนถึงการรับรู้ ทัศนคติ และความเชื่อของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อสถาบัน ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน ผู้ปกครอง บุคลากร หรือสังคมโดยรวม ภาพลักษณ์ดังกล่าวไม่ได้เกิดจากเพียงผลลัพธ์ทางวิชาการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคุณภาพการบริหารจัดการ วัฒนธรรมองค์กร ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ และความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Antwi et al., 2024) ในบริบทของการแข่งขันทางการศึกษาที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในสถาบันการศึกษาเอกชน ภาพลักษณ์จึงทำหน้าที่เป็นทุนทางสังคม (Intangible Asset) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบัน ความภักดีของผู้เรียน และความผูกพันของบุคลากร การทำความเข้าใจภาพลักษณ์ของสถาบันในเชิงวิชาการจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์เชิงนโยบาย การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างความยั่งยืนขององค์กรการศึกษาในระยะยาว สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการบริหารจัดการภายในองค์กรการศึกษาที่ครอบคลุมการวางแผน การจัดสรรทรัพยากร การจัดโครงสร้างองค์กร การควบคุม และการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกฝ่าย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย โดยมุ่งเน้นความมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และความยั่งยืนในการบริหารจัดการ (กิตติญาภัทร พวงประดิษฐ์ และคณะ, 2567) ทฤษฎีต่าง ๆ ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการ การวิเคราะห์สถานการณ์ และการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลง ตลอดจนการนำแนวคิดทางธุรกิจมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทางวิชาการและบริการอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยยังต้องเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความร่วมมือและความพึงพอใจให้เกิดขึ้นในองค์กร ภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เรียน (Mim & Shariar, 2022)

การวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านทฤษฎีภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image Theory) ซึ่งระบุว่าความเชื่อและการรับรู้ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อองค์กรจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกและความภักดีต่อองค์กรนั้น นอกจากนี้ การตัดสินใจเลือกสถาบันยังสอดคล้องกับ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ที่ชี้ว่าผู้เรียนจะประเมินปัจจัยด้านคุณค่า ประโยชน์ และความคาดหวังก่อนตัดสินใจเลือกสถานศึกษา บริบทของประเทศไทยพบว่ามีการวิจัยที่ศึกษาถึงทฤษฎีการรับรู้คุณค่า (Perceived Value Theory) พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ด้านความคุ้มค่า ความน่าเชื่อถือของหลักสูตร และความสามารถในการสร้างโอกาสทางอาชีพ (ภาสพงศ์ ภิรมย์คำ และต่อศักดิ์ แก้วเจริญวิไล, 2567) ซึ่งสะท้อนการให้ค่าน้ำหนักต่อประโยชน์เชิงเศรษฐกิจมากกว่าปัจจัยด้านคุณภาพวิชาการลึกซึ้ง ขณะที่ผู้เรียนในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีการแข่งขันสูง เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ ภาพลักษณ์ของสถาบันมักถูกมองผ่านมาตรฐานสากล เช่น อันดับมหาวิทยาลัย (University Ranking) การรับรองคุณภาพหลักสูตร

อัตราการได้งานทำของบัณฑิต และความเป็นนานาชาติของสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ ผู้เรียนต่างชาติมักให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ด้านวิจัย ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของคณาจารย์ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Gupta et al., 2025) เมื่อเปรียบเทียบกับกันจะเห็นว่าผู้เรียนไทยใช้กระบวนการตัดสินใจในลักษณะของทฤษฎีการตัดสินใจแบบเหตุผลจำกัด (Bounded Rationality Theory) ตามแนวคิดของ Clippel and Rozen (2024) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยที่รับรู้ได้ง่าย เช่น ค่าใช้จ่ายและชื่อเสียงในประเทศ เมื่อผู้เรียนไทยต้องตัดสินใจภายใต้ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนและทรัพยากรที่จำกัด การเลือกทางการศึกษาและการเรียนรู้จึงมักเป็นการเลือกแบบพอใช้ได้ (Satisficing) มากกว่าทางเลือกที่ดีที่สุด ส่งผลให้ศักยภาพของผู้เรียนไม่ถูกใช้ได้อย่างเต็มที่ แนวคิด Bounded Rationality จึงช่วยอธิบายว่าการตัดสินใจของผู้เรียนไทยไม่ได้เกิดจากการขาดความสามารถ แต่เกิดจากข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและบริบททางสังคมที่ล้อมรอบอยู่ ในขณะที่ผู้เรียนต่างประเทศใช้กระบวนการประเมินข้อมูลที่หลากหลายและซับซ้อนมากกว่า อิงตามกรอบการตัดสินใจแบบมีเหตุผล (Rational Choice) ทำให้ภาพลักษณ์ด้านวิจัย นานาชาติ และคุณภาพสถาบันมีบทบาทสูงกว่า

ปัจจัยเชิงจิตวิทยา สังคม เศรษฐกิจ

ปัจจัยทางเชิงจิตวิทยา เป็นองค์ประกอบสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาของผู้เรียน การวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถอธิบายผ่านทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ซึ่งว่าการตัดสินใจเกิดจากการประเมินแรงจูงใจ ความคาดหวัง และการรับรู้คุณค่าที่สอดคล้องกับความต้องการส่วนบุคคล (Gupta et al., 2025) ปัจจัยเชิงจิตวิทยา เช่น ความมั่นใจในตนเอง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และทัศนคติที่มีต่อสถาบัน เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อการรับรู้และการเลือกเรียน ซึ่งด้านนี้สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ในบริบทของประเทศไทยปัจจัยเชิงสังคมยังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้เรียน เช่น ครอบครัว เพื่อน และความคาดหวังทางวัฒนธรรมยังคงมีอิทธิพลสูงต่อการเลือกเรียน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ปกครองที่ให้ความสำคัญกับความมั่นคงในอนาคต (ชิดตะวัน ชนะกุล, 2564) ขณะที่ปัจจัยเศรษฐกิจ เช่น ค่าใช้จ่าย ความคุ้มค่า และความสามารถในการผ่อนชำระค่าเล่าเรียนเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ สอดคล้องกับ ทฤษฎีประโยชน์นิยม (Utility Theory) ซึ่งอธิบายว่าผู้เรียนเลือกทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดภายใต้ข้อจำกัดทางการเงิน (Powless & Jarquin, 2023) เมื่อพิจารณาจากบริบทของต่างประเทศในสหรัฐอเมริกา ที่มีการแข่งขันสูง ปัจจัยเชิงจิตวิทยานำมาพัฒนาตนเองและความเป็นนานาชาติ ขณะที่ปัจจัยเชิงสังคมมักสะท้อนผ่านบรรทัดฐานทางสังคมที่ให้ความสำคัญกับอันดับมหาวิทยาลัยและคุณภาพวิจัย สำหรับปัจจัยเศรษฐกิจ ผู้เรียนมักพิจารณาผลตอบแทนการลงทุนในระยะยาว เช่น อัตราการได้งานทำและรายได้เฉลี่ยหลังเรียนจบ ซึ่งสอดคล้องกับ Human Capital Theory ตามแนวคิดของ Deming and Silliman (2025) ที่มองการศึกษาเป็นการลงทุนเพื่อเพิ่มผลิตภาพในอนาคต หากนำประเด็นดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกัน พบว่าผู้เรียนไทยมักให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและแรงกดดันทางสังคมมากกว่า ปัจจัยเชิงจิตวิทยาเชิงลึก ขณะที่ผู้เรียนในต่างประเทศให้ความสำคัญกับศักยภาพการพัฒนาตนเองและผลตอบแทนระยะยาว ทำให้รูปแบบการตัดสินใจแตกต่างกันตามบริบทสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศอย่างชัดเจน

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาเอกชน

พฤติกรรมการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยการรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจ ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามกรอบของ ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision-Making Process) ตั้งแต่การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การเปรียบเทียบทางเลือก การตัดสินใจ และการประเมินผลภายหลังการตัดสินใจ (Petcharat & Leelasantitham, 2021) การวิเคราะห์และทบทวนจากงานวิจัยในประเทศไทยชี้ให้เห็นว่าผู้เรียนมักอาศัย

ข้อมูลจากครอบครัว เพื่อน และบุคคลใกล้ชิด มากกว่าข้อมูลเชิงสถิติหรือข้อมูลวิชาการ (Jaroenrat, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้ทรงอิทธิพลทางสังคม (Social Influence Theory) ที่ระบุว่าบรรทัดฐานและความคาดหวังทางสังคมมีบทบาทต่อพฤติกรรมการเลือกของบุคคล (Ajzen, 1991) เมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาในต่างประเทศ พบว่า สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ มักใช้ข้อมูลจากหลายแหล่งในการประเมินทางเลือก ทั้งอันดับมหาวิทยาลัย ผลงานวิจัย ความเป็นนานาชาติของหลักสูตร และอัตราการได้งานทำหลังสำเร็จการศึกษา (Aviso et al., 2021; Hazelkorn, 2015; Ke et al., 2022) งานวิจัยระหว่างประเทศในด้าน Higher Education Choice ระบุว่าผู้เรียนมักใช้กรอบ Rational Choice Theory และ Human Capital Theory ในการประเมินผลตอบแทนระยะยาวของการลงทุนด้านการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อคุณภาพเชิงวิชาการและความได้เปรียบแข่งขันในตลาดแรงงานโลกมากกว่าปัจจัยด้านสังคมหรือความสะดวกสบายเช่นในบริบทไทย (Shiyuan et al., 2022; Tomlinson, 2017) ดังนั้น พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้เรียนไทยยังคงถูกกำกับโดยปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ขณะที่ผู้เรียนในต่างประเทศให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงคุณภาพและผลตอบแทนระยะยาวของการศึกษา ทำให้เกิดความแตกต่างด้านลักษณะการประเมินทางเลือกอย่างชัดเจนตามบริบทโครงสร้างสังคม วัฒนธรรม และระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ

การเปรียบเทียบการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรมผู้เรียนต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

การเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของผู้เรียนสะท้อนพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ไม่ว่าจะเป็นชื่อเสียงและการยอมรับทางสังคม การจัดอันดับของมหาวิทยาลัยโลก โอกาสด้านอาชีพ คุณภาพการเรียนการสอนและสภาพแวดล้อมการศึกษา ซึ่งในประเทศไทยสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมุ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการปรับนโยบายและกลยุทธ์ของสถาบันเพื่อรองรับความต้องการและความคาดหวังของนักเรียนที่หลากหลายในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์สามารถสรุปได้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรมผู้เรียนต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศสหรัฐอเมริกา

ด้าน	ประเทศไทย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศสหรัฐอเมริกา
ภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา	1) ชื่อเสียงของสถาบัน 2) ความสะดวกในการเดินทาง (มณีรัตน์ วีระกรพานิช และคณะ, 2567; พิศิษฐ์ พิภพพรพงศ์ และคณะ, 2568)	1) ความเป็นนานาชาติของหลักสูตร การได้รับการรับรองจากหน่วยงานรัฐ 2) คุณภาพบริการและมาตรฐานทางวิชาการ 3) ความร่วมมือกับสถาบันต่างประเทศ ซึ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือของสถาบัน (Olds, 2007; Ng & Tan, 2010)	1) คุณภาพหลักสูตร 2) ความเข้มข้นของอาจารย์ 3) เครือข่ายศิษย์เก่า (Acar, 2024; Bound et al., 2021)

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรมผู้เรียนต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศสหรัฐอเมริกา (ต่อ)

ด้าน	ประเทศไทย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศสหรัฐอเมริกา
ปัจจัยเชิงจิตวิทยา สังคม เศรษฐกิจ	1) แรงจูงใจส่วนบุคคล 2) ความคาดหวังจากครอบครัว 3) ความเห็นและการสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน และชุมชน 4) ค่าเล่าเรียน 5) ความคุ้มค่าของการลงทุน 6) อัตราการได้งานทำ หลังจบการศึกษา เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ (ภัททิรา กลิ่นเลขา และคณะ, 2568)	1) ยกระดับศักยภาพตนเองในสภาพแวดล้อมการแข่งขันระดับนานาชาติ 2) ความเป็นสากลของระบบการศึกษา และสิ่งแวดล้อมที่มีความปลอดภัย 3) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม 4) ความเป็นไปได้ในการสร้างผลตอบแทนทางอาชีพที่สอดคล้องกับตลาดแรงงาน (Sidhu, 2005; Waring, 2014)	1) ปริญาจากสหรัฐฯ มีสถานะทางสังคมสูงกว่าสถาบันอื่น 2) ค่านิยมทางสังคมที่ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและอันดับของมหาวิทยาลัย 3) โอกาสฝึกงานและทำงานหลังเรียนจบที่หน่วยงานที่มีชื่อเสียง (Acar, 2024)
พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาเอกชน	1) การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง 2) ความสะดวกด้านที่ตั้ง 3) การประเมินคุณภาพหลักสูตรอย่างเป็นระบบ (จารุวดี แก้วมา, 2567)	1) การรับรองมาตรฐานสถาบัน 2) อันดับสถาบัน 3) การลงรายละเอียดข้อมูลเชิงสถาบัน (Olds, 2007; Ng & Tan, 2010)	1) อันดับมหาวิทยาลัย 2) กิจกรรมน่าสนใจของสถาบัน (Acar, 2024; Bound et al., 2021)

จากการเปรียบเทียบการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรมผู้เรียนต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศสหรัฐอเมริกา มีความแตกต่างกันของแต่ละสภาพและบริบทของแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร ค่าเล่าเรียน และผลลัพธ์ทางการศึกษาที่ชัดเจน ผู้เรียนมักตัดสินใจจากข้อมูลไม่ครบถ้วน การสื่อสารที่ชัดเจนและให้รายละเอียดที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งการเน้นข้อมูลเชิงคุณภาพและทุนสนับสนุนอาจสร้างความเชื่อมั่นในการเลือกตัดสินใจแก่ผู้เรียนได้

2. ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ควรออกแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการและเป้าหมายอาชีพของนักเรียน ซึ่งผู้เรียนไทยมักได้รับอิทธิพลจากผู้ปกครองและแรงกดดันทางสังคม การปรับหลักสูตรตามพฤติกรรมและความคาดหวังของตลาดแรงงานจะช่วยสร้างความพึงพอใจและลดการลาออกจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

3. ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ควรให้คำแนะนำเกี่ยวกับทุนการศึกษาอย่างเป็นระบบ สามารถช่วยผู้เรียนตัดสินใจได้รอบด้าน การให้ข้อมูลเกี่ยวกับค่าเล่าเรียนและโอกาสงานหลังจบการศึกษา มีความสำคัญต่อการวางแผนการศึกษาต่อในอนาคต

4. ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ควรใช้ข้อมูลพฤติกรรมผู้เรียน เช่น ความสนใจ ผลการเรียนรู้ และปัจจัยทางสังคม มาช่วยแนะนำการเลือกสถาบัน เพื่อเพิ่มการนำแนวทางเชิงพฤติกรรมมาใช้ทำให้ การตัดสินใจมีเหตุผลและเหมาะสมยิ่งขึ้น

5. ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ด้วยการเสริมสร้างการตลาดที่เน้นภาพลักษณ์ ด้วยการสื่อสาร ควรเน้นคุณภาพการสอน โอกาสการทำงาน และความเหมาะสมกับนักเรียน เน้นข้อมูลเชิงวิเคราะห์ การสร้าง การตลาดเชิงรุกช่วยให้ผู้เรียนตัดสินใจอย่างรอบคอบ

บทสรุป

จากการเปรียบเทียบจะเห็นว่าพฤติกรรมของนักศึกษาในการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในประเทศไทย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา ไม่เพียงแต่ประกอบด้วยกระบวนการที่มีเหตุผลตามคุณภาพของ เนื้อหาทางวิชาการเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมของนักศึกษา นอกจากนี้ยังรวมถึง บริบทของวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ประสบการณ์ส่วนตัว และความรู้เกี่ยวกับการศึกษา ในสิงคโปร์ที่มีการแข่งขันสูง ภาพลักษณ์ การเป็นสากล และการยอมรับในระดับโลกของสถาบันมีความสำคัญอย่างมาก ต่อนักศึกษาส่วนใหญ่ ดังนั้นนักศึกษาจึงมองหาภาพลักษณ์ระดับโลกของสถาบันและให้ความสนใจ ทำให้นักศึกษาได้รู้จักกับสิงคโปร์มากขึ้น ในทำนองเดียวกัน ในสหรัฐอเมริกา นักศึกษาส่วนใหญ่ถือว่าการศึกษา เป็นการลงทุนในระยะยาว ผู้เรียนมักจะประเมินอันดับมหาวิทยาลัย ว่าชั้นเรียนมีคุณภาพหรือไม่ ว่ามีงานทำหรือไม่ ผลตอบแทนจากการศึกษาหลังจบการศึกษา และค้นหาข้อมูลด้วยตนเองและสามารถเปรียบเทียบ ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้ ในทางกลับกัน นักศึกษาไทยมีการพิจารณาในทางปฏิบัติ เช่น ราคา ความคุ้มค่า และการสนับสนุนจากครอบครัว แสดงให้เห็นว่าครอบครัวมีผลกระทบอย่างมากต่อการเลือกการศึกษา ในสังคมไทย นอกจากนี้ นักศึกษาไทยจำนวนมากมีข้อมูลและทรัพยากรที่จำกัด ซึ่งทำให้ไม่สามารถทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ได้อย่างสมบูรณ์ ความแตกต่างเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการเลือก เรียนในสถาบันเอกชนเป็นปัญหาทางสังคมและไม่สามารถอธิบายได้ด้วยสิ่งเดียวเท่านั้น ดังนั้น การทำความเข้าใจ รายละเอียดของมิตินักศึกษาแต่ละคนจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเอกชนระดับสูง เช่น การส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูลที่โปร่งใสและถูกต้อง การปรับหลักสูตรให้ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน การคำนึงถึงคุณสมบัติ ข้อจำกัด และความคาดหวังของผู้เรียนใน ทุกด้านของการศึกษาเพื่ออำนวยความสะดวกในการเปิดเผยตนเอง และการสนับสนุนการศึกษาเป็นวิธีการ เพื่อความมั่นคงและการพัฒนาตนเองและสังคมในระยะยาว

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในอนาคต

การวิเคราะห์บทความดังกล่าวมีข้อจำกัดในด้านการอิงข้อมูลจากเอกสาร/งานวิจัยกรณีศึกษาของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา ทั้งข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยเชิงประจักษ์ในอนาคต ช่น ควรมีการสำรวจเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพใน ไทยหรือศึกษาเชิงกรณีเปรียบเทียบในระดับในแต่ละสถาบัน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). *แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564 – 2570 ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566 – 2570*. สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- กิตติญาภัทร พวงประดิษฐ์, เนตรธิดา อินทร์ักษ์, และ ศลิษา ราไชย. (2567). การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม. *วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน*, 2(4), 805-812.
- จารุวดี แก้วมา. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 14(2), 105-118.
- จิ่ง เซ็น และ วัลลภา เฉลิมวงศาเวช. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนในหลักสูตรนานาชาติระดับปริญญาตรีของนักศึกษาจีนในมหาวิทยาลัยเอกชน A จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการธรรมศาสตร์*, 25(1), 165-180. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/dhammathas/article/view/276822>
- ชิดตะวัน ชนะกุล. (2564). การศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจที่มีต่อผลการเรียนของนักศึกษา. *วารสารราชพฤกษ์*, 4(1), 44-52.
- พิศิษฐ์ พิภพพรพงศ์, นฤมล ตีระพัฒนเกียรติ, อุทิศ ผุดผ่อง, วิณากร ที่รัก, และ พรทิพย์ แสงจันทร์. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยปทุมธานี. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 10(1), 137-150.
- ภัททิรา กลิ่นเลขา, จักรกฤษณ์ แก้วประเสริฐ, มณฑนรรค์ วัฒนกุล, และ ปิติพงศ์ เกิดทิพย์. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปีการศึกษา 2567. *Journal of Buddhist Education and Research*, 11(1), 248-255.
- ภาสพงศ์ ภิรมย์คำ และต่อศักดิ์ แก้วเจริญวิไล. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจกับการศึกษาในประเทศไทย. *วารสารศาสตร์การศึกษาและการพัฒนามนุษย์*, 8(2), 46-54.
- มณีนรัตน์ วีระกรพานิช, ธนสิทธิ์ จันทะรี และชูพงษ์ ทองคำสมุทร. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษาต่างชาติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มจร วิทยาเขตอีสาน*, 5(1), 32-43.
- Acar, E. (2024). Exploring the decision-making process of international students. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 11(4), 192-209. <https://doi.org/10.29333/ejecs/2273>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Antwi, B. O., Frimpong, A., & Ansah, A. (2024). The mediated role of corporate image in the relationship between public relations and customer affective engagement. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2378539. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2378539>
- Aviso, K. B., Janairo, J. I. B., Lucas, R. I. G., Promentilla, M. A. B., Tan, R. R., & Yu, K. D. S. (2021). What university attributes predict for graduate employability?. *Cleaner Engineering and Technology*, 2, 100069. <https://doi.org/10.1016/j.clet.2021.100069>
- Bound, J., Braga, B., Khanna, G., & Turner, S. (2021). The globalization of postsecondary education: The role of international students in the US higher education system. *Journal of Economic Perspectives*, 35(1), 163-184. <https://doi.org/10.1257/jep.35.1.163>

- Clippel, G., & Rozen, K. (2024). Bounded rationality in choice theory: A survey. *Journal of Economic Literature*, 62(3), 995-1039. <https://doi.org/10.1257/jel.20231592>
- Cyrenne, P., & Grant, H. (2009). University decision making and prestige: An empirical study. *Economics of Education Review*, 28(2), 237-248. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2008.06.001>
- Deming, D., & Silliman, M. (2025). Skills and human capital in the labor market. In *Handbook of Labor Economics* (Vol. 6, pp. 115-157). Elsevier.
- Gupta, G., Jaiswal, S., & Gupta, A. (2023). Understanding the decision making process in consumer buying behaviour: An insight. *An International Peer Reviewed Refereed Research Journal*, 14(1), 49321.
- Hazelkorn, E. (2015). *Rankings and the Reshaping of Higher Education* (2nd ed.). Palgrave Macmillan London.
- He, Q. (2024). A review of research on consumer perceived value. *Accounting and Corporate Management*, 6(3), 7-15. <https://doi.org/10.23977/acccm.2024.060302>
- Jaroenrat, K., & Chaichompu, S. (2012). A causal model of factors influencing the university choice of international students in Thailand. *Journal of Educational Administration Burapha University*, 6(1), 129-142.
- Ke, H., Yu, J., & Xu, G. (2022). International students' university choice to study abroad in higher education. *Frontiers in Psychology*, 13, 1036569. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1036569>
- Mim, S. J., & Shariar, S. (2022). Why is Public Administration significant to studying. https://www.researchgate.net/publication/366920313_Why_is_Public_Administration_significant_to_studying
- Ng, P. T., & Tan, C. (2010). The Singapore global schoolhouse: An analysis of the development of the tertiary education landscape in Singapore. *International Journal of Educational Management*, 24(3), 178-188. <https://doi.org/10.1108/09513541011031556>
- OECD. (2024). *OECD Economic Outlook. Volume*. OECD Publishing.
- Olds, K. (2007). Global assemblage: Singapore, foreign universities, and the construction of a "global education hub". *World development*, 35(6), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2006.05.014>
- Petcharat, T., & Leelasantitham, A. (2021). A retentive consumer behavior assessment model of the online purchase decision-making process. *Heliyon*, 7(10), e08169. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08169>
- Powless, S., & Jarquin, N. M. (2023). Theory of Constraints & Consumer Behavior: A Comparative Analysis Between Developed & Advanced Developing Cultures. *The Journal of Applied Business and Economics*, 25(5), 49-60. <https://doi.org/10.33423/jabe.v25i5.6511>
- Shiyuan, Y., Jinxiu, Y., Jingfei, X., Yuling, Z., Longhua, Y., Houjian, L., Wei, L., Hao, C., Guorong, H., & Juan, C. (2022). Impact of human capital and social capital on employability of Chinese college students under COVID-19 epidemic—Joint moderating effects of perception reduction of employment opportunities and future career clarity. *Frontiers in Psychology*, 13, 1046952. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1046952>

- Sidhu, R. (2005). Building a global schoolhouse: International education in Singapore. *Australian Journal of Education*, 49(1), 46-65. <https://doi.org/10.1177/000494410504900103>
- Tomlinson, M. (2017). Forms of graduate capital and their relationship to graduate employability. *Education+Training*, 59(4), 338-352. <https://doi.org/10.1108/ET-05-2016-0090>
- Waring, P. (2014). Singapore's global schoolhouse strategy: retreat or recalibration?. *Studies in Higher Education*, 39(5), 874-884. <https://doi.org/10.1080/03075079.2012.754867>