



**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา
สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปีการศึกษา 2567**

**Factors affecting the decision to study at the undergraduate level of
students in the field of Mass Communication Technology, Faculty of
Industrial Education and Technology, Rajamangala University of
Technology Srivijaya, academic year 2024.**

ภัททิรา กลิ่นเลขา, จักรกฤษณ์ แก้วประเสริฐ, มณฑนรร์ วัฒนกุล, ปิตพงษ์ เกิดทิพย์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ประเทศไทย

Phattira Klinlekha, Jukkrit Kaewpresert, Monthan Wattanakul, Pitipong Koedtip
Faculty of Industrial Education and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla, Thailand

✉: phattirak@gmail.com
(Corresponding Email)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปีการศึกษา 2567 โดยใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 75 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (46.70%) จบการศึกษาจากสายเทคนิค-อาชีวศึกษา (58.70%) เกรดเฉลี่ย 3.01-3.50 (49.30%) ภูมิลำเนาจังหวัดสงขลา (62.70%) ผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท/เดือน (49.30%) นักศึกษาส่วนใหญ่อาศัยในบ้านเช่าหรือหอพัก (74.70%) และมีค่าใช้จ่ายรายเดือน 3,000-5,000 บาท (50.70%) ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ ได้แก่ ความถนัด/ความชอบ (74.70%) และความต้องการประกอบอาชีพด้านสื่อสารมวลชน (57.30%) โดยนักศึกษาส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการรับสมัครผ่านสื่อออนไลน์/เว็บไซต์ (57.30%) โดยเลือกสาขานี้เป็นอันดับแรก (85.30%) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกเรียนในระดับมาก ได้แก่ คณาจารย์มีความรู้ความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 4.61) ห้องปฏิบัติการทันสมัย (4.61) หลักสูตรทันต่อเหตุการณ์ (4.58) และสามารถนำความรู้ไปใช้ประกอบอาชีพได้ (4.54) รวมถึง สภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยเอื้อต่อการเรียนรู้ (4.53) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ, ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียน, เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, การศึกษาระดับปริญญาตรี

Abstract

This research aimed to study the factors affecting the decision to study for a bachelor's degree of students in the field of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, academic year 2024, using a quantitative questionnaire. Data were collected from 75 first-year students. Descriptive statistics were analyzed, including frequency, percentage, and mean. The study found that most participants were female (46.70%) and had a background in technical-vocational education (58.70%) had a GPA of 3.01-3.50 (49.30%), were from Songkhla Province (62.70%), and had an average parental income. 10,000-20,000 baht/month (49.30%). Most students live in rented houses or dormitories (74.70%) and have monthly expenses of 3,000-5,000 baht (50.70%). The main factors affecting the decision to continue their studies are aptitude/interest (74.70%) and the desire to work in mass communication (57.30%). Most students receive information about recruitment via online media/websites (57.30%) and choose this major as their first choice (85.30%). The most important factors affecting the choice of study at a high level are knowledgeable and capable lecturers (average 4.61), modern laboratories (4.61), up-to-date curriculum (4.58), and the ability to apply knowledge to a career (4.54), as well as the university environment conducive to learning (4.53), respectively.

Keywords: Decision making for further study, Factors affecting the choice of study, Mass communication technology, Undergraduate studies

1. บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และการศึกษา มีการแข่งขันและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านการศึกษาซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการขับเคลื่อนประเทศชาติ การศึกษาไม่เพียงเป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพของบุคคลเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยหลักที่ส่งเสริมความเจริญงอกงามทั้งทางปัญญาและจิตใจ ดังนั้น ทุกคนควรได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ การศึกษาในยุคปัจจุบันพัฒนาให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) และทิศทางการพัฒนาประเทศ ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ การศึกษาจึงไม่เพียงพัฒนาคนให้มีความรู้และความสามารถเท่านั้น แต่ยังต้องปลูกฝังให้บุคคลตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ของตนในการร่วมพัฒนาประเทศให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่

ธนพัฒน์ อินทวิ (2564) กล่าวว่า การเลือกศึกษาต่อเมื่อจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เป็นเรื่องที่นักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ สถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนและลงทุนในการจัดการศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและดึงดูดนักศึกษาให้เข้ามาศึกษาในสถาบันให้มากที่สุด ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านการตลาดในระดับอุดมศึกษา โดยมหาวิทยาลัยต่าง ๆ พยายามสร้างภาพลักษณ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เช่น การจัดอันดับทางวิชาการ ความเป็นเลิศด้านการเรียนการสอน ผลงานวิจัยและความทันสมัยของเทคโนโลยี เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย จากบริบทดังกล่าว

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศสารสนเทศ คณิตศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นสาขาที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมยุคดิจิทัลและทิศทางการพัฒนาประเทศ ซึ่งสะท้อนแนวโน้มและความคาดหวังของนักเรียนนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อ ตลอดจนมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนานโยบายและหลักสูตรการศึกษาให้ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและประเทศชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพิจารณาและเลือกทางเลือกจากหลายทางเลือกที่มีอยู่ โดยการตัดสินใจนั้นสะท้อนถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ผู้ที่ทำการตัดสินใจจำเป็นต้องมีหลักการและเหตุผล รวมถึงเจตคติและวิจรรย์ญาณที่ดี เนื่องจากกระบวนการตัดสินใจเป็นวิธีการที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ วรพจน์ บุษราคัมวดี (2551) ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการตัดสินใจ มีดังนี้

1. การมีทางเลือกหลายทาง ผู้ตัดสินใจจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจส่วนตัวเพื่อเลือกทางเลือกที่เหมาะสม การมีทางเลือกมากอาจเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจผิดพลาด
2. การมีข้อมูลจำนวนมาก การตัดสินใจโดยใช้ดุลยพินิจส่วนตัวเพียงอย่างเดียวอาจทำให้ขาดความรอบคอบและเกิดข้อผิดพลาดได้ เนื่องจากไม่สามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาพิจารณาได้อย่างครบถ้วน
3. การลดความขัดแย้ง เนื่องจากแต่ละบุคคลมีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน การตัดสินใจโดยไม่มีหลักเกณฑ์หรือเครื่องมือที่ชัดเจนอาจนำไปสู่ความขัดแย้งได้ การใช้เกณฑ์หรือเครื่องมือที่ตรงกันจะช่วยลดความขัดแย้งและสร้างความเข้าใจร่วมกัน
4. การลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอน การตัดสินใจโดยไม่มีกฎเกณฑ์หรือเครื่องมือที่เหมาะสมอาจเพิ่ม ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ดังนั้น การใช้เครื่องมือหรือวิธีการที่ถูกต้องจะช่วยลดโอกาสในการตัดสินใจผิดพลาดและเพิ่มความมั่นใจในผลลัพธ์ที่ได้

นอกจากนี้ เจือจันทร์ จงสถิตอยู่ (2563) กล่าวถึงปัจจัยที่จูงใจในการเลือกเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษา ซึ่งประกอบด้วย สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน คุณภาพของการจัดการศึกษาที่แตกต่างกัน ความมีชื่อเสียงของสถานศึกษา และภูมิหลังของสถานศึกษา

สมคิด บางโม (2560) กล่าวว่า การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อกระบวนการพิจารณาและการเลือกสถาบันการศึกษามีประสิทธิภาพ โดยการตัดสินใจที่ดีต้องอาศัยข้อมูลที่เพียงพอ หลักการที่เหมาะสม และวิจรรย์ญาณที่รอบคอบ การตัดสินใจเป็นกระบวนการพิจารณาและเลือกทางเลือกที่เหมาะสมจากหลายทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งสะท้อนถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยผู้ที่ทำการตัดสินใจจำเป็นต้องมีหลักการและเหตุผล ตลอดจนมีเจตคติและวิจรรย์ญาณที่ดี เนื่องจากการตัดสินใจเป็นวิธีการที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจประกอบด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ 1. ค่านิยม (Value) ซึ่งมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีทางเลือกหลายทาง เช่น ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกและการบริการ 2. ประเภทของครอบครัว (Type of Family) ขนาดและสถานะทางการเงินของครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล 3. ทิศทางของเศรษฐกิจสังคม (The Socioeconomic Setting) สภาพเศรษฐกิจของประเทศมีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ในช่วงเศรษฐกิจรุ่งเรือง ผู้คนมักใช้จ่ายมากขึ้น แต่ในช่วง

เศรษฐกิจตกต่ำ การใช้จ่ายจะลดลง (Plunkett & Attner, 2019)

การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยหลักการและเหตุผล รวมถึงเครื่องมือหรือเกณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อลดความผิดพลาดและความขัดแย้ง การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อยังสถาบันการศึกษาของนักเรียน นักศึกษา จำเป็นต้องมีข้อมูลที่เพียงพอและการใช้ดุลยพินิจอย่างรอบคอบจะช่วยให้การตัดสินใจมีประสิทธิภาพและนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ยังถือเป็นสาขาวิชาหนึ่งของมหาวิทยาลัยและคณะที่ได้รับความสนใจจากนักเรียน นักศึกษาอย่างต่อเนื่องและเป็นไปตามแผนการรับนักศึกษา ซึ่งการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีจึงเป็นขั้นตอนสำคัญที่นักเรียน นักศึกษาต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปีการศึกษา 2567 โดยผลการวิจัยจะช่วยสะท้อนปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้นักศึกษาตัดสินใจเลือกเรียนในสาขาวิชานี้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของสาขาวิชาอื่น ๆ และเป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปีการศึกษา 2567

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประเภทของการวิจัย คือ วิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากร คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปีการศึกษา 2567 จำนวน 75 คน ซึ่งเป็นประชากรทั้งหมดของนักศึกษา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง และ ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

4. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70 รองลงมาเป็น เพศชาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 และ LGBTQ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีพื้นฐานการศึกษาเทคนิค-อาชีวศึกษา เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมาเป็นมัธยมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 และระบบการศึกษานอกโรงเรียน

จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างเกรดเฉลี่ยสะสม (หลังจบการศึกษา) เป็นส่วนใหญ่ เกรดเฉลี่ย 3.01-3.50 จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมาเกรดเฉลี่ย 3.51-4.00 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 เกรดเฉลี่ย 2.51-3.00 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 เกรดเฉลี่ย 2.00-2.50 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 และเกรดเฉลี่ย 1.00-1.99 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดสงขลา จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 62.70 รองลงมา คือ จังหวัดพัทลุง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี จำนวน 4 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.00 จังหวัดยะลา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 จังหวัดนราธิวาส จังหวัดกระบี่ จังหวัดพังงา และจังหวัดเพชรบุรี เท่ากัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ผู้ปกครองมีรายได้รวมต่อเดือน 10,000-20,000 บาท/เดือน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมา คือ 20,000-30,000 บาท/เดือน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 มากกว่า 50,000 บาท/เดือน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 และ รายได้ 30,000- 40,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อาศัยอยู่บ้านเช่าหรือหอพัก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 74.70 และรองลงมา คือ บ้านของตัวเอง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายที่นักศึกษาได้รับต่อเดือน 3,000 – 5,000 บาท/เดือน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 3,000บาท/เดือน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 5,000-7,000บาท/เดือน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และมากกว่า 9,000 บาท/เดือน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจ ความถนัด/ชอบ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 74.70 รองลงมา มีความต้องการประกอบอาชีพในด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 การเดินทาง/ระยะทาง สะดวก ใกล้บ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 มีทุนการศึกษา มีเงินกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีการสนับสนุนค่าใช้จ่าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ชื่อเสียงสถาบันการศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 และชอบถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอต่างๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการรับสมัครหรือข้อมูลการเข้าศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี จากช่องทาง สื่อออนไลน์/เว็บไซต์ มากที่สุด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 รองลงมา คือ รุ่นพี่ในคณะ หรือมหาวิทยาลัยออกแนะแนว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 จาก เพื่อน และ รุ่นพี่ศิษย์เก่าที่โรงเรียน จำนวนเท่ากัน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 คุณครูที่ปรึกษาหรือครูแนะแนว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 จากพ่อ แม่ ผู้ปกครอง และ สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โปสเตอร์ ไลน์ประชาสัมพันธ์) จำนวนเท่ากัน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นสถานที่แรกในการเข้าศึกษาต่อ พบว่า ใ้มากที่สุด คือ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 85.30 และ ไม่ใ้สถานที่แรกในการตัดสินใจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70

ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าศึกษาต่อสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ คณาจารย์เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ค่าเฉลี่ย 4.61 มีห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.61 หลักสูตรมีความทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 4.58 หลักสูตรและสาขาวิชาตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.54 นำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพได้ ค่าเฉลี่ย 4.54 สภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยเอื้อต่อการเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 4.53 รองลงมา อยู่ในระดับมาก คือ สาขาวิชามีผลงานในด้านวิชาการและปฏิบัติการ ค่าเฉลี่ย 4.49 เพื่อให้พ่อแม่หรือผู้ปกครองภาคภูมิใจ ค่าเฉลี่ย 4.48 มหาวิทยาลัยมีมาตรฐานทางการศึกษา ค่าเฉลี่ย 4.46 สำเร็จการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 4.44 สร้างความมั่นใจและความภาคภูมิใจให้กับตนเองและครอบครัว ค่าเฉลี่ย 4.44 ค่าเล่าเรียนและค่าบำรุงการศึกษามีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.41 สาขาวิชาไม่ซ้ำซ้อนและเป็นที่ยอมรับของสังคม ค่าเฉลี่ย 4.37 มีเงินกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ค่าเฉลี่ย 4.24 และมีเพื่อนสนิทเลือกเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ด้วย ค่าเฉลี่ย 4.10 ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ได้แก่ ความถนัดและความชอบส่วนตัว (ร้อยละ 74.70) และความต้องการประกอบอาชีพในสายงานสื่อสารมวลชน (ร้อยละ 57.30) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรพจน์ บุษราคัมวดี (2551) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่อาศัยทั้งเหตุผลและอารมณ์ รวมถึงการประเมินทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดสำหรับแต่ละบุคคล นอกจากปัจจัยด้านความถนัดและความชอบส่วนตัวแล้ว แนวโน้มของตลาดแรงงานในยุคดิจิทัลก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา โดยเฉพาะในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น การผลิตสื่อดิจิทัลและการตลาดออนไลน์ นักเรียน นักศึกษาจึงมองว่าการเลือกสาขาวิชานี้จะช่วยเพิ่มโอกาสในการหางานทำในอนาคต โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมสื่อและดิจิทัลคอนเทนต์ที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของปัจจัยด้านต่างๆ ของงานวิจัย พบว่า คณาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถ และมีห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.61) รองลงมาคือ หลักสูตรมีความทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.58) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุไบชะ จานงลักษณ์ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า ความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัยและคุณภาพของอาจารย์ส่งผลโดยตรงต่อการเลือกเรียนของนักศึกษาเช่นเดียวกัน โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ที่ระดับมาก ได้แก่ อาจารย์ผู้สอน มีค่าเฉลี่ย (4.29) บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมความสะอาดของอาคารเรียน ค่าเฉลี่ย (4.19) ความทันสมัยของหลักสูตร ค่าเฉลี่ย (4.17) และด้านความมั่นใจ

ในชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ค่าเฉลี่ย (4.08)

ส่วนปัจจัยในด้านของชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจน้อยกว่าปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวิสา ชมภูวิเศษ และคณะ (2564) ที่ระบุว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆ ในการเลือกเข้าศึกษาต่อ ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนทางการเงิน เช่น ทุนการศึกษา และ เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา แม้จะมีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัฒน์ อินทวิ (2564) ที่ระบุว่า ค่าใช้จ่ายในการเรียนและการสนับสนุนทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกมหาวิทยาลัย ในส่วนของช่องทางที่นักเรียน นักศึกษาได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการสมัครเรียน หรือการประชาสัมพันธ์ พบว่า สื่อออนไลน์และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุด (ร้อยละ 57.30) ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของสื่อสารมวลชนยุคดิจิทัล และสถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์มากขึ้น โดยบทบาทของเทคโนโลยีในการตัดสินใจเลือกสาขาวิชาไม่เพียงแต่สะท้อนผ่านความทันสมัยของหลักสูตรและห้องปฏิบัติการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นักศึกษาคำนึงถึงในการเลือกสถาบันการศึกษา นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการรับสมัครผ่านสื่อออนไลน์/เว็บไซต์ (57.30%) ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของเทคโนโลยีในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษาในยุคดิจิทัล

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ซึ่งอาจยังไม่มีประสบการณ์การเรียนในระดับอุดมศึกษาเต็มที่ ดังนั้น ผลการวิจัยอาจไม่สะท้อนถึงปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจในระยะยาว รวมไปถึงงานวิจัยนี้ยังไม่ได้ศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจส่งผลการตัดสินใจ เช่น สภาพเศรษฐกิจของครอบครัวหรืออิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งอาจเป็นประเด็นที่ควรศึกษาต่อไปในอนาคต

สรุปได้ว่า ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านความถนัด /ชอบส่วนตัว ความต้องการประกอบอาชีพ คุณภาพของหลักสูตรและอาจารย์เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ในขณะที่ปัจจัยด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยและการสนับสนุนทางการเงินมีอิทธิพลรองลงมา รวมทั้ง การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญ ซึ่งสถาบันการศึกษาควรนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการพัฒนาแนวทางรับสมัครนักศึกษาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรสาขาวิชาต่างๆ ให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน ให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและแนวโน้มการสื่อสารในยุคดิจิทัล
2. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หรือกลุ่มนักเรียน นักศึกษารับข้อมูลเกี่ยวกับการรับสมัครผ่านสื่อออนไลน์/เว็บไซต์ ดังนั้น คณะหรือสถาบันการศึกษาจึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การพัฒนาห้องเรียนและห้องปฏิบัติการให้ทันสมัย พร้อมอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการผลิตสื่อ เช่น

กล้องถ่ายภาพและวิดีโอระดับมืออาชีพ ซอฟต์แวร์ตัดต่อ และสตูดิโอผลิตสื่อ เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกับการทำงานจริง หรือที่เหมาะสมกับหลักสูตรสาขาวิชาของตนเอง

4. ปัจจัยทางการเงิน เช่น ค่าเทอม ค่าเช่าที่พัก ค่าเดินทาง ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนของนักศึกษา เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายและสร้างความมั่นใจในการศึกษาต่อ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1. ศึกษาวิจัยในกลุ่มตัวอย่างที่ใหญ่ขึ้นและครอบคลุมพื้นที่การศึกษาที่กว้างขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในวงกว้าง

2. ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่น ปัจจัยด้านครอบครัว สภาพเศรษฐกิจ และอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและครอบคลุมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล, นุชนาถ พันธราษฎร์, และ ณัฐมา ขาศิริ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562. *วารสารการศึกษาแห่งชาติ*, 16(2), 11-12.

เจือจันทร์ จงสถิตอยู่. (2563). ความต้องการทางการศึกษา โอกาสและทางเลือก. *วารสารการศึกษาแห่งชาติ*, 16(2), 11-12.

ธนวัฒน์ อินทวิ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา. *มหาวิทยาลัยศิลปากร*.

ดวงฤทัย แก้วคำ, และคณะ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตอุบลราชธานี. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 1(2), 42-49.

วรพจน์ บุษราคัมวดี. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *วารสารการศึกษาแห่งชาติ*, 12(3), 45-50.

วันวิสา ชมภูวิเศษ, ภักดี โพธิ์สิงห์, และ ยุภาพร ยุภาศ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะยุคดิจิทัล ครั้งที่ 5: การบริหารกิจการสาธารณะยุคดิจิทัล: กฎหมาย ความเป็นธรรม และการกลับคืนสู่ประชาธิปไตย* (หน้า 662-671).

สมคิด บางโม. (2560). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับปรุงพฤติกรรม*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุไบชะ จำนงลักษณ์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *วารสารการศึกษาแห่งชาติ*, 16(4), 55-60.

Plunkett, W., & Attner, R. (2019). *The human side of enterprise*. McGraw-Hill.