

การรับรู้ต่อโครงการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกวิทยาเขตของผู้สมัครในโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ศิริวรรณ คลึงเมือง

ศูนย์รับนักศึกษาและการทดสอบ สำนักการศึกษาและนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

อีเมลผู้ประพันธ์บรรณกิจ: siriwan.k@psu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้และความเข้าใจของผู้สมัครต่อโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขตและการตัดสินใจสมัครของผู้สมัครในโครงการดังกล่าว และ 3) เสนอแนวทางการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการรับนักศึกษา เพื่อสนับสนุนการเพิ่มจำนวน ผู้สมัครและการกระจายผู้สมัครให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละวิทยาเขต การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สมัครและผู้ที่เกี่ยวข้องสมัครเข้าศึกษาต่อในโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ ประจำปีการศึกษา 2569 จำนวน 341 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราประมาณ 5 ระดับ และคำถามปลายเปิดผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (IOC ≥ 0.67) และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.825 วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สมัครส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และให้ความสนใจสมัครเข้าศึกษาเนื่องจากหลักสูตรที่ตรงกับความสนใจ ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และกิจกรรมนักศึกษา 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 9 ปัจจัย ได้แก่ หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวิทยาเขต ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและการดำรงชีพ บรรยากาศ สภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานของวิทยาเขต การสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษาและจิตอาสา อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ อิทธิพลของเพื่อนและรุ่นพี่โอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต และทุนการศึกษา และสวัสดิการของมหาวิทยาลัย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษาและจิตอาสา รองลงมาได้แก่ อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวิทยาเขต และโอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต และ 3) แนวทางในการพัฒนาการรับนักศึกษา ควรมุ่งเน้นการสื่อสารจุดเด่นของหลักสูตรและวิทยาเขตผ่านสื่อออนไลน์ การนำเสนอข้อมูลด้านกิจกรรมนักศึกษา โอกาสในการประกอบอาชีพ และทุนการศึกษา ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับบริบทของแต่ละวิทยาเขต เพื่อเพิ่มจำนวนผู้สมัครและสนับสนุนการกระจายผู้สมัครให้เหมาะสม

คำสำคัญ: การรับรู้, การเลือกวิทยาเขต, การรับนักศึกษา, คุณธรรมและจริยธรรม, มหาวิทยาลัยหลายวิทยาเขต

Project Perceptions and Campus Choice Decisions Among Applicants to the PSU Moral and Ethics Admission Program

Siriwan Klingmueng

Admission and testing Center Education and Innovative Learning, Prince of Songkla University, Hatyai, Songkhla 90110, Thailand

Corresponding author's e-mail: siriwan.k@psu.ac.th

Abstract

This study aimed to 1) examine applicants' perceptions and interests in the Prince of Songkla University Admission Project for Students with Outstanding Moral, Ethical, and Volunteer Characteristics; 2) analyze the factors influencing campus selection and application decisions; and 3) propose communication, public relations, and student recruitment management strategies to increase the number of applicants across the university's campuses. This survey employed a survey design. Data were collected from 341 applicants and prospective applicants to the Prince of Songkla University Admission Project for Students with Outstanding Moral, Ethical, and Volunteer Characteristics for the 2026 academic year. The research instrument consisted of a five-point Likert scale questionnaire and an open-ended question. Experts validated the questionnaire. It had an item-Objective Congruence (IOC) index of 0.67 or higher and demonstrated good reliability with a Cronbach's alpha coefficient of 0.825. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequencies, percentages, means, and standard deviation. Multiple Linear Regression Analysis was employed to identify factors influencing application decisions, while Content Analysis was used to analyze responses to the open-ended questions. The findings revealed that 1) most applicants obtained information about the admission project through social media and expressed interest in applying because of programs that matched their interests, the university's reputation, and student activities. 2) Nine factors significantly influenced applicants' decisions to apply at the 0.05 level, including academic programs, campus image and reputation, educational and living expenses, campus environment and infrastructure, support for student activities and volunteer programs, social media influence, peer and senior influence, future career opportunities, scholarships and university welfare. Among these, support for student activities and volunteer programs was the most influential factor, followed by social media influence, campus image and reputation, and future career opportunities. 3) Based on both the quantitative and qualitative findings, effective student recruitment strategies should emphasize communicating the distinctive strengths of academic programs and individual campuses through social media, highlighting student activities, career opportunities, and scholarship information, and developing public relations strategies tailored to the unique context of each campus to increase the number of applicants and achieve a more balanced distribution of applicants across Prince of Songkla University's campuses.

Keywords: Perceptions, Campus Choice, Student Admissions, Ethics and Morality, Multi-Campus University

บทนำ

การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อน และมีอิทธิพลจากปัจจัยหลายด้าน ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยด้านสถาบันการศึกษา โดย Chapman (1981) อธิบายว่า การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้เรียนกับปัจจัยภายนอก คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ภาพลักษณ์ของสถาบัน ค่าใช้จ่ายทางการศึกษา และอิทธิพลจากบุคคลรอบตัว โดยที่ Hossler and Gallagher (1987) ได้เสนอแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อประกอบด้วย 3 ระยะ คือ ระยะความสนใจ ระยะการค้นหาข้อมูล และระยะการเลือกสถาบัน ในแต่ละระยะผู้เรียนจะได้รับอิทธิพลจากข้อมูลและบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน ภายใต้บริบทของการรับนักศึกษาในปัจจุบัน สถาบันการศึกษาต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรวัยเรียน การขยายตัวของหลักสูตร และทางเลือกการศึกษาที่หลากหลาย โดยเฉพาะในประเทศไทยที่ใช้ระบบการคัดเลือกกลางบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา (Thai University Central Admission System: TCAS) ที่เปิดโอกาสให้นักเรียนสามารถเลือกสมัครและเปรียบเทียบข้อมูลเข้าศึกษาได้หลายมหาวิทยาลัย หลายหลักสูตร หลายวิทยาเขตได้พร้อมกัน ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ด้านการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการสร้างภาพลักษณ์องค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการรับนักศึกษา (ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย, (2568) แนวคิดด้านการตลาดทางการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารข้อมูลส่งผลต่อการรับรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ โดย Kotler and Fox (1995) ระบุว่า สถาบันการศึกษาที่สามารถนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง และตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ และ Cabrera and La Nasa (2000) พบว่า ผู้เรียนมักใช้ข้อมูลหลายมิติประกอบการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพทางวิชาการ ชื่อเสียงของสถาบัน ค่าใช้จ่าย สภาพแวดล้อมการเรียนรู้โอกาสทางอาชีพ และคำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด สำหรับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์มีการจัดการศึกษาในลักษณะมหาวิทยาลัยหลายวิทยาเขต ประกอบด้วยวิทยาเขตหาดใหญ่ วิทยาเขตปัตตานี วิทยาเขตภูเก็ต วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี และวิทยาเขตตรัง กระบวนการตัดสินใจของผู้สมัครมีความซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากผู้สมัครไม่ได้พิจารณาจากชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเท่านั้น แต่ยังต้องพิจารณาความแตกต่างของแต่ละวิทยาเขตทั้งด้านหลักสูตร สภาพแวดล้อมทางการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิต ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก และโอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต งานวิจัยของ กฤตยกร คุ่มเคี่ยม (2568) พบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของผู้เรียนอย่างมีนัยสำคัญ และสามารถพยากรณ์การยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ พฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลของผู้สมัครในยุคดิจิทัลได้รับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ของสถาบัน รีวิวจากผู้เรียน และชุมชนออนไลน์ ล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ (Dong & Lazaro, 2024) ซึ่งอาจจะมีทั้งข้อมูลที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และอาจส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ตลอดจนการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของผู้สมัครโดยตรง มหาวิทยาลัยในแต่ละวิทยาเขตมีอัตลักษณ์จุดเน้นทางวิชาการ สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ ค่าใช้จ่าย คุณภาพชีวิต และบริบทที่ตั้งของพื้นที่แตกต่างกัน ภายใต้การรับสมัครนักศึกษาในระบบ TCAS ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้ดำเนินโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์อย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสทางการศึกษาที่มุ่งคัดเลือกนักเรียนที่มีคุณธรรม จริยธรรม จิตสาธารณะ และมีประวัติการทำความดีเพื่อสังคมเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2568) แต่ยังขาดข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สะท้อนว่าผู้สมัครรับรู้ และเข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการดังกล่าวในระดับใด ซึ่งประเด็นดังกล่าวอาจส่งผลต่อความสนใจและการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อของผู้เรียน รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวิทยาเขตภายใต้บริบทของมหาวิทยาลัยแบบหลายวิทยาเขต ถึงแม้ว่ามหาวิทยาลัยจะมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการรับสมัครผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงพบว่าผู้สมัครบางส่วนอาจมีความเข้าใจต่อโครงการและการกำหนดคุณลักษณะของคณะและวิทยาเขตในระดับที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การตัดสินใจเลือกสมัครอาจอาศัยข้อมูลเพียงบางด้าน เช่น ชื่อเสียง ความคุ้นเคย ระยะทางจากบ้าน หรือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างความต้องการของตนเองกับบริบทวิทยาเขตที่เลือก และยังคงขาดข้อมูลเชิงประจักษ์ที่อธิบายว่าผู้สมัครรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการผ่านช่องทางใด ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวิทยาเขตมากที่สุด และปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้สมัคร จากช่องว่างของข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้ต่อโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขตของผู้สมัครมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยเน้นการวิเคราะห์ทั้งด้านช่องทางการรับรู้ข้อมูล ระดับการรับรู้ของผู้สมัคร และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวิทยาเขต ผลการวิจัยจะช่วยให้มหาวิทยาลัยโดยศูนย์รับนักศึกษาและการทดสอบที่หาหน้าที่รับผิดชอบโครงการรับนักศึกษาดังกล่าวโดยตรงได้เข้าใจพฤติกรรม และความต้องการของ

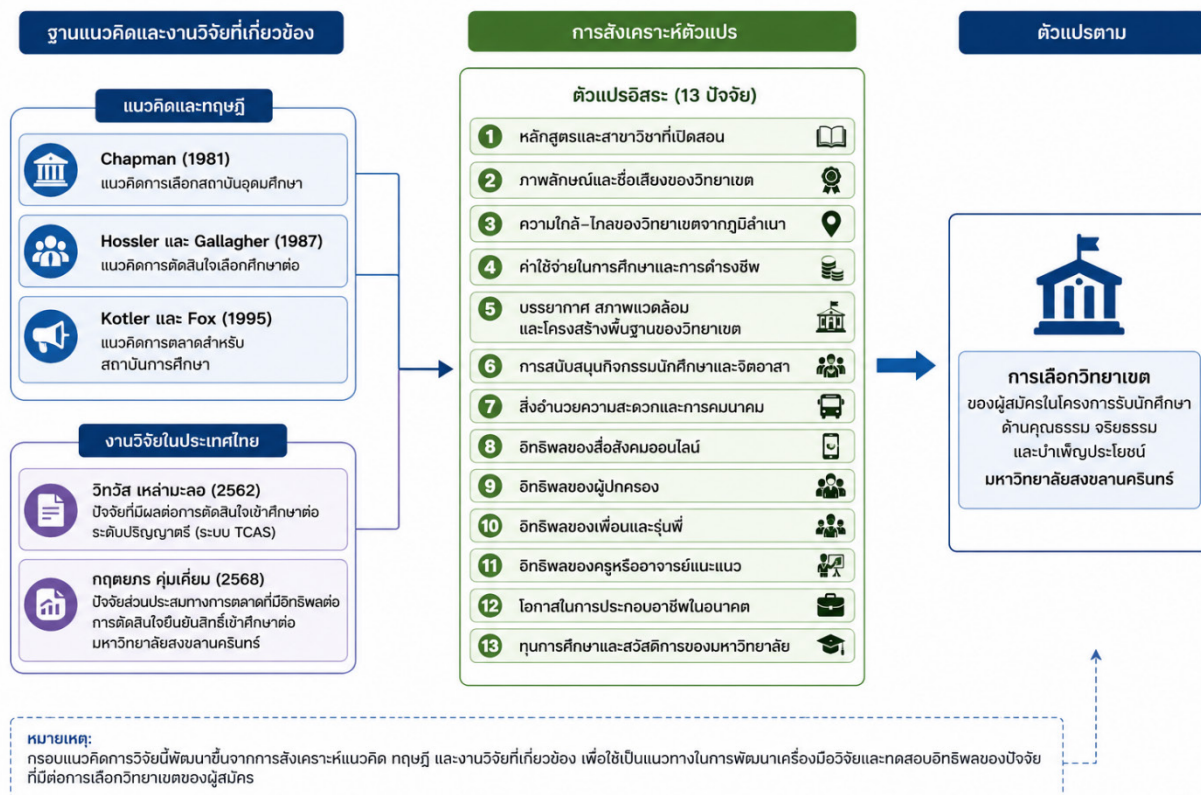
ผู้สมัครมากยิ่งขึ้น สามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ การออกแบบกิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ รวมถึงการสื่อสารไปยังเครือข่ายครูแนะแนว และการบริหารจัดการรับนักศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละวิทยาเขต อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนรับนักศึกษาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของมหาวิทยาลัยในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการรับรู้และความสนใจของผู้สมัครต่อโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขตและการตัดสินใจสมัครของผู้สมัครในโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการรับนักศึกษา เพื่อสนับสนุนการเพิ่มจำนวนผู้สมัครและการกระจายผู้สมัครให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละวิทยาเขตของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดการวิจัยจากการสังเคราะห์แนวคิดการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของ Chapman (1981) แนวคิดการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของ Hossler and Gallagher (1987) และแนวคิดการตลาดสำหรับสถาบันการศึกษาของ Kotler and Fox (1995) ร่วมกับผลการศึกษาของ วิทวัส เหล่ามะลอ (2562) และ กฤตยกร คู่เมี่ยม (2568) เพื่อสังเคราะห์ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย และพัฒนาเครื่องมือวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยกรอบแนวคิดการวิจัยแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อโครงการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขตของผู้สมัครในโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปีการศึกษา 2569 ข้อมูลถูกรวบรวมด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) และนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา และสถิติอนุมาน โดยสถิติพรรณนาใช้ในการอธิบายลักษณะทั่วไป และระดับการรับรู้ของผู้สมัคร ส่วนสถิติอนุมานใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกวิทยาเขต

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือผู้สมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่เข้าร่วมกลุ่ม Open Chat เพื่อการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารข้อมูลการรับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งเป็นผู้มีสิทธิ์หรือผู้ที่สนใจสมัครเข้าศึกษาในโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ ปีการศึกษา 2569 จำนวน 3,500 คน

ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยอ้างอิงตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970) สำหรับประชากรจำนวน 3,500 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ จำนวน 346 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเผยแพร่แบบสอบถามออนไลน์ผ่านกลุ่ม Open Chat ดังกล่าว

ภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่า มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ และสามารถนำมาวิเคราะห์ได้จำนวน 341 ชุด ซึ่งต่ำกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนดไว้ จำนวน 5 ชุด โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มีตัวแปรอิสระ จำนวน 13 ตัว ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับยังมีความเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลตามเกณฑ์ที่ Tabachnick and Fidell (2019) เสนอไว้ ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถาม จำนวน 341 ชุด มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และได้ระบุประเด็นดังกล่าวเป็นข้อจำกัดของการวิจัยไว้ในส่วนอภิปรายผล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการเลือกศึกษาต่อ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษา โดยพัฒนาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย โดยนำตัวแปรทั้ง 13 ปัจจัยมาแปลงเป็นนิยามเชิงปฏิบัติการ และกำหนดข้อคำถามให้ครอบคลุมองค์ประกอบของแต่ละปัจจัย ประกอบด้วย 1) หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน 2) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวิทยาเขต 3) ความใกล้-ไกลของวิทยาเขตจากภูมิลำเนา 4) ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและการดำรงชีพ 5) บรรยากาศ สภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานของวิทยาเขต 6) การสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษาและจิตอาสา 7) สิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคม 8) อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ 9) อิทธิพลของผู้ปกครอง 10) อิทธิพลของเพื่อนและรุ่นพี่ 11) อิทธิพลของครูหรืออาจารย์แนะแนว 12) โอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต และ 13) ทุนการศึกษาและสวัสดิการของมหาวิทยาลัย แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และแบบตอบสั้น เพื่อเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ประเภทโรงเรียน แผนการเรียน จังหวัดที่ตั้งของโรงเรียน เกรดเฉลี่ยสะสม (GPAX) ประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาหรือกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ และวิทยาเขตที่มีแนวโน้มจะสมัครมากที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ต่อโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ โดยใช้ข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) จำนวน 8 ข้อ เพื่อวัดระดับการรับรู้ ความเข้าใจ และความสนใจของผู้สมัครที่มีต่อโครงการ

ตอนที่ 3 เป็นช่องทางการรับรู้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 1 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขต โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) จำนวน 13 ข้อ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านวิชาการ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่าย ความสะดวกในการเดินทาง รวมถึงปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกวิทยาเขตของผู้สมัคร

ตอนที่ 5 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อ โดยใช้ข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 6 เป็นคำถามความต้องการด้านข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ แบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 7 เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

สำหรับข้อคำถามในตอนที่ 2 ตอนที่ 4 และตอนที่ 5 ผู้วิจัยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ตามแนวคิดของ Likert (1932) โดยกำหนดระดับคะแนนจาก 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การแปลผล ดังนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับมาก ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับน้อย และค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด จากนั้นนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-objective Congruence: IOC) โดยแบบสอบถามทุกข้อมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1977) หลังจากได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.825

วิธีการเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms ผ่านช่องทาง Open Chat ที่ใช้สำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลการรับนักศึกษา และข้อมูลของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน 2569 ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณร่วมกับข้อเสนอแนะจากคำถามปลายเปิดมาสังเคราะห์เพื่อจัดทำแนวทางการสื่อสารในการส่งเสริมการยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาของผู้สมัคร โดยเชื่อมโยงกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และประเด็นที่ผู้สมัครให้ความสำคัญ เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่สอดคล้องกับผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สมัครและผู้สนใจสมัครเข้าศึกษาต่อในโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปีการศึกษา 2569 จำนวน 341 คน ผลการวิจัยสามารถนำเสนอได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1) การรับรู้และความสนใจของผู้สมัครต่อโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 66.6 ศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล จำนวน 194 คนคิดเป็นร้อยละ 56.9 และศึกษาอยู่ในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 สำหรับผลการเรียนเฉลี่ยสะสม (GPAX) พบว่าส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 3.01 - 3.50 จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
เพศหญิง	227	66.6
เพศชาย	105	30.8
เพศทางเลือก	9	2.6
รวม	341	100.0
ประเภทโรงเรียน		
โรงเรียนรัฐบาล	194	56.9
โรงเรียนเอกชน	131	38.4
อาชีวศึกษา	15	4.4
โรงเรียนสาธิต	1	0.3
รวม	341	100.0
แผนการเรียน		
วิทย์-คณิต	255	74.8
ศิลป์-ภาษา	52	15.3
ศิลป์-คำนวณ	19	5.5
อาชีวศึกษา	15	4.4
รวม	341	100.0
เกรดเฉลี่ยสะสม		
0.00 - 2.00	4	1.2
2.01 - 2.50	8	2.3
2.51 - 3.00	52	15.2
3.01 - 3.50	211	61.9
3.51 - 4.00	64	18.8
ไม่ระบุ	2	0.6
รวม	341	100.0

เมื่อพิจารณาการรับรู้และความสนใจต่อโครงการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อโครงการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.48, S.D. = 0.69) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการ และการรับรู้ถึงโอกาสทางการศึกษาที่โครงการมอบให้แก่ผู้มีผลงานด้านกิจกรรมหรือจิตอาสา รองลงมา คือ ความชัดเจนของขั้นตอนการสมัคร ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับการรับรู้และความสนใจต่อโครงการ

รายการ	Mean	S.D.	ระดับ
ความเข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการ	4.57	0.66	มากที่สุด
การรับรู้ถึงโอกาสทางการศึกษาที่โครงการมอบให้แก่ผู้มีผลงานด้านกิจกรรมหรือจิตอาสา	4.57	0.63	มากที่สุด
สอดคล้องของโครงการกับประสบการณ์หรือความสนใจด้านกิจกรรมของผู้สมัคร	4.31	0.79	มากที่สุด
การให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผู้สมัครมากกว่าการพิจารณาผลการเรียนเพียงอย่างเดียว	4.43	0.71	มากที่สุด
ความชัดเจนของข้อมูลด้านคุณสมบัติ และเกณฑ์การคัดเลือก	4.46	0.67	มากที่สุด
ความชัดเจนของขั้นตอนการสมัคร	4.52	0.67	มากที่สุด
ผลของข้อมูลเกี่ยวกับโครงการต่อความสนใจสมัครเข้าศึกษา	4.45	0.71	มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือและความเป็นธรรมของโครงการ	4.50	0.68	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.48	0.69	มากที่สุด

นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการผ่าน Facebook มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ กลุ่ม Open Chat ของ TCAS69 Website ของคณะ/วิทยาเขต และ Website ของศูนย์รับนักศึกษา ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ

ช่องทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Face book	170	20.20
กลุ่ม Open Chat ของ TCAS69	129	15.30
Website ของคณะ/วิทยาเขต	114	13.50
Website ของศูนย์รับนักศึกษา	87	10.30
รุ่นพี่ / ศิษย์เก่า	67	7.90
Tiktok	66	7.80
ครูแนะแนว	64	7.60
Instagram	59	7.00
เพื่อน	53	6.30
Open House/นิทรรศการตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา	26	3.10
Roadshow/แนะแนว	8	0.90

2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขตและการตัดสินใจสมัคร

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาในโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 9 ปัจจัย ได้แก่ หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน สภาพลักษณะและชื่อเสียงของวิทยาเขต ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและดำรงชีพ บรรยากาศ สภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานของวิทยาเขต วิทยาเขตมีการสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษา และจิตอาสา อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ อิทธิพลของเพื่อน และรุ่นพี่ โอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต และทุนการศึกษาและสวัสดิการของมหาวิทยาลัย ดังแสดงในตารางที่ 4

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) พบว่า วิทยาเขตมีการสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษา และจิตอาสา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษามากที่สุด ($\beta = 0.197, p = 0.001$) รองลงมา ได้แก่ อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ ($\beta = 0.183, p =$

0.001) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวิทยาเขต ($\beta = .171, p = 0.001$) โอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต ($\beta = 0.150, p = 0.004$) หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน ($\beta = 0.103, p = 0.039$) ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและการดำรงชีพ ($\beta = 0.107, p = 0.049$) และทุนการศึกษาและสวัสดิการของมหาวิทยาลัย ($\beta = 0.101, p = 0.048$)

และยังพบว่า บรรยากาศ สภาพแวดล้อม และโครงสร้างพื้นฐานของวิทยาเขต ($\beta = -0.114, p = 0.048$) และอิทธิพลของเพื่อนและรุ่นพี่ ($\beta = -0.156, p = 0.024$) มีอิทธิพลในทิศทางเชิงลบต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษา ขณะที่ ความใกล้-ไกลของวิทยาเขตจากภูมิลำเนา สิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคม อิทธิพลของผู้ปกครอง และอิทธิพลของครูหรืออาจารย์แนะแนว ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษา

ปัจจัย	B	β	t	p	ผลการทดสอบ
หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน	0.097	0.103	2.071	0.039	มีอิทธิพล
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวิทยาเขต	0.150	0.171	3.404	0.001	มีอิทธิพล
ความใกล้-ไกลของวิทยาเขตจากภูมิลำเนา	-0.013	-0.025	-0.468	0.640	ไม่มีอิทธิพล
ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและการดำรงชีพ	0.068	0.107	1.977	0.049	มีอิทธิพล
บรรยากาศ สภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานของวิทยาเขต	-0.092	-0.114	-1.988	0.048	มีอิทธิพล (เชิงลบ)
วิทยาเขตมีการสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษาและจิตอาสา	0.172	0.197	3.490	0.001	มีอิทธิพล
สิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคม	0.083	0.108	1.955	0.051	ไม่มีอิทธิพล
อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์	0.147	0.183	3.467	0.001	มีอิทธิพล
อิทธิพลของผู้ปกครอง	0.009	0.019	0.344	0.731	ไม่มีอิทธิพล
อิทธิพลของเพื่อนและรุ่นพี่	-0.069	-0.156	-2.262	0.024	มีอิทธิพล (เชิงลบ)
อิทธิพลของครูหรืออาจารย์แนะแนว	0.041	0.098	1.487	0.138	ไม่มีอิทธิพล
โอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต	0.109	0.150	2.870	0.004	มีอิทธิพล
ทุนการศึกษาและสวัสดิการของมหาวิทยาลัย	0.061	0.101	1.987	0.48	มีอิทธิพล

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) แนวทางการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการรับนักศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลคำถามปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับหลักสูตรและสาขาวิชาที่ตรงกับความสนใจ ความใกล้ของวิทยาเขต และชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นลำดับแรก ขณะที่ข้อเสนอแนะส่วนใหญ่เห็นว่าการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พัฒนาระบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และนำเสนอข้อมูลของแต่ละวิทยาเขตให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปประเด็นสำคัญจากคำถามปลายเปิด

ประเด็น	จำนวน (ครั้ง)	ร้อยละ
หลักสูตรและสาขาวิชาที่ตรงกับความสนใจ	64	26.1
ความใกล้-ไกลและความสะดวกในการเดินทาง	52	21.2
ชื่อเสียงและคุณภาพของมหาวิทยาลัย	50	20.4
สนใจโครงการด้านคุณธรรม จริยธรรม และจิตอาสา	43	17.6
สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของวิทยาเขต	41	16.7
ข้อเสนอแนะให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	21	8.6

หมายเหตุ: จำนวนความถี่เป็นจำนวนครั้งที่พบการกล่าวถึงประเด็นนั้น ๆ จากคำถามปลายเปิด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามหนึ่งคนอาจกล่าวถึงได้มากกว่าหนึ่งประเด็น ดังนั้นผลรวมของความถี่จึงอาจมากกว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

เมื่อนำมาพิจารณาพร้อมกับผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านการสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษาและจิตอาสา ภาพลักษณ์ของวิทยาเขต อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ โอกาสในการประกอบอาชีพ หลักสูตร และทุนการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์เป็นแนวทางการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการรับนักศึกษา ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แนวทางการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการรับนักศึกษา

ด้าน	แนวทาง
การสื่อสาร	สื่อสารจุดเด่นของหลักสูตร ผลลัพธ์การเรียนรู้ โอกาสในการประกอบอาชีพ และกิจกรรมนักศึกษาให้ชัดเจน โดยใช้ภาษาที่เหมาะสมกับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
การประชาสัมพันธ์	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น TikTok, Facebook, Instagram และ YouTube พร้อมนำเสนอเรื่องราวของรุ่นพี่ ผลงานนักศึกษา และทุนการศึกษา
การบริหารจัดการรับนักศึกษา	พัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละวิทยาเขต โดยใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และติดตามผลการรับสมัครอย่างต่อเนื่อง

จากการสังเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามปลายเปิด พบว่า แนวทางที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาการรับนักศึกษา ได้แก่ 1) การสื่อสารจุดเด่นของหลักสูตร และโอกาสในการประกอบอาชีพ 2) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการนำเสนอภาพลักษณ์ของแต่ละวิทยาเขต 3) การส่งเสริมกิจกรรมนักศึกษา และจิตอาสาให้เป็นจุดเด่นของมหาวิทยาลัย และ 4) การวางแผนบริหารจัดการรับนักศึกษาที่สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของแต่ละวิทยาเขต เพื่อสนับสนุนการเพิ่มจำนวนผู้สมัคร และการกระจายผู้สมัครให้เหมาะสมกับบริบทของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้และความสนใจของผู้สมัครต่อโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขตและการตัดสินใจสมัคร ตลอดจนแนวทางการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการรับนักศึกษา เพื่อสนับสนุนการเพิ่มจำนวนผู้สมัครและการกระจายผู้สมัครให้เหมาะสมกับบริบทแต่ละวิทยาเขตของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1) การรับรู้และความสนใจของผู้สมัครต่อโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์

โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สมัครและผู้สนใจสมัครเข้าศึกษาต่อในปีการศึกษา 2569 จำนวน 341 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล และมีผลการเรียนเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 3.01 - 3.50 มากที่สุด ซึ่งมองได้ว่า ผู้สนใจสมัครในโครงการส่วนใหญ่เป็นนักเรียนที่มีผลการเรียนอยู่ในระดับดี และมาจากสถานศึกษาของภาครัฐ และส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และให้ความสนใจสมัครเข้าศึกษาเนื่องจากหลักสูตรที่ตรงกับความสนใจ ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาและกิจกรรมจิตอาสา

2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขต และการตัดสินใจสมัคร

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 9 ปัจจัย ได้แก่ หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวิทยาเขต ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและการดำรงชีพ บรรยากาศ สภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานของวิทยาเขต วิทยาเขตมีการสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษาและจิตอาสา อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ อิทธิพลของเพื่อนและรุ่นพี่ โอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต และทุนการศึกษา และสวัสดิการของมหาวิทยาลัย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) พบว่า วิทยาเขตมีการสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษาและจิตอาสา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมา ได้แก่ อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวิทยาเขต และโอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต ขณะที่ ความใกล้เคียงของวิทยาเขตจากภูมิลำเนา สิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคม อิทธิพลของผู้ปกครอง และอิทธิพลของครูหรืออาจารย์แนะแนว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3) แนวทางการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการรับนักศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามปลายเปิดร่วมกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ พบว่า ผู้สมัครให้ความสำคัญกับหลักสูตรและสาขาวิชาที่ตรงกับความสนใจ ชื่อเสียงและคุณภาพของมหาวิทยาลัย ความใกล้บ้านและความสะดวกในการเดินทาง และกิจกรรมนักศึกษา ขณะที่ข้อเสนอแนะส่วนใหญ่เห็นว่า มหาวิทยาลัยควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พัฒนาช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และนำเสนอจุดเด่นของแต่ละวิทยาเขตให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยเสนอแนวทางในการพัฒนาการรับนักศึกษา 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสื่อสาร โดยเน้นการสื่อสารจุดเด่นของหลักสูตร โอกาสในการประกอบอาชีพ กิจกรรมนักศึกษา และทุนการศึกษา 2) ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยเพิ่มการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อดิจิทัลในการนำเสนออัตลักษณ์ และจุดเด่นของแต่ละวิทยาเขต รวมถึงการใช้ประสบการณ์ของรุ่นพี่และศิษย์เก่าเป็นสื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และ 3) ด้านการบริหารจัดการรับนักศึกษา โดยกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างตามบริบท และศักยภาพของแต่ละวิทยาเขต ใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ประกอบการวางแผน และติดตามผลการรับสมัครอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มจำนวนผู้สมัครและกระจายผู้สมัครให้เหมาะสมกับบริบทของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สมัครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล เรียนในแผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ และ มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 3.01 - 3.50 สะท้อนว่าโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ได้รับความสนใจจากกลุ่มนักเรียนที่มีผลการเรียนอยู่ในระดับดี และเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากคุณสมบัติของโครงการให้ความสำคัญกับทั้งผลการเรียนและประวัติการทำกิจกรรม จึงดึงดูดนักเรียนที่มีศักยภาพทั้งด้านวิชาการ และการ

ทำกิจกรรม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่ต้องการศึกษาการรับรู้และความสนใจต่อโครงการ ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขต และแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ และความสนใจต่อโครงการอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการคัดเลือกนักศึกษาที่มุ่งพิจารณาศักยภาพและคุณลักษณะของผู้เรียนอย่างรอบด้าน นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนรวมถึงโอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกวิทยาเขตของผู้สมัคร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรุชชา สุวพานิช และ สมเกียรติ ชัยพิบูลย์ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรและคุณภาพของมหาวิทยาลัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิทวัส เหล่ามละอ (2562) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสถาบันการศึกษาและปัจจัยด้านหลักสูตร เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีผ่านระบบ TCAS โดยผู้เรียนให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของสถาบัน ความพร้อมของมหาวิทยาลัย และหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า วิทยาเขตมีการสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษาและจิตอาสา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวิทยาเขต และโอกาสในการประกอบอาชีพ สะท้อนให้เห็นว่านอกจากปัจจัยด้านวิชาการแล้ว ผู้สมัครยังให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอิสมาแอสะแม และ สายพิน บันทอง (2565) ที่พบว่าปัจจัยด้านหลักสูตร ช่องทางการศึกษา และการสร้างโอกาสทางอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษา ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ และสอดคล้องกับการศึกษาของแดเนียล โอพีโอ และคณะ (2568) ที่พบว่า การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ และลักษณะของเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาของผู้ปกครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคำถามปลายเปิด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร จุดเด่นของแต่ละวิทยาเขต ขั้นตอนการสมัคร และเสนอให้มหาวิทยาลัยเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมการรับข้อมูลของผู้เรียนในยุคดิจิทัลที่ให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว และมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรพัฒนารูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลเปรียบเทียบจุดเด่นของแต่ละวิทยาเขต ข้อมูลหลักสูตร โอกาสในการประกอบอาชีพ และสิ่งอำนวยความสะดวกผ่านช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักเรียน เช่น Facebook, Instagram, TikTok และ Open Chat รวมทั้งส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านโรงเรียนและเครือข่ายศิษย์เก่า

สำหรับการศึกษาค้างต่อไป ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังผู้ปกครอง ครูแนะแนว และนักศึกษาปัจจุบัน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น รวมทั้งอาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพหรือการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้สามารถอธิบายการตัดสินใจของผู้สมัครได้อย่างครอบคลุมและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกผ่านกลุ่ม Open Chat ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จึงอาจทำให้กลุ่มตัวอย่างจำกัดเฉพาะผู้ที่เข้าถึงช่องทางดังกล่าวและสมัครใจตอบแบบสอบถาม นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 341 ชุด ซึ่งต่ำกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 346 คนตามเกณฑ์ของ Krejcie and Morgan (1970) จำนวน 5 คน แม้ว่าจำนวนดังกล่าวเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่มีตัวแปรอิสระ 13 ตัว แต่ควรใช้ความระมัดระวังในการอ้างอิงผลการวิจัยไปยังนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือผู้สมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีทั้งหมด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไม่ได้มาจากการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การรับรู้ต่อโครงการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกวิทยาเขตของผู้สมัครในโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรมจริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์” สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความอนุเคราะห์จากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการรับนักศึกษา รศ.ดร.พงศธร อมรพิทักษ์สุข และผู้อำนวยการสำนักการศึกษาและนวัตกรรมการเรียนรู้ รศ.ดร.วันดี สุทธรังษี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ได้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ

ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาตรวจสอบและพิจารณาแบบสอบถาม พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยให้มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณหัวหน้าศูนย์รับนักศึกษาและการทดสอบ คุณกฤตยกร คู่มเคี่ยม ซึ่งได้กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และให้การสนับสนุนในการดำเนินงานวิจัยในทุกขั้นตอน ตลอดจนเป็นกำลังสำคัญที่ช่วยให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้สมัครและผู้สนใจสมัครเข้าศึกษาต่อในโครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ ประจำปีการศึกษา 2569 ทุกท่าน ที่ได้กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์และมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คุณค่าและประโยชน์อันพึงเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการรับนักศึกษา การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการโครงการรับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้สมัครได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤตยกร คู่มเคี่ยม. (2568). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยื่นสมัครเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. *วารสารบัณฑิตวิจัย*, 16(1), 1-19.
- แดเนียล โอพีโอ, ภูริพัฒน์ แก้วตาธวันวัฒนา, และ เหมือนฝัน คงสมแสง. (2568). การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. *วารสารสังคมพัฒนศาสตร์*, 8(8), 11-19.
- ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย. (2568). *ระบบการคัดเลือกกลางบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา (TCAS)*. สืบค้นจาก <https://www.mytcas.com>
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2568). *ประกาศมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เรื่อง การรับสมัครและคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี โครงการรับนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ ประจำปีการศึกษา 2569*. สืบค้นจาก <https://admission.psu.ac.th>
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2568). *วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร*. สืบค้นจาก <https://www.psu.ac.th/?page=introduce2>
- วิทวัส เหล่ามะลอ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS (รายงานวิจัย). ขอนแก่น: สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อิสามะ แอสะแม และ สายพิน ปั่นทอง. (2565). อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 36(3), 226-244.
- อุรัชชา สุวพานิช และ สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยแม่โจ้. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 12(2), 1-17.
- Cabrera, A. F., & La Nasa, S. M. (2000). Understanding the college-choice process. *New Directions for Institutional Research*, 2000(107), 5-22. <https://doi.org/10.1002/ir.10701>
- Chapman, D. W. (1981). A model of student college choice. *The Journal of Higher Education*, 52(5), 490-505. <https://doi.org/10.1080/00221546.1981.11778120>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Dong, J., & Lazaro, J. P. (2024). The influence of social media on college choice among undergraduates majoring in big data management and application in China: Taking Guilin University of electronic technology as an example. *Journal of Contemporary Educational Research*, 8(10), 128-138. <https://doi.org/10.26689/jcer.v8i10.8432>
- Hossler, D., & Gallagher, K. S. (1987). Studying student college choice: A three-phase model and the implications for policymakers. *College and University*, 62(3), 207-221.
- Kotler, P., & Fox, K. F. A. (1995). *Strategic marketing for educational institutions* (2nd ed.). Prentice Hall.

- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics* (7th ed.). Pearson.