



Received: February 22, 2025

Revised: July 7, 2025

Accepted: August 27, 2025

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Factors Affecting Student's Decision to Study Vocational Certificate at the College of
Agriculture and Technology Bangsai Arts and Crafts centre, Phra Nakhon Si Ayutthaya

กนกอร กองมี (Kanokorn Kongmee)¹

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (Jakkrapan Kittinorarat)^{2*}

อังคาร คชะว้างศรี (Angkarn Kachawangsie)³

*Corresponding author: Jakkrapan@pnru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อประชาสัมพันธ์และการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และ 3) ศึกษาอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ การวิจัยเชิงปริมาณนี้เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักเรียน จำนวน 121 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 15-18 ปี มีภูมิลำเนาออกจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกรดเฉลี่ยสถานศึกษาเดิม 2.51-3.00 และสาขาวิชาอาหารและโภชนาการมีผู้เรียนมาก

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

(Master's Degree in Business Administration students of Business Administration, Phranakhon Rajabhat University)

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

(Assistant Professor, Master of Business Administration Program in Business Administration, Phranakhon Rajabhat University)

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัย

ราชภัฏพระนคร (Assistant Professor, Bachelor of Business Administration Program in Modern Trade Business Management, Phranakhon Rajabhat University)



ที่สุด ด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยสื่อบุคคลและสื่อออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับน้อย เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อในกลุ่มลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า “ภูมิลำเนา” ส่งผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยอื่น ได้แก่ เพศ อายุ เกรดเฉลี่ยเดิม และสาขาวิชาปัจจุบันไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณชี้ว่าสื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่สื่อออนไลน์ไม่พบอิทธิพลเชิงนัยสำคัญ

คำสำคัญ การตัดสินใจศึกษาต่อ สื่อประชาสัมพันธ์ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี

Abstract

The objectives of this study were (1) to examine the current state of public relations media and the decision to continue studying at the vocational certificate (VC) level among students at the College of Agriculture and Technology Bangsai Arts and Crafts Centre in Phra Nakhon Si Ayutthaya, (2) to compare their decisions based on demographic characteristics, and (3) to investigate the influence of public relations media on students' decisions to continue studying. This quantitative research collected data from 121 students via questionnaires. The data were analyzed using descriptive statistics, and hypotheses were tested using the t-test, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis.

The findings showed that most respondents were male, aged 15–18, residing outside Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, with a previous GPA of 2.51–3.00, and predominantly enrolled in the Food and Nutrition program. Overall perception of public relations media was at a moderate level, with personal media and online media rated moderate, while print media was rated low. When comparing decisions to continue studying among different demographic groups, “domicile” had a statistically significant effect at the .05 level. Other factors including gender, age, previous GPA, and current majors showed no significant differences. Multiple regression analysis indicated that personal media and print media had a statistically significant influence on the decision to study further, whereas online media had no significant effect.

Keywords: decision to continue studying, public relations media, vocational certificate, agricultural and technology college



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของทุกประเทศ ในบริบทประเทศไทยเอง การจัดการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาได้รับการส่งเสริมให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าระบบสามัญ เนื่องจากเป็นการพัฒนากำลังคนที่มีความรู้และทักษะเฉพาะทางพร้อมปฏิบัติงาน (กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสายงานเกษตรกรรมและธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่หล่อเลี้ยงประเทศมาช้านาน อย่างไรก็ตาม ภาพรวมของภาคเศรษฐกิจและสังคมไทยในปัจจุบัน กลับเผชิญกับความท้าทายหลายประการ อาทิ สภาพเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว อัตราการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมสูงวัย ทำให้อัตราการเกิดของคนรุ่นใหม่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้หลายสถาบันการศึกษารวมถึงสถานศึกษาอาชีวศึกษาต้องเผชิญกับปัญหาจำนวนผู้สมัครเรียนที่ลดลงตามไปด้วย (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2566)

ท่ามกลางภาวะดังกล่าว วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นสถาบันอาชีวศึกษาที่มีชื่อเสียงในสาขาการเกษตร คหกรรม และบริหารธุรกิจ ก็มีอาจหลีกเลี่ยงผลกระทบจากการลดลงของจำนวนนักเรียนได้ เนื่องจากแรงจูงใจในการเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) อาจถูกบั่นทอนจากความเข้าใจเดิมของสังคมที่มองว่าสายสามัญเปิดโอกาสมากกว่า หรือสายอาชีพมีความมั่นคงไม่เท่าสายสามัญ ทั้งยังมีปัจจัยด้านค่าครองชีพ สถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว และภูมิสำเนาที่ก่อให้เกิดต้นทุนการเดินทางและใช้ชีวิตระหว่างศึกษา ซึ่งนักเรียนและครอบครัวต้องนำมาพิจารณาอย่างรอบคอบ

ภายใต้บริบททางสังคมและเศรษฐกิจที่ผันผวนนี้ การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนจึงมีลักษณะเป็น “กระบวนการตัดสินใจหลายมิติ” (Multidimensional Decision Process) เนื่องจากต้องประเมินปัจจัยที่หลากหลายและมีความเกี่ยวเนื่องกัน ไม่ว่าจะเป็นลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ ภูมิสำเนา รายได้ครอบครัว ระดับการศึกษาที่ผ่านมา) ไปจนถึงการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าเสนอข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรและคุณประโยชน์ของการศึกษาต่อสายอาชีพ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อบุคคล (ครู รุ่นพี่ ผู้ปกครอง) สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ ป้ายโฆษณา) และสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูป ฯลฯ) ซึ่งในยุคปัจจุบันกลายเป็นช่องทางหลักในการสร้างการรับรู้และโน้มน้าวใจ เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้เรียนได้อย่างรวดเร็วและไร้ขีดจำกัด

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ เพราะจะช่วยให้เข้าใจถึงมุมมองของผู้เรียนซึ่งต้องเผชิญภาวะเศรษฐกิจและสังคมเช่นเดียวกับครอบครัวและชุมชน ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการวิจัยจะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของลักษณะประชากรศาสตร์และ



การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ ต่อการตัดสินใจเรียนต่อในระดับ ปวช. ตลอดจนเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์และพัฒนาคุณภาพหลักสูตร เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้กับวิทยาลัยและตอบสนองต่อทิศทางการพัฒนาประเทศที่ต้องการแรงงานวิชาชีพอย่างเพียงพอและมีคุณภาพในอนาคต (ชินีเพ็ญมะลิสุวรรณ, 2568)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อประชาสัมพันธ์ และการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ สื่อประชาสัมพันธ์ และการตัดสินใจศึกษาต่อ เพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) และพัฒนาสมมติฐานเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ

ประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับอาชีวศึกษา ซึ่งประกอบด้วยลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของบุคคล เช่น เพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา ปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงตัวบ่งชี้โอกาสทางการศึกษาเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงข้อจำกัดและแรงจูงใจในการเลือกเส้นทางการเรียนรู้ของนักเรียนด้วย

ราชบัณฑิตยสภา (2557) ได้ให้คำจำกัดความของประชากรศาสตร์ว่าเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มประชากร ในบริบทของการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2560) ระบุว่าการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาควรพิจารณาโครงสร้างประชากรศาสตร์ของนักเรียน เนื่องจากมีผลต่อทิศทางการพัฒนาหลักสูตรและนโยบายการศึกษาของประเทศ

จากการศึกษาของ กรภัทร รักเดช (2565) พบว่า ปัจจัยด้านอายุ รายได้ และภูมิฐานะของนักเรียนส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพ นักเรียนจากครอบครัวที่มีรายได้ต่ำมีแนวโน้มที่จะ



เลือกศึกษาต่อในสายอาชีพ เนื่องจากเป็นเส้นทางที่สามารถนำไปสู่การมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคงในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นรินทรณ์ กัลยาวงศ์ (2560) ที่ระบุว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและระดับรายได้ของครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานศึกษาของนักเรียนระดับอาชีวศึกษา

หากพิจารณาองค์ประกอบของประชากรศาสตร์อย่างละเอียด จะพบว่าปัจจัยเหล่านี้เชื่อมโยงกันเป็นระบบ กล่าวคือ นักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีก็มีโอกาสเลือกเรียนได้หลากหลายกว่า ขณะที่นักเรียนที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้ต่ำมักต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่อมากกว่าความสนใจส่วนตัว ดังนั้น การศึกษานี้จึงให้ความสำคัญกับตัวแปรประชากรศาสตร์ที่มีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเลือกศึกษาต่อ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา รายได้ของครอบครัว และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ

นอกเหนือจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แล้ว สื่อประชาสัมพันธ์ ยังมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางการตัดสินใจของนักเรียนเกี่ยวกับการศึกษาต่อ โดยสื่อประชาสัมพันธ์สามารถช่วยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตร โอกาสในการทำงาน และสิทธิประโยชน์ที่สถานศึกษามอบให้

กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (2562) ระบุว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มอัตราการสมัครเข้าเรียนในสถาบันอาชีวศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากสามารถเข้าถึงนักเรียนและผู้ปกครองได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลสามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

การศึกษาของ ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ (2558) พบว่า การรับรู้ข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนและตรงกับความต้องการของนักเรียนช่วยให้เกิดความมั่นใจในการเลือกสถานศึกษา ขณะที่ อิศราภรณ์ ขวัญใจ (2562) พบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบผสมผสาน เช่น สื่อบุคคล (ครูแนะแนว รุ่นพี่) สื่อดิจิทัล และสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้นักเรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้นและช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่มีเหตุผลมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม โกวิท ประดิษฐ์ผล (2563) ตั้งข้อสังเกตว่าสื่อประชาสัมพันธ์บางประเภทอาจไม่ได้มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร หากเนื้อหาไม่มีความชัดเจนหรือไม่สามารถสร้างแรงจูงใจที่เพียงพอ ดังนั้น องค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการศึกษาครั้งนี้ จะเน้นที่ ช่องทางการสื่อสาร (สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์) ความชัดเจนของข้อมูล และความสามารถในการเข้าถึงของสื่อ

3. การตัดสินใจศึกษาต่อ

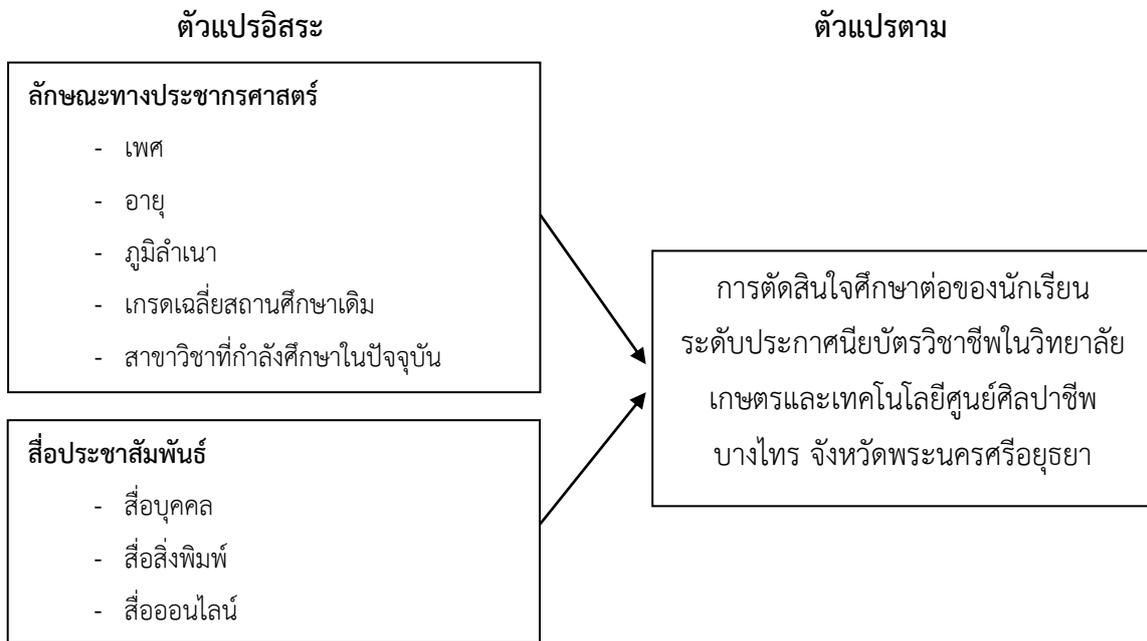
การตัดสินใจศึกษาต่อเป็นกระบวนการที่เกิดจากปัจจัยหลายด้าน ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางเศรษฐกิจ พิชญภา โสรรัตน์ และคณะ (2565) ศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนในการเลือกสถานศึกษาและพบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสในการทำงาน มีผลกระทบโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกเรียนของนักเรียนสายอาชีพ



ในมุมมองของ อลงกรณ์ อัมมวงศ์จิตต์ (2563) นักเรียนส่วนใหญ่มักพิจารณาคุณภาพของหลักสูตร ความมั่นคงของอาชีพ และความสะดวกในการเดินทาง เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานศึกษา ขณะที่ นรินทรณ์ กัลยาวงศ์ (2560) เน้นถึงความสำคัญของปัจจัยทางเศรษฐกิจของครอบครัว โดยพบว่านักเรียนที่มา จากครอบครัวที่มีรายได้ต่ำมักเลือกเรียนในหลักสูตรที่สามารถนำไปสู่การจ้างงานได้เร็วที่สุดผลจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวนำไปสู่การสรุปว่ายิ่งสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลายและเข้าถึงกลุ่มนักเรียนเป้าหมาย ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันได้มากเท่าใด โอกาสในการสร้างแรงจูงใจให้ตัดสินใจศึกษาต่อก็เพิ่มขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำกรอบแนวคิดดังกล่าวมาสร้างเป็นสมมติฐาน และใช้ในการวางโครงสร้างเครื่องมือวิจัย รวมถึงแนวทางวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ชัดเจนและสามารถพัฒนาหรือปรับปรุงแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยฯ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (ชินีเพ็ญ มะลิสวรรณ, 2568)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)” ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุรนัยศิลป์ศิลปาชีพบางไทร โดยพบว่า (1) ลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ภูมิภาค อาชีพ และ สาขาวิชาที่กำลังศึกษา ในปัจจุบัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากแต่ละกลุ่มอาจมีข้อจำกัดและแรงจูงใจต่างกัน (2) สื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งแบ่งออกได้เป็นสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และโน้มน้าวให้นักเรียนเห็นถึงคุณค่าของหลักสูตรและโอกาสหลังสำเร็จการศึกษา ทั้งสองปัจจัยดังกล่าวจึงเชื่อมโยงสู่ “การตัดสินใจศึกษาต่อ” อันเป็นตัวแปรตามของการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อวิเคราะห์ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์และสื่อประชาสัมพันธ์สามารถทำนายหรือส่งผลต่อการเลือกเรียนระดับ ปวช. ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุรนัยศิลป์ศิลปาชีพบางไทร ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ผู้ทำการวิจัยตั้งสมมติฐานการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. การตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อแตกต่างกัน
2. การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ในด้านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีการวิจัย

1. **รูปแบบการวิจัย** การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทรเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ



2. ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

2.1 ประชากร คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 162 คน (ข้อมูลจากงานทะเบียนของวิทยาลัยฯ ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2566)

2.2 หน่วยวิเคราะห์ คือ บุคคล ซึ่งในที่นี้คือนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) แต่ละคนที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาลัยเกษตรฯ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง

3.1 การกำหนดขนาดตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรของยามานะ (Yamane, 1973) ซึ่งเหมาะสมในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน (e) 0.05 ทำให้ได้ขนาดตัวอย่าง 115 คน จากนั้นเพื่อความครอบคลุมและป้องกันการสูญเสียแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงสำรวจเพิ่ม 5% (6 คน) รวมเป็น 121 คน

3.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 121 คน ผู้วิจัยใช้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยเทคนิคการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรอย่างชัดเจนและมีบัญชีรายชื่อของนักเรียนเป้าหมาย ซึ่งมีทั้งหมด 162 คน โดยต้องการกลุ่มตัวอย่าง 121 คน จึงอาศัย “ตารางเลขสุ่ม” (Random Number Table) โดยขั้นตอนเริ่มจากการกำหนดหมายเลขลำดับประชากรทั้งหมดเป็น 001, 002, 003 ... จนถึง 162 จากนั้นทำการเลือกเลขสามหลักจากตารางเลขสุ่มแบบต่อเนื่อง และแต่ละเลขสามหลักที่ปรากฏจะเป็นหมายเลขลำดับของนักเรียนที่ถูกสุ่มเลือกเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ ดำเนินการไปเรื่อย ๆ จนครบ 121 คน ตามขนาดตัวอย่างที่กำหนด

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ผู้วิจัยได้เลือกใช้ “แบบสอบถาม (Questionnaire)” เป็นเครื่องมือหลัก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Check List) ที่ผู้ตอบสามารถเลือกเพียงคำตอบเดียว ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา เกรดเฉลี่ย สถานศึกษาเดิม และสาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามความคิดเห็นต่อการรับรู้ปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ อิศราภรณ์ ขวัญใจ (2562) และ วาราดา จินดาอินทร์ (2560) มาประยุกต์ แบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ลักษณะคำถามเป็นแบบ



ปลายปิด (Close-Ended Questions) วัดในรูปมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับ กำหนดความหมายของคะแนนไว้ดังนี้

- 5 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่รับรู้มากที่สุด
- 4 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่รับรู้มาก
- 3 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่รับรู้ปานกลาง
- 2 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่รับรู้น้อย
- 1 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่รับรู้น้อยที่สุด

เมื่อได้รับข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์เฉลี่ยตามวิธีการของ เบส (Best, 1997) เพื่อแปลความหมายระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 4.50–5.00 = ความเห็นต่อปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์มากที่สุด
- 3.50–4.49 = ความเห็นต่อปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์มาก
- 2.50–3.49 = ความเห็นต่อปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์ปานกลาง
- 1.50–2.49 = ความเห็นต่อปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์น้อย
- 1.00–1.49 = ความเห็นต่อปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อ

เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดเช่นเดียวกัน โดยวัดระดับผลกระทบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนได้รับว่าเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพมากน้อยเพียงใด วัดด้วย “มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale)” 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาก
- 3 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
- 2 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อย
- 1 หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ผลระดับคะแนนในส่วนของการตัดสินใจศึกษาต่อ ผู้วิจัยเลือกใช้เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ยของ เบส (Best, 1997) แบ่งเป็น 5 ระดับเช่นเดียวกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 4.50–5.00 = สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
- 3.50–4.49 = สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาก
- 2.50–3.49 = สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
- 1.50–2.49 = สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อย
- 1.00–1.49 = สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด



5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

5.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item-Objective Congruence) แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นถูกนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งกำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำที่ 0.50 ขึ้นไป โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า IOC ของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.58 - 0.91 ซึ่ง ผ่านเกณฑ์ และสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

5.2 ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อประเมินความสม่ำเสมอของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิไป ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 40 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ทั้งฉบับเท่ากับ 0.87 ซึ่ง สูงกว่าค่ามาตรฐาน (0.70) แสดงว่า เครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้จริง

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ภายหลังจากที่แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่นแล้ว ผู้วิจัยจึง นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาผู้วิจัยขออนุญาตผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในวิทยาลัยเกษตรฯ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร เพื่ออนุญาตทำการแจกแบบสอบถามดำเนินการแจกแบบสอบถาม ด้วยตนเองและขอความอนุเคราะห์จากครูผู้สอนและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหมด 121 ชุด เก็บรวบรวมแบบสอบถามภายใน 30 วัน ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน นำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ พร้อมเตรียมสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ

7. วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ สื่อประชาสัมพันธ์ และการตัดสินใจศึกษาต่อ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

7.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบสำหรับเปรียบเทียบความแตกต่าง (t-test, One-way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าลักษณะประชากรศาสตร์ (เช่น เพศ อายุ ภูมิภาค ฯลฯ) ส่งผลให้ระดับการตัดสินใจศึกษาต่อแตกต่างกันหรือไม่ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ โดยผู้วิจัยจะพิจารณาระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05



ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 ขณะที่เพศหญิงมีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-18 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 98.3 ส่วนกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 สำหรับภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มที่อาศัยอยู่นอกจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 66.9 ขณะที่กลุ่มที่อาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 ด้านเกรดเฉลี่ยสถานศึกษาเดิม ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2.51-3.00 จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือ 2.00-2.50 จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 กลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ย 3.01-3.50 มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 และกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ย 3.51-4.00 มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ในด้านสาขาวิชาที่กำลังศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาในสาขาอาหารและโภชนาการ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 สาขาช่างเกษตร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 สาขาเกษตรศาสตร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 สาขาธุรกิจเกษตร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และสาขาการผลิตพืช จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการรับรู้ด้านสื่อประชาสัมพันธ์

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการวิเคราะห์ในส่วนต่อไปนี้เป็นไปเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อประชาสัมพันธ์ และการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์จำแนกรายด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	ระดับการรับรู้สื่อ
สื่อบุคคล	3.12	0.62	ปานกลาง
สื่อสิ่งพิมพ์	1.94	0.86	น้อย
สื่อออนไลน์	2.51	0.63	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลและสื่อออนไลน์ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะรุ่นพี่และผู้ปกครองมีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์มีระดับการรับรู้ต่ำ



ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการตัดสินใจผลการวิเคราะห์การตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจศึกษาต่อ

รายการข้อความ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
รุ่นพี่เป็นผู้แนะนำให้เลือกรเรียนที่วิทยาลัยแห่งนี้	3.71	1.24	มาก
ครูสถาบันเดิมเป็นผู้แนะนำให้เลือกรเรียนที่วิทยาลัยแห่งนี้	2.75	0.84	ปานกลาง
ผู้ปกครองของนักเรียนแนะนำให้เลือกรเรียนที่วิทยาลัยแห่งนี้	3.70	0.84	มาก
ได้รับการแนะนำจากครู/เจ้าหน้าที่จากวิทยาลัย	3.05	1.01	ปานกลาง
ได้อ่านแผ่นพับ/โบรชัวร์ประชาสัมพันธ์	1.74	0.85	น้อย
ได้เห็นป้ายประชาสัมพันธ์ (ป้ายไวเนล)	2.06	1.16	น้อย
ได้เห็นสื่อออนไลน์ของวิทยาลัย	3.27	0.77	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า รุ่นพี่และผู้ปกครองมีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียน ขณะที่ป้ายไวเนลและแผ่นพับ/โบรชัวร์ประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลน้อยที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อบุคคลที่มีการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักเรียนมีความสำคัญมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์นี้มุ่งตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในสองประเด็นหลัก ได้แก่ การเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และการศึกษาอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ โดยสมมติฐานแรกทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจศึกษาต่อในด้านเพศ อายุ ภูมิลำเนา เกรดเฉลี่ยสถานศึกษาเดิม และสาขาวิชาที่กำลัง



ศึกษา ส่วนสมมติฐานที่สองทดสอบอิทธิพลของสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ ซึ่งผลการทดสอบสถิติได้นำเสนอในตารางที่ 3 และ 4

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่านัยสำคัญ (Sig.)
เพศ			t=1.35
- ชาย	2.94	0.53	Sig= .17
- หญิง	2.81	0.47	
อายุ			t=0.11
- 15-18 ปี	2.89	0.51	Sig=0.91
- 18 ปีขึ้นไป	2.85	0.80	
ภูมิลำเนา			t= 3.78
- พระนครศรีอยุธยา	3.13	0.53	Sig=0.00*
- นอกจังหวัด	2.77	0.46	
เกรดเฉลี่ยเดิม			F= 0.22
- 2.00-2.50	2.87	0.50	Sig=0.87
- 2.51-3.00	2.91	0.52	
- 3.01-3.50	2.92	0.48	
- 3.51-4.00	2.88	0.55	
สาขาวิชา			F=1.16
- การผลิตพืช	2.81	0.51	Sig=0.32
- เกษตรศาสตร์	2.85	0.49	
- อาหารและโภชนาการ	2.92	0.52	
- คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	2.87	0.50	
- ช่างเกษตร	2.89	0.53	
- ธุรกิจเกษตร	2.88	0.55	

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนามีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยพบว่านักเรียนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีค่าเฉลี่ยสูงกว่า



นักเรียนที่มาจากจังหวัดอื่น ในขณะที่ตัวแปรอื่น เช่น เพศ อายุ เกรดเฉลี่ยเดิม และสาขาวิชา ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ หมายความว่าปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้เป็นตัวชี้วัดสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนในกลุ่มตัวอย่างนี้ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ระบุว่า ปัจจัยทางภูมิศาสตร์อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับวิทยาลัย เนื่องจากนักเรียนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับสถานศึกษามีแนวโน้มที่จะเลือกศึกษาต่อมากกว่านักเรียนจากต่างจังหวัด ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางและค่าใช้จ่ายในการศึกษา

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุของอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ

ตัวแปรพยากรณ์	b	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (a)	1.21	0.21	-	5.72	0.00*	-	-
สื่อบุคคล (X1)	0.28	0.05	0.33	4.91	0.00*	0.88	1.13
สื่อสิ่งพิมพ์ (X2)	0.28	0.04	0.47	6.46	0.00*	0.77	1.29
สื่อออนไลน์ (X3)	0.1	0.05	0.12	1.75	0.08	0.87	1.14

R = 0.71, R² = 0.51, SEE = 0.36, F = 40.75, Sig of F = 0.00

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง โดยสามารถพิจารณาได้จากค่าTolerance ซึ่งสูงกว่า 0.2 และค่า VIF ที่ต่ำกว่า 5 ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ของ Pedhazur (1997) และ Miles & Shevlin (2001) ดังนั้น การวิเคราะห์นี้จึงเป็นไปตามเงื่อนไขเบื้องต้นของการใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

เมื่อทดสอบความเป็นเส้นตรงของคะแนนจากตัวแปรเกณฑ์และตัวแปรพยากรณ์ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) พบว่า ค่า F มีค่าเท่ากับ 40.75 และค่า Sig of F เท่ากับ .000 ซึ่งบ่งบอกว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถพยากรณ์ความแปรปรวนของการตัดสินใจศึกษาต่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ถดถอยแบบปกติ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์และค่าคงที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ถึง 51% (R² = .51) ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์นี้มาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้:

$$Y = 1.21 + 0.28 (X1) + 0.28 (X2)$$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทรมากที่สุด ได้แก่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์



(X2) และด้านสื่อบุคคล (X1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .28 ทั้งสองตัวแปร ในขณะที่ปัจจัยด้านสื่อออนไลน์ (X3) ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ (Sig. = .08 มากกว่าระดับ .05)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = .71 และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) พบว่า มีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัวที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับตัวแปรตาม ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการสร้างสมการพยากรณ์ได้ โดยการพิจารณาค่า Sig. ของการทดสอบ t พบว่า ตัวแปรที่ควรนำไปใช้ในสมการพยากรณ์ ได้แก่ ด้านสื่อบุคคล (X1) และด้านสื่อสิ่งพิมพ์ (X2) ซึ่งค่า Sig. เท่ากับ .000 ทั้งสองตัวแปร ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ดังนั้น การพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ อาจช่วยเพิ่มอัตราการสมัครเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปและอภิปรายผล

1. สภาพปัจจุบันของสื่อประชาสัมพันธ์และการตัดสินใจศึกษาต่อ

จากผลการศึกษา พบว่า นักเรียนที่เข้าร่วมการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 15-18 ปี และมีภูมิลำเนาออกจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มว่าวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศูนย์ศิลปาชีพบางไทรสามารถดึงดูดนักเรียนจากจังหวัดอื่น ๆ มากกว่าการให้บริการเฉพาะนักเรียนในพื้นที่ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากโครงสร้างหลักสูตรที่โดดเด่นหรือการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในระดับภูมิภาค (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2567)

เมื่อพิจารณาถึงระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียน พบว่า โดยรวมยังอยู่ในระดับปานกลาง โดยสื่อบุคคลเป็นช่องทางที่ได้รับการรับรู้มากที่สุด ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ พิษญาดา นวลสาย และคณะ (2563) ที่ชี้ให้เห็นว่า สื่อบุคคล เช่น รุ่นพี่และผู้ปกครอง มีบทบาทสำคัญในการโน้มน้าวให้นักเรียนตัดสินใจศึกษาต่อ รองลงมาคือ สื่อออนไลน์ ที่แม้ว่าจะได้รับการใช้งานอย่างแพร่หลาย แต่ยังคงขาดความน่าเชื่อถือในสายตาของนักเรียน (ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ, 2558) และท้ายที่สุดคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีการรับรู้ในระดับต่ำที่สุด แต่กลับพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญ (สุนทร นิลอรุณ และบรรดิษฐ์ พระประทานพร, 2564) ซึ่งอาจเกิดจากความชัดเจนของข้อมูลที่เผยแพร่

2. การเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่ เช่น เพศ อายุ เกรดเฉลี่ย และสาขาวิชา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเลือกศึกษาต่อใน



สถาบันดังกล่าวไม่ได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างทางเพศหรืออายุของนักเรียน แต่เกิดจากปัจจัยอื่นที่อาจมีความสำคัญมากกว่า เช่น อิทธิพลจากครอบครัว (พิชญาดา นวลสาย และคณะ, 2563) ความพร้อมทางเศรษฐกิจ หรือความต้องการของตลาดแรงงาน (วรรณภา นิ่มอ่อน และพัชนี เที่ยจรรยา, 2565)

อย่างไรก็ตาม ภูมิลำเนาของนักเรียนมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเขมญา คินิมาน และคณะ (2564) ที่พบว่า นักเรียนที่มาจากต่างจังหวัดมีแนวโน้มตัดสินใจศึกษาต่อที่วิทยาลัยแห่งนี้มากกว่านักเรียนในจังหวัดเดียวกัน อาจเนื่องจากโอกาสทางการศึกษาและการเข้าถึงข้อมูลที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทที่มีทางเลือกที่จำกัดกว่าเมื่อเทียบกับเขตเมือง

3. อิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่สื่อออนไลน์กลับไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทธณภัส อัครฉวีภูธร (2559) ที่ระบุว่า สื่อออนไลน์แม้จะได้รับการรับรู้ในระดับปานกลาง แต่กลับไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้นักเรียนตัดสินใจศึกษาต่อได้ โดยสื่อบุคคล โดยเฉพาะรุ่นพี่และผู้ปกครอง มีบทบาทสำคัญในการโน้มน้าวให้นักเรียนเลือกศึกษาต่อ เนื่องจากการรับข้อมูลจากบุคคลที่มีประสบการณ์ตรงสามารถสร้างความเชื่อมั่นและลดความไม่แน่นอนในการตัดสินใจ (พิชญาดา นวลสาย และคณะ, 2563) ซึ่งสนับสนุนแนวคิดที่ว่าสื่อสารแบบปากต่อปากยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษา ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ แม้ว่าจะได้รับการรับรู้ต่ำ แต่กลับมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อมากที่สุด เนื่องจากข้อมูลในสื่อสิ่งพิมพ์มีความชัดเจน และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงผ่านกิจกรรมแนะแนวศึกษา ซึ่งตรงกับงานวิจัยของสุนทร นิลอรุณ และบรรดิษฐ์ พระประทานพร (2564) ที่พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ยังคงเป็นช่องทางที่มีอิทธิพลสูงในการสื่อสารทางการศึกษา ส่วนสื่อออนไลน์ แม้ว่าจะเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม แต่กลับไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจเกิดจากปริมาณข้อมูลที่มากเกินไปจนทำให้ยากต่อการแยกแยะข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ, 2558) หรืออาจเป็นเพราะนักเรียนยังคงให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งที่เชื่อถือได้มากกว่า เช่น ครู ผู้ปกครอง และสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความเป็นทางการมากกว่า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 เพิ่มการกระจายของสื่อสิ่งพิมพ์ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยเฉพาะในงานแนะแนวและนิทรรศการการศึกษาต่อ ซึ่งเป็นช่วงเวลาสำคัญที่นักเรียนกำลังพิจารณาทางเลือกการศึกษา

1.2 ผสมผสานการใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างความสอดคล้องของข้อมูลและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงนักเรียนที่พึ่งพาสื่อออนไลน์



1.3 ปรับกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยให้ความสำคัญกับนักเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ขยายขอบเขตการศึกษาไปยังวิทยาลัยเกษตรอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และสร้างแนวทางที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับสถาบันอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน

2.2 ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ แนวโน้มตลาดแรงงาน หรือคุณภาพของหลักสูตร เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาสถาบันที่ครอบคลุมมากขึ้น

บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*.

<https://www.lampang.go.th/public60/EducationPlan2.pdf>

กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2562). *หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติการจัดการอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง*.

<http://bsq2.vec.go.th/document/การพัฒนาหลักสูตร/1.pdf>

กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2567). *ข้อมูลพื้นฐาน สอศ*.

<https://www.vec.go.th/th-th/หน่วยงานในสังกัด/สถานศึกษาในสังกัดสอศ/สถานศึกษาอาชีวศึกษารัฐบาล.aspx>

กรภัทร รักเดช. (2565). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลาออกของพนักงานในกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์โควิด 19* [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].

<https://hdl.handle.net/20.500.14740/52335>

โกวิทย์ ประดิษฐ์ผล. (2563). *ปัจจัยพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. งานวิจัยกองบริหารการศึกษาศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เขมญา คินิมาน, อาพันธ์ชนิต เจนจิต, ภัทรมนัส ศรีตระกูล, และสฎายุ ธีระฉวีตระกูล. (2564). *ปัจจัยของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก*. คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

<http://dspace.lib.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/4665>

ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ (2568). การเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. *วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 5(1), 19-34. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/InnovationStou/article/view/277964>



- ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ. (2558). การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 6(1), 55-66.
- นรินธรณ์ กัลยาวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันอาชีวศึกษาของนักศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตจังหวัดสกลนคร. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 14(65), 153-162.
- นันท์ธนัส อัครณัฐกร. (2559). การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. กองทุนส่งเสริมงานวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
<http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/handle/123456789/3725>
- พิชญาภา ไสรรัตน์, นพดล อำนาจพรเลิศ, และกนกวรรณ เชียงเงิน. (2565). ความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ*, 4(3), 499-511.
- พิชญาดา นวลสาย, ธิธาร์ตน์ จันทะหิน, และจิณณวัตร ปะโคหัง. (2563). การศึกษาสภาพปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารบริหารการศึกษาบัณฑิต*, 20(1), 26-38.
- วรรณภา นิม่ออน, และพัชนี เขยจรรยา. (2565). กลยุทธ์การสื่อสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยเปิดยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 26(3), 126-140.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/259163/174234>
- ราชบัณฑิตยสภา. (2557). *ศัพท์ประชากรศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*.
<http://legacy.orst.go.th/?knowledges=ประชากร-15ตุลาคม-2557>
- สุนทร นิลอรุณ, & บรรดิษฐ์ พระประทานพร. (2564). อิทธิพลของรูปแบบการสื่อสารที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. *วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร*, 1(1), 60-70.
- อิสราภรณ์ ขวัญใจ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและแนวโน้มการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเอกชนขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของนักศึกษาปริญญาตรี [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. <https://hdl.handle.net/20.500.14740/27290>
- อลงกรณ์ อัมมวงศ์จิตต์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ที่วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ [ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. <https://hdl.handle.net/20.500.14740/51794>
- Best, J. W. (1997). *Research in education* (8th ed.). Prentice Hall.



Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying regression and correlation: A guide for students and researchers*. Sage Publications.

Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple regression in behavioral research: Explanation and prediction* (3rd ed.). Harcourt Brace.

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