ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ภายใต้กรอบ AUN-QA

FACTORS INFLUENCING ENROLLMENT DECISIONS IN THE BACHELOR OF BUSINESS ENGLISH PROGRAM, FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES, VALAYA ALONGKORN RAJABHAT UNIVERSITY UNDER THE ROYAL PATRONAGE, WITHIN THE AUN-QA FRAMEWORK

ภานุวัฒน์ กันตจินดา[1] ปาริชาต ผดุงศิลป์[2] ศิวนนท์ นิลพาณิชย์[3] และฤทัย สำเนียงเสนาะ[4]
Panuwat Kantajinda[1], Parichard Phadungsilp[2], Siwanon Ninpanit[3], and Ruetai Sumniengsanoh[4]

[1-4] หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
Bachelor of Arts Program in Business English, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage
E-mail: panuwat.kan@vru.ac.th, parichard@vru.ac.th, siwanon@vru.ac.th, ruetai@vru.ac.th

Received: March 27, 2026 Revised: July 10, 2026 Accepted: July 16, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อโดยจำแนกตามจังหวัดที่ตั้งของโรงเรียน กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนบน 1 และ 2 จำนวน 8 จังหวัด จำนวน 480 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*SD*) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ ในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ($\bar{X}$ = 4.83, *SD*=0.33) ปัจจัยด้านอาจารย์ ($\bar{X}$ = 4.82, *SD*=0.35) และปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน ($\bar{X}$ = 4.80, *SD*=0.37) ตามลำดับ และ 2) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อโดยจำแนกตามจังหวัดที่ตั้งของโรงเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ.05 ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรภายใต้กรอบ AUN-QA เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในอนาคต และสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์ข้อมูลสำหรับนักเรียนในการเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา

คำสำคัญ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ กรอบแนวคิด AUN-QA มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ABSTRACT

This quantitative research aimed to; 1) investigate factors influencing enrollment decisions in the Bachelor of Arts Program in Business English, Faculty of Humanities and Social Sciences, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage; and 2) compare these factors based on school locations. The sample consisted of 480 high school students from eight provinces in the Upper Central Region (Zones 1 and 2), selected through stratified random sampling. The research instrument was a 5-point Likert scale questionnaire with an Item-Objective Congruence (IOC) index of 1.00 and a Cronbach's Alpha coefficient of 0.97. Data analysis included percentage, mean ($\bar{x}$), standard deviation (SD), and One-way ANOVA.

The findings revealed that: 1) the top three factors influencing enrollment decisions at the highest level were Curriculum Content ($\bar{x}$ = 4.83, SD = 0.33), Instructors ($\bar{x}$ = 4.82, SD = 0.35), and Teaching and Learning Management ($\bar{x}$ = 4.80, SD = 0.37), respectively; and 2) the comparison of factors influencing enrollment decisions based on school locations showed a statistically significant difference at the .05 level. These findings can serve as guidelines for curriculum development under the AUN-QA framework to meet the needs of future learners, as well as strategic guidelines for public relations planning to assist students in choosing their higher education paths.

Keywords

Factors Influencing Enrollment Decisions, Business English Program, AUN-QA Framework, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

ความสำคัญของปัญหา

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะด้านภาษาอังกฤษในบริบทธุรกิจและองค์กร ควบคู่กับคุณธรรม จริยธรรม และทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างไรก็ตาม บริบทของการศึกษาระดับอุดมศึกษาในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งจากแรงกดดันของตลาดแรงงาน เศรษฐกิจ สังคม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้การพัฒนาหลักสูตรจำเป็นต้องปรับปรุงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้บัณฑิตมีคุณภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

การยกระดับคุณภาพหลักสูตรในระดับอุดมศึกษาจำเป็นต้องอ้างอิงเกณฑ์มาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับอาเซียนและระดับสากล โดยเฉพาะ ASEAN University Network Quality Assurance (AUN-QA) ซึ่งเป็นระบบประกันคุณภาพที่มุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับการจัดการศึกษาแบบเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome-Based Education: OBE) และการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องภายใต้วงจร PDCA (Plan–Do–Check–Act) ทั้งนี้ เกณฑ์ดังกล่าวครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญของหลักสูตร ได้แก่ ผลลัพธ์การเรียนรู้ โครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน บุคลากร สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ตลอดจนผลลัพธ์ของหลักสูตร ซึ่งถือเป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

นอกจากการพัฒนาหลักสูตรตามมาตรฐานคุณภาพแล้ว กระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของผู้เรียนถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่สถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญ เนื่องจากการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อได้รับ

อิทธิพลจากหลายปัจจัย ทั้งด้านเนื้อหาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน คุณภาพอาจารย์ การบริการสนับสนุนนักศึกษา ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ตลอดจนความคาดหวังต่อผลลัพธ์ของหลักสูตร โดย Wittek (2013) อธิบายผ่านทฤษฎีการเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory: RCT) ว่า การตัดสินใจของบุคคลเป็นผลมาจากความพึงพอใจ ความเชื่อ และข้อจำกัดที่เผชิญอยู่ ขณะที่ Simon (1957) เสนอแนวคิด Bounded Rationality ว่า มนุษย์มักตัดสินใจภายใต้ข้อจำกัดด้านข้อมูล เวลา และทรัพยากร จึงเลือกทางเลือกที่ “เหมาะสมเพียงพอ” มากกว่าทางเลือกที่ดีที่สุดเสมอไป

สำหรับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา แนวคิดกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Kotler & Keller (อ้างถึงใน ณัฐกานต์ จงประจิต, 2567) อธิบายว่า ผู้เรียนจะผ่านกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจเลือกสถาบัน และพฤติกรรมหลังการตัดสินใจ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม บุคคล และการตลาด นอกจากนี้ Ditta-Apichai & Phairot (2022) ยังพบว่า การตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยของนักเรียนไทยได้รับอิทธิพลจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยภายใน เช่น ความสนใจส่วนบุคคล ปัจจัยภายนอก เช่น ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หลักสูตร ค่าใช้จ่าย และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ รวมถึงปัจจัยระหว่างบุคคล เช่น อิทธิพลจากผู้ปกครอง ครู เพื่อน และแรงกดดันทางสังคม ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสนใจส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับบริบททางสังคมและการรับรู้คุณภาพของหลักสูตรร่วมด้วย

ในอดีตมีงานวิจัยที่มุ่งประเมินคุณภาพและแนวทางการพัฒนาหลักสูตรภาษาอังกฤษธุรกิจในหลายมหาวิทยาลัย เช่น การศึกษาของ กาญจนา จันทะดวง และคณะ (2563) ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ซึ่งพบว่าผู้เรียนและผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อคุณภาพหลักสูตรในระดับมาก แต่ยังมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงด้านทรัพยากรการเรียนรู้และรายวิชาที่ตอบสนองตลาดแรงงาน ขณะที่ จิดาภา โชคหิรัญนาคิน และคณะ (2568) ศึกษาหลักสูตรภาษาอังกฤษธุรกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และพบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวนมากยังไม่สนใจศึกษาต่อในสาขาดังกล่าว แม้ว่าผู้ใช้บัณฑิตและนักศึกษาจะมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรในระดับสูงก็ตาม ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับบริบทของผู้เรียนและความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมา ยังขาดการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายภายใต้กรอบ AUN-QA อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในด้านผลลัพธ์การเรียนรู้ เนื้อหาและการจัดการเรียนการสอน การสนับสนุนนักศึกษา การประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูล ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ตลอดจนความคาดหวังต่อผลลัพธ์ของหลักสูตร ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาในระดับหลักสูตร ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับเกณฑ์ AUN-QA และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยจำแนกตามจังหวัดที่ตั้งของโรงเรียน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ ภายใต้กรอบ AUN-QA เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

1. ตัวแปรในการวิจัย

1.1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 8 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการสอน ด้านอาจารย์ ด้านการบริการสนับสนุนนักศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูล ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย/คณะ ด้านค่านิยมและแรงจูงใจส่วนตัว ด้านความคาดหวังต่อผลลัพธ์ของหลักสูตร และจังหวัดที่ตั้งของโรงเรียน

1.2) ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1) ประชากร

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 4-6 ที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาจำนวน 154 แห่ง ในเขตพื้นที่การศึกษาภาคกลางตอนบน 1 และ 2 ครอบคลุม 8 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี อ่างทอง สระบุรี ลพบุรี และชัยนาท รวมทั้งสิ้น 87,705 คน

2.2) กลุ่มตัวอย่าง

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 4-6 ที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาจำนวน 154 แห่ง ในเขตพื้นที่การศึกษาภาคกลางตอนบน 1 และ 2 ที่ได้มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 400 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 480 คน

3) วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนของจำนวนประชากรในแต่ละจังหวัดและแต่ละระดับชั้น เพื่อให้ได้ตัวแทนที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ศึกษา

4) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 สอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ ซึ่งประกอบด้วย 8 ด้าน ตามกรอบ AUN-QA และแนวคิดด้านการศึกษา ซึ่งเป็นมาตรวัดส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale)

5) การหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

5.1) ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์ โดยพิจารณาค่าดัชนีความ

สอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามผ่านเกณฑ์ทุกข้อ

5.2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักเรียนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, 1951) พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับสูงมากและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงได้

6) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 2/2568 (เดือนธันวาคม 2568) โดยขอความอนุเคราะห์จากโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่เป้าหมายเพื่อขอเก็บข้อมูลวิจัยกับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ชั้นปีที่ 4-6 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงส่งลิงก์เอกสารยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Informed Consent) และลิงก์แบบสอบถามให้แก่นักเรียน เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาเก็บข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่สมบูรณ์มาทำการเข้ารหัสเพื่อวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ

7) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติดังนี้

7.1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*SD*) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

7.2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติ F-test หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะดำเนินการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffé Test for all Possible Comparisons) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อโดยจำแนกตามที่ตั้งของโรงเรียน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ (3) การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อจำแนกตามจังหวัดที่ตั้งของโรงเรียน ดังข้อมูลตารางสรุปผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (*n* = 480)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	149	31.0
หญิง	263	54.8
LGBTQ	53	11.0
ไม่ประสงค์ระบุ	15	3.1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (n = 480)	ร้อยละ
อายุ		
16-17 ปี	363	75.6
18-19 ปี	104	21.7
20 ปีขึ้นไป	13	2.7
ระดับชั้น		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	165	34.4
มัธยมศึกษาปีที่ 5	160	33.3
มัธยมศึกษาปีที่ 6	155	32.3
แผนการเรียน		
วิทย์-คณิต	203	42.3
ศิลป์-คำนวณ	113	23.5
ศิลป์-ภาษา	164	34.2
จังหวัดที่ตั้งของโรงเรียน		
นนทบุรี	103	21.5
ปทุมธานี	114	23.8
อยุธยา	69	14.4
สระบุรี	60	12.5
อ่างทอง	26	5.4
สิงห์บุรี	18	3.8
ชัยนาท	28	5.8
ลพบุรี	62	12.9

จากตารางที่ 1 พบว่า ในภาพรวมผู้สอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 64.6 มีอายุระหว่าง 16-17 ปี คิดเป็น ร้อยละ 75.6 นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้สอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 คิดเป็น ร้อยละ 34.4 แผนการเรียนวิทย์-คณิต คิดเป็น ร้อยละ 42.3 และสถานศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี คิดเป็น ร้อยละ 23.8

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านเนื้อหาหลักสูตร	4.83	0.33	มากที่สุด
2. ด้านการจัดการเรียนการสอน	4.80	0.37	มากที่สุด
3. ด้านอาจารย์	4.82	0.35	มากที่สุด
4. ด้านการบริการสนับสนุนนักศึกษา	4.80	0.36	มากที่สุด
5. ด้านการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูล	4.80	0.34	มากที่สุด
6. ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย/คณะ	4.80	0.32	มากที่สุด
7. ด้านค่านิยมและแรงจูงใจส่วนตัว	4.68	0.44	มากที่สุด
8. ด้านความคาดหวังต่อผลลัพธ์ของหลักสูตร	4.80	0.37	มากที่สุด
รวม	**4.79**	**0.36**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อโดยรวมอยู่ในระดับ "มากที่สุด" ($\bar{X}$ = 4.79, *SD* = 0.36) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านเนื้อหาหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.83, *SD* = 0.33) รองลงมาคือ ด้านอาจารย์ ($\bar{X}$ = 4.82, *SD* = 0.35) และด้านการจัดการเรียนการสอน ($\bar{X}$ = 4.80, *SD* = 0.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อโดยจำแนกตามจังหวัดที่ตั้งของโรงเรียน

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	ผลรวมกำลังสอง (SS)	องศาเสรี (df)	ค่าเฉลี่ยกำลังสอง	F	Sig.
ด้านเนื้อหาหลักสูตร	ระหว่างกลุ่ม	1.768	7	.253	2.379	.021*
	ภายในกลุ่ม	50.109	472	.106		
	รวม	51.877	479			
ด้านการจัดการเรียนการสอน	ระหว่างกลุ่ม	2.606	7	.372	2.749	.008*
	ภายในกลุ่ม	63.917	472	.135		
	รวม	66.523	479			
ด้านอาจารย์	ระหว่างกลุ่ม	2.384	7	.341	2.886	.006*
	ภายในกลุ่ม	55.694	472	.118		
	รวม	58.078	479			
ด้านการบริการสนับสนุนนักศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2.492	7	.356	2.755	.008*
	ภายในกลุ่ม	60.990	472	.129		
	รวม	63.481	479			
ด้านการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	2.395	7	.342	3.054	.004*
	ภายในกลุ่ม	52.885	472	.112		
	รวม	55.280	479			
ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย/คณะ	ระหว่างกลุ่ม	1.628	7	.233	2.327	.024*
	ภายในกลุ่ม	47.175	472	.100		
	รวม	48.803	479			
ด้านค่านิยมและแรงจูงใจส่วนตัว	ระหว่างกลุ่ม	.812	7	.116	.596	.759
	ภายในกลุ่ม	91.834	472	.195		
	รวม	92.645	479			
ด้านความคาดหวังต่อผลลัพธ์ของหลักสูตร	ระหว่างกลุ่ม	2.687	7	.384	2.919	.005*
	ภายในกลุ่ม	62.072	472	.132		
	รวม	64.759	479			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ตามตารางที่ 3 ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ระหว่างจังหวัดที่ตั้งของโรงเรียนที่แตกต่างต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อด้านค่านิยมและแรงจูงใจส่วนตัว $F(7, 472) = 0.60$, $p = .759$ ซึ่งแสดงว่า จังหวัดที่ตั้งของโรงเรียนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านค่านิยมและแรงจูงใจในการตัดสินใจศึกษาต่อมีของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในที่ไม่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อด้านเนื้อหาหลักสูตร $F(7, 472) = 2.38$, $p = .021$ ด้านการจัดการเรียนการสอน $F(7, 472) = 2.75$, $p = .008$ ด้านอาจารย์ $F(7, 472) = 2.89$, $p = .006$

ด้านการบริการสนับสนุนนักศึกษา $F(7, 472) = 2.76$, $p = .006$ ด้านการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูล $F(7, 472) = 3.05$, $p = .004$ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย/คณะ $F(7, 472) = 2.33$, $p = .024$ ด้านความคาดหวังต่อผลลัพธ์ของหลักสูตร $F(7, 472) = 2.91$, $p = .005$ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ระหว่างจังหวัดที่ตั้งของโรงเรียนที่แตกต่างกัน

จากการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffé พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อใน 7 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านเนื้อหาหลักสูตร พบความแตกต่างระหว่างระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสระบุรี ($\bar{X}$ = 4.77, *SD* = 0.28) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.97, *SD* = 0.16) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสระบุรี ($\bar{X}$ = 4.77, *SD* = 0.28) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชัยนาท ($\bar{X}$ = 4.95, *SD* = 0.20) ระหว่างกลุ่มโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.97, *SD* = 0.16) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี ($\bar{X}$ = 4.70, *SD* = 0.26) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.97, *SD* = 0.16) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดลพบุรี ($\bar{X}$ = 4.76, *SD* = 0.39) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี ($\bar{X}$ = 4.70, *SD* = 0.26) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชัยนาท ($\bar{X}$ = 4.95, *SD* = 0.20)

(2) ด้านการจัดการเรียนการสอน พบความแตกต่างระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ($\bar{X}$ = 4.77, *SD* = 0.44) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.96, *SD* = 0.20) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสระบุรี ($\bar{X}$ = 4.70, *SD* = 0.34) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชัยนาท ($\bar{X}$ = 4.91, *SD* = 0.18) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.96, *SD* = 0.20) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี ($\bar{X}$ = 4.68, *SD* = 0.27) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.96, *SD* = 0.20) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดลพบุรี ($\bar{X}$ = 4.73 *SD* = 0.42)

(3) ด้านอาจารย์ พบความแตกต่างระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสระบุรี ($\bar{X}$ = 4.72, *SD* = 0.34) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.97, *SD* = 0.15) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสระบุรี ($\bar{X}$ = 4.72, *SD* = 0.34) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชัยนาท ($\bar{X}$ = 4.93, *SD* = 0.19) ระหว่างกลุ่มโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.97, *SD* = 0.15) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี ($\bar{X}$ = 4.65, *SD* = 0.32) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.97, *SD* = 0.15) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดลพบุรี ($\bar{X}$ = 4.77, *SD* = 0.38)

(4) ด้านการบริการสนับสนุนนักศึกษา พบความแตกต่างระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี ($\bar{X}$ = 4.86, *SD* = 0.33) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.05) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ($\bar{X}$ = 4.78, *SD* = 0.42) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.05) ระหว่างกลุ่มโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอยุธยา ($\bar{X}$ = 4.84, *SD* = 0.34) และกลุ่มโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.05) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสระบุรี ($\bar{X}$ = 4.74, *SD* = 0.32) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.05) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.05) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี ($\bar{X}$ = 4.69, *SD* = 0.33) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.05) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดลพบุรี ($\bar{X}$ = 4.70, *SD* = 0.43)

(5) ด้านการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูล พบความแตกต่างระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี ($\bar{X}$ = 4.84, *SD* = 0.32) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.04) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ($\bar{X}$ = 4.78, *SD* = 0.38) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.04) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอยุธยา ($\bar{X}$ = 4.87, *SD* = 0.26) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัด

อ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.04) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสระบุรี ($\bar{X}$ = 4.73, *SD* = 0.34) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.04) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.04)) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี ($\bar{X}$ = 4.77, *SD* = 0.23) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.04)) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชัยนาท ($\bar{X}$ = 4.75, *SD* = 0.32) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.99, *SD* = 0.04)) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดลพบุรี ($\bar{X}$ = 4.71, *SD* = 0.42)

(6) ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย/คณะ พบความแตกต่างระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี ($\bar{X}$ = 4.80, *SD* = 0.36) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.96, *SD* = 0.11) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ($\bar{X}$ = 4.81, *SD* = 0.34) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.96, *SD* = 0.11) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสระบุรี ($\bar{X}$ = 4.75, *SD* = 0.31) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.96, *SD* = 0.11) ระหว่างกลุ่มโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.96, *SD* = 0.11) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดลพบุรี ($\bar{X}$ = 4.75, *SD* = 0.35)

(7) ด้านความคาดหวังต่อผลลัพธ์ของหลักสูตร พบความแตกต่างระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี ($\bar{X}$ = 4.80, *SD* = 0.39) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.98, *SD* = 0.12) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ($\bar{X}$ = 4.74, *SD* = 0.39) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอยุธยา ($\bar{X}$ = 4.91, *SD* = 0.24) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ($\bar{X}$ = 4.74, *SD* = 0.39) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.98, *SD* = 0.12) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสระบุรี ($\bar{X}$ = 4.75, *SD* = 0.33) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.98, *SD* = 0.12) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.98, *SD* = 0.12)และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี ($\bar{X}$ = 4.69, *SD* = 0.26) ระหว่างโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ($\bar{X}$ = 4.98, *SD* = 0.12) และโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดลพบุรี ($\bar{X}$ = 4.75, *SD* = 0.40)

อภิปรายผลการวิจัย

1) จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบอิทธิพลของเนื้อหาหลักสูตรและความต้องการเชิงเครื่องมือ กล่าวคือ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.83, *SD* = 0.33) โดยนักเรียนให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในบริบทธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Analysis) ของ Hutchinson & Waters (1987) ที่ระบุว่าการออกแบบหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (ESP) ต้องตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้เรียน และยังสนับสนุนงานวิจัยของ Srimalee et al. (2025) ที่พบว่านักศึกษามีแรงจูงใจเชิงเครื่องมือ (Instrumental Motivation) สูง โดยเชื่อว่าภาษาอังกฤษเป็นกุญแจสำคัญสู่โอกาสทางการทำงาน นอกจากนี้ยังสะท้อนถึงเกณฑ์ AUN-QA เกณฑ์ที่ 2 (Expected Learning Outcomes) ในการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานตามแนวคิดของ กัญญดา อนุวงศ์ และคณะ (2561)

2) คุณภาพคณาจารย์และการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นผลลัพธ์ กล่าวคือ ปัจจัยด้านอาจารย์ ($\bar{X}$ = 4.82) และการจัดการเรียนการสอน ($\bar{X}$ = 4.80) มีอิทธิพลสูงเป็นอันดับต้น ๆ สะท้อนว่าผู้เรียนคาดหวังอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญตรงตามศาสตร์และให้ผลสะท้อนกลับที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ Self-Determination Theory (SDT) ของ Ryan & Deci (2000) ในด้านความต้องการความสามารถและความสัมพันธ์ ขณะที่การเรียนการสอนผ่านการปฏิบัติจริงสอดคล้องกับแนวคิด Outcome-Based Education (OBE) ของ Spady (1994) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของเกณฑ์ AUN-QA เกณฑ์ที่ 4 และ 6 และสนับสนุนงานวิจัยของ ปฐมา อาแว และนิยาวาแฮร์ ไพบูลย์

(2562) ที่พบว่าผู้เรียนคาดหวังเทคโนโลยีที่ทันสมัยและการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ งานวิจัยยังพบข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังต่อบทบาทของอาจารย์และการดูแลเอาใจใส่ที่แตกต่างกันในบางมิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี เพ็ชรภูคาม (2559) ที่ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่จากอาจารย์เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เรียนรายบุคคล

3) การบริการสนับสนุนและภาพลักษณ์องค์กร กล่าวคือ ปัจจัยด้านความคาดหวังต่อผลลัพธ์ การบริการสนับสนุน และการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.80 เท่ากัน) แสดงให้เห็นว่านักเรียนต้องการระบบสนับสนุนแบบองค์รวม ตามแนวคิดของ Kuh (2008) และการเข้าถึงข้อมูลที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ตามทฤษฎีการประมวลผลข้อมูล (Information Processing Theory) ของ Miller (1956) นอกจากนี้ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และความปลอดภัยสอดคล้องกับ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943) ที่เน้นความต้องการด้านความปลอดภัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Benson et al. (2013)

4) ความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ กล่าวคือ จังหวัดที่ตั้งของโรงเรียนส่งผลต่อความต้องการศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนในจังหวัดอ่างทองที่มีแรงจูงใจสูงกว่าพื้นที่อื่นอย่างชัดเจน สอดคล้องกับแนวคิดของ Ditta-Apichai & Phairot (2022) เกี่ยวกับอิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ และยังสะท้อนถึงอิทธิพลของความใกล้ชิดสถาบัน (Local Proximity) ที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จาตุรนต์ สุขมาลพงษ์ และคณะ (2560) ที่พบว่าปัจจัยด้านที่ตั้งของสถาบันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏของนักเรียนในพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หลักสูตรควรปรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยเน้นการแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) และเส้นทางอาชีพที่ชัดเจนเพื่อตอบโจทย์ผู้เรียนที่มีแรงจูงใจเชิงเครื่องมือ พร้อมทั้งรุกตลาดเชิงพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดที่มีความต้องการสูง เช่น จังหวัดอ่างทอง ผ่านกิจกรรม Roadshow หรือ Workshop นอกจากนี้ควรดำรงมาตรฐานคุณภาพตามกรอบ AUN-QA อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านคุณภาพอาจารย์และการจัดการเรียนการสอน พร้อมนำผลการประเมินระดับสากลมาเผยแพร่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ทางวิชาการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เจาะลึกหรือการสนทนากลุ่มเพื่อหาปัจจัยเชิงลึกในพื้นที่ที่มีความต้องการสูงเป็นพิเศษ รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบข้ามหลักสูตรกับสถาบันอื่นเพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) อีกทั้งควรมีการวิจัยติดตามผลระยะยาวเพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างปัจจัยการตัดสินใจเข้าเรียนกับความพึงพอใจจริงภายหลังการเข้าศึกษา เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของหลักสูตรในการตอบสนองความคาดหวังตามที่ได้ประชาสัมพันธ์ไว้

นอกจากนี้ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาแนวโน้มความต้องการของตลาดแรงงาน และความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของตลาดแรงงานและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ เพื่อนำมาใช้พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาของหลักสูตรให้ทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและตลาดแรงงาน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กัญญดา อนุวงศ์, ปวินญาพัฒน์ วรพันธ์, และ อัญชลี ศรีกลชาญ. (2567). แนวทางการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการดำเนินการตามเกณฑ์ AUN-QA ของหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษา. *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 21*(1), 168–182.

กาญจนา จันทะดวง, วิจิตรา ศรีสุพรรณ, และ สุภาพร สุวรรณประทีป. (2563). การประเมินหลักสูตรศิลปะศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 12*(2), 45–62.

จาตุรนต์ สุขุมาลพงษ์, สมนึก ภัททิยธนี, และ ฐิตาภรณ์ เวียงวิเศษ. (2560). ความต้องการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 11*(2), 31–40. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDGKKUJ/article/view/113103/88052

จิดาภา โชคหิรัญนาคิน, พัทธนันท์ สุจริตจันทร์, นิติรัตน์ อุทธชาติ, ณัฐธิดา สุจริตจันทร์, และ จุฑามณี ทิพรา. (2568). แนวทางการปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 16*(1), 118–128.

ณัฐกานต์ จงประจิต. (2567). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมระบบอัจฉริยะ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พื้นที่การศึกษาราชบุรี* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2024/TU_2024_6733145103_20238_30082.pdf

ปฐมา อาแว และ นิยาวาเฮร์ ไพบูลย์. (2562). การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562. *วารสารวิชาการ ปขมท., 9*(2), 22–32.

ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565. (2565, 9 กันยายน). *ราชกิจจานุเบกษา.* เล่ม 139 ตอนพิเศษ 212 ง, หน้า 35–36.

สุภาวดี เพ็ชรภูคาม. (2559). *การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับมหาวิทยาลัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา* [งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/11806/1/Fulltext.pdf

ภาษาอังกฤษ

Benson, R., Heagney, M., Hewitt, L., Crosling, G., & Devos, A. (2013). *Managing and supporting student diversity in higher education: A casebook*. Chandos Publishing.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, *16*(3), 297-334.

Ditta-Apichai, M., & Phairot, E. (2022). Factors influencing Thai students' university choices: A systematic literature review. *Phuket Rajabhat University Academic Journal, 18*(2), 37–66. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pkrujo/article/view/260566

Kuh, G. D. (2008). *High-impact educational practices: What they are, who has access to them, and why they matter*. Association of American Colleges and Universities.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review, 50*(4), 370–396. https://doi.org/10.1037/h0054346

Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review, 63*(2), 81–97. https://doi.org/10.1037/h0043158

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology, 25*(1), 54–67. https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020

Simon, H. A. (1957). *Administrative behavior: A study of decision-making processes in administrative organization* (2nd ed.). Free Press.

Spady, W. G. (1994). *Outcome-based education: Critical issues and answers*. American Association of School Administrators.

Srimalee, P., Choomthong, D., & Siriwan, M. (2025). Motivation and attitudes toward English language learning among Thai undergraduate students in the digital era. *Journal of Language Teaching and Research, 16*(1), 112–125.

Wittek, R. (2013). Rational choice theory. In R. L. Warms, R. J. McGee, & T. Dickinson (Eds.), *Theory in social and cultural anthropology: An encyclopedia* (pp. 688–690). SAGE Publications.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper and Row.