

การตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขต  
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
DECISION CLASSES.FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION.  
UNIVERSITY DEPARTMENT OF ENGLISH GOVERNMENT IN BANGKOK  
AND ITS VICINITY

วิมลฉัตร ยิ้มแย้ม<sup>1</sup> ดร. ไกรจิต สุตะเมื่อง<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านทัศนคติ และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัย ที่สามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าอิสระ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชากรศาสตร์ที่เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษ ของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 252 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีเชิงพรรณนา หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมุติฐานด้วยค่าสถิติอนุमान

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-30 ปี มีสถานภาพโสด มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เป็นผู้ตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลมากที่สุด ทั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงปัจจัยทางด้านทัศนคติ ด้านสังคม และปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด ราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ก่อนการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจ, คณะบริหารธุรกิจภาควิชาภาษาอังกฤษ

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

<sup>2</sup> อาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยรังสิต

### ABSTRACT

This independent study .Has done research. "the decision to study. Administration. University department of English government in Bangkok and its vicinity "is intended to study the different types of personal factors .Factor of the attitude. And the relationship between the marketing mix .Decisions that affect students. Administration . University department of English government in Bangkok and its vicinity. The results were used to improve courses . Department of English University. That can be used in teaching effectively the purposes of independent study.

The sample used in this study is a population of students who are studying at the master level. Administration English. Government University in Bangkok and 252 data were collected using a questionnaire. Data were analyzed using descriptive percentage, mean, standard deviation. And hypothesis testing with statistical inference.

The results showed that most of the sample was female, aged 25-30 years, single income 20,001 - 30,000 per month and a career as a private company. Who decided to study business administration. Department of English of the University of the government. The study found that taking into account the attitudes and social factors, marketing mix, product, price, promotion, marketing. Before deciding to study business Administration English language classes at the university of the human government in Bangkok and its vicinity.

**KEYWORDS:** Decisions, Faculty of Business English

### บทนำ

โลกปัจจุบันนี้การศึกษาถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาประเทศให้มีเจริญก้าวหน้า เพราะการศึกษาเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนา เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ เพื่อพัฒนาความก้าวหน้าของตนเอง ซึ่งรวมไปถึงการใช้ภาษาอังกฤษ ในการติดต่อสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ดังนั้นจึงมีสถาบันการศึกษาหลายสถาบันที่เปิดสอน ในระดับปริญญาโท หรือ ระดับบัณฑิตศึกษา ให้แก่ผู้ที่มีความสนใจจะศึกษาต่อทั้ง มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนจึงเร่งตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจศึกษาหาความรู้ ด้านนี้เป็นหลัก การตัดสินใจเลือกสถาบันศึกษาหรือการตัดสินใจศึกษาในคณะ บริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษ จึงมีปัจจัยต่างๆที่เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจศึกษา

อาทิเช่น ชื่อเสียงของสถาบัน ค่าใช้จ่ายในการศึกษา สถานที่ตั้ง เนื้อหาหลักสูตรฯ และคณาจารย์ผู้สอน ทำให้สถาบันทางการศึกษามีการแข่งขันกันสูง รวมถึงกลยุทธ์ต่างๆ มากมาย โดยมุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของผู้เรียนเป็นหลัก ให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้และทักษะของแต่ละสาขาวิชาให้มีความชำนาญยิ่งขึ้น

เนื่องจากภาษาอังกฤษมีความจำเป็นอย่างมากในปัจจุบันของประชาชนทั่วไปในทุกประเทศ บุคคลที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจึงพยายามที่จะใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม ดังนั้น สถาบันการศึกษาของภาครัฐ จึงได้จัดหลักสูตรการเรียนการสอนด้านเอ็มบีเอ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ฯลฯ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษาที่มีความต้องการศึกษาต่อ จึงจะเห็นได้ว่ามหาวิทยาลัยของภาครัฐ เป็นสถาบันศึกษาที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญ ในการผลิตบัณฑิตในสาขาที่ตรงกับความต้องการในการพัฒนาประเทศเป็นจำนวนมากนั้น เพื่อมุ่งสู่การเป็นสถาบันทางการศึกษาของภาครัฐที่มีมาตรฐานระดับนานาชาติ

#### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

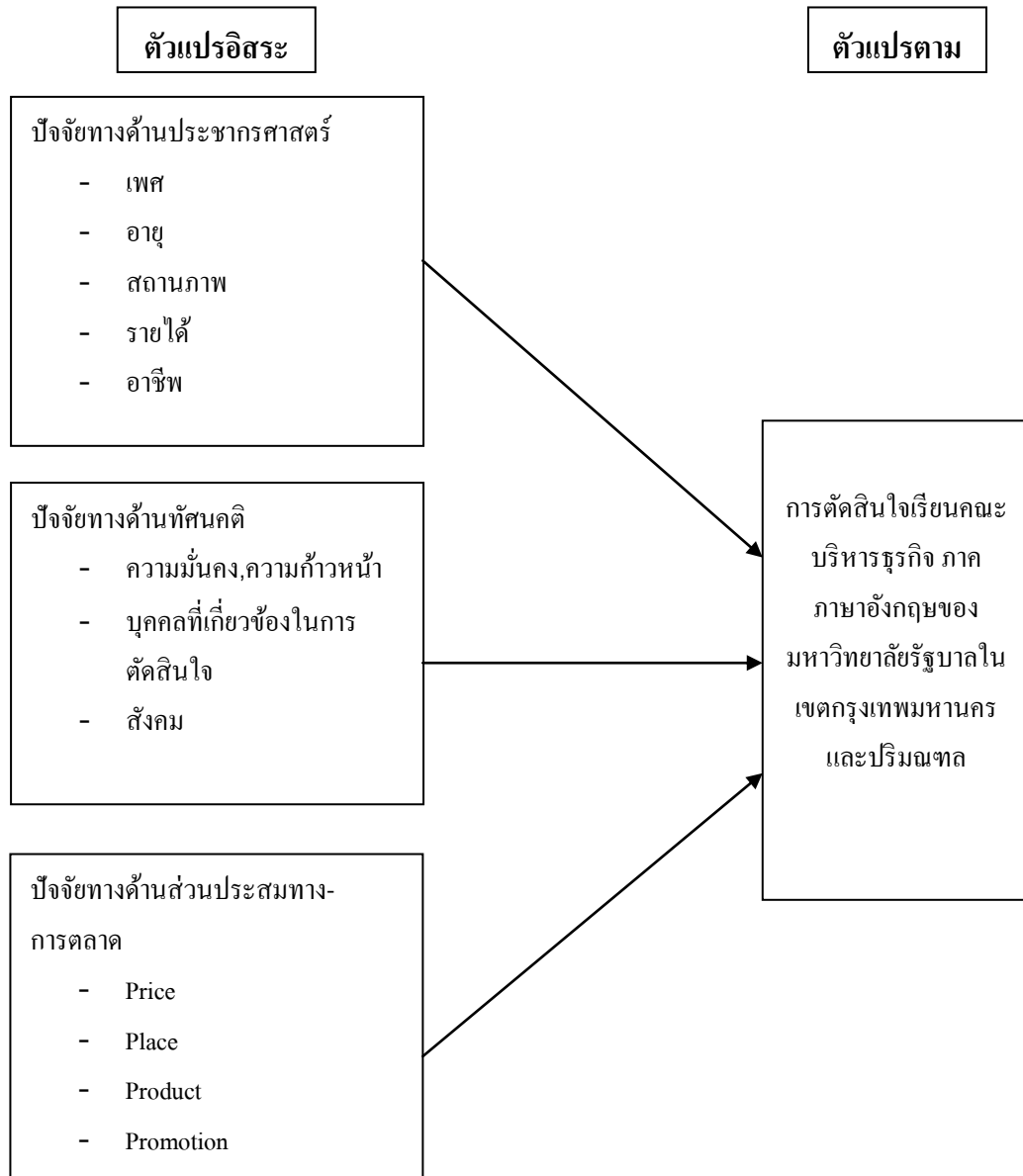
1. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านทัศนคติและการตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำผลทางการวิจัยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
2. เข้าใจถึงปัจจัยทางด้านทัศนคติ ได้แก่ ความมั่นคง, ความก้าวหน้า, บุคคลที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และสังคม ของนักศึกษาปริญญาโทที่มีต่อการตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ผลจากการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อมูลและนำแนวทางไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อใช้ในการแข่งขันทางด้านการศึกษากับสถาบันที่เปิดสอนในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจภาควิชาภาษาอังกฤษได้

**กรอบแนวความคิดทางการศึกษา**



**สมมติฐานการวิจัย**

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของ มหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางด้านทัศนคติที่ประกอบด้วย ความมั่นคงและความก้าวหน้า บุคคลที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และสังคม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาคภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบไปด้วย Price Place Product Promotion มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาคภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ ภาคภาษาอังกฤษ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุต่ำกว่า 25-40 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ แจกแบบสอบถาม และทำการวิจัยในเดือนกันยายน 2556

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรเอมบีเอ หมายถึง ความต้องการศึกษาต่อในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (อุมพร หงส์วัฒนานนท์, 2554, น. 8)

2. หลักสูตรเอมบีเอ หมายถึง การศึกษาในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี สาขาวิชาบริหารธุรกิจ เมื่อจบการศึกษาจะได้รับปริญญาบัตรในชื่อ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Master Degree in Business Administrator: MBA) (อุมพร หงส์วัฒนานนท์, 2554, น. 8)

3. มหาวิทยาลัย หมายถึง สถานศึกษาที่จัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา ในด้านวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงหลากหลายสาขาวิชา เพื่อให้ประกาศนียบัตร อนุปริญญา หรือปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษาในหลายระดับรวมถึง ปริญญาตรี ปริญญาโท และ ปริญญาเอก รวมทั้ง การ ทำ การ วิ จั ย แ ละ ใ ห้ บ ริ ก า ร ท า ง วิ ช า ก า ร แ ก่ สั ง ค ม (<http://th.wikipedia.org/wiki/มหาวิทยาลัย>)

4. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล หมายถึง เป็นเขตเมืองของกรุงเทพมหานครและจังหวัดที่ตั้งอยู่โดยรอบ (“ปริมณฑล” หมายถึง วงรอบ) ครอบคลุมพื้นที่กว่า 7 พันตารางกิโลเมตร แม่น้ำสายสำคัญที่ไหลผ่าน ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำท่าจีน มีประชากรตามหลักฐานทะเบียนราษฎรรวมกันประมาณ 10 ล้านคน (เดือนธันวาคม พ.ศ. 2552) ซึ่งในเวลากลางวันจะมีถึง 13 ล้านกว่าคนที่อยู่ในเขตนี้ กรุงเทพมหานครและปริมณฑลนับว่าเป็นเขตเศรษฐกิจที่มีความเจริญที่สุด และเป็นศูนย์กลางการปกครอง การบริหารราชการพาณิชย์กรรม และการเงินของประเทศ

วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2557)

(<http://th.wikipedia.org/wiki/กรุงเทพมหานครและปริมณฑล>)

### การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยจะนำเสนอหลักการและทฤษฎีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคำถามข้างต้นต่อไปนี้

### ทฤษฎีการตัดสินใจ

บุษกร คำคง (2542) กล่าวว่า การตัดสินใจต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานจากเรื่องที่กำลังพิจารณา โดยใช้ความรู้พื้นฐานและข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับ นำมาผสมผสานกับการสรุปอ้างอิง เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย แสดงทิศทางนำไปสู่การตัดสินใจ ส่วนมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2526, อ้างถึงใน ปิยะนุช เหลืองงาม , 2552) ได้กล่าวว่า ในบรรดาทฤษฎีที่สำคัญของการตัดสินใจ อาจจำแนกได้อย่างน้อย 2 ประเภท ดังนี้ 1) ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะสำคัญ คือ จะคำนึงถึงว่า แนวทางการตัดสินใจ น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นเช่นใด จึงจะสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ ซึ่งการพิจารณาว่าแนวทางใดเป็นแนวทางที่น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับวิจรรย์ญาณของบุคคลแต่ละคน ซึ่งอาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้น การใช้ทฤษฎีนี้ ตัดสินใจในประเด็นปัญหาใดๆ ก็ตาม จึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ดังกล่าว จะเป็นเครื่องกำหนดว่า มีปัญหานั้นๆ น่าจะหรือควรจะตัดสินใจอย่างไร จึงจะดีที่สุด ถูกต้องเหมาะสมที่สุด ซึ่งในทรรศนะของบุคคลอื่น ที่มีมาตรฐานความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อาจจะเห็นว่าไม่เหมาะสมก็ได้ ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีจึงมีลักษณะการพรรณนาแบบอุดมทัศน์ (Idea Type) มากกว่าจะเป็นแบบวิเคราะห์ถึงสภาพที่แท้จริง 2) ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory) คือ เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะแตกต่างกับทฤษฎีแรก กล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระสำคัญที่ว่า การตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาหนึ่งๆ จะต้องกระทำอย่างไร จึงจะสัมฤทธิ์ผลได้ ไม่ว่าจะผลของการตัดสินใจนั้น จะเป็นที่ชื่นชอบหรือพึงพอใจของผู้ตัดสินใจหรือไม่ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีนี้ จะพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึกนึกคิดใด หรือค่านิยมส่วนตัวของผู้ตัดสินใจมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยมุ่งเน้นให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีเหตุผล มีความถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ดังนั้น จึงได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่แน่นอน ตลอดจนมีการนำเอาเทคนิคสมัยใหม่ต่างๆ เข้ามาช่วยในการตัดสินใจด้วย เพื่อที่จะให้การตัดสินใจนั้น มีความถูกต้องเหมาะสมที่สุด

### ความสำคัญของการตัดสินใจ(Decision)

ทฤษฎีการบริหารองค์การในยุคหนึ่งได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหาร (Management Process) อันได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การบริหารงานบุคคล การอำนาจและการควบคุม ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดไปว่า แม้ว่าจะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ดีเพียงใดก็ตามแต่ถ้าขาดการตัดสินใจที่ดีพอแล้วยากที่จะทำให้การบริหารองค์การสู่ความสำเร็จได้ การตัดสินใจจึงมีความสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1.การตัดสินใจเป็นเครื่องวัดความแตกต่างระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน ผู้ที่เป็นผู้บริหารในระดับต่าง ๆ จะต้องแสดงความรู้ ความสามารถในการตัดสินใจที่ดีกว่าผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารจะต้องมีเหตุผล มีหลักการ มีเจตคติและวิจรรณญาณที่ดีกว่าความสามารถในการตัดสินใจคือมูลค่าเพิ่มที่ผู้บริหารต้องทำให้เห็นว่า นี่คือการแตกต่างที่สมแล้วกับค่าจ้างเงินเดือนในตำแหน่งผู้บริหาร

2.การตัดสินใจเป็นมรรควิธีนำไปสู่เป้าหมายองค์การ ผู้บริหารควรตระหนักเสมอว่า การตัดสินใจมิใช่เป็นเป้าหมายในตัวของมันเอง แต่เป็นมรรควิธี แนวทาง วิธีการและเครื่องมือที่จะทำให้การบริหารองค์การประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้น การกำหนดเป้าหมายองค์การให้ชัดเจนก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเริ่มต้น การหาวิธีการและแนวทางปฏิบัติที่หลากหลายก็เป็นขั้นตอนที่กระทำตามมา และนี่คือการตัดสินใจนั่นเอง การกำหนดแนวทางวิธีการที่ดี ที่หลากหลายและสร้างสรรค์จะนำไปห้้องค์การสู่ความสำเร็จได้

3.การตัดสินใจเป็นเสมือนสมองขององค์การ การตัดสินใจที่ดีก็เหมือนกับคนเรามีสมอง และระบบประสาทที่ดีก็จะทำให้ตัวเราประสบผลสำเร็จในชีวิตการทำงาน ชีวิตส่วนตัว และชีวิตทางสังคมได้ ในขณะที่เดียวกันถ้าเป็นการตัดสินใจขององค์กรที่ดีก็จะต้องมีสมองและระบบประสาทขององค์กรที่ดีด้วยจึงจะทำให้้องค์กรมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลได้ ผู้บริหารที่ดีจะต้องกระตือรือร้น ใฝ่หาแนวทางแก้ไขปัญหาย่อยตลอดเวลา จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงสถานการณ์ กำหนดแนวทางใหม่ๆ ยกระดับมาตรฐานและป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานตามแผนที่กำหนดไว้ได้

4.การตัดสินใจปัญหาเป็นกลยุทธ์การแก้ปัญหาในอนาคต ในทฤษฎีการตัดสินใจทั่วไปมองว่าเป็นการแก้ไขปัญหในอดีต ซึ่งได้แก่ปัญหาข้อขัดข้องซึ่งมีสะสมมาตั้งแต่ในอดีต และมีแนวโน้มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งก็ไม่สามารถแก้ปัญหาได้หมดสิ้นและยังมีปัญหาใหม่ ๆ เข้ามาอีกมากมาย โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนกรอบแนวคิด (paradigm) ในการมองปัญหาใหม่ให้มองไปถึงปัญหาในอนาคต ซึ่งได้แก่ปัญหาป้องกัน รู้แล้วว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ก็ควรมีการตัดสินใจล่วงหน้าก่อนที่ปัญหาจะเกิดขึ้น ปัญหาเชิงพัฒนาที่เป็นอีกเรื่องวารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2557)

หนึ่งที่ผู้บริหารต้องให้ความสนใจ เป็นการมองโดยใช้วิสัยทัศน์ (vision) ของผู้บริหารในการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต กำหนดภาพอนาคต (scenario) ไว้พร้อมกำหนดทางเลือกเพื่อแก้ปัญหาในแต่ละภาพอนาคตนั้นด้วย อาทิ ภาพอนาคตมุ่งเน้น 3 C ได้แก่ ลูกค้า (Customer) การแข่งขัน (Competition) และการเปลี่ยนแปลง (Change) ดังนั้นผู้บริหารเตรียมการที่จะคิดวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในเรื่องดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ในการบริการลูกค้าเหนือความคาดหมาย กลยุทธ์การแข่งขันสู่ความเป็นเลิศ และกลยุทธ์สู่องค์การอัจฉริยะ เป็นต้น

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยของ พิมพ์พร เกษดี (2553, 61) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชร บรมฤทธิ์ (2548, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ชศกร ดวงคำ (2553, 60) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตรเพื่อการพัฒนาทักษะทางการศึกษาภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอนภาษาอังกฤษในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีผลการตัดสินใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ดังนั้นจากงานวิจัยข้างต้น จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษ

จากงานวิจัย สุวิชา เชื้อวงศ์ (2552, 32) ได้ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเรียนต่อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกลุ่มสหวิทยาเขตหนองใหญ่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 1 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียนต่อของนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ นิภาวรรณ ชนะสงคราม (2552, 94) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนต่อของนักเรียนที่เข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ โดยที่ไม่สอดคล้องกับ ไพฑูรย์ เทพทัต (2550, 135) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนในวิทยาลัยการอาชีพไทรน้อย และวิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีระดับการตัดสินใจเข้าศึกษาเข้าศึกษาไม่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษ

วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2557)



จากงานวิจัยของ Perrone, Phillip A. (1965 อ้างถึงโดย ชูเกียรติ ผุดพรมราช 2550, 88) ได้ทำวิจัยเรื่อง ค่านิยม และปัจจัยที่นักเรียนใช้ในการตัดสินใจศึกษาต่อ และเลือกอาชีพ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น เกรด 7 และ 8 พบว่า บิดา และมารดา มีอิทธิพลในการเลือกสถานศึกษาต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารีณา เศรษฐทิกุล (2549, 6) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนสาขาการจัดการในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตกาฬสินธุ์ ที่ว่า ครอบครัว บุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chapman (1981 อ้างถึงโดย สิทธิพันธ์ ยศยอติง 2547, 38) ได้พัฒนากรอบแนวคิดโมเดล การเลือกมหาวิทยาลัยของนิสิต และการคัดเลือกนิสิตของมหาวิทยาลัย ระบุว่าด้านปัจจัยอิทธิพลจากภายนอก อิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง ประกอบด้วย อิทธิพลจากเพื่อน ผู้ปกครอง และโรงเรียนเดิม ปัจจัยอิทธิพลดังกล่าว ส่งผลต่อทางเลือกของนิสิตในการสมัครเข้าเรียน ดังนั้นจากงานวิจัยข้างต้น จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเรียน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษ

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเจาะจงมหาวิทยาลัยรัฐบาล จำนวนทั้งสิ้น 7 แห่ง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามในแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถามปิดแบบมีตัวเลือก ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้ คือ

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ รวม 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านทัศนคติ ได้แก่ ความมั่นคง,ก้าวหน้า บุคคลที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และสังคม รวม 15 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ Price Place Product Promotion รวม 20 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รวม 5 ข้อ

### ผลวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ เพศชาย มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีกลุ่มอายุ 25-30 ปี มีจำนวน 171 คนคิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีมีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และอันดับสุดท้าย กลุ่มอายุ 31 - 35 ปีมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 สถานภาพโสด มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 98.0 รองลงมาสถานภาพสมรส มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และอันดับสุดท้าย สถานภาพหย่าร้าง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และอันดับสุดท้าย รายได้ 30,001 - 40,000 บาทมีจำนวน 49 คนคิดเป็นร้อยละ 19.4 และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 รองลงมามีอาชีพนิสิต / นักศึกษามีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และอันดับสุดท้าย ธุรกิจส่วนตัวมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9

#### 2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง

แสดงปัจจัยทางทัศนคติ ด้านความมั่นคง , ก้าวหน้า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับโอกาสขยายทางเลือกสายงานอาชีพ ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 8.1746 ส่วนรองลงมาคือมีโอกาสในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ค่าเฉลี่ย 7.9167 และอันดับสุดท้าย เพื่อชิงความได้เปรียบต่อสภาวะการแข่งขันธุรกิจในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 7.7579ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับตนเองมีผลต่อการตัดสินใจเรียน ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 8.0794 ส่วนรองลงมา คือบิดา มารดาและญาติพี่น้องมีผลต่อการตัดสินใจเรียน ค่าเฉลี่ย 5.7460และอันดับสุดท้าย เพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจเรียน ค่าเฉลี่ย 4.3254

วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2557)

และด้านสังคม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของตนเองในกลุ่มเพื่อน ร่วมงานในการทำงานในอนาคต ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 7.9603 ส่วนรองลงมา คือการ ประสบความสำเร็จในชีวิต ค่าเฉลี่ย 7.8770และอันดับสุดท้าย การเพิ่มทักษะความสามารถ ในการสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศกับผู้อื่น ค่าเฉลี่ย 7.6627

**3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง**

แสดงปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ราคาการเรียนเหมาะสมกับคุณภาพของการเรียนการสอนในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 7.2063 ส่วนรองลงมา คือราคาค่าเล่าเรียนถูกกว่าที่อื่นในคุณภาพที่ไม่แตกต่างกันค่าเฉลี่ย 6.6349 และอันดับสุดท้ายระยะเวลาที่กำหนดให้ชำระค่าเล่าเรียนค่าเฉลี่ย 5.7857ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับห้องเรียนกว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอในระดับมาก ที่สุด ค่าเฉลี่ย 7.5556ส่วนรองลงมา คือสถานที่ตั้งอยู่ในที่มีการคมนาคมสะดวกค่าเฉลี่ย 7.4881และอันดับสุดท้ายสถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อยค่าเฉลี่ย 7.2579ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคณาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 7.9048 ส่วนรองลงมา คืออุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนมีความทันสมัยค่าเฉลี่ย 7.8214และ อันดับสุดท้ายหลักสูตรการสอนที่ทันสมัยเข้าใจง่ายค่าเฉลี่ย 7.8016 และด้านการส่งเสริม การตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 6.1786ส่วนรองลงมา คือมีอาหารและเครื่องดื่มบริการค่าเฉลี่ย 6.1667และอันดับสุดท้ายมีทุนการศึกษาให้เลือกมากมาย เช่น ทุนเรียนดีค่าเฉลี่ย 6.0000

**สรุปผลการวิจัย**

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางทัศนคติ และปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลต่อการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กลุ่ม ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 252 คน

Independent Factors	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	2.474	.556		4.450	.000		
ด้านความมั่นคง , ก้าวหน้า(X <sub>1</sub> )	.138	.072	.124	1.920	.056	.616	1.622
ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ(X <sub>2</sub> )	.037	.044	.045	.829	.408	.879	1.138
ด้านสังคม(X <sub>3</sub> )	.154	.066	.149	2.329	.021	.630	1.587
ด้านราคา(X <sub>4</sub> )	-.100	.046	-.147	-2.172	.031	.563	1.777

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย( $X_5$ )	.079	.051	.096	1.548	.123	.670	1.492
ด้านผลิตภัณฑ์( $X_6$ )	.347	.062	.368	5.583	.000	.596	1.678
ด้านการส่งเสริมการตลาด( $X_7$ )	.101	.044	.166	2.278	.024	.488	2.050

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.608 <sup>a</sup>	.370	.352	1.17791

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = .608<sup>a</sup> แสดงว่าปัจจัยทางทัศนคติและปัจจัยทางส่วนผสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาล ในระดับสูง (เนื่องจากค่า R มีค่ามาก)

ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2$ ) = .370 หมายความว่าปัจจัยทางทัศนคติและปัจจัยทางส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาล คิดเป็น 37.0 เปอร์เซ็นต์ ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความผันแปรหรือการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 37.0 เปอร์เซ็นต์ ที่เหลืออีก 63 เปอร์เซ็นต์ เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น

ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณ เท่ากับ 1.17791 หมายความว่า การประมาณค่าของการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาล มีความคลาดเคลื่อน เกิดขึ้นกับ 1.17791

จากผลการวิเคราะห์จะพบว่าค่า VIF สูงสุดที่ได้คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า 2.050 ซึ่งไม่เกิน 10 หรือ ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า .488 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน คือไม่เกิด Multicollinearity

จากผลการวิเคราะห์ ได้สมการถดถอยในรูปแบบแนบ และคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Y = 2.474 + .138 X_1 + .037 X_2 + .154 X_3 + -.100 X_4 + .079 X_5 + .347 X_6 + .101 X_7$$

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางทัศนคติและปัจจัยทางส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 มีตัวแปรของปัจจัย

ทางทัศนคติและปัจจัยทางส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามของการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งหมด 7 ตัวแปร

ที่มีความสัมพันธ์ต่อตัวแปรตามที่มีค่านัยสำคัญ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ได้แก่ด้านความมั่นคง , ก้าวหน้า( $X_1$ )ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ( $X_2$ )ด้านสังคม( $X_3$ )ด้านราคา( $X_4$ )ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย( $X_5$ )ด้านผลิตภัณฑ์( $X_6$ )ด้านการส่งเสริมการตลาด( $X_7$ )โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ

.138.037.154-.100.079.347 และ .101 ตามลำดับ

$$Y = 2.474 + .154 X_3 + -.100X_4 +.347 X_6 + .101 X_7$$

### อภิปรายผลการวิจัย

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-30 ปี มีสถานภาพโสด มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เป็นผู้ตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาลมากที่สุด

สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยทางด้านทัศนคติ ความมั่นคง , ก้าวหน้า และบุคคลที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียน แต่ด้านสังคม มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงมล เวชบรรยงศ์รัตน์ (2541 อ้างถึงโดย สิรินิตย์ ภิรมงคล 2548, 43) ได้ระบุเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไว้หลายข้อหนึ่งในนั้น คือปัจจัยด้านสังคม ความว่า กลุ่มสังคมจะได้รับการถ่ายทอดค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ และความสนใจจากกลุ่มด้วยกลุ่มสังคมที่สำคัญและมีอิทธิพลมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาณิสรา เพชรบูรณ์ (2552, 11) ที่ว่า ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ เพื่อนร่วมสถาบัน เป็นต้น ครอบครัว หรือบุคคลในครอบครัว ถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล แสดงว่าสังคมมีผลต่อการตัดสินใจ อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมลักษณ์ ลันสุชีพ (2545 อ้างถึงโดย ดวงมล ทรัพย์แสงส่ง 2552, 78) พบว่า ปัจจัยด้านสังคมมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับสูง

สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียน แต่ด้าน ราคา ผลตอบแทน การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัมมาการณฺ์ บุญเรือง (2551, 129) ที่ว่า ค่าใช้จ่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจิตรา เถาถวิล (2547, 81) พบว่า กลุ่มตัวอย่างในส่วนของปัจจัยด้านหลักสูตรประกอบด้วย ชื่อเสียงของสถาบัน ความหลากหลายของหลักสูตรและช่วงเวลาเรียน คณาจารย์สอนมีชื่อเสียง อุปกรณ์สื่อการเรียนทันสมัย ระยะเวลาเวลาเรียน 2 ปี อยู่ในระดับความต้องการที่มาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์พร เกษติ (2553, 61) พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับมาก

#### ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยปัจจัยทางด้านทัศนคติ เช่น สังคม และปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด เช่น ราคา ผลตอบแทน การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยรัฐบาล

2. มหาวิทยาลัยรัฐบาลควรวางแผนกลยุทธ์ที่สร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้เรียนในด้านสังคม ราคา ผลตอบแทน และการส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเรียนมากยิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรทำการสำรวจด้วยการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด เพราะการที่เราจะสามารถได้ข้อมูลโดยตรงจากผู้ที่เราต้องการข้อมูลและเป็นเรื่องเฉพาะที่เราต้องการทราบ ในการสัมภาษณ์หัวข้อต่าง ๆ นั้น ควรจะเป็นสิ่งที่ทำให้คนที่ให้สัมภาษณ์บอกเราได้ถึงสิ่งที่เขาคิด เกี่ยวกับเรื่องการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจภาควิชาภาษาอังกฤษที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

2. การเก็บตัวอย่างในครั้งนี้ส่วนมากจะเก็บตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งยังไม่ได้เก็บตามมหาวิทยาลัยเอกชนต่างๆจะทำให้ทราบข้อมูลเชิงลึกในการตัดสินใจเรียนคณะบริหารธุรกิจภาควิชาภาษาอังกฤษได้มากยิ่งขึ้น

3. วิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวแปรอิสระให้มากขึ้นเพื่อให้ค่า R Square มีค่าสูงขึ้น

### บรรณานุกรม

- กนิษฐสิริ นฤพัทธ์. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท กรณีศึกษา: โครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” รายงานการวิจัย,หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.
- กุลชลี ไชยนั้นตา. กระบวนการตัดสินใจ.พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ประยูรวงศ์, 2539.
- เกรียงศักดิ์ แสงจันทร์. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา” ปัญหาพิเศษหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2549.
- จินดาพร เหล่านริศอารี. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยรังสิต ศูนย์ศึกษานานาชาติ” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารรัฐกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2547.
- เจริญ โสภา. “แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารรัฐกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2551.
- เดโช สวานานนท์. ปทานุกรมจิตวิทยา. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2512.
- ฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ. “ความต้องการศึกษาต่อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ของนักศึกษา จังหวัดนครราชสีมา” รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, 2552.
- ชนินทร์ รื่นเรือง. “แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น ของผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่น ศูนย์การศึกษาสมุทรปราการ” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2550.
- ชนินทร์ เลิศประภาภรณ์. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโททางบัญชี” รายงานการวิจัย, หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553.
- ชูเกียรติ ผุดพรมราช. “สถิติวิเคราะห์การตัดสินใจเรียนต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในเขตกรุงเทพมหานคร” รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2550.
- วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2557)

ชูศรี เลิศลิ้มชลาสัย. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของ  
นิสิตโครงการ ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

ดลฤดี เขียวหวาน, พรพรรณ รอดรักษา และวิลาวณิชย์ มั่นมาก. “ความต้องการศึกษาต่อ  
ระดับปริญญาโท ของบุคคลากรทางการศึกษา ในเขตจังหวัดนครปฐม” รายงาน  
การวิจัยในวิชาศึกษาเอกเทศ, โปรแกรมวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ, สถาบันราชภัฏ  
นครปฐม, 2546.

ดวงกมล ทรัพย์แสงส่ง. “แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา คณะศึกษาศาสตร์  
ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษา  
ศาสตรมหาบัณฑิต, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552.

ธงชัย สันติวงษ์. การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

ชศกร ดวงคำ. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนในหลักสูตร  
เพื่อการพัฒนาทักษะทางการศึกษาภาษาอังกฤษของผู้บริโภคในสถาบันสอน  
ภาษาอังกฤษในอำเภอเมือง เชียงใหม่” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553.

ธัญชนก แสงส่ง. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต ของนักศึกษา สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร” สาร  
นิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ,  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.

นภาพร พุ่มฤกษ์. “เหตุจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษามหาวิทยาลัย  
รามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดขอนแก่น” มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง, 2543.

นันท์นี่ แป้นแจ้. “ปัจจัยในการศึกษาต่อของนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า  
คุณทหารลาดกระบัง” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต,  
สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอม  
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2547.

นิภาวรรณ ชนะสงคราม. “การตัดสินใจเรียนต่อของนักเรียนที่เข้าศึกษาต่อระดับ  
ประกาศนียบัตรวิชาชีพในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เขตพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเล



ตะวันออก” วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2552.

บุญกร คำคง. ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการคิดวิจารณ์ของ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3 และ 6 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด สงขลา. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. กรุงเทพฯ, 2542.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทศนคติ : การจัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : ไทย วัฒนาพานิช, 2520.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทศนคติ : การจัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2526.

ปรีชา ภูมิทอง. “การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต: กรณีศึกษาสาขาการบริหารงานท้องถิ่น รุ่น 1 สาขาการบริหารงาน ทัวไป รุ่น 5 และสาขานโยบายสาธารณะ รุ่น 8 วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา” ปัญหาพิเศษหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต , สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2550.

ปานิสรุา เพชรบูรณิน. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์” รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, 2552.

ปาริณา เศรษฐทิกุล. “การตัดสินใจเรียนสาขาการจัดการในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์” รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์, 2549.

ปิยะนุช เหลืองงาม. บรรทัดฐานในการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในการ เรียนวิทยาศาสตร์เรื่องภาวะโลกร้อน ตามแนวทางการสอนวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และสังคม (STS). วิทยานิพนธ์ กศ.ม, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น, 2552.

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. ทศนคติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2531.

พิชญ จงสถิตย์วัฒนา. การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : บริษัทด้านสุทธนาการพิมพ์ จำกัด, 2548.

ไพฑูรย์ เทพทัต. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนในวิทยาลัยการอาชีพไทรน้อย และ วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

- , สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2550.
- ไพโรจน์ แจ่มศรี. “การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกเรียนประเภทวิชาพาณิชยกรรมของนักเรียนในโรงเรียนอาชีวศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร” ปรินิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2551.
- มณฑล บุญธรรม. “ความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาคณิตศาสตร์ศึกษา” รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2550.
- เรณู เชื้อเมืองพาน. “การประเมินหลักสูตร MBA คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2550.
- ลักขณ์ ปัญญาภาส. “ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเรียนและความพึงพอใจของนักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์” รายงานการวิจัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2555.
- ลาวัลย์ โคนสุวรรณ. “เหตุผลในการตัดสินใจเรียนสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 โรงเรียนไทยบริหารธุรกิจและพาณิชย์การ” สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาธุรกิจศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2550.
- วรนิษฐา ชุ่มทองกลาง. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาระดับปริญญาโทในสถาบันราชภัฏ” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2548.
- วรรณิ์ สิ้นสุภรัตน์. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)” รายงานการวิจัย, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, 2552.
- วรารณณ์ ผ่องสุวรรณ. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาโทของคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ผลงานวิจัยของคณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- วัชรวิ์ บรมฤทธิ. ปัจจัยการตลาดต่อการเลือกโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2548.
- วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2557)

- วิจิตรา เกาถวิล. “ทัศนคติของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยเอกชน” รายงานการศึกษา ค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2547.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล.ตำราหลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- วุฒิชัย จำนงค์. การพัฒนาการจัดการแนวการวิจัยถึงทดลองในการฝึกอบรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2523.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. เจตคติ. กรุงเทพฯ : รุ่งวัฒนา , 2531.
- ศิริปรภา รัตนจันทร์. “ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของนักศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา” รายงานการวิจัย, หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2548.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2539.
- ศุภนิตสา กอชัยพุกษ์. “ทัศนคติของลูกค้าห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลที่มีผลต่อการให้บริการตลาดด้วยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์” มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2549.
- สงวนศักดิ์ ปลื้มญาติ. “การวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคัดสรร กับการตัดสินใจเลือกเรียน สาขาวิชา ประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรมของนักเรียน หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2550.
- สมพร ศิลป์สุวรรณ. ความต้องการของข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานธุรกิจเอกชน ในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรชั้นปริญญาโทพิเศษ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2532.
- สมฤทัย ไทอนิยม. แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของข้าราชการรัฐสภา : กรณีศึกษา : สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. การศึกษาค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- สัมนาการณ์ บุญเรือง. “ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอาชีวศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตพื้นที่การศึกษามุขมนตรี เขต 3” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 2551.
- วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2557)

สิทธิพันธ์ ยศขอดี้ง. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยของนิสิตปริญญา  
มหาบัณฑิตทางการศึกษา: การวิเคราะห์จำแนกกลุ่มพหุ” วิทยานิพนธ์ปริญญา  
ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิจัยการศึกษา ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา  
คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

สิริฉันท์ สติรกุล เตชะพาหพงษ์. “การจัดการหลักสูตรมหาบัณฑิตทางการศึกษา ภาคนอก  
เวลาราชการ โดยการวิเคราะห์โครงสร้างตลาด พฤติกรรมการแข่งขัน และปัจจัยที่  
เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้เรียน” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต,  
สาขาวิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

สิรินาด แพทย์กุล, ปัญญาเดช พันธุ์วัฒน์ และณัฐพล เข้มนิม. “ทัศนคติของนักศึกษาต่อการ  
ประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา” รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน  
ดุสิต, 2549.

สิรินิตย์ ธิรมงคล. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนเอกวิชาคหกรรมศาสตร์ของนักศึกษา  
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหา  
บัณฑิต, คณะคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.

สุกัญญา ใจเย็น. “ปัจจัยที่มีผลต่อเจตคติการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักเรียน  
สาขาวิชาการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดคณะกรรมการอาชีวศึกษา ในเขต  
กรุงเทพมหานคร” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรศิลปศาสตรมหา  
บัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2555.

สุดาพร ลักษณ์นิยานิน. “เหตุจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดขอนแก่น”,  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.

สุรกัญญา เวสุวรรณ. “ความต้องการของการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ภาคค่ำ คณะ  
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารเพื่อการจัดการในองค์การธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักงาน  
กองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2533.

สุวิชา เชื้อวงศ์. “ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเรียนต่อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3  
ในกลุ่มสหวิทยาเขตหนองใหญ่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 1”  
วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา  
คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2552.

- อภินันท์ จันตะณี และปรีชา วรรัตน์ไชย. “การศึกษาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ หลักสูตรระดับปริญญาเอกในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน” รายงานการวิจัย, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2551.
- อรพิน ปินตา. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้ บริการโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” รายงาน การศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย, 2550.
- อรรวรรณ บรรจงสุทธิ. “ความคิดเห็นของนักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ต่อ การตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2546.
- อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2537.
- อุมาพร หงส์วัฒนานนท์. “การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อการ ตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA): ศึกษาเปรียบเทียบกับ นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร” มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554.
- Gordon Allport. The Nature of Personality : Selected Papers. Greenwood Pub Group, 1975.
- Katz Daniel. The Functional Approach to the Study of Attitudes. Princeton University, 1960.
- Kotler, P &Armstorng.Principles of marketing. 11<sup>th</sup> ed. New Jersey : Prentice Hall, 2006.
- Krech, David, and Crutchfield, Richard S. Theory and problem of Social Psychology. McGraw, London, 1948.
- Lasswell.D.The Structure and Function of communication in social. New York : Harper amd Brothers, 1948.
- McGuire, W. J., &Millman, S. Anticipatory belief lowering following forewarning of a persuasive attack. Journal of Personality and Social Psychology, 2 , 471-479, 1965.
- Munn, Norman L. Introduction to Psychology. Boston : Houghton Mifflin , 1971.
- วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2557)

- Murphy G., Murphy L. & Newcomb T. "Experimental Social Psychology". New York : Harper, 1973.
- Plunkett, W. R., & Attner, R. F. Introduction to management. (5<sup>th</sup> ed). CA : Wadsworth, 1994.
- Rogers. Communication Strategies for Family Planning. New York : Free Press, 1973.
- Rosenberg, R.J. and Hovland, C.I. Attitude Organization and Change : And Analysis of Consistency Among Attitude Components. Wesport : Greenwood Press, 1960.
- Taro Yamane. Statistics an Introductory Analysis. New York : Harper & Row. 1973
- Triandis, Hary C. Attitude and Attitude Chang New York : John Wiley and Sons. 1971.
- Watson, G., & Johnson, D. W. Social Psychology : Issues and insights. Philadelphia : Lippincott, 1972.
- Yukl. G. A. Leadership in organizations. Englewood Cliffs. New Jersey : Prentice-Hall, 1989.
- ความหมายของนิสิต นักศึกษา, เม.ย.2551 เข้าถึงได้จาก  
[http://www.qoolive.com/show\\_blog/1122/us/student/t/ความหมายของ+นิสิต+นักศึกษา](http://www.qoolive.com/show_blog/1122/us/student/t/ความหมายของ+นิสิต+นักศึกษา)
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, กรุงเทพมหานครและปริมณฑล, เม.ย.2556 เข้าถึงได้จาก  
<http://th.wikipedia.org/wiki/กรุงเทพมหานครและปริมณฑล>
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, ปริญญาโท, .เม.ย.2556 เข้าถึงได้จาก  
<http://th.wikipedia.org/wiki/ปริญญาโท>
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, มหาวิทยาลัย, เม.ย. 2556 เข้าถึงได้จาก  
<http://th.wikipedia.org/wiki/มหาวิทยาลัย>
- Carter V. Good, "Attitude. Retrived."(Online) Available  
<http://www.novabizz. Ace/ Attitude.htm>
- Herbert C. Kelma, "Dimention of compliance-gaining behavior." (Online) Available  
<http://www. Jstor.org/stable/278681>, 1967.
- Howard H. Kendler, "Attitude. Retrived."(Online) Available  
<http://sarawud. Wordpress.com>.
- Newcomb, "Attitude. Retrived."(Online) Available  
<http://www.novabizz. Ace/Attitude.htm>
- วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2557)