

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษด้าน
สื่อสารมวลชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย : นางสาวอภิญญาพัทธ์ กุสิยารังสิทธ์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและ
ประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร
พ.ศ. : 2558

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดของหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขต กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติพรรณนา (descriptive statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation--SD) ส่วนสถิติอ้างอิง (referential statistic) ได้แก่ ค่า T-Test สถิติ One-way ANOVA Analysis กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างภายหลังเป็นรายคู่โดยวิธีการ Scheffe' การใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เมื่อพบว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์กัน ต้องวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพิ่มเติมโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยด้านแผนการเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ส่วนเพศของนักเรียน ระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
2. ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด