

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดด้านการตลาด

2.2 แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาด

2.3 แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

2.4 แนวคิดด้านธุรกิจบริการ

2.5 แนวคิดด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านการตลาด

การตลาด หมายถึง กระบวนการทางสังคม และการจัดการที่มุ่งสนองความจำเป็นและความต้องการให้กับบุคคล และกลุ่มต่างๆ โดยอาศัยการสร้างสรรค์ และการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และคุณค่ากับผู้อื่น (วารุณี และคณะ, 2554, หน้า 4)

ในการทำการตลาดจะต้องมีการวิเคราะห์เรื่องส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ (วารุณี และคณะ, 2554, หน้า 24)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) สำหรับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการขององค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กร ในกรณีของงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2. ราคา (Price) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า หรือบริการขององค์กร สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาปัจจัยทางด้านราคาหรือค่าใช้จ่ายของหลักสูตรที่นักศึกษาเป้าหมายต้องการชำระแก่การศึกษาในหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร