

สัญลักษณ์และอักษรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

n	คือ	จำนวนตัวอย่าง
\bar{x}	คือ	ค่าเฉลี่ย (mean)
SD	คือ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
Sig.	คือ	ค่าสถิติแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
Sig. (2-tailed)	คือ	ค่าสถิติแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01
t	คือ	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	คือ	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
LSD	คือ	Least Significant Difference
*	คือ	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	คือ	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
a	คือ	ตัวแปรพยากรณ์ (ตัวแปรคงที่)
R	คือ	ค่าความสัมพันธ์
R Square	คือ	ความเป็นไปได้ของตัวแปรเมื่อนำตัวแปรทั้งหมดมารวมกัน
Std. Error of the Estimate	คือ	ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรตาม
df	คือ	ชั้นของความเป็นอิสระ

ตอนที่ 6 คำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ ใช้การรายงานผลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา แผนการเรียน ประเภทโรงเรียน รายได้ครอบครัว สามารถแสดงผลในรูปแบบตารางได้ดังนี้

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	169	42.3
1.2 หญิง	231	57.8
2. ระดับการศึกษา		
2.1 มัธยมศึกษาปีที่ 4	105	26.3
2.2 มัธยมศึกษาปีที่ 5	76	19
2.3 มัธยมศึกษาปีที่ 6	217	54.3
3. แผนการเรียน		
3.1 วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	182	45.5
3.2 ศิลป์-คำนวณ	123	30.8
3.3 ศิลป์-ฝรั่งเศส	25	6.3
3.4 ศิลป์-ภาษาญี่ปุ่น	6	1.5
3.5 ศิลป์-ภาษาจีน	23	5.8
3.6 อังกฤษ-สังคม	27	6.8
3.7 แผนการเรียนอื่นๆ	14	3.5
4. รายได้ของครอบครัว		
4.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท	112	28
4.2 15,001-25,000 บาท	132	33
4.3 25,001-35,000 บาท	50	12.5
4.4 35,001-45,000 บาท	31	7.75
4.5 45,001-50,000 บาท	17	4.25
4.6 50,001 บาท ขึ้นไป	58	14.5

ตาราง 4.1 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 เพศชาย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

ระดับการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่ คือ มัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และ มัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ

แผนการเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลำดับที่ 1 คือ วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ลำดับที่ 2 คือ ศิลป์-คำนวณ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และ ลำดับที่ 3 คือ อังกฤษ-สังคม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

รายได้ของครอบครัวนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ รายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ลำดับที่ 2 คือ รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และ ลำดับที่ 3 คือ 25,001-35,000 บาท จำนวน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.5

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นที่รู้จักของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นที่รู้จักของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีการแบ่งด้านในการวิเคราะห์ด้วยหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็น 4 ด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถแสดงผลในรูปแบบตารางได้ดังนี้

ตาราง 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นที่รู้จักของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสารสนเทศที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายรู้จัก	ระดับความเป็นที่รู้จัก		
	\bar{x}	SD	ความหมาย
1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ	3.42	1.175	ปานกลาง
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเป็นมหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงมายาวนาน	3.25	1.024	ปานกลาง
3. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นคณะที่มีชื่อเสียง	3.16	1.093	ปานกลาง
4. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีการเรียนการสอนที่เน้นให้บัณฑิตเป็นนักปฏิบัติ	3.25	1.118	ปานกลาง
5. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีสาขาวิชาที่น่าสนใจ	3.23	1.135	ปานกลาง
5. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีคณาจารย์ที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์วิชาชีพ	3.28	1.130	ปานกลาง
7. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีชมรมให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมอย่างหลากหลาย	3.22	1.125	ปานกลาง
8. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีห้องปฏิบัติการหลายรูปแบบ เช่น สตูดิโอโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียง ห้องจับภาพเคลื่อนไหว (Motion Capture) ฯลฯ	3.29	1.146	ปานกลาง
9. อาจารย์ในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสนใจดูแลนักศึกษาเป็นอย่างดี	3.09	1.129	ปานกลาง
10. ค่าบำรุงการศึกษาของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศไม่สูง	2.98	1.167	ปานกลาง
11. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีทุนการศึกษามอบให้แก่ นักศึกษาจำนวนมาก	3.08	1.178	ปานกลาง
12. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีเงินสนับสนุนด้านการประกวดของนักศึกษา	3.13	1.130	ปานกลาง

ตาราง 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายรู้จัก	ระดับความเป็นที่รู้จัก		
	\bar{x}	SD	ความหมาย
13. นักเรียนที่ศึกษาในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนสามารถกู้ยืมเงินค่าบำรุงการศึกษาจากกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาได้	3.05	1.206	ปานกลาง
14. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพฯ (เทเวศร์)	3.45	1.205	ปานกลาง
15. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีการเดินทางที่สะดวก ทั้งทางรถโดยสาร และทางเรือด่วนเจ้าพระยา	3.26	1.136	ปานกลาง
16. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีการแนะแนวการศึกษาที่โรงเรียนมัธยมศึกษาอย่างต่อเนื่อง	3.13	1.147	ปานกลาง
17. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี และต่อเนื่อง	3.10	1.076	ปานกลาง
18. โรงเรียนที่นักเรียนกำลังศึกษาอยู่มีความร่วมมือด้านการส่งนักเรียนโควต้ามายังคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	3.08	1.148	ปานกลาง
19. นักเรียนเคยเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะฯ เช่น การประกวดมิวสิควิดีโอชิงถ้วยพระราชทานทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนฯ ฯลฯ	2.65	1.307	ปานกลาง
20. นักเรียนเคยได้รับของที่ระลึกจากคณะฯ	2.54	1.367	ปานกลาง
21. นักเรียนเคยได้รับข่าวสารของคณะฯ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น facebook fanpage ฯลฯ	2.93	1.248	ปานกลาง
22. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีการเปิดรับนักศึกษา 2 รอบ ทั้งแบบโควต้า และแบบสอบตรง	3.02	1.166	ปานกลาง
23. มีโควต้าหลากหลายรูปแบบในการรับสมัคร เช่น โควต้า นักกีฬา โควต้าผลการเรียนดีเด่น ฯลฯ	3.02	1.184	ปานกลาง
24. มีรุ่นพี่ที่โรงเรียนกำลังศึกษาที่คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	2.84	1.318	ปานกลาง
25. พ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	2.37	1.363	น้อย
26. นักเรียนเคยรับรู้ข่าวสารของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนผ่านสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ	2.92	1.242	ปานกลาง

ตาราง 4.2 พบว่า ความเป็นที่รู้จักของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีทั้งสิ้น 26 ข้อ โดยคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเป็นที่รู้จักของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในระดับปานกลาง จำนวน 25 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1-24 และ ข้อ 26 ซึ่งมีระดับความเป็นที่รู้จักปานกลางที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพฯ (เทเวศร์) มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ มีค่าเฉลี่ย 3.42 และ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีห้องปฏิบัติการหลายรูปแบบ เช่น สตูดิโอโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียง ห้องจับภาพเคลื่อนไหว (Motion Capture) ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 3.29 ตามลำดับ

ส่วนความเป็นที่รู้จักของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายระดับน้อย ได้แก่ พ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีค่าเฉลี่ย 2.37

4.3 การวิเคราะห์ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการศึกษาคือหลักสูตรภาษาอังกฤษ

การวิเคราะห์ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการศึกษาคือหลักสูตรภาษาอังกฤษโดยพิจารณาจากค่าความถี่ และร้อยละ สามารถแสดงผลในรูปแบบตารางได้ดังนี้

ตาราง 4.3 จำนวน และร้อยละของความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการศึกษาคือหลักสูตรภาษาอังกฤษ

ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจศึกษาต่อ	282	70.5
ไม่สนใจศึกษาต่อ	118	29.5

ตาราง 4.3 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความสนใจศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 และไม่สนใจศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

ตาราง 4.4 จำนวน และร้อยละของความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการศึกษาคือหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจศึกษาต่อ	243	60.8
ไม่สนใจศึกษาต่อ	157	39.3

ตาราง 4.4 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความสนใจศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 และไม่สนใจศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3

ตาราง 4.5 จำนวน และร้อยละของความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านการสื่อสารธุรกิจ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ ด้านการสื่อสารธุรกิจ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
สนใจศึกษาต่อ	242	60.5
ไม่สนใจศึกษาต่อ	158	39.5

ตาราง 4.5 พบว่า ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านการสื่อสารธุรกิจ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความสนใจศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ ด้านการสื่อสารธุรกิจ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 และ ไม่สนใจศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ

ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย	ระดับความสนใจ		
	\bar{x}	SD	ความหมาย
ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษ	1.30	0.457	น้อยที่สุด
ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	1.39	0.489	น้อยที่สุด
ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษ ด้านการสื่อสารธุรกิจ ของคณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน	1.40	0.489	น้อยที่สุด

ตาราง 4.6 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความสนใจต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ ด้านการสื่อสารธุรกิจ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 1.40 รองลงมา คือ ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 1.39 และ ความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 1.30

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโดยพิจารณาจากความสนใจและความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถแสดงผลในรูปแบบตารางได้ดังนี้

ตาราง 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{x}	SD	ความหมาย
1. ท่านสนใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีหลักสูตรภาษาอังกฤษในสาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในระดับใด	3.19	1.209	ปานกลาง
2. ท่านสนใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีหลักสูตรภาษาอังกฤษในสาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงในระดับใด	3.06	1.180	ปานกลาง
3. ท่านสนใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีหลักสูตรภาษาอังกฤษในสาขาเทคโนโลยีมีัลติมีเดียในระดับใด	3.16	1.214	ปานกลาง
4. ท่านสนใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีหลักสูตรภาษาอังกฤษในสาขาการสื่อสารธุรกิจในระดับใด	3.07	1.216	ปานกลาง
5. ท่านคิดว่าค่าบำรุงการศึกษาภาคการศึกษาละ 20,000-25,000 บาท มีความเหมาะสมในระดับใด	3.24	1.168	ปานกลาง
6. ท่านคิดว่าค่าบำรุงการศึกษาภาคการศึกษาละ 25,001-30,000 บาท มีความเหมาะสมในระดับใด	3.03	1.115	ปานกลาง
7. ท่านคิดว่าค่าบำรุงการศึกษาภาคการศึกษาละ 30,001-40,000 บาท มีความเหมาะสมในระดับใด	2.88	1.508	ปานกลาง
8. ท่านคิดว่าค่าบำรุงการศึกษาภาคการศึกษาละ 40,001-50,000 บาท มีความเหมาะสมในระดับใด	2.71	1.275	ปานกลาง
9. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีห้องสมุดที่ทันสมัยในระดับใด	3.68	1.184	มาก
10. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยในระดับใด	3.79	1.207	มาก
11. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีห้องสตูดิโอโทรทัศน์ที่มีคุณภาพสูงในระดับใด	3.76	1.199	มาก

ตาราง 4.7 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	\bar{x}	SD	ความหมาย
12. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีสถานีวิทยุกระจายเสียงในระดับใด	3.52	1.141	มาก
13. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีห้องนำเสนอผลงานโฆษณาอย่างมืออาชีพในระดับใด	3.75	2.760	มาก
14. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีห้องจับภาพเคลื่อนไหว (Motion Capture) ในระดับใด	3.64	1.116	มาก
15. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีสตูดิโอถ่ายภาพนิ่งแบบมืออาชีพในระดับใด	3.70	1.175	มาก
16. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีโรงอาหารที่สวยงามและสะอาด ในระดับใด	3.65	1.192	มาก
17. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีโรงยิม และสนามกีฬา ในระดับใด	3.67	1.164	มาก
18. ท่านมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักศึกษา ในระดับใด	3.49	1.172	ปานกลาง
19. ท่านมีความคาดหวังให้คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยจบการศึกษาจากต่างประเทศ และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เทียบเท่าเจ้าของภาษาในระดับใด	3.64	1.176	มาก
20. ท่านมีความคาดหวังให้คณะฯ มีการจัดการเรียนการสอนแบบทวีปริญญาร่วมกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ ในระดับใด	3.57	1.170	มาก
21. ท่านมีความคาดหวังให้การจัดการเรียนการสอนของคณะฯ มีบรรยากาศความเป็นนานาชาติ ในระดับใด	3.55	1.162	มาก
22. ท่านมีความคาดหวังให้คณะฯ จัดทำโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาไปศึกษาในต่างประเทศ ในระดับใด	3.69	1.162	มาก

ตาราง 4.7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อยู่ในระดับมาก จำนวน 13 ข้อ ได้แก่ ข้อ 9-17 และ 19-21 โดยมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลำดับแรก คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยในระดับใด มีค่าเฉลี่ย 3.79 รองลงมา คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมี

ห้องสตูดิโอโทรทัศน์ที่มีคุณภาพสูง มีค่าเฉลี่ย 3.76 และ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีห้องนำเสนอผลงานโฆษณาอย่างมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ย 3.75

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1-8 และ 18 โดยมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลำดับแรก คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความคาดหวังให้มหาวิทยาลัยมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.49 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความพึงพอใจในค่าบำรุงการศึกษาภาคการศึกษาละ 20,000-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.24 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความสนใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีหลักสูตรภาษาอังกฤษในสาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.19

4.5 ผลการทดสอบสมมุติฐาน นำเสนอผลการทดสอบสมมุติฐานโดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics)

การทดสอบสมมุติฐานของการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ข้อ ได้แก่ 1.) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน 2.) ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสมมุติฐานข้างต้นสามารถแสดงผลในรูปแบบตาราง ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ในงานวิจัยนี้ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา แผนการเรียน ประเภทโรงเรียนที่ศึกษาอยู่ รายได้ของครอบครัว

สมมุติฐานที่ 1.1 เพศของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน

ตาราง 4.8 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามเพศ

เพศ	t-test for Equality of Means				
	<i>n</i>	\bar{x}	<i>SD</i>	<i>t</i>	Sig.
ชาย	170	3.390	8.7161	-.612	.851
หญิง	230	3.4510	8.1859	-.606	

จากตาราง 4.8 ผลการทดสอบความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครกับเพศของนักเรียน ด้วยวิธี Independent t-test พบว่า เพศของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครไม่แตกต่างกันตามระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางการวิจัย ซึ่งเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่แตกต่างกันไม่มีต่อผลการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สมมติฐานที่ 1.2 ระดับการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน

ตาราง 4.9 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	<i>n</i>	\bar{x}	<i>SD</i>	<i>F</i>	Sig.
มัธยมศึกษาปีที่ 4	105	3.51	.82	.89	.424
มัธยมศึกษาปีที่ 5	75	3.34	.79		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	220	3.42	.87		

จากตาราง 4.9 ผลการทดสอบความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครกับเพศของนักเรียน ด้วยวิธี One-Way Anova พบว่า ระดับการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครไม่แตกต่างกันตามระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางการวิจัย ซึ่งระดับการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษา

ตอนปลายที่แตกต่างกันไม่มีต่อผลการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยี
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สมมุติฐานที่ 1.3 รายได้ครอบครัวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่ต่างกันมีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน

ตาราง 4.10 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยี
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนก
ตามแผนการเรียน

แผนการศึกษา	<i>n</i>	\bar{x}	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	187	3.36	.80	3.806	.002*
ศิลป์-คำนวณ	122	3.64	.80		
ศิลป์-ภาษาฝรั่งเศส	30	3.36	.99		
ศิลป์-ภาษาญี่ปุ่น	6	3.80	.56		
ศิลป์-ภาษาจีน	23	3.45	.71		
อังกฤษ-สังคม	32	3.02	1.00		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.10 การวิเคราะห์ความแตกต่างของแผนการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอน
ปลายต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way
ANOVA) พบว่า แผนการศึกษาของนักเรียนก่อนตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะ
เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกศึกษาต่อของนักศึกษาตามระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .002 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมุติฐาน
ทางการวิจัย ซึ่งนักเรียนที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนที่ต่างกันมีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างภายหลังเป็น
รายคู่โดยวิธีการ Scheffe' ดูตาราง 4.11

ตาราง 4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างภายหลังเป็นรายคู่ระหว่างแผนการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายกับหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

แผนการศึกษา	วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	ศิลป์-คำนวณ	ศิลป์-ภาษาฝรั่งเศส	ศิลป์-ภาษาญี่ปุ่น	ศิลป์-ภาษาจีน	อังกฤษ-สังคม
\bar{x}	3.36	3.64	3.36	3.80	3.45	3.02
วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	3.36					
ศิลป์-คำนวณ		3.64				.013*
ศิลป์-ภาษาฝรั่งเศส			3.36			
ศิลป์-ภาษาญี่ปุ่น				3.80		
ศิลป์-ภาษาจีน					3.45	
อังกฤษ-สังคม						3.02
			.013*			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.11 เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ระหว่างแผนการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายกับหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการ Scheffe' พบว่า นักเรียนที่จบการศึกษาด้วยแผนการเรียนศิลป์-คำนวณ มากกว่านักเรียนที่จบการศึกษาด้วยแผนการเรียนอังกฤษ-สังคม

สมมติฐานที่ 1.4 รายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานครมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน

ตาราง 4.12 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามรายได้ของครอบครัว

รายได้ครอบครัว	<i>n</i>	\bar{x}	<i>SD</i>	<i>F</i>	Sig.
ต่ำกว่า 15,000 บาท	187	3.42	.83	.642	.668
15,001-25,000 บาท	121	3.49	.82		
25,001-35,000 บาท	31	3.34	.84		
35,0001-45,000 บาท	5	3.91	.64		
45,001-50,000	23	3.30	.96		
50,001 บาทขึ้นไป	33	3.37	.90		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้ของครอบครัวนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า รายได้ของครอบครัวนักเรียนก่อนตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาตามระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .668 จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางการวิจัย ซึ่งนักเรียนที่มีรายได้ของครัวที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

การแสดงผล

สมมติฐานที่ 2.1 ลักษณะประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

ในวิจัยนี้ใช้ลักษณะประชากรของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา แผนการศึกษา และรายได้ของครอบครัว สามารถทดสอบสมมติฐานดังตาราง 4.13

ตาราง 4.13 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ลักษณะ	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	df	F	Sig
ประชากร	.092 ^a	.009	-0.01	.841	4	.852	.493 ^a

^a หมายถึง ตัวแปรพยากรณ์ (ตัวแปรคงที่) ได้แก่ รายได้ของครอบครัว แผนการเรียนของนักศึกษา ระดับการศึกษา และเพศ

จากตาราง 4.13 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Linear Regression พบว่า มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 9% (R Square .009) ส่วนที่เหลืออีก 81% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานทางการวิจัย ซึ่งลักษณะทางประชากรของนักเรียนที่มีมัธยมศึกษาตอนปลายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร แตกต่างกันได้ สามารถวิเคราะห์การพยากรณ์ตัวแปรอิสระบางตัวที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ ดังจะแสดงต่อไปในตาราง 4.14

ตาราง 4.14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ลักษณะประชากร	เพศ		ระดับการศึกษา		แผนการศึกษา		รายได้ครอบครัว		ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อ	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
เพศ			-.149**	.003	.190*	.000	.212**	.000		
ระดับการศึกษา	-.149*	.003								
แผนการศึกษา	.190**	.000								
รายได้ของครอบครัว	.212**	.000								
ปัจจัยที่มีผลต่อการการศึกษาต่อ										

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4.14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า เพศของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของนักเรียน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ -.149 ซึ่งมีค่าเป็นลบ แสดงว่า ตัวแปรเพศ และระดับการศึกษาของนักเรียนมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม คือ เมื่อมีการเปลี่ยนการเก็บข้อมูลด้านเพศของนักเรียนมีผลให้ระดับการศึกษาของนักเรียนเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้าม

สำหรับเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความสัมพันธ์กับแผนการศึกษาของนักเรียน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .190 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ตัวแปรเพศ และตัวแปรแผนการศึกษาของนักเรียนมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน คือ เมื่อมีการเปลี่ยนการเก็บข้อมูลด้านเพศของนักเรียนมีผลให้แผนการศึกษาของนักเรียนเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน

สำหรับเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความสัมพันธ์กับรายได้ของครอบครัวนักเรียน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .212 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ตัวแปรเพศ และตัวแปรรายได้ของครอบครัวของนักเรียนมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน คือ เมื่อมีการเปลี่ยนการเก็บข้อมูลด้านเพศของนักเรียนมีผลให้ระดับรายได้ของครอบครัวนักเรียนเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน

สมมุติฐานที่ 2.2 หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

ในวิจัยนี้ใช้หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดสามารถทดสอบสมมุติฐานดังตาราง 4.15

ตาราง 4.15 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	df	F	Sig
หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	.470 ^a	.221	.219	.742	1	113.152	.000**

^a หมายถึง ตัวแปรพยากรณ์ (ตัวแปรคงที่) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4.15 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Linear Regression พบว่า มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 22.1% (R Square .221) ส่วนที่เหลืออีก 77.9% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ .002 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมุติฐานทางการวิจัย ซึ่งหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สามารถวิเคราะห์การพยากรณ์ตัวแปรอิสระบางตัวที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ ดังจะแสดงต่อไปในตาราง 4.16

ตาราง 4.16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการ ตลาดของ คณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้าน ผลิตภัณฑ์	ชื่อเสียงของ มหาวิทยาลัย		ชื่อเสียงของ คณะฯ		การฝึกปฏิบัติ		สาขาวิชา		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
ชื่อเสียงของ มหา- วิทยาลัย			.659**	.000	.556**	.000	.570**	.000	.299	.000
ชื่อเสียงของ คณะฯ	.659**	.000								
การฝึก ปฏิบัติ	.556**	.000								
สาขาวิชา	.570**	.000								
ปัจจัย	.299	.000								

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 4.16 (ต่อ)

หลักการ ตลาดของ คณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้าน ผลิตภัณฑ์	ชื่อเสียงของ มหาวิทยาลัย		คุณภาพของ อาจารย์		ชมรม		ห้องปฏิบัติ		การดูแล นักศึกษา		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
ชื่อเสียงของ มหาวิทยาลัย			.570**	.000	.557**	.000	.498**	.000	.555**	.000	.299**	.000
คุณภาพของ อาจารย์	.570**	.000										
ชมรม	.557**	.000										
ห้องปฏิบัติ	.498**	.000										
การดูแล นักศึกษา	.555**	.000										
ปัจจัย	.299**	.000										

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4.16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .659 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของคณะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การจัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกปฏิบัติมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .556 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกปฏิบัติมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

สาขาวิชาที่น่าสนใจของคณะมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .570 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่น่าสนใจของคณะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีคณาจารย์ที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์วิชาชีพมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .570 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยกับการมีคณาจารย์ที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์วิชาชีพมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีชมรมให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมอย่างหลากหลายมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .577 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยกับการมีชมรมให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมอย่างหลากหลายมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีห้องปฏิบัติการหลายรูปแบบมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .498 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยกับการมีห้องปฏิบัติการหลายรูปแบบมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีอาจารย์ในคณะที่สนใจดูแลนักศึกษาเป็นอย่างดีมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .555 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยกับการมีอาจารย์ในคณะที่สนใจดูแลนักศึกษาเป็นอย่างดีมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .299 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครกับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.17

ตาราง 4.17 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการ ตลาดของ คณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านราคา	ค่าบำรุง การศึกษา		ทุนการศึกษา		เงินสนับสนุนการ ประกวด		การให้กู้ยืมเพื่อ การศึกษา		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
ค่า บำ รุง การศึกษ			.770**	.000	.710**	.000	.638**	.000	.326**	.000
ทุนการศึกษา	.770**	.000								
เงินสนับสนุน การประกวด	.710**	.000								
การให้กู้ยืม เพื่อ การศึกษา	.638**	.000								
ปัจจัย	.326**	.000								

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4.17 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า ค่าบำรุงการศึกษามีความสัมพันธ์กับทุนการศึกษา โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .770 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ค่าบำรุงการศึกษากับทุนการศึกษามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ค่าบำรุงการศึกษามีความสัมพันธ์กับเงินสนับสนุนการประกวด โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .710 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ค่าบำรุงการศึกษากับเงินสนับสนุนการประกวด มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ค่าบำรุงการศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .638 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ค่าบำรุงการศึกษากับการมีกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ค่าบำรุงการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .326 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ค่าบำรุงการศึกษากับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านที่ตั้งของคณะ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.18

ตาราง 4.18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านที่ตั้งของคณะ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาด	คณะตั้งอยู่ใจกลางเมือง		การเดินทางที่สะดวก		ปัจจัย	
ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านที่ตั้งของคณะ	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
คณะตั้งอยู่ใจกลางเมือง			.744**	.000	.437**	.000
การเดินทางที่สะดวก	.744**	.000			.457**	.000
ปัจจัย	.437**	.000	.457**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4.18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านที่ตั้งของคณะ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า คณะตั้งอยู่ใจกลางเมืองมีความสัมพันธ์กับการเดินทางที่สะดวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .744 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า คณะตั้งอยู่ใจกลางเมืองกับการเดินทางที่สะดวก มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการที่คณะตั้งอยู่ใจกลางเมือง และมีการเดินทางที่สะดวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .437 และ .457 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ปัจจัยเรื่องการที่คณะตั้งอยู่ใจกลางเมือง และมีการเดินทางที่สะดวกมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.19-4.44

ตาราง 4.19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การประชาสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้า) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาด ของคณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การแนะแนว การศึกษา		การประชาสัมพันธ์		การมีส่วนร่วม เรื่องนักเรียนโควต้า		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การแนะแนว การศึกษา			.688**	.000	.643**	.000	.450**	.000
การ ประชาสัมพันธ์	.688**	.000			.666**	.000	.420**	.000
การมี ความ ร่วม มือ เรื่อง นักเรียน โควต้า	.643**	.000	.666**	.000			.437**	.000
ปัจจัย	.450**	.000	.420**	.000	.437**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4.19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การประชาสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้า) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การแนะแนวการศึกษามีความสัมพันธ์กับการ

ประชาสัมพันธ์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .688 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การแนะนำการศึกษากับการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีส่วนร่วมมีเรื่องนักเรียนโควต้ามีความสัมพันธ์กับการแนะนำการศึกษา โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .643 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีส่วนร่วมมีเรื่องนักเรียนโควต้ากับการแนะนำการศึกษา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมมีเรื่องนักเรียนโควต้า โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .666 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมมีเรื่องนักเรียนโควต้า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการแนะนำการศึกษา การมีส่วนร่วมมีเรื่องนักเรียนโควต้าและการประชาสัมพันธ์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .450, .437 และ .420 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ปัจจัยที่คณะมีการแนะนำการศึกษา การประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมมีเรื่องนักเรียนโควต้า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ การได้ของที่ระลึกจากคณะ การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.20

ตาราง 4.20 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ การได้ของที่ระลึกจากคณะ การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การแนะแนวการศึกษา		การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ		การได้ของที่ระลึกจากคณะ		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การแนะแนวการศึกษา			.531**	.000	.529**	.000	.450**	.000
การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ	.531**	.000			.635**	.000	.293*	.000
การได้ของที่ระลึกจากคณะ	.529**	.000	.635**	.000			.310*	.000
ปัจจัย	.450*	.000	.239*	.000	.310*	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4.20 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ การได้ของที่ระลึกจากคณะ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การแนะแนวการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .531 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การแนะแนวการศึกษากับการเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การแนะแนวการศึกษามีความสัมพันธ์กับการได้ของที่ระลึกจากคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .529 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การแนะแนวการศึกษากับการได้ของที่ระลึกจากคณะ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับ การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ และการได้ของที่ระลึกจากคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .239 และ .310 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ปัจจัยที่คณะมีการแจกของที่ระลึกให้กับนักเรียน การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รอบการเปิดรับสมัคร) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.21

ตาราง 4.21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รอบการเปิดรับสมัคร) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การแนะแนวการศึกษา		การได้รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์		รอบการเปิดรับสมัคร		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การแนะแนวการศึกษา			.530**	.000	.522**	.000		
การได้รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์	.530**	.000					.264**	.000
รอบการเปิดรับสมัคร	.522**	.000					.334**	.000
ปัจจัย			.264**	.000	.334**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การได้รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รอบการเปิดรับสมัคร) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การแนะแนวการศึกษามีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .530 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การแนะแนวการศึกษากับการได้รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การแนะแนวการศึกษามีความสัมพันธ์กับรอบการเปิดรับสมัคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .522 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การแนะแนวการศึกษากับรอบการเปิดรับสมัคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการได้ของที่ระลึกจากคณะ และการได้รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .334 และ .264 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ปัจจัยที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายได้รับของที่ระลึกจากคณะ และการได้รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.22

ตาราง 4.22 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการ ตลาดของ คณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาด ของคณะ	การแนะแนว การศึกษา		การมีโควต้าหลากหลาย รูปแบบ		มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การแนะ แนว การศึกษา			.620**	.000	.527**	.000		
การมี โควต้า หลากหลาย รูปแบบ	.620**	.000					.328**	.000
มีรุ่นพี่ ศึกษาอยู่	.527**	.000					.295**	.000
ปัจจัย			.328**	.000	.295**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การแนะแนวการศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .620 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การแนะแนวการศึกษากับการมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การแนะแนวการศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .527 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การแนะแนวการศึกษากับรอบการเปิดรับสมัคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ และการมีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .328 และ .295 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ปัจจัยที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายได้รับของที่ระลึกจากคณะ และการได้รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะนำการศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา รับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.23

ตาราง 4.23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การแนะแนวการศึกษา		การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองจบการศึกษา		การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การแนะแนวการศึกษา			.513**	.000	.529**	.000		
การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองจบการศึกษา	.513**	.000					.250**	.000
การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน	.529**	.000					.361**	.000
ปัจจัย			.250**	.000				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การแนะแนวการศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .513 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การแนะแนวการศึกษากับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การแนะแนวการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .529 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การแนะแนวการศึกษา กับ การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .529 และ .513 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควต้า การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.24

ตาราง 4.24 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควต้า การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาด ของคณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การประชาสัมพันธ์		การมีความร่วมมือเรื่อง นักเรียนโควต้า		การเข้าร่วมกิจกรรม กับคณะ		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การ ประชาสัมพันธ์			.666**	.000	.472**	.000	.420**	.000
การมีความ ร่วมมือเรื่อง นักเรียน โควต้า	.666**	.000					.437**	.000
การเข้าร่วม กิจกรรมกับ คณะ	.472**	.000					.293**	.000
ปัจจัย	.420**	.000	.437**	.000	.293**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควต้า การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควต้า โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .666 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับการมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควต้า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .472 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับการเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตา การประชาสัมพันธ์ และการเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .437, .420 และ .293 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตา การประชาสัมพันธ์ และการเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การได้ของที่ระลึกจากคณะ การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.25

ตาราง 4.25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การได้ของที่ระลึกจากคณะ การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาด ของคณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การประชาสัมพันธ์		การได้ของที่ระลึกจาก คณะ		การได้รับข่าวสาร ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การ ประชาสัมพันธ์			.433**	.000	.459**	.000	.420**	.000
การได้ของที่ ระลึกจาก คณะ	.433**	.000					.310**	.000
การได้รับ ข่าวสารผ่าน สื่อสังคม ออนไลน์	.459**	.000					.264**	.000
ปัจจัย	.420**	.000	.310**	.000	.264**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การได้ของที่ระลึกจากคณะ การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการได้ของที่ระลึกจากคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .433 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับการได้ของที่ระลึกจากคณะ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .459 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การได้ของที่ระลึกจากคณะ และการประชาสัมพันธ์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .459, .433 และ .420 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การได้ของที่ระลึกจากคณะ และการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ รอบการเปิดรับสมัคร การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.26

ตาราง 4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ รอบการเปิดรับสมัคร การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาด ของคณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การประชาสัมพันธ์		รอบการเปิดรับสมัคร		การมีโควต้า หลากหลายรูปแบบ		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การ ประชาสัมพันธ์			.549**	.000	.599**	.000		
รอบการ เปิดรับสมัคร	.549**	.000					.334**	.000
การมีโควต้า หลากหลาย รูปแบบ	.599**	.000					.382**	.000
ปัจจัย			.334**	.000	.382**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ รอบการเปิดรับสมัคร การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับรอบการเปิดรับสมัคร โดยมีความสัมพันธ์ที่ .549 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับรอบการเปิดรับสมัคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการมีโควตาหลากหลายรูปแบบ โดยมีความสัมพันธ์ที่ .599 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับการมีโควตาหลากหลายรูปแบบ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ และรอบการเปิดรับสมัคร โดยมีความสัมพันธ์ที่ .382 และ .334 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ และรอบการเปิดรับสมัคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัย

ที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ การมีพ่อแม่หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.27

ตาราง 4.27 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ การมีพ่อแม่หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาด ของคณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การประชาสัมพันธ์		มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่		การมีพ่อแม่ หรือ ผู้ปกครองเคยสำเร็จ การศึกษา		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การ ประชาสัมพันธ์			.501 ^{**}	.000	.378 ^{**}	.000		
มีรุ่นพี่ศึกษา อยู่	.501 ^{**}	.000					.295 ^{**}	.000
การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครอง เคยสำเร็จ การศึกษา	.378 ^{**}	.000					.250 ^{**}	.000
ปัจจัย			.295 ^{**}	.000	.250 ^{**}	.000		

^{**} มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับมีรุ่นพี่ศึกษาอยู่

โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .501 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับมีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .378 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .295 และ .250 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.28

ตาราง 4.28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของ คณะเทคโนโลยีสื่อสาร มวลชน	การประชาสัมพันธ์		การรับรู้ข่าวสารผ่าน สื่อมวลชน		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
ด้านการส่งเสริม การตลาดของคณะ						
การประชาสัมพันธ์			.537**	.000		
การรับรู้ข่าวสารผ่าน สื่อมวลชน	.537**	.000			.361**	.000
ปัจจัย			.361**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่า

ความสัมพันธ์ที่ .537 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การประชาสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .361 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีโควตาหลากหลายรูปแบบ การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ การได้ของที่ระลึกจากคณะ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.29

ตาราง 4.29 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้า การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ การได้ของที่ระลึกจากคณะ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการ ตลาดของ คณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้า		การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ		การได้ของที่ระลึกจากคณะ		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้า			.457**	.000	.455**	.000	.437**	.000
การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ	.457**	.000					.293**	.000
การได้ของที่ระลึกจากคณะ	.455**	.000					.310**	.000
ปัจจัย	.437**	.000	.293**	.000	.310**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตา การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ การได้ของที่ระลึกจากคณะ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การมีโควตาหลากหลายรูปแบบมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .457 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตามีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตามีความสัมพันธ์กับการได้ของที่ระลึกจากคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .455 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีโควตาหลากหลายรูปแบบมีความสัมพันธ์กับการได้ของที่ระลึกจากคณะ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตา การได้ของที่ระลึกจากคณะ และการเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .437, .310 และ .293 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตา การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รอบการเปิดรับสมัคร) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.30

ตาราง 4.30 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตา การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รอบการเปิดรับสมัคร) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการ ตลาดของ คณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การมีโควตา หลากหลายรูปแบบ		การได้รับข่าวสารของ คณะผ่านสื่อสังคม ออนไลน์		รอบการเปิดรับสมัคร		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การมีโควตา หลากหลาย รูปแบบ			.455**	.000	.596**	.000		
การได้รับ ข่าวสารของ คณะผ่านสื่อ สังคม ออนไลน์	.455**	.000					.264**	.000
รอบการ เปิดรับสมัคร	.596**	.000					.334**	.000
ปัจจัย			.264**	.000	.334**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตา การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รอบการเปิดรับสมัคร) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตามีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .455 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตามีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตามีความสัมพันธ์กับรอบการเปิดรับสมัคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .596 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีโควตาหลากหลายรูปแบบมีความสัมพันธ์กับรอบการเปิดรับสมัคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับรอบการเปิดรับสมัคร การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .334 และ .264 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า รอบการเปิดรับสมัคร การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตา การมีโควตาหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.31

ตาราง 4.31 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้า การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการ ตลาดของ คณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้า		การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ		มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้า			.630**	.000	.474**	.000		
การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ	.630**	.000					.382**	.000
มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่					.474**	.000		.295**
ปัจจัย			.382**	.000	.295**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้า การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้ามีความสัมพันธ์กับการมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .630 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควต้ามีความสัมพันธ์กับการมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตามีความสัมพันธ์กับมีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .474 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีโควตาทหลากหลายรูปแบบมีความสัมพันธ์กับมีรุ่นพี่ศึกษาอยู่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นที่ศึกษาอยู่ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .382 และ .295 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นที่ศึกษาอยู่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมเรื่องนักเรียนโควตา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.32

ตาราง 4.32 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตา		การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา		การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตา			.397**	.000	.475**	.000		
การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา	.397**	.000					.250**	.000
การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน			.475**	.000			.361**	.000
ปัจจัย			.250**	.000	.361**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตามีความสัมพันธ์กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .397 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควตามีความสัมพันธ์กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโคเวตามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีความสัมพันธ์ที่ .475 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีโคเวตาหลากหลายรูปแบบมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .361 และ .250 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการมีระบบการรับสมัครหลากหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.33

ตาราง 4.33 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการมีระบบการรับสมัครหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การได้รับของที่ระลึกจากคณะ		การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์		การมีระบบการรับสมัครหลายรูปแบบ		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การได้รับของที่ระลึกจากคณะ			.540**	.000	.443**	.000		
การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์	.540**	.000					.264**	.000
การมีระบบการรับสมัครหลายรูปแบบ	.443**	.000					.334**	.000
ปัจจัย			.264**	.000	.334**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.33 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการมีระบบการรับสมัครหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การได้รับของที่ระลึกจากคณะ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .540 ซึ่งมีความเป็นบวก แสดงว่า การได้รับของที่ระลึกจากคณะกับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การได้รับของที่ระลึกจากคณะมีความสัมพันธ์กับการมีระบบการรับสมัครหลายรูปแบบ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .443 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การได้รับของที่ระลึกจากคณะกับการมีระบบการรับสมัครหลายรูปแบบ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีระบบการรับสมัครหลายรูปแบบ และการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .334 และ .264 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีระบบการรับสมัครหลายรูปแบบ และการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.34

ตาราง 4.34 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การได้รับของที่ระลึกจากคณะ		การมีระบบโควตาที่หลากหลาย		การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การได้รับของที่ระลึกจากคณะ			.544**	.000	.545**	.000		
การมีระบบโควตาที่หลากหลาย	.544**	.000					.382**	.000
การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย	.545**	.000					.295**	.000
ปัจจัย			.382**	.000	.295**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.34 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การได้รับของที่ระลึกจากคณะ มีความสัมพันธ์กับการมีระบบโควตาที่หลากหลาย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .544 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การได้รับของที่ระลึกจากคณะกับการมีระบบโควตาที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การได้รับของที่ระลึกจากคณะมีความสัมพันธ์กับการมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .545 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การได้รับของที่ระลึกจากคณะกับการมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .382 และ .295

ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นที่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย และการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.35

ตาราง 4.35 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย และการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาด ของคณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การได้รับของที่ระลึก จากคณะ		การมีพ่อแม่ หรือ ผู้ปกครองเคยศึกษาที่ มหาวิทยาลัย		การเปิดรับข่าวสาร ผ่านสื่อมวลชน		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การได้รับของ ที่ระลึกจาก คณะ			.708**	.000	.575**	.000		
การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครอง เคยศึกษาที่ มหาวิทยาลัย	.708**	.000					.250**	.000
การเปิดรับ ข่าวสารผ่าน สื่อมวลชน			.575**	.000			.575**	.000
ปัจจัย					.250**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.35 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย และการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การได้รับของที่ระลึกจากคณะ มีความสัมพันธ์กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .708 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การได้รับของที่ระลึกจากคณะกับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การได้รับของที่ระลึกจากคณะมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .575 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การได้รับของที่ระลึกจากคณะกับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .575 และ .250 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย และการมีระบบโควตาที่หลากหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.36

ตาราง 4.36 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย และการมีระบบโควตาที่หลากหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์		การมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย		การมีระบบโควตาที่หลากหลายรูปแบบ		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การได้รับของที่ระลึกจากคณะ			.573**	.000	.549**	.000		
การมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย	.573**	.000					.334**	.000
การมีระบบโควตาที่หลากหลายรูปแบบ	.549**	.000					.382**	.000
ปัจจัย			.334**	.000	.382**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย และการมีระบบโควตาที่หลากหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .573 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับการมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการมีระบบโควตาที่หลากหลายรูปแบบ โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .549 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กับการมีระบบโควตาที่หลากหลายรูปแบบ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีระบบโควตาที่หลากหลายรูปแบบ การมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .382 และ .334 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีระบบโควตาที่หลากหลายรูปแบบ การมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การมีรุ่นพี่เคยศึกษา และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.37

ตาราง 4.37 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การมีรุ่นพี่เคยศึกษา และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการ ตลาดของ คณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การเปิดรับข่าวสาร ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์		การมีรุ่นพี่เคยศึกษา		การมีพ่อแม่ หรือ ผู้ปกครองเคยศึกษา		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การได้รับของ ที่ระลึกจาก คณะ			.519**	.000	.517**	.000		
การมีรุ่นพี่เคย ศึกษา	.519**	.000					.382**	.000
การมีพ่อแม่ หรือ ผู้ปกครองเคย ศึกษา	.517**	.000					.295**	.000
ปัจจัย			.382**	.000	.295**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.37 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การมีรุ่นพี่เคยศึกษา และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .519 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับการมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .517 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .382 และ .295 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.38

ตาราง 4.38 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์		การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การได้รับของที่ระลึกจากคณะ			.598**	.000		
การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน	.598**	.000			.361**	.000
ปัจจัย			.361**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.38 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .598 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .361 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การรับสมัครที่หลากหลาย การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.39

ตาราง 4.39 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การรับสมัครที่หลากหลาย การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาด ของคณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การรับสมัครที่ หลากหลาย		การมีระบบโควตาที่ หลากหลาย		การมีรุ่นพี่เคยศึกษา		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การรับสมัครที่ หลากหลาย			.771**	.000	.560**	.000		
การมีระบบ โควตาที่ หลากหลาย	.771**	.000					.382**	.000
การมีรุ่นพี่เคย ศึกษา	.560**	.000					.295**	.000
ปัจจัย			.382**	.000	.295**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.39 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การรับสมัครที่หลากหลาย การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การรับสมัครที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับ การมีระบบโควตาที่หลากหลาย โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .771 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การรับสมัครที่หลากหลายกับการมีระบบโควตาที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การรับสมัครที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับการมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .560 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การรับสมัครที่หลากหลายกับการมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .382 และ .295 ซึ่งมี

ค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นที่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การรับสมัครที่หลากหลาย การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองศึกษา และการได้รับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.40

ตาราง 4.40 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การรับสมัครที่หลากหลาย การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา และการได้รับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การรับสมัครที่หลากหลาย		การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา		การได้รับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การรับสมัครที่หลากหลาย			.452**	.000	.545**	.000		
การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา	.452**	.000					.250**	.000
การได้รับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน	.545**	.000					.361**	.000
ปัจจัย			.250**	.000	.361**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.40 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การรับสมัครที่หลากหลาย การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา และการได้รับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วย

วิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การรับสมัครที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .452 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การรับสมัครที่หลากหลายกับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การรับสมัครที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .545 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การรับสมัครที่หลากหลายกับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .361 และ .250 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การได้รับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.41

ตาราง 4.41 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาด ของคณะ เทคโนโลยี สื่อสาร มวลชน ด้านการ ส่งเสริม การตลาดของ คณะ	การมีโควตาที่ หลากหลาย		การมีรุ่นพี่เคยศึกษา		การมีพ่อแม่ หรือ ผู้ปกครองเคยศึกษา		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การมีโควตาที่ หลากหลาย			.614**	.000	.505**	.000		
การมีรุ่นพี่เคย ศึกษา	.614**	.000					.295**	.000
การมีพ่อแม่ หรือ ผู้ปกครองเคย ศึกษา	.505**	.000					.250**	.000
สื่อมวลชน ปัจจัย			.295**	.000	.250**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.41 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การมีโควตาที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับ การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .614 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีโควตาที่หลากหลายกับการมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การรับสมัครที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .505 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การรับสมัครที่หลากหลายกับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการมีรุ่นพี่เคยศึกษา และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .295 และ .250 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีรุ่นพี่เคยศึกษา และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการ ศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีโคเวตาที่หลากหลาย การเปิดรับข่าวสาร ผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.42

ตาราง 4.42 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีโคเวตาที่หลากหลาย การเปิดรับข่าวสาร ผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด ของคณะ	การมีโคเวตาที่ หลากหลาย		การเปิดรับข่าวสารผ่าน สื่อมวลชน		ปัจจัย	
	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)	R	Sig (2- tailed)
การมีโคเวตาที่หลากหลาย			.593**	.000		
การเปิดรับข่าวสารผ่าน สื่อมวลชน	.593**	.000			.361**	.000
ปัจจัย			.361**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.42 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาด ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีโคเวตาที่หลากหลาย การเปิดรับ ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การมีโคเวตาที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .593 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีโคเวตาที่หลากหลายกับ การเปิดรับ ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมี ค่าความสัมพันธ์ที่ .361 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การ

เปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.43

ตาราง 4.43 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การมีรุ่นพี่เคยศึกษา		การมีรุ่นพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา		การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การมีรุ่นพี่เคยศึกษา			.536**	.000	.581**	.000		
การมีรุ่นพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา	.536**	.000					.250**	.000
การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน							.361**	.000
ปัจจัย			.250**	.000	.361**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.43 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการ

วิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์กับ การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .536 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กับการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์กับ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .581 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครกับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .361 และ .250 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังแสดงในตาราง 4.44

ตาราง 4.44 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาดของคณะ	การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองที่เคยศึกษา		การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน		ปัจจัย	
	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)	R	Sig (2-tailed)
การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองที่เคยศึกษา			.589**	.000		
การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน	.589**	.000			.361**	.000
ปัจจัย			.361**	.000		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.44 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับหลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบ Pearson Correlation พบว่า การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความสัมพันธ์กับ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .589 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การมีไควตาที่หลากหลายกับ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความสัมพันธ์กับ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าความสัมพันธ์ที่ .361 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร