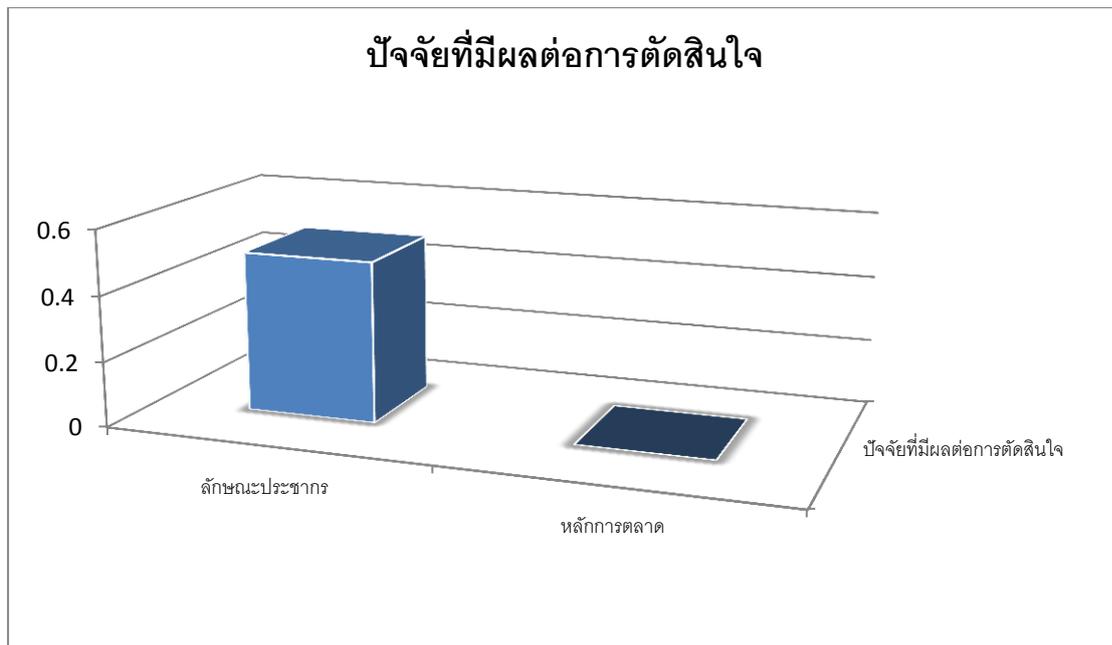


ภาพ 5.1 ลักษณะประชากรของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ที่มา. จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมุติฐาน

จากภาพ 5.1 ผลการทดสอบสมมุติฐานที่เกี่ยวกับลักษณะประชากร โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนแบบทางเดียวระหว่างลักษณะประชากรนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน กับผลการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่แตกต่าง พบว่า ปัจจัยด้านแผนการเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อส่วนเพศของนักเรียน ระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร



ภาพ 5.2 ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

ที่มา. จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ โดย ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถนำผลที่ได้มาอภิปรายได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยด้านแผนการเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ส่วนเพศของนักเรียน ระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ในด้านโอกาส คือ การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทำให้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเป็นที่สนใจของผู้เข้าศึกษา เนื่องจากมีตลาดแรงงานด้านสื่อสารมวลชนรองรับบัณฑิตมากขึ้น โดยแผนการเรียนของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายย่อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ

ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ โดย ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตรา ปันสกุล (2552) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อยังวิทยาลัยเชียงราย พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อยังวิทยาลัยเชียงรายของกลุ่มเป้าหมาย เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการเข้าศึกษา ปัจจัยด้านหลักสูตร และชื่อเสียง ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยงานวิจัยของสุจิตราได้จำแนกข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยด้านกระบวนการเข้าศึกษา ปัจจัยด้านหลักสูตร และชื่อเสียง ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านที่ตั้ง ตรงกับ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดสอดคล้องกับปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

นอกจากนั้น งานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุภาพร ศรีทอง (2556) ได้วิจัยเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนจังหวัดร้อยเอ็ด ในด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ประเภทการขายโดยใช้พนักงานขายของโรงเรียน

อาชีพศึกษาเอกชนที่มีขนาดของโรงเรียนแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้มีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ โดยในองค์ประกอบย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วยการขายโดยพนักงานขายของคณะหรือนักประชาสัมพันธ์ของคณะ

สำหรับปัจจัยด้านที่ตั้งของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ หลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคหลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า จุดแข็งของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คือ การตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีเส้นทางการคมนาคมที่หลากหลาย

ส่วนปัจจัยด้านราคา มีความสอดคล้องกับโอกาสของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คือ ค่าใช้จ่ายของมหาวิทยาลัยรัฐบาลไม่สูงมากนัก ประกอบกับผู้เรียนสามารถกู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาได้เต็มจำนวนมากกว่าสถาบันการศึกษาเอกชน

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” มีข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

1. หากคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนต้องการเปิดหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชน ต้องมุ่งเน้นเรื่องแผนการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายให้มีความเหมาะสมกับหลักสูตรของคณะ
2. การสื่อสารการตลาดของหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชนต้องมุ่งเน้นด้านหลักการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ที่ตั้ง และการสื่อสารการตลาด
3. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนควรตั้งอยู่ที่ศูนย์เทเวศร์ เป็นปัจจัยด้านที่ตั้งที่เหมาะสม เนื่องจากคณะฯ ตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีเส้นทางการคมนาคมที่หลากหลาย
4. มหาวิทยาลัยไม่ควรขึ้นค่าบำรุงการศึกษาให้สูงมากนัก เนื่องจากปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อเป็นอย่างมาก
5. การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทำให้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเป็นที่สนใจของผู้เข้าศึกษา เนื่องจากมีตลาดแรงงานด้านสื่อสารมวลชนรองรับบัณฑิตมากขึ้น โดยแผนการเรียนของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายย่อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” สำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชน เพื่อนำผลการวิจัยมาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ
2. ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านสื่อสารมวลชนของมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน
3. ควรมีการวิจัยเชิงปริมาณในกลุ่มนักเรียนโรงเรียนเอกชน และนักเรียนโรงเรียนรัฐบาลที่เรียนหลักสูตรภาษาอังกฤษ รวมถึงนักเรียนโรงเรียนนานาชาติ