

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารการตลาดเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต	8
2.2 การวัดผลสื่อในการสื่อสารการตลาด	22
2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค หลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	31
3.1 แสดงการสุ่มตัวอย่าง	37
4.1 จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามข้อมูลทั่วไป	45
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความเป็นที่รู้จักของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนจาก นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	46
4.3 จำนวน และร้อยละของความสนใจของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลายต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ	48
4.4 จำนวน และร้อยละของความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษา ตอนปลายต่อการศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	48
4.5 จำนวน และร้อยละของความสนใจของนักเรียนมัธยมศึกษา ตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษด้านการสื่อสารธุรกิจ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	49
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสนใจ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ	49
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษของ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย	50
4.8 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลพระนครของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามเพศ	53
4.9 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครของ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามระดับการศึกษา	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลพระนครของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามแผนการเรียน	54
4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างภายหลังเป็นรายคู่ ระหว่างแผนการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายกับ หลักสูตรภาษาอังกฤษของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	55
4.12 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลพระนครของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามรายได้ของครอบครัว	56
4.13 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	57
4.14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับ ลักษณะประชากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา ต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	58
4.15 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	59
4.16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	60
4.17 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	63

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านที่ตั้งของคณะ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	64
4.19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การประชาสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมมี เรื่องนักเรียนโควตา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ หลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	65
4.20 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ การได้ของที่ระลึกจากคณะ การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	67
4.21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การได้รับข่าวสารของคณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รอบการเปิดรับสมัคร) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	68
4.22 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การมีโควตาหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	70
4.23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับหลักการตลาด ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การแนะแนวการศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา ต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	72

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
<p>4.24 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้อง            หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ            ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์            การมีความร่วมมือเรื่องนักเรียนโควต้า การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ)            ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ            คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร</p>	74
<p>4.25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้อง            หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด            (การประชาสัมพันธ์ การได้ของที่ระลึกจากคณะ การได้รับข่าวสารของ            คณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ            หลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ            มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร</p>	75
<p>4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้อง            หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ            ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ รอบการเปิดรับสมัคร            การมีโควต้าหลากหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา            ต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ            มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร</p>	77
<p>4.27 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้อง            หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ            ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่            การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยสำเร็จการศึกษา) ที่มีผลต่อ            การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ            คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร</p>	78
<p>4.28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้อง            หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ            ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน)            ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ            คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร</p>	79

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.29 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้อง หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมของนักเรียนโควตา การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะ การได้ของที่ระลึกจากคณะ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ หลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	81
4.30 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับหลักการตลาด ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมของนักเรียนโควตา การได้รับข่าวสารของ คณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รอบการเปิดรับสมัคร) ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	82
4.31 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้อง หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมของนักเรียนโควตา การมีโควตาหลากหลายรูปแบบ มีรุ่นพี่ศึกษาอยู่) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ หลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	84
4.32 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้อง หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีส่วนร่วมของนักเรียนโควตา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครอง เคยสำเร็จการศึกษา การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	85
4.33 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้อง หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้ของที่ระลึกจากคณะ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการมีระบบการรับสมัครหลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	88

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.34 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษาที่มหาวิทยาลัย) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	90
4.35 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การได้รับของที่ระลึกจากคณะ การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา ที่มหาวิทยาลัย และการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	91
4.36 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การมีระบบการรับสมัครที่หลากหลาย และการมีระบบโควตา ที่หลายรูปแบบ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	93
4.37 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การมีรุ่นพี่เคยศึกษา และการมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	94
4.38 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	96

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.39 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การรับสมัครที่หลากหลาย การมีระบบโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	97
4.40 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การรับสมัครที่หลากหลาย การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา และ การได้รับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	98
4.41 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีโควตาที่หลากหลาย การมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนคร	100
4.42 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีโควตาที่หลากหลาย การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	101
4.43 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีรุ่นพี่เคยศึกษา การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	102

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.44 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาดของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเคยศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ศึกษาต่อหลักสูตรภาษาอังกฤษคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	103

