

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการติดตามข่าวสารทางการตลาดผ่าน Social Media : ศึกษาเฉพาะกรณีนิสิตระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการ กรุงเทพมหานคร
ผู้ศึกษาค้นคว้า	ยุพาวไล วาทีเพชร
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553

บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายของการศึกษาในครั้งนี้คือ ประการแรก เพื่อศึกษาพฤติกรรมการติดตามข่าวสารทางการตลาดผ่าน Social Media ของนิสิตระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร ประการที่สอง เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาด

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้านั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร วิทยาเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Closed-Ended) ที่ได้มีการออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้ โดยสถิติที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ โดยการหาค่าของไคสแควร์ (Chi-Square) ทำการทดสอบ

ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการติดตามข่าวสารผ่าน Social Media ในกลุ่มสื่อสารมากที่สุด ซึ่งได้แก่ Face book, My space , Hi5 และ Twitter โดยเมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการติดตามข่าวสารผ่าน Social Media จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการติดตามข่าวสารผ่าน Social Media ที่แตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของประเภทของข่าวและประเภทของ Social Media