หัวข้อสหกิจศึกษา	การสื่อสารด้านการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค กรณีศึกษาโครงการนาริตา คลาสสิค ทาวน์โฮม
ชื่อนักศึกษา	นางสาวเยาวมาลย์ ฆ้องวง
อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา	อาจารย์ธัญพิชญ์ชา พรมเสถียร
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	การตลาด
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง "การสื่อสารด้านการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค กรณีศึกษาโครงการนาริตา คลาสสิค ทาวน์โฮม" มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1. เพื่อนำสื่อโซเชียลมีเดีย เฟสบุ๊ค มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย 2. เพื่อพัฒนาการตลาดออนไลน์สำหรับอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย โดยผ่านเฟสบุ๊คของ บริษัท กิจรัตนชัย จำกัด 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งได้มีการแจกแบบสอบถาม จำนวน 62 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุปภาพรวมจากแบบสอบถามพบว่า ลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการนาริตา คลาสสิค ทาวน์โฮม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 อายุ 31-40 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 ปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อที่อยู่อาศัยคือความปลอดภัย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 ลักษณะ/ประเภทของที่อยู่อาศัยที่สนใจเลือกซื้อคือบ้านเดี่ยว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ราคาที่อยู่อาศัยที่ลูกค้าสนใจคือ 1,500,001 - 2,000,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และช่องทางในการค้นหาข้อมูลเพื่อเลือกซื้อที่อยู่อาศัยคือเว็บไซต์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

จากการดำเนินโครงงานสหกิจศึกษานี้ ถือว่าเป็นการเริ่มต้นที่ดีในการสร้างสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า และยังเป็นการแสดงผลงานของบริษัทผ่านสื่อออนไลน์ด้วยเช่นกัน ซึ่งแฟนเพจสามารถเห็นผลของการดำเนินโครงการต่างๆ ผ่านเฟสบุ๊คนี้ได้ โดยอาจจะได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ที่สนใจในการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ได้อีกทางหนึ่งด้วย

SPU CHONBURI