หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง การรับรู้ภาพลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการตัดสินใจเลือกเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในจังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	การเปิดรับข่าวสาร / ความคาดหวัง / การสื่อสารแบบบูรณาการ / สื่อสังคมออนไลน์ / การรับรู้ขององค์กร / การตัดสินใจ / การตลาดภาพลักษณ์
ชื่อนักศึกษา	แก้วกาญจน์ เลิศวิทยากูล
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริยา รินรัตนากร
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรีพ.ศ. 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง การรับรู้ภาพลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการตัดสินใจเลือกเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลีย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ANOVA และค่าสหสัมพันธ์แบบ Pearson

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีระดับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53 เปิดรับข่าวสารด้านการขายโดยใช้พนักงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดรองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และด้านการตลาดทางตรงผ่านสื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุด 2) ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีระดับความคาดหวังต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9 มีความคาดหวังด้าน YouTube มากที่สุด รองลงมาคือด้าน TikTok และด้าน Twitter น้อยที่สุด 3) ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียงขององค์กรมากที่สุด รองลงมา คือ การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพนักศึกษา และการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตรน้อยที่สุด 4) ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีระดับ

SPU CHONBURI

การตัดสินใจเลือกเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในจังหวัดชลบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีการตัดสินใจเลือกเรียนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทาง Facebook Page มากที่สุด รองลงมา คือช่องทาง TikTok และช่องทาง Twitter น้อยที่สุด

SPU CHONBURI

Thesis Title	Information Exposure, Expectation, Image Perception Throug Social Media and Decision to Choose a Pruvate Vocational College in Chonburi Province
Keywords	Exposure / Expectation / Integrated Marketing Communication / Social Media / Image / Decision
Student	Kaewkarn Lertwitthayakul
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr.Pariya Rinrattanakorn
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Academic Year	2022

ABSTRACT

The purpose of this study is about information exposure, expectation, image perception through social media and decision to choose a private vocational college in Chonburi province by using a quantitative research method. The sample group used in this research consists of 400 social media users living in Thailand. The instrument used is a questionnaire. The statistics used are percentage, mean, standard deviation, ANOVA analysis and Pearson correlation.

The purpose of this study is about information exposure, expectation, image perception through social media and decision to choose a private vocational college in Chonburi province by using a quantitative research method. The sample group used in this research consists of 400 social media users living in Thailand. The instrument used is a questionnaire. The statistics used are percentage, mean, standard deviation, ANOVA analysis and Pearson correlation.

The findings reveal that 1) social media users have an overall moderate amount of exposure to information through social media of a private vocational college in Chonburi province with a mean of 0.53. The most information exposure is about sales information using employees on social media, followed by social media marketing promotion and public relations through social media, and the least in direct marketing through social media. 2) Social media users have a high overall expectation on the usage of social media of a private vocational college in Chonburi

SPU CHONBURI

province with a mean of 3.9; Youtube carries the highest expectation, followed by Tik Tok and Twitter respectively. 3) Social media users have a high level of image perception through a social media platform of a private vocational college in Chonburi province, with a mean of 4.15. They have the highest image perception on the reputation of the organization, followed by the image perception on students' qualities, and the least in image perception on curriculum. 4) The overall level of social media users choosing to study at a private vocational college in Chonburi province was high, with an average of 4.09. The decision was made through social media channels, with the Facebook Page helping the most in making decisions, followed by TikTok and Twitter respectively.

SPU CHONBURI