

สารนิพนธ์เรื่อง	พฤติกรรมกรรมการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการเปิดรับสื่อที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของนักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
คำสำคัญ	พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การตัดสินใจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
นักศึกษา	บารมี โคนบาง
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.วิรุฬห์รัตน์ ผลทวีโชติ
หลักสูตร	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การศึกษานิพนธ์เรื่อง “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการเปิดรับสื่อ ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของนักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ” การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักศึกษาที่ตัดสินใจเข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ศึกษาระดับการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นเข้าศึกษาต่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ และศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อใหม่ของนักศึกษาที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพในระดับปริญญาตรี จำนวน 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสูตรของ (Taro Yamane, 1973) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าความน่าเชื่อถือโดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% ถือว่ามีความผิดพลาดมาตรฐานไม่เกิน 5% หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 – 23 ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯและจังหวัดปทุมธานี ในด้านการเปิดรับสื่อ ความเห็นด้วยของระดับ

ความเห็นด้วยของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ จากการ
ศึกษาวิจัยพบว่า นักศึกษาให้ความเห็นด้วยของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการเปิดรับสื่อและ
ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีระดับ
ความเห็นด้วยอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ด้านสื่อบุคคล รองลงมาได้แก่ ด้านสื่อ
เฉพาะกิจ ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านสื่อมวลชน

TITLE	BEHAVIOR IN INTERGRATED MARKETING COMMUNICATION EXPOSURE THROUGH MEDIA EXPOSURE AFFECTING STUDENTS' DECISION TO STUDY IN THE NORTH BANGKOK UNIVERSITY
KEYWORD	BEHAVIOR, INTEGRATED, MARKETING, DECISIONS NORTH BANGKOK UNIVERSITY
STUDENT	BARAMEE GONBANG
ADVISOR	ASSOCIATE PROFESSOR DR. VIRUNRAT PHONTAVEECHOT
LEVEL OF STUDY	MASTER OF COMMUNICATION ARTS
FACULTY	COMMUNICATION ARTS SRIPATUM UNIVERSITY
ACDEMIC YEAR	2017

ABSTRACT

The research titled "Behavior In Intergrated Marketing Communication Exposure Through Media Exposure Affecting Students' Decision To Study In The North Bangkok University" This research studies the subjects' demographic background from population, to study the level of the behavior admittance of integrated marketing communication that affect to student's decision in order to register as a student's at North Bangkok University and to study the behavior admittance of student that affect to students' decision.

The population of this research consists of 400 students the researcher use Taro Yamane theory to conduct the research by defining the reliability equal 95 %.

The results show that almost student of North Bangkok University is Female and fall at that the range of age at 18 – 23 years old. The participant is undergraduate and the participants in is come 5,000 – 10,000 Bath per month. Almost participants live in Bangkok and Pathumtani. The result shows that the admittance of communication, the level of admittance regarding the communication patterns through the media is good. Ragarding to the student's decision about the pattern of media is found that personal communication

is the high level, specific communication and social media however, the result still shows that the mass communication is the lowest pattern of this research.