

การวิเคราะห์ Social Listening เกี่ยวกับการศึกษาต่อปริญญาโท สาขาการตลาด

SOCIAL LISTENING ANALYSIS RELATED TO PURSUING A MASTER'S DEGREE IN  
MARKETING

มานิตา กันหาเรียง 6550066

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาษาภัทร, Ph.D., รองศาสตราจารย์  
วินัย วงศสุรวัดน์, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจิเสศิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

สังคมในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงทำให้หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อนำมาพัฒนาองค์กรให้เติบโต ทำให้การศึกษาคือในระดับปริญญาโทเป็นที่นิยมของบุคคลทั่วไปเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้พบว่าอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้นตลอดเวลา การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาเพื่อศึกษากระแสของผู้ที่สนใจศึกษาต่อด้านการตลาด ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับผู้สนใจศึกษาต่อด้านการตลาด รวมถึงการนำเสนอข้อมูลสำหรับผู้สนใจศึกษาต่อด้านการตลาด ด้วยวิธีการศึกษาโดยใช้เครื่องมือ Social Listening: Mandala Analytics เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยวิเคราะห์ผลจากคำค้นหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อปริญญาโท สาขาการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า Social Media Platform ที่นิยมในการกล่าวถึงคำค้นหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อปริญญาโท สาขาการตลาดสูงที่สุด ได้แก่ Facebook และ YouTube โดยรูปแบบคอนเทนต์ในการนำเสนอที่นิยมจะเป็นเรื่องของข้อมูลการประชาสัมพันธ์การรับสมัครเข้าศึกษาต่อและการให้ความรู้เกี่ยวกับด้านบริหารและการจัดการ นอกจากนี้กลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อด้านการตลาดในภาพรวมจะเป็น Facebook Page หรือ YouTube Channel ที่เป็นช่องทางการสื่อสารหลักของมหาวิทยาลัยที่เปิดรับสมัครนักศึกษาเพื่อเข้าศึกษาต่อโดยตรง

คำสำคัญ : การตัดสินใจ/ การศึกษาต่อ/ บัณฑิตศึกษา/ บริหารและการจัดการ/ การตลาด