



พฤติกรรม的开รับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร

News Exposure and Uses of Social Media of Rajabhat University Students in

Bangkok

จุฑามาศ ศรีรัตน*

Jutamas Sriratana

Received : May 4, 2023

Revised : October 9, 2023

Accepted : November 13, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีพฤติกรรม的开รับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร 5 แห่ง จำนวน 400 คน ที่กำลังศึกษา ชั้นปีที่ 1-4 อยู่ในระดับปริญญาตรี ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2564 โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย มีอายุระหว่าง 18-19 ปี ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ศึกษาในคณะวิทยาการจัดการ ในชั้นปีที่ 1มากที่สุด มีเกรดเฉลี่ย 2.51-3.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-7,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 1. ความถี่ การเปิดรับข่าวสารเป็นประจำทุกวัน 2. ระยะเวลา การเปิดรับข่าวสาร มากกว่า 1 ชั่วโมง 3. ช่วงเวลา การเปิดรับข่าวสาร 12.01-14.00 น. 4. ประเภทรายการ รายการเกมโชว์ 5. เหตุผล เพื่อนำเรื่องราวของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ไปสนทนา 6. ช่องทางการสื่อสาร Facebook 7. ชนิดอุปกรณ์ โทรศัพท์มือถือ และ 8. ประเภทกระดาดข่าวประจำ และด้านพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.61) พบว่า อันดับแรก คือ เพื่อได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเองสนใจ ($\bar{X}$ = 3.83) รองลงมาคือ เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการเรียนออนไลน์ ($\bar{X}$ = 3.80) และเพื่อได้รับทราบข่าวสารข้อมูล

*อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Faculty of Management Sciences, Dhonburi Rajabhat University (Corresponding Author)

e-mail: pr_drusp@hotmail.com

เหตุการณ์ทางสภาพสังคม ส่วนอันดับ ห้าที่สุดคือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้รอบตัวของตนเองให้มากขึ้น ($\bar{X}$ = 3.40)

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร / การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the demographic characteristics of Rajabhat University students in Bangkok who are exposed to news and the use of social media. The sample consisted of 400 students from five Rajabhat Universities in Bangkok who were in their first to fourth years of bachelor's degree programs during the first semester of the academic year 2021. This study employed a quantitative survey research methodology, collecting data through questionnaires. The results of the research showed that there were more female students than male students, aged between 18 and 19 years old. These students were studying at Dhonburi Rajabhat University, Bansomdejchaopraya Rajabhat University, Phranakhon Rajabhat University, Suan Sunandha Rajabhat University, and Chandrakasem Rajabhat University. The majority of the samples were freshmen in the Faculty of Business Administration, with a GPAX between 2.51 and 3.00, an income of 5,000-7,000 baht, and residing in Bangkok and its vicinity. Regarding social media exposure behavior, it was found that, for most of them: 1. Frequency: They were exposed to social media on a daily basis. 2. Duration: They were exposed to social media for more than one hour. 3. Time: They were exposed to social media between 12:01 and 14:00 hours. 4. Types of Programs: The most popular content was game shows. 5. Reason: The majority admitted they used social media to gather information for further discussion. 6. Social Networking Platform: The majority used Facebook. 7. Devices: They used mobile phones. 8. Social Media Type: Webboards on various websites were mostly used. Regarding the use of social media by Rajabhat University students in Bangkok, the overall opinions about the use of social media were at a high level ($\bar{X}$ = 3.61). The most popular use was to receive news and information related to their interests ($\bar{X}$ = 3.83), followed by using social media to relieve stress from online studying ($\bar{X}$ = 3.80), receiving news and information about various social events ($\bar{X}$ = 3.76), while the least popular use was increasing general knowledge ($\bar{X}$ = 3.40).

Keywords : News Exposure / Uses of Social Media

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม ได้เข้ามามีบทบาทกับการสื่อสาร อยู่มากโดยเฉพาะการใช้คอมพิวเตอร์มาเป็นช่องทางของการสื่อสารแบบเครือข่ายที่เรียกว่า “อินเทอร์เน็ต” และ

เป็นเครือข่ายที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารไว้อย่างมหาศาล เทคโนโลยีการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตก่อให้เกิดประสิทธิภาพ ด้านการผลิต การบริการ การบริหารและการดำเนินงานต่างๆ รวมทั้งใช้ในการศึกษาและการเรียนรู้ จึงส่งผลต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ การค้า และคุณภาพชีวิต (Saichon Buranakit, 1998)

คนไทยในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร อุตสาหกรรมไทยจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภค โดยเฉพาะการพัฒนาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองต่อความต้องการในรูปแบบใหม่ให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารและการพัฒนาในด้านของเนื้อหา ซึ่งในปัจจุบันการพัฒนาคุณภาพมีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารเนื้อหาข้อมูล ปัจจุบันอุตสาหกรรมไทยมีการเปลี่ยนแปลงก้าวไปสู่ยุคสื่อสังคมออนไลน์ จึงทำให้ธุรกิจต่างๆ มีการปรับตัวให้ก้าวทันต่อพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสาร ทำในรูปแบบออนไลน์สามารถใช้งานได้ในเว็บไซต์และในสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งเป็นการใช้อุปกรณ์ที่มีคุณสมบัติที่โดดเด่นของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลให้สื่อออนไลน์สามารถกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้กับผู้รับสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้น สิ่งที่มีจุดเด่นอยู่ที่คุณสมบัติที่เรียกว่า “สื่อประสม”(Multimedia) ได้แก่ 1) ตัวอักษร หรือข้อความ (Text) 2) ภาพถ่าย (Image) 3) ภาพกราฟิก (Graphic) 4) ภาพเคลื่อนไหววิดีโอ (Video) 5) เสียง (Audio) โดยมีลักษณะปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารแบบโต้ตอบกันได้ (Two-Way Communication) เพราะผู้รับข้อมูลข่าวสารสามารถเขาไปแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวที่นำเสนอบนสื่อออนไลน์และสามารถแสดงความคิดเห็นกลับมายังผู้ส่งสารได้ทันทีทันใด จึงทำให้ผู้ส่งสารสามารถรับทราบได้ว่าผู้รับสารมีความสนใจในเหตุการณ์หรือข่าวสารเรื่องใดเป็นพิเศษ พร้อมทั้งยังสามารถระบุจำนวนผู้เข้ามาอ่านข่าวในเว็บไซต์ (Noppadon Inna, 2005)

จากการสำรวจของ ETDA เรื่อง การใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 11 ชั่วโมง 25 นาที ในปี 2563 เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ถึง 1 ชั่วโมง 3 นาที โดยปีแรกที่ ETDA เริ่มทำผลสำรวจ ปี 2556 คนไทยใช้เน็ตเฉลี่ยเพียงวันละ 4 ชั่วโมง 36 นาทีเท่านั้น คิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าตัว ดังนั้น พฤติกรรมของคนไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในปี 2563 สูงถึงวันละ 11 ชม. โดยแยกเป็น Gen Z ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2540-2555 ที่มีอายุระหว่าง 9-24 ปี และ Gen Y เกิดช่วงปี 2508-2522 เป็นผู้ที่เติบโตขึ้นมาท่ามกลางยุคที่เศรษฐกิจทั้งโลกกำลังเติบโต ที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ ใช้ความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ร่ายล้อมไปด้วย Smart Device ที่เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ไร้สายผ่านอินเทอร์เน็ตขนาดต่างๆ และแอปพลิเคชัน ที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้ชีวิตง่ายขึ้น สิ่งที่สำคัญ พบว่าทั้งสอง Gen Z และ Gen Y มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด (Thai Journalists Association, 2007)

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ให้ข้อมูลผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ ในช่วงเวลาการแพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา ได้สะท้อนให้เห็นสถานการณ์กับการใช้เน็ต เรียน/ทำงาน พร้อมกิจกรรมบนเพชบุยังครองแชมป์ 9 ปีต่อเนื่อง ในสถานการณ์ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา สามารถที่จะเข้าถึงง่ายเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว และครอบคลุมจึงส่งผลต่อการใช้ 78.3% ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากของผู้ตอบแบบสำรวจ พบว่า มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น จากเหตุผล คือ

การที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย และมีเครือข่ายที่ครอบคลุม ส่วนสาเหตุรองลงมา คือ มีความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น และบริการต่างๆ ในชีวิตประจำวันสามารถทำผ่านออนไลน์มากขึ้นด้วย ขณะเดียวกันผลกระทบจากสถานการณ์ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้คนหันมาเลือกทำกิจกรรมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น แทนการเดินทางจากบ้านเรือน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงการต้องพบปะผู้คนโดยเฉพาะในที่สาธารณะ ในส่วนของช่องทางการสื่อสารที่ดีที่สุดของสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า Facebook, YouTube และ LINE ยังคงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ครองใจคนไทยอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ตอบแบบสำรวจได้ยกให้ Facebook เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็น 98.29 รองลงมาคือ YouTube คิดเป็น 97.5% และ LINE คิดเป็น 96.0% ขณะเดียวกันสื่อสังคมออนไลน์ที่มาแรงในปีอย่าง TikTok ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วโดยมีผู้ใช้บริการ คิดเป็น 35.8% จากผู้ตอบแบบสำรวจ จึงทำให้ความสำคัญการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร มีการปรับตัวเพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภค โดยเฉพาะการพัฒนาด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองต่อความต้องการในรูปแบบใหม่ให้กับผู้บริโภค ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารและการพัฒนาในด้านของเนื้อหา ซึ่งในปัจจุบันการพัฒนาคุณภาพเกิดความรวดเร็วในการเสนอข่าวสารเนื้อหาข้อมูล ปัจจุบันมีการพัฒนานำเสนอในรูปแบบการใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ นำเสนอเนื้อหาข่าวสารได้มีการปรับเปลี่ยนไปตามวิวัฒนาการของการสื่อสารเป็นการเปลี่ยนไปของช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารส่งผลให้สื่อใหม่ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อผู้อ่านมากขึ้น (Sophon Kanhasen,2002)

ผลกระทบภาพรวมของระบบการศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัยราชภัฏ ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และภูมิภาคต่างๆ ในยุคการระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และภูมิภาคต่างๆ ในฐานะอาจารย์ประจำ หรืออาจารย์ผู้สอนของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร นักศึกษาอาจจะมีประสบการณ์ที่ขาดหายไป เพราะสาเหตุที่ต้องเรียนออนไลน์ ในสัดส่วน 70% จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางแพลตฟอร์มทางการเรียนในยุคปัจจุบัน ซึ่งแน่นอนว่าทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระยะยาวได้รับผลกระทบในหลายด้าน ผลกระทบที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ข้อที่ 1 ที่ได้รับผลกระทบเห็นชัดเจน เรื่องของภาระค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ในยุคการแพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา และข้อที่ 2 ได้รับผลกระทบเห็นชัดเจน เรื่อง ประสิทธิภาพการเรียนที่ลดลง อันเนื่องจากในบางคณะที่ต้องมีการเรียนการสอนในภาคปฏิบัติ แต่ต้องปรับมาเรียนออนไลน์ คุณภาพการเรียนรู้และประสบการณ์ลดลงไป กลายเป็นแรงผลักดันบังคับให้เกิดการปรับตัว และนำมาซึ่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมรูปแบบการศึกษาใหม่ๆ ที่ช่วยให้นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ได้เรียนรู้ด้วยตนเอง รูปแบบที่แตกต่างกลายเป็นโมเดลใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นและมีความสอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่ เมื่อสถานการณ์จำเป็น มีการเรียนการสอนทางออนไลน์ หรือทางออฟไลน์ สิ่งสำคัญ คือ การหาประสบการณ์จากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อช่วยเพิ่มพูนความรู้ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครมีการใช้งานทางอินเทอร์เน็ตในด้านต่างๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อค้นคว้าหาข้อมูลและนำไปพัฒนาตนเองไปสู่อาชีพในสายงานที่เรียนมา ในคณะวิชาของนักศึกษา และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร เช่นกันที่มีอยู่ จำนวน 5 สถาบัน ได้แก่ 1.มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี 3. มหาวิทยาลัยราชภัฏ

บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และ 5. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และมี 4 คณะ ประกอบไปด้วย 1. คณะครุศาสตร์ 2. คณะวิทยาการจัดการ 3. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 4. คณะ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในวิธีการดำเนินชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ได้มีการปรับเปลี่ยนต้องเรียนออนไลน์หาประสบการณ์จากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเพิ่มความรู้และนำไปพัฒนา ตนเองไปสู่อาชีพในสายงานที่เรียนมา มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ในสภาวะปัจจุบันของการแพร่กระจาย ของโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา ถือได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นหัวใจสำคัญในการเรียนในยุคระบาดเชื้อไวรัส โคโรนาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงก้าวไปสู่ยุคสื่อสังคมออนไลน์อย่างเต็มตัว (Supachalasai, 2019)

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ถึงสาเหตุที่นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร มี พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงในการค้นหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ส่งผลทำให้ในมุมด้านธุรกิจด้านสื่อมี การปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้ประโยชน์และเมื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเข้ามามีบทบาทใน ชีวิตประจำวันและการสนับสนุนการศึกษาเรียนรู้ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้การเข้าถึงข่าวสาร สะดวกมากขึ้น มีความรวดเร็วของการรายงานข่าวความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารในโลก ยุคปัจจุบัน

ดังนั้น ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์พร้อมด้วยสมมติฐานการวิจัย ที่จะศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์ จากสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ เพื่อนำความรู้จาก ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางการแก้ไขพัฒนาการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคม ออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย และสามารถนำไปพัฒนาทางด้านมุมของธุรกิจทางด้านการสื่อสาร เพื่อนำไป พัฒนาให้เกิดความทันสมัยมีคุณค่าทางสังคม ทางด้านแอปพลิเคชัน เพื่อให้เกิดความทันสมัยต่อพฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาการแพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขต กรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีผล ต่อการใช้ประโยชน์ในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครที่ แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง“พฤติกรรมและการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร” ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative-based Method) เป็นกรนำข้อมูลคุณลักษณะที่เป็นพฤติกรรมและการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร จัดทำเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บของรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง“พฤติกรรมและการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย ได้แก่ โดยกำหนดแบบเจาะจงกลุ่มตัวอย่างจาก 5 มหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ในกรุงเทพมหานครที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติ ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2564 ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ปี 2564 ได้แก่ 1. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม จำนวน 6,044 คน 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำนวน 7,036 คน 3. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จำนวน 18,734 คน 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จำนวน 11,972 คน และ 5. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 5,992 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานครที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติ ปีการศึกษา 2564 โดยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของมอร์แกน (Krejcie, R.V. & Morgan, 1970) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยเห็นสมควรใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อให้เกิดความหลากหลายและการกระจายข้อมูลที่ได้ใช้วิธีใช้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม จำนวน 61 คน
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำนวน 95 คน
3. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จำนวน 89 คน
4. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จำนวน 85 คน
- และ 5. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 70 คน รวมทั้งสิ้นเป็น จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ตามสัดส่วน โดยจำแนกตามคณะวิชาและเพศ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทำการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative-based Method) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้ 1. ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างเครื่องมือสำหรับการทำวิจัย 2. ศึกษา รูปแบบ วิธีการสร้าง กำหนดขอบเขตและโครงสร้างของเนื้อหาแบบสอบถามที่จะใช้ในการศึกษา เพื่อให้มีความครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ 3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามรวมทั้งกำหนดเกณฑ์การวัดและแปลผลตามหลักวิธีการสร้างแบบสอบถาม โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมีลักษณะแบบปลายปิด (closed-ended questionnaire) ประเภหามาตรประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ซึ่งแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา คณะที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เกรดเฉลี่ย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความถี่ ระยะเวลาสถานที่ ช่วงเวลาประเภทของการเปิดรับข่าวสาร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางการสื่อสาร และอุปกรณ์ที่เปิดรับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประโยชน์ในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยสร้างคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert scale) ประเภหามาตรประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ เพื่อค้นหาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยและรายงานผลการวิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย อายุกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่อายุระหว่าง 18-19 ปี มากกว่าอายุระหว่าง 20-22 ปี ส่วนสถาบันที่ศึกษา ได้แก่ 1. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำนวน 95 คน 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จำนวน 89 คน 3. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จำนวน 85 คน 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 70 คน และ 5. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม จำนวน 61 คน เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 128 คน มากที่สุด รองลงมา ชั้นปีที่ 4 ชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 โดยมีเกรดเฉลี่ย 2.51-3.00 มากที่สุด รองลงมา 3.01-3.50 และ 2.01-2.50 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-7,000 บาท มากที่สุด รองลงมา 8,000-9,000 บาท และ ต่ำกว่า 5,000 บาท นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามหัวข้อต่างๆ ได้แก่ ความถี่

ระยะเวลาสถานที่ ช่วงเวลา ประเภทของการเปิดรับข่าวสาร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางการสื่อสาร และ อุปกรณ์ที่เปิดรับ โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ปรากฏ พบว่า

2.1 จำแนกตาม ความถี่ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นประจำทุกวัน มากที่สุด จำนวน 295 คน รองลงมา 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 50 คน 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 34 คน ชมนานครั้ง จำนวน 16 และ ไม่ฟังเลย จำนวน 5 คน

2.2 จำแนกตาม ระยะเวลา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร มากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 187 คน ระหว่าง 30 นาที - 1 ชั่วโมง จำนวน 121 คน ระหว่าง 15 นาที - 29 นาที จำนวน 60 คน และน้อยกว่า 15 นาที จำนวน 32 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.0

2.3 จำแนกตาม สถานที่ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร อันดับแรกคือ ที่มหาวิทยาลัย จำนวน 88 คน รองลงมา หอพัก จำนวน 84 คน และที่บ้าน จำนวน 82 คน อันดับสุดท้ายคือ ร้านอาหาร จำนวน 45 คน

2.4 จำแนกตาม ช่วงเวลา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร อันดับแรกคือ 12.01-14.00 น. จำนวน 75 คน รองลงมา 14.01-16.00 น. จำนวน 71 คน และ 18.01-20.00 น. จำนวน 67 คน อันดับสุดท้ายคือ 02.01-04.00 น. จำนวน 11 คน

2.5 จำแนกตาม ประเภทเวลา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร อันดับแรกคือ รายการเกมโชว์ จำนวน 55 คน รองลงมา รายการเรียลตี้โชว์ จำนวน 52 คน และรายการวาไรตี้โชว์ และรายการทอล์กโชว์ (รายการพูดคุย) จำนวนเท่ากันคือ 50 คน และอันดับสุดท้ายคือ สารคดีข่าว และรายการแนะนำสินค้า จำนวนเท่ากันคือ 5 คน

2.6 จำแนกตาม เหตุผล พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร อันดับแรกคือ เพื่อนำเรื่องราวของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ไปสนทนา จำนวน 132 คน รองลงมา เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ไปวางแผนพัฒนาตนเอง เพื่อไปสู่อาชีพ จำนวน 84 คน และเพื่อทราบถึงความคิดเห็นของเหตุการณ์ต่างๆ จำนวน 68 คน อันดับสุดท้ายคือ เพื่อความบันเทิงในการรับฟัง จำนวน 41 คน

2.7 จำแนกตาม ช่องทางการสื่อสาร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร อันดับแรกคือ Social Networking เช่น Facebook, Blogger, Twitter หรือ Tagged จำนวน 128 คน รองลงมา Micro Blogging โพสต์ข้อความสั้นๆ เว็บไซต์ จำนวน 84 คน และ Weblogs Blog มีความเป็นเนื้อหาที่กว้างขวาง มีเนื้อหาที่น่าสนใจ และ

Virtual worlds โลกเสมือน 3 มิติหรือโลกเสมือนจริง จำนวนเท่ากันคือ 68 คน อันดับสุดท้ายคือ Photo sharing แชร์รูปภาพ หรืออัลบั้มภาพให้ผู้อื่น จำนวน 36 คน

2.8 จำแนกตาม ชนิดอุปกรณ์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร โทรศัพท์มือถือ จำนวน 287 คน รองลงมา พีดีเอ จำนวน 70 คน และคอมพิวเตอร์ จำนวน 43 คน

2.9 จำแนกตาม ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร กระดาษข่าวประจำเว็บไซต์ต่างๆ จำนวน 110 คน รองลงมา กลุ่มองค์กรข่าวสารออนไลน์ จำนวน 105 คน กระดาษข่าวของกลุ่มแนะนำวิชาการอาชีพ จำนวน 94 คน และนิตยสารออนไลน์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำนวน 91 คน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประโยชน์ในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยสร้างคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert scale) ประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ เพื่อค้นหาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อันดับแรก คือ เพื่อได้รับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเองสนใจ รองลงมา คือ เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการเรียนออนไลน์จากสถานการณ์การแพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา และเพื่อได้รับทราบข่าวสารข้อมูลเหตุการณ์ทางสภาพสังคมต่างๆ ส่วนอันดับท้ายสุด คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้รอบตัวของตนเองให้มากขึ้นจากสถานการณ์การแพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา

ผลการวิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญของการตั้งสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้ประโยชน์ในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน พบว่า เพศที่มีความแตกต่าง อันได้แก่ เพศหญิงที่มีจำนวนมากกว่าเพศชายมีการเปิดรับและการนำไปใช้ประโยชน์ที่ต่างกัน ในด้านความถี่ในการเปิดรับข่าวสารและการนำไปใช้ประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นในด้านความถี่ในการเปิดรับเป็นประจำทุกวันที่มีมากกว่า ระยะเวลาการเปิดรับที่ใช้เวลามากกว่า 1 ชั่วโมง สถานที่ในการเปิดรับในพื้นที่ของมหาวิทยาลัยในการค้นหาข้อมูลทางการศึกษา ช่วงเวลาในการเปิดรับในช่วงเวลา 12.01-20.00 น. เพื่อค้นหาข้อมูลด้านการศึกษา ด้านประเภทเวลาการเปิดรับนิยมเปิดรับรายการเกมโชว์เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินผ่อนคลาย โดยเหตุผลสำคัญในการเปิดรับและการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อต้องการนำไปสนทนากลุ่มส่วนใหญ่จะใช้ช่องทาง Social Networking อันได้แก่ Facebook เป็นหลักในการเปิดรับข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือ และนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการสื่อสารด้วยกระดาษข่าวสนทนาเพื่อแสวงหาความรู้ไปใช้ประโยชน์เพื่อนกันควาหาความรู้ในวิชาชีพที่ศึกษา

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน พบว่า เพศหญิงที่มีจำนวนมากกว่าเพศชายมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ โดยนักศึกษาได้เลือกมาที่สุดคือเลือกเรื่องที่ตนเองมีความสนใจ เพื่อให้ตนเองเกิดความผ่อนคลายในช่วงเวลาการแพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารออนไลน์ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลของวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ สถาบันที่ศึกษา คณะที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา เกรดเฉลี่ย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิสำเนาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารออนไลน์อย่างเหมาะสมแตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากร ของผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานในบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 10,001- 20,000 บาท 2) พฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของ ผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ มีระยะเวลาเปิดรับน้อยกว่า 1 ปี ใช้เวลาอ่านน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน เข้าอ่านเว็บไซต์ จำนวน 5 ครั้ง ต่อวัน โดยใช้โน้ตบุ๊กในการเข้าถึง เปิดรับข่าวประเภทข่าวบันเทิง ท่องเที่ยว กีฬา และเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด 3) แรงจูงใจในการเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ ความสะดวกสบายและง่ายต่อการเข้าถึง ได้ทุกที่ทุกเวลา 4) ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้ 5) การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ เพื่อประมวลข่าวจากหนังสือพิมพ์หลาย ฉบับได้อย่างรวดเร็ว 6) จากผลของวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 พบว่า ผู้อ่านที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วน ตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยแตกต่าง กัน ยกเว้นผู้อ่านที่มีอายุแตกต่างกัน ส่วนผู้อ่านที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่าง กันมีแรงจูงใจในการอ่านและความพึงพอใจต่อเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยไม่แตกต่างกัน และ 7) ผลการวิจัยความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า แรงจูงใจในการอ่านและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในรูปแบบ สื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย และจากผลการวิจัยของ (Suansaen, 2013) ในปี 2556 ผลที่ได้เป็นไปตามแนวทางเดียวกันกับงานวิจัยในครั้งนี้ ถือได้ว่าทั้งแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาเป็นองค์ประกอบเป็นไปแนวทางของวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้

จากผลของวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าความพอเพียงของค่าใช้จ่ายที่ได้รับต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ออนไลน์อย่างเหมาะสม พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 9 ข้อ ได้แก่ 1. เพื่อได้รับทราบข่าวสารข้อมูล เหตุการณ์ทางสภาพสังคมต่างๆ 2. เพื่อได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเองสนใจ 3. เพื่อนำเรื่องราว ที่ได้รับข่าวสารเป็นหัวข้อสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม 4. เพื่อแสวงหาความรู้เพิ่มเติมในสาขาวิชาที่ศึกษา 5. เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการเรียนออนไลน์ จากสถานการณ์การแพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัส โควิด 6. เพื่อได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนานจากการเรียนออนไลน์จากสถานการณ์การแพร่กระจายของโรค ระบาดเชื้อไวรัสโควิด 7. เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อสังคมออนไลน์ไปวางแผนพัฒนา ตนเอง เพื่อไปสู่อาชีพที่ต้องการ 8. เพื่อเพิ่มพูนความรู้รอบตัวของตนเองให้มากขึ้น จากสถานการณ์การ แพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัสโควิด และ 9. เพื่อแสวงหาคำแนะนำและความคิดเห็นในด้านการ ประกอบอาชีพเมื่อเรียนจบ และเป็นการต่อยอดช่วยในการตัดสินใจวางแผนอาชีพในอนาคต พบว่า นักศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับที่ 1 คือ เพื่อได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเอง สนใจ อันดับที่ 2 คือ เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการเรียนออนไลน์ จากสถานการณ์การแพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัส โควิด และเพื่อได้รับทราบข่าวสารข้อมูลเหตุการณ์ทางสภาพสังคมต่างๆ คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้รอบตัวของ ตนเองให้มากขึ้นจากสถานการณ์การแพร่กระจายของโรคระบาดเชื้อไวรัสโควิด อันดับที่ 3 เพื่อได้รับทราบ ข่าวสารข้อมูลเหตุการณ์ทางสภาพสังคมต่างๆ ในด้านการวิจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ในการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ ครั้งนี้ ได้มีความสอดคล้องกับ คำกล่าวของ (Jaichansukkit, 2012) ที่กล่าวไว้ว่า ข่าวสารและเนื้อหาต้องสื่อสารต้องการประชาสัมพันธ์ การให้ รายละเอียดของข้อมูล จำเป็นต้องมีมาตรฐานที่มีความเกี่ยวข้อง ในการรายงานผลประกอบการมุมมอง การ วิเคราะห์สถานการณ์ผ่านการสื่อสารด้วยในรูปแบบที่มีองค์ประกอบดังนี้ คือ 1. อินเทอร์เน็ต (Internet) ก่อให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว 2. การเชื่อมต่อ (Connections) ช่องทางดิจิทัลเปลี่ยนแปลงวิถี การติดต่อสื่อสารและการประสานงานให้เร็วไปด้วยความรวดเร็วมากขึ้น 3. การปฏิสัมพันธ์ (Conversations) ระหว่างกันและโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ทำให้เกิดการ เรียนรู้และเข้าใจ จึงทำให้ข้อมูลที่ได้รับต่อ ยอดไปอีกระดับ 4. การร่วมสร้าง (Co-Creation) การเปิดโอกาสให้ได้ออกความคิดเห็นผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) 5. ชุมชน (Community) การสร้างความสัมพันธ์ และโครงการด้านกิจกรรมเพื่อสังคม (Social Responsibility-Sustainability) สามารถต่อเชื่อมกันผ่านสังคมออนไลน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้รับ สารมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ ดังนั้น เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารจะต้องเป็นช่องทางที่สามารถสร้าง โอกาสสำคัญและตรงกับงานวิจัยของ (Cheyjunya, Wiwattananukul & Anawatsirivong, 1995) ได้กล่าวไว้ ว่า ในปัจจุบันช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย 1. Website เว็บไซต์เปรียบเหมือนเครื่องมือแนะนำเป็น จุดศูนย์กลางของสื่อ 2. กลุ่ม Search Engine เครื่องมือทำการสืบค้นข้อมูลหรือเนื้อหาให้ตรงกับที่เราต้องการ และ Optimization 3. Email อีเมล รูปแบบอีเมลเป็นเครื่องมือที่เก่าแต่ยังสามารถใช้ได้ดี เพื่อทำการส่งข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย 4. Content คือ เนื้อหาของรูปภาพ บทความ คลิปวิดีโอที่ถูก

ปล่อยออกไป ถึงผู้รับในทุกๆ กลุ่มเป้าหมาย ผ่านช่องทาง (Website, Social Media, E-mail ฯลฯ) ผู้รับสารเป็นวงกว้าง ถือได้ว่าเป็นหัวใจของการทำการตลาดออนไลน์ Digifast (2015) & Chatawittayakul (2016)

5. กลุ่มสังคมออนไลน์ (Social Media) หรือ Social Media Tool(s) เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังมากที่สุดในปัจจุบัน ซึ่งมีหลายแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยม อย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็น Face book ที่ได้รับความนิยมที่สุดในประเทศไทย Twitter Instagram หรือ Pinterest เป็นต้น โดยในแต่ละช่องทางก็จะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปเนื่องจากโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักที่ผู้ชม กลุ่มเป้าหมาย และลูกค้า เข้าถึงเองอย่างเต็มใจ ดังนั้น จึงมีเครื่องมือในการบริหารจัดการช่องทางเหล่านี้เกิดขึ้นมากมายในตลาด ไม่ว่าจะเป็นการช่วยบริหารเนื้อหาให้เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ช่วยในการวิเคราะห์ความเห็นและประเภทของกลุ่มผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ สรุปได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีการตอบสนองทางสังคมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ ซึ่งมีการ แบ่งปันเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นตัวสื่อสารกับคนในกลุ่มสังคมออนไลน์ (Social Community) ทั่วโลก และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นส่วนหนึ่งของเรื่องของเทคโนโลยี ซึ่งเป็นเครื่องมือ ที่สามารถทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC) และอุปกรณ์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยน หรือการแบ่งปันเรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ระหว่างบุคคลสองคน หรือกลุ่ม บุคคลที่มีในลักษณะของการเข้าร่วมในเครือข่าย ซึ่งจะมีการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้ส่งและผู้รับข้อมูลได้ เป็นการสื่อสารสองทาง จะผู้รับข้อมูลที่สามารถแสดงความคิดเห็นหรือตอบผู้ให้ข้อมูลได้ในทันที โดยการที่แสดงความคิดเห็นในบล็อกการพูดคุยผ่านโดยโปรแกรมการสนทนาออนไลน์ สามารถเชื่อมต่อกับเพื่อนได้ทำให้ผู้ใช้งานได้มีปฏิสัมพันธ์กันผ่านเว็บ จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล และแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีทั้งองค์ประกอบและกระบวนการของสื่อสังคมออนไลน์และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศและด้านการศึกษา เพื่อแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการใช้ประโยชน์และดำรงชีวิต จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาได้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศของ (Srinak & Sripraphan, 2013) ที่ได้ศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหาและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาประเภทของสื่อสังคม ออนไลน์ที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เลือกใช้ 2) เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของสื่อสังคม ออนไลน์ 3) เพื่อศึกษาเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ 4) เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่างสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี นักเรียน/นักศึกษา โดยสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook คือ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้รู้จักและนิยมใช้มากที่สุด ทั้งนี้ รูปแบบในการนำเสนอสารของสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า Facebook สื่อสังคมออนไลน์ที่มีรูปแบบโดดเด่นมากที่สุด โดยเฉพาะรูปแบบการให้ผู้ใช้มีส่วนร่วม (Interactive) ที่สามารถทำการสื่อสารแบบ VDO Call ได้ด้านเนื้อหาการใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้น มีลักษณะของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมกับ

การใช้สื่อเดิมเป็นลักษณะที่พบมากที่สุด และเนื้อหาในการแสดงตัวตน ที่พบคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ใช่ชื่อหรือรูปภาพของตนเองในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นภาษาพูด ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสารส่วนใหญ่อยู่ในระดับเริ่มต้น ความสัมพันธ์ คือ บุคคลทั่วๆ ไปหรือเพื่อนใหม่และไม่มีการตั้งกฎกติกาการใช้ งานไว้ด้านวัตถุประสงค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการพูดคุยสนทนา มากที่สุด รองลงมา คือ ใช้เพื่อความบันเทิง และใช้เพื่อรับรู้เหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบในเชิงเชิงบวกทำให้ได้รู้เหตุการณ์ได้อย่างรวดเร็ว สามารถช่วยให้การตัดสินใจที่จะทำสิ่งต่างๆ ได้ง่ายขึ้น และช่วยให้ได้กลับไปคุยกับเพื่อนเก่าพบปะเพื่อนใหม่ๆ ในด้านผลกระทบในเชิงเชิงลบ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ความสัมพันธ์ของบุคคลในโลกของความเป็นจริงลดลง และส่งผลต่อความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่ใช้สื่อสารลดลง จากผลการวิจัย พบว่า ด้านระยะเวลา การใช้สื่อสังคมออนไลน์กลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์แบบต่อเนื่อง โดยมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน แม้จะจำนวนเวลาที่ต่างกันหรือช่วงเวลาที่ต่างกัน แต่ก็ยังมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนการสร้างตัวตนผ่านการเลือกใช้ชื่อและรูปภาพเพื่อสร้างอัตลักษณ์ การใช้ภาษาในการ แสดงออกการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ และการเคารพกฎ/กติกาต่างๆ ที่ตนเองและผู้ใช้ คนอื่นๆ ตั้งไว้มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ยังมีแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กับผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบ โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และจากข้อมูลงานวิจัยที่มีความสอดคล้องที่กล่าวมาทั้งหมดในด้านความสำคัญของการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ถึงแม้จะมีความแตกต่างในด้านการเปิดรับแต่มีการส่งผลถึงความสัมพันธ์ถึงผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น ผลที่การวิเคราะห์ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ ถือได้ว่าเป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาเป็นองค์ประกอบของการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ ทำให้ได้ข้อสรุปสำหรับการตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยในข้อที่ 2 ที่ได้ตั้งไว้ในด้านพฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามการตั้งสมมติฐานอันเนื่องจากการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และการนำไปใช้ประโยชน์ที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจัดตั้งหน่วยงานทางเทคโนโลยีหรือศูนย์แหล่งเรียนรู้ในด้านข้อมูลทางการศึกษา โดยแยกข้อมูลข่าวสารให้เหมาะสมกับคณะ และสาขาวิชาของนักศึกษาอย่างเหมาะสม ในเรื่องของการให้ความรู้ทางวิชาการให้กับนักศึกษาเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากผลของการวิจัยในครั้งนี้ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ดังนั้น ควรที่จะได้นำผลของการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมที่ให้เกิดกระบวนการด้านความรู้ทางวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อช่วยส่งเสริมพฤติกรรมทางจริยธรรมของการสื่อสารในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมให้กับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขต

กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ให้นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารออนไลน์อย่างถูกต้อง สามารถที่จะเป็นกองบรรณาธิการที่สามารถที่จะกลั่นกรองข่าวสารได้ก่อนที่จะส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้อื่น สามารถที่จะแยกแยะข้อมูลอันจริงเท็จได้

3. มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ควรเพิ่มรายวิชาการจัดการเรียนรู้และออกแบบสื่อการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับนักศึกษา โดยเฉพาะ Facebook ไม่ว่าจะเป็นการมอบหมายงาน ปรึกษางาน หรือการส่งงาน จะช่วยดึงดูดความสนใจจากนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้เข้าถึงได้ง่าย และเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่มากขึ้นระหว่างนักศึกษากับอาจารย์

4. มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ควรใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ในการเรียนการสอนเพราะถือได้ว่าเป็นแหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆ รอบตัว ช่วยผ่อนคลายความเครียดสำหรับการเรียน และเป็นช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็ว สามารถทำการสื่อสารตลาดได้อย่างดีเยี่ยม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอด โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เป็นการผสมผสานวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกใช้แนวทางการศึกษาตามแนวคิด ทฤษฎี ปรากฏการณ์ด้านการสื่อสาร เพื่อค้นหาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. ควรตั้งวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) กระบวนการผลิตเนื้อหาข่าวสาร 2) กลยุทธ์การสื่อสาร 3) การรับรู้ จากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ 4) การประสิทธิผลการสื่อสาร เพื่อให้ได้ผลของสังเคราะห์ให้เห็นมุมมองทางพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ด้วยการเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่าง หรือการใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เช่น ศึกษากลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตภูมิภาคอื่นๆและมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร และผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร ทั้งนักวิชาการและนักผลิต หรือคอนเทนต์ ครีเอเตอร์ แล้วนำมาเปรียบเทียบ เพื่อดูแนวโน้มในบริบทที่มีความแตกต่าง

3. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เพิ่มเติมอาจเพิ่มเป็นช่วงวัยอื่นๆ เช่น กลุ่ม Gen Z (อายุน้อยกว่า 21 ปี) กลุ่ม Gen Y (อายุ 21-40 ปี) กลุ่ม Gen X (อายุ 41-56 ปี) และ กลุ่ม Baby Boomer (อายุ 57-75 ปี) เพื่อนำมาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในหน่วยทั้งภาครัฐ และเอกชน หรือหน่วยงานต่างๆ ในเชิงความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาด้านนโยบายที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ได้รับการสนับสนุนทุนจากงบประมาณรายได้มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี 2564

References

- Buranakit, S. (1998). **Thai web site and social integration process**. Master of Arts, Mass Communication, Chulalongkorn University. [In Thai]
- Chatawittayakul, N. (2016). **Suggest how to choose social media to suit your marketing strategy**. [Online]. Available : <http://www.digithun.com/social-media-strategy> [2021 June 17]. (in Thai).
- Cheyjunya, P., Wiwattananukul, M. & Anawatsiriwong, T. (1995). **The concept of Communication Arts**. (5 th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University. [In Thai]
- Digifast, A. (2015). **Basic tools of digital marketing (online marketing) that is commonly used today**. [Online]. Available : [http://pantae.com/content/Basic tools of digital marketing \(online marketing\) that is commonly used today](http://pantae.com/content/Basic tools of digital marketing (online marketing) that is commonly used today) [2021 May 09]. [In Thai]
- Inna, N. (2005). **IT and mass communication**. Bangkok : Chamchuri Products. [In Thai]
- Jaichansukkit, P. (2012). When the world changes : reaching the turning point of communication. **Communication Change**, 1(1), 64-75. [In Thai]
- Journalist's Day Book (2007). **The future of newspapers in an era of competition and challenge**. **Communication and Journalism**. Bangkok : Thai Journalists Association. [In Thai]
- Kanhasen, S. (2002). **Behaviours and factors effecting the decision on using the on-line newspapers service of the population in Bangkok**. Master of Arts Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. [In Thai]
- Krejcie, R.V. & D.W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30(3), 607-610.
- Srinak, C. & Sripraphan, K. (2013). **Analysis of Types, Patterns, Content and Usage of Social Media in Thailand**. Master of Arts, Communication Studies, Chiang Mai University. [In Thai]
- Suansaen, C. (2013). **Behaviours of receptiveness, motivation, satisfaction, and information utilization News on Thai newspaper websites of readers in Bangkok**. Master of Arts Faculty of Journalism and Mass Communication. Thammasat University. [In Thai]
- Supachalasai, S. (2019). **Project to survey behaviour and trends in media consumption in Thailand**. Complete study report Thammasat University Research and Consulting Center Office. [In Thai]
- Yamane, T. (1970). **Statistics: An introductory analysis**. Tokyo, Japan: John Weather hill, Inc.