

การรับรู้ประโยชน์ ทศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ราชภัฏสุรินทร์

PERCEIVED BENEFIT, ATTITUDES, AND ONLINE MEDIA USAGE OF
DECISION SURINDRA RAJABHAT UNIVERSITY STUDENTS.

จันทิมา บุโพธิ์^{1*} ฟาวดี สีโสตา² และ กนกพร สุขสง³

Jantima Bupho^{1*}, Fawadee Seesoda² and Kanokporn Suksong³

^{1,2,3}Students of Surindra Rajabhat University.

*Corresponding author, e-mail: Jantima099029@gmail.com

วันที่รับบทความ 16 กันยายน 2567

วันแก้ไขบทความ 5 ตุลาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ 22 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ (Abstract)

งานวิจัยเรื่องการศึกษาการรับรู้ประโยชน์ ทศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ 2) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ ทศนคติ และการตัดสินใจการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้ประโยชน์ ทศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ตัวอย่างในการศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำนวน 4,976 ราย จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย พบว่าแบบสอบถามฉบับนี้อยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้ นั่นคือ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.913 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-22 ปี ใช้โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตสมาทโฟน ใช้งานมากกว่า 12 ชั่วโมง และใช้ค้นหาข้อมูล/ข่าวสาร มากที่สุด การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ อยู่ในระดับมาก พบว่า 1) ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์ ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ส่งข้อมูล ข่าวสาร ส่งงาน และสื่อ ได้สะดวกและรวดเร็ว 2) ด้านทัศนคติต่อสื่อออนไลน์ ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การใช้สื่อออนไลน์ทำให้รู้สึกเพลิดเพลินในการติดตามข้อมูลข่าวสาร และ 3) ด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์เพื่อสร้างความบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เป็นต้น

คำสำคัญ : การรับรู้ประโยชน์, ทักษะ, การตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์

Abstract

Research on the study of perceived benefits, attitudes and decisions to use online media of students at Surin Rajabhat University. It is quantitative research (Quantitative Research) using questionnaires (Questionnaire) It is a data collection tool with the following objectives: 1) to study the online media usage behavior of Surin Rajabhat University students; 2) to study the level of perceived benefits, attitudes, and decisions in using online media of Surin Rajabhat University students 3) To compare the differences in perceived benefits, attitudes, and decisions to use online media among students at Surin Rajabhat University. The sample in the study was 4,976 Surindra Rajabhat University students. Then a simple random sampling method was used. It was found that this questionnaire was within the criteria for reliability, that is, it had a confidence value for the entire version equal to 0.913 using a ready-made program including frequency, percentage, mean, and standard deviation. and inferential statistics, including t-test and analysis of variance (ANOVA).

The results showed that the students who responded to the examination were women aged 20-22 years old and used mobile phones. internet smartphone Used for more than 12 hours and used to search for information/news the most. A study of opinions regarding perceived benefits, attitudes, and decisions to use online media. at a high level It was found that 1) in terms of perceived benefits of using online media The highest average is sending information, news, sending work, and media conveniently and quickly. 2) Attitude towards online media. The most average is Using online media makes you feel entertained in following news and 3) deciding to use online media. The most average is Decide to use online media to create entertainment, such as watching movies, listening to music, etc.

Keywords : Perceived Benefit, Attitudes, Online Media usage of Decision

บทนำ

การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีที่มีความสำคัญในชีวิตประจำวันของเราตั้งแต่ตื่นนอนจนกระทั่งเข้านอนในแต่ละวัน เทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้กับมนุษย์เราจนเป็นส่วนหนึ่งอยู่คู่กับวิถีในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นปัจจัยที่ 5 ของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงถูกพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะให้ทันตามยุคในปัจจุบันที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่หลากหลาย ทั้งการโทรออกและรับสายโทรศัพท์ การส่งข้อความ การบันทึกข้อมูลส่วนบุคคล การถ่ายภาพ และสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ต ตลอดจนแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้

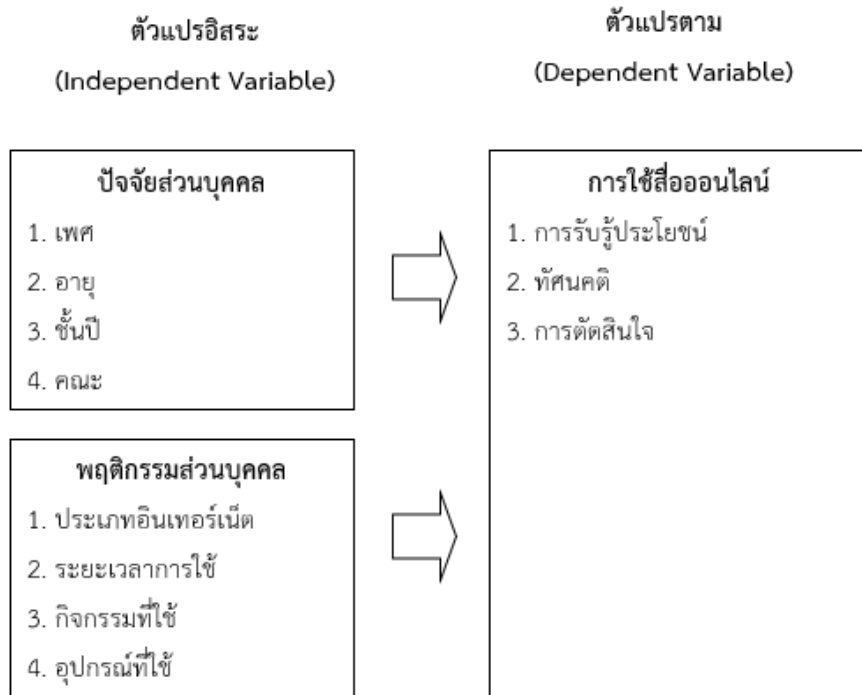
งานอินเทอร์เน็ตผ่าน Wi-Fi หรือ 5G (บุษรา ประกอบธรรม และมานะ อัครริยะเกียรติ, 2555) จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้เกิดการพัฒนาสื่อออนไลน์อย่างฉับพลันและต่อเนื่อง สื่อออนไลน์จึงได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ในขณะเดียวกันเทคโนโลยีสารสนเทศได้ถูกพัฒนาควบคู่ไปพร้อมๆ ทำให้รูปแบบของการสื่อสารมีความสะดวกสบาย และรวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถส่งสารเผยแพร่ ถ่ายทอดให้ผู้คนทั่วไปได้รับรู้อย่างรวดเร็ว (แสงเดือน ผ่องพุ่ม, 2556) อย่างไรก็ตาม ความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกรับสื่อมีความแตกต่างกันออกไป ผู้ที่รู้จักใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์เพื่อพัฒนาทักษะด้านใดด้านหนึ่งของตนนั้น นับว่าเป็นการเลือกใช้สื่ออย่างชาญฉลาด มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์ (วิหวิรินทร์ ประทังคติ และคณะ, 2565)

พฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้ใช้สื่อออนไลน์เปลี่ยนไป โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในวัยเรียน ส่วนใหญ่จะมีอุปกรณ์หรือสื่อประกอบการเรียนที่ทันสมัย มีสมาร์ตโฟนพกพาติดตัว รวมถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ทุกเรื่องทุกสถานการณ์ อย่างไรก็ตาม ด้วยการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่คุณสมบัติที่รวดเร็ว เข้าถึงทุกช่องทาง (หลอมรวมกับสื่ออื่นๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์) มีรูปแบบที่แปลกใหม่น่าสนใจทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ส่งผลให้ผู้บริโภคโดยเฉพาะในเด็กและเยาวชนใช้สื่อประเภทนี้อย่างขาดการรู้เท่าทันสื่อ และขาดความยับยั้งชั่งใจ ทำให้หลายครั้งอาจก่อให้เกิดปัญหา ทั้งปัญหาด้านสังคม ได้แก่ การถูกล่อลวงในโลกออนไลน์ ก่อให้เกิดผลเสียทั้งร่างกายและทรัพย์สิน ปัญหาการความอยากได้อะไรเหมือนคนอื่นในโลกออนไลน์ เกิดสื่อลามกอนาจาร ฯลฯ นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดปัญหาด้านร่างกาย คือ ใช้สื่อประเภทนี้จนมีปัญหาด้านสุขภาพ ทั้งด้านสุขภาพกายและจิต และปัญหาการศึกษา ผู้เรียนด้วยตนเอง โดยเฉพาะผู้เรียนในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษาคุ้นเคยไปพร้อมกับการติดต่อสื่อสารและการรับรู้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ด้านการศึกษาหาความรู้ และการใช้ภาษาไทยที่ผิดเพี้ยน จนเกิดการวิบัติของภาษา ซึ่งเป็นมาตลอดหลายปีจะเห็นได้จากสื่อสังคมออนไลน์ แต่ส่วนใหญ่ นักศึกษาก็มีการใช้สื่อออนไลน์ที่เกิดประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ ในการหาความรู้ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเรียน เช่น การสร้างสรรค์สื่อการเรียน การติดต่อสื่อสารสนทนาสัมพันธ์ไมตรีระหว่างมหาลัยด้วยกัน ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาเองว่าจะตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ให้เกิดผลในด้านใด

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการตัดสินใจการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 4,976 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 6 พฤศจิกายน 2566) (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, 2566)
2. ขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของ เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 357 คนการสุ่มตัวอย่างเพื่อใช้สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ซึ่งเหมาะกับงานวิจัยที่มีลักษณะของประชากรที่มีขนาดใหญ่และตัวผู้คณะวิจัยมีข้อจำกัดด้านเวลา กำลังคน หรืองบประมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยดำเนินการดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ แบ่งออกเป็น 6 คณะ ได้แก่ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะครุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะวิทยาการจัดการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และคณะเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดสัดส่วนตัวอย่างเพื่อสุ่มตัวแทนนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำนวน 6 คณะ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วยโครงสร้าง 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สังกัดคณะ ชั้นปี ประเภทของอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุดต่อวัน อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ใช้มากที่สุดต่อวัน และระยะเวลาที่ใช้งานมากที่สุดต่อวัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบรายละเอียดและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามที่มีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questionnaire)

2. ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์ ด้านทัศนคติต่อสื่อออนไลน์ และด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบ Rating Scale ชนิด 5 ระดับ

3. ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Opened Question) ปัญหา อุปสรรค และเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจการใช้สื่อออนไลน์ในปัจจุบัน

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 357 ชุด โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการอธิบาย และนำข้อมูลเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทุกหัวข้อ และทุกรายการ

2. คณะผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืน แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของแบบสอบถาม

3. นำแบบสอบถามมาทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

นักศึกษามีการตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นสังกัดคณะ 6 คณะ ส่วนใหญ่ คือ คณะมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ จำนวน 109 ราย (คิดเป็นร้อยละ 30.50) รองลงมา ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 88 ราย (คิดเป็นร้อยละ 24.60) คณะครุศาสตร์ จำนวน 71 ราย (คิดเป็นร้อยละ 19.90) คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 49 ราย (คิดเป็นร้อยละ 13.70) คณะเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร จำนวน 21 ราย (คิดเป็นร้อยละ 5.90) และคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 19 ราย (คิดเป็นร้อยละ 5.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุดต่อวัน		
อินเทอร์เน็ตสมาร์ตโฟน	193	54.10
อินเทอร์เน็ตบ้าน/WIFI	79	22.10
อินเทอร์เน็ตมหาวิทยาลัย	71	19.90
อินเทอร์เน็ตสถานที่อื่นๆ	14	3.90
ผลรวม	357	100.00
ระยะเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ยมากที่สุดต่อวัน		
1-2 ชั่วโมง	30	8.40
3-5 ชั่วโมง	60	16.80
6-8 ชั่วโมง	80	22.40
8-12 ชั่วโมง	86	24.10
มากกว่า 12 ชั่วโมง	101	28.30
ผลรวม	357	100.00
กิจกรรมที่ใช้สื่อออนไลน์มากที่สุดต่อวัน		
ใช้ค้นหาข้อมูล ข่าวสาร	111	31.10
ใช้แชร์ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อเพื่อน/บุคคลอื่น	50	14.00
ใช้ดูภาพยนตร์ เล่นเกม และฟังเพลง	82	23.00
ใช้เป็นช่องทางหารายได้	28	7.80
ใช้งานเพื่อซื้อสินค้าและบริการ	39	10.90
ใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน	13	3.70
ใช้พูดคุยสื่อสารกับเพื่อน และคนในครอบครัว	34	9.50
ผลรวม	357	100.00
อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ใช้มากที่สุดต่อวัน		
โทรศัพท์มือถือ	206	57.70
คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก	70	19.60
IPAD/TABLET	66	18.50
SMART TV	15	4.20
ผลรวม	357	100.00

จากตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ประโยชน์ ทักษะ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ โดยนักศึกษาตอบแบบสอบถามของประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุดต่อวันคือ อินเทอร์เน็ตสมาทโฟน จำนวน 193 ราย (คิดเป็นร้อยละ 54.10) รองลงมา ได้แก่ อินเทอร์เน็ตบ้าน/WIFI จำนวน 79 ราย (คิดเป็นร้อยละ 22.10) อินเทอร์เน็ตมหาวิทยาลัย จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.90) และอินเทอร์เน็ตสถานที่อื่นๆ จำนวน 14 ราย (คิดเป็นร้อยละ 3.90) ตามลำดับ

นักศึกษามีการตอบแบบสอบถามของระยะเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ยมากที่สุดต่อวัน ได้แก่ มากกว่า 12 ชั่วโมง จำนวน 101 ราย (คิดเป็นร้อยละ 28.30) รองลงมา ได้แก่ 8-12 ชั่วโมง จำนวน 86 ราย (คิดเป็นร้อยละ 24.10) 6-8 ชั่วโมง จำนวน 80 ราย (คิดเป็นร้อยละ 22.40) 3-5 ชั่วโมง จำนวน 60 ราย (คิดเป็นร้อยละ 16.80) และ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 30 ราย (คิดเป็นร้อยละ 8.40) ตามลำดับ

นักศึกษามีการตอบแบบสอบถามของกิจกรรมที่ใช้สื่อออนไลน์มากที่สุดต่อวันคือ ใช้ค้นหาข้อมูล/ข่าวสาร จำนวน 111 ราย (คิดเป็นร้อยละ 31.10) รองลงมา ได้แก่ ใช้ดูภาพยนตร์ เล่นเกม และฟังเพลง จำนวน 82 ราย (คิดเป็นร้อยละ 23.00) ใช้แชร์ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อเพื่อน/บุคคลอื่น จำนวน 50 ราย (คิดเป็นร้อยละ 14.00) ใช้งานเพื่อซื้อสินค้าและบริการ จำนวน 39 ราย (คิดเป็นร้อยละ 10.90) ใช้พูดคุยสื่อสารกับเพื่อน และคนในครอบครัว จำนวน 34 ราย (คิดเป็นร้อยละ 9.50) ใช้เป็นช่องทางหารายได้ จำนวน 28 ราย (คิดเป็นร้อยละ 7.80) และใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน จำนวน 13 ราย (คิดเป็นร้อยละ 3.70) ตามลำดับ

นักศึกษามีการตอบแบบสอบถามของอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ใช้มากที่สุดต่อวันคือ โทรศัพท์มือถือ จำนวน 206 ราย (คิดเป็นร้อยละ 57.70) รองลงมา ได้แก่ คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก จำนวน 70 ราย (คิดเป็นร้อยละ 19.60) IPAD/TABLET จำนวน 60 ราย (คิดเป็นร้อยละ 18.50) และ SMART TV จำนวน 15 ราย (คิดเป็นร้อยละ 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษะ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์

การรับรู้ประโยชน์ ทักษะ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์	4.19	.59	มาก
ด้านทัศนคติต่อสื่อออนไลน์	3.89	.50	มาก
ด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์	3.98	.51	มาก
รวมผล	4.02	.44	มาก

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาข้อคำถามของการรับรู้ประโยชน์ ทักษะ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.02) โดยพบว่าการใช้สื่อออนไลน์ที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์ ($\bar{X}$ =4.19) รองลงมา ได้แก่

ด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ($\bar{X}=3.98$) และด้านที่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านทัศนคติต่อสื่อออนไลน์ ($\bar{X}=3.89$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์จำแนกตามเพศโดยการวิเคราะห์สถิติที (t-test)

การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์	ชาย		หญิง		ค่า t	P-value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์	4.17	.602	4.22	.583	3.109	.79
ด้านทัศนคติต่อสื่อออนไลน์	3.87	.480	3.90	.515	.013	.909
ด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์	3.98	.432	3.98	.561	7.011	.008*
ภาพรวม	4.01	.407	4.03	.463	.033	.857

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีเพศต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีเพศต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์	อายุ			ค่า F	P-value
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-22 ปี	22 ปีขึ้นไป		
	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$		
ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์	4.24	4.16	4.26	.910	.403
ด้านทัศนคติต่อสื่อออนไลน์	3.98	3.83	4.00	4.841	.008*

ด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์	4.10	3.90	4.11	6.916	.001*
ภาพรวม	4.11	3.97	4.12	5.198	.006

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ พบว่า นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีอายุต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ด้านทักษะติดต่อสื่อออนไลน์ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่าง

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามชั้นปี โดยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

การรับรู้ประโยชน์ ทักษคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์	ชั้นปี				ค่า F	P-value
	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4		
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$		
ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์	4.23	4.20	4.12	4.28	1.423	.236
ด้านทักษะติดต่อสื่อออนไลน์	3.96	3.84	3.87	3.92	.802	.493
ด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์	3.99	4.05	3.95	3.97	.565	.638
ภาพรวม	4.06	4.03	3.98	4.06	.737	.531

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามชั้นปี พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษคติ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีชั้นปีต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้

ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์ ด้านทักษะคิดต่อสื่อออนไลน์ และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์กับพฤติกรรมส่วนบุคคลจำแนกตามกิจกรรมที่ใช้ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

ด้านการ ใช้สื่อ ออนไลน์	กิจกรรมที่ใช้							ค่า F	P- value
	ใช้ดู ภาพยนตร์ เล่นเกม และฟัง เพลง	ใช้เป็น ช่องทาง หา รายได้	ใช้งานเพื่อ ซื้อสินค้า และบริการ	ใช้ทำ ธุรกรรม ทางการเงิน	ใช้พูดคุย สื่อสาร กับเพื่อน และคนใน ครอบครัว	ใช้ ค้นหา ข้อมูล ข่าวสาร	ใช้แชร์ข้อมูล เป็นประโยชน์ ต่อเพื่อน/ บุคคลอื่น		
	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$		
ด้านการรับรู้ ประโยชน์ของการ ใช้สื่อออนไลน์	4.25	4.13	4.16	4.29	4.18	4.42	4.09	.889	.503
ด้านทักษะคิดต่อสื่อ ออนไลน์	3.92	3.87	3.92	4.01	3.83	3.69	3.82	.956	.455
ด้านการตัดสินใจ ใช้สื่อออนไลน์	3.95	3.96	4.06	4.17	3.96	3.85	3.85	1.613	.142
ภาพรวม	4.04	3.99	4.05	4.16	3.99	3.98	3.92	.919	.481

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์กับพฤติกรรมส่วนบุคคลจำแนกตามกิจกรรมที่ใช้ พบว่า นักศึกษามีกิจกรรมที่ใช้ต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีกิจกรรมต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

คณะผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำนวนและร้อยละของการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ โดยนักศึกษาตอบแบบสอบถามของประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุดต่อวันคือ อินเทอร์เน็ตสมาทโฟน จำนวน 193 ราย (คิดเป็นร้อยละ 54.10) ระยะเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ยมากที่สุดต่อวัน ได้แก่ มากกว่า 12 ชั่วโมง จำนวน 101 ราย (คิดเป็นร้อยละ 28.30) กิจกรรมที่ใช้สื่อออนไลน์มากที่สุดต่อวันคือ ใช้ค้นหาข้อมูล/ข่าวสาร จำนวน 111 ราย (คิดเป็นร้อยละ 31.10) และอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ใช้มากที่สุดต่อวันคือ โทรศัพท์มือถือ จำนวน 206 ราย (คิดเป็นร้อยละ 57.70)

2. การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ พบว่าโดยภาพรวมเมื่อพิจารณาข้อคำถามของด้านการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าการใช้สื่อออนไลน์ที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์ รองลงมา ได้แก่ ด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ($\bar{X}=4.0$) และด้านที่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านทักษะคิดต่อสื่อออนไลน์ ตามลำดับ

3. ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิด และการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมส่วนบุคคล พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีเพศต่างกัน พบว่า มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีอายุต่างกัน พบว่า นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีชั้นปีต่างกัน พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีสังกัดคณะต่างกัน พบว่า นักศึกษาที่มีสังกัดคณะที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีการใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกัน พบว่า นักศึกษาใช้ประเภทอินเทอร์เน็ตต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีระยะเวลาการใช้ต่างกัน พบว่า นักศึกษามีระยะเวลาการใช้ต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีกิจกรรมที่ใช้ต่างกัน พบว่า นักศึกษามีกิจกรรมที่ใช้ต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีอุปกรณ์ที่ใช้ต่างกัน พบว่า นักศึกษามีอุปกรณ์ที่ใช้ต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. จากการศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 20-22 ปี รองมาอายุ 22 ปีขึ้นไป และน้อยกว่า 20 ปี พบว่า นักศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ตสมาร์ตโฟน (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 54.10) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตบ้าน/WIFI (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 22.10) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตมหาวิทยาลัย (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 19.90) และน้อยที่สุดคือ อินเทอร์เน็ตสถานที่อื่นๆ (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.90) ระยะเวลาการใช้งานมากที่สุดคือ ใช้งานมากกว่า 12 ชั่วโมง (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 28.30) รองลงมาคือ 8-12 ชั่วโมง (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 24.10) รองลงมาคือ 6-8 ชั่วโมง (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 22.40) รองลงมาคือ 3-5 ชั่วโมง (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 16.80) และน้อยที่สุดคือ 1-3 ชั่วโมง (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 8.40) กิจกรรมที่ใช้สื่อออนไลน์มากที่สุดต่อวัน พบว่า ใช้ค้นหาข้อมูล ข่าวสาร มากที่สุด (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 31.10) และน้อยที่สุดคือ ใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.70) และอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ใช้มากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 57.70) รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 19.60 รองลงมาคือ IPAD/TABLET (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 18.50) และน้อยที่สุดคือ SMART TV (มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.20) อาจเป็นเพราะโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตของสมาร์ตโฟนมีความสะดวกสบายในการใช้งานมากกว่าอินเทอร์เน็ตประเภทอื่น เพราะอินเทอร์เน็ตสมาร์ตโฟน สามารถใช้สื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้สะดวกมากกว่า ทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้งานอินเทอร์เน็ต กิจกรรมที่ใช้สื่อออนไลน์ ความสนใจในสื่อออนไลน์ก็มีมากมายแตกต่างกันตามความสนใจของนักศึกษา จึงทำให้มีระยะเวลาการใช้งานแตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับ พรณิการ์ พุ่มจันทร์ (2558) การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์ระดับปรีคลินิก คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ใน 6 ด้าน ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้, ปริมาณระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์, เครื่องมือที่ใช้ในการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์, ด้านการศึกษา, ด้านการติดต่อสื่อสารและด้านความบันเทิง โดยรวม นักศึกษาแพทย์มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยอภิปรายเป็นรายด้านดังนี้ 1) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาแพทย์ระดับปรีคลินิก คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน สื่อสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้มากที่สุดก็คือ Facebook ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 2) ปริมาณระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาแพทย์ระดับปรีคลินิก คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มีปริมาณระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ที่ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาพบว่า เพศหญิง มีการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติ มากกว่า เพศชาย อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20-22 ปี เพศหญิงมีการใช้สื่อออนไลน์ ในเรื่องของการค้นหาข้อมูล ข่าวสาร ในด้านการเรียนมากกว่า เพศชาย ซึ่งนำมาบูรณาการกับด้านการสอนคือ ต้องให้ข้อมูลกับนักศึกษาที่น่าเชื่อถือมากที่สุด เพราะนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ มีการใช้สื่อออนไลน์ในการสืบค้นหาข้อมูลอย่างกว้างขวาง
2. จากการศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ ด้านการตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์มากกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้นผู้สอน ควรให้นักศึกษาพิจารณาการ

เลือกใช้สื่อการเรียนการสอน หรือสื่อออนไลน์ที่ใช้ทำงานที่นักศึกษาสนใจ ให้นักศึกษาได้มีโอกาสตัดสินใจในการเลือกใช้ จะทำให้ตัวนักศึกษามีโอกาสใช้สื่อออนไลน์ที่ตนเองถนัด ซึ่งนักศึกษาอาจจะทำผลงานออกมาได้ดี และเกิดความพึงพอใจต่อตัวนักศึกษา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. นักวิจัย ผู้สอน หรือผู้ที่สนใจควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องความชอบส่วนบุคคล เพื่อที่จะได้ทราบถึงพฤติกรรมส่วนตัวเชิงลึก เช่น สีที่ชอบ แนวเพลงที่ชอบ และแนวภาพยนตร์ที่ชอบ เป็นต้น ทำให้ทราบถึงทัศนคติต่อสื่อออนไลน์ที่นักศึกษาชื่นชอบ ซึ่งสามารถนำมากำหนดในการบูรณาการจัดการเรียนการสอนได้ อาจทำให้นักศึกษามีความสนใจในการเรียนมากขึ้น
2. นักวิจัย ผู้สอน หรือผู้ที่สนใจควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่นักศึกษาสนใจ หรือเข้าถึงมากที่สุด เพื่อที่จะได้ทราบถึงแอปพลิเคชันที่นักศึกษาส่วนใหญ่มีการติดตามข่าวสารในแอปพลิเคชันใดมากที่สุด สามารถนำมาปรับใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของทางมหาวิทยาลัยได้

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ กลั้ววงศ์. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์. การค้นคว้าอิสระเป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กรภัทร สุทธิธารา. (2543). ก้าวสู่โลกอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ : อินโฟเพรส.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2558). “ทัศนคติ ความหมาย และความสำคัญ.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.bangkokbiznews.com> สืบค้น 26 มกราคม 2567.
- กฤษณ์กร โนนพลกรัง. (2556). บทที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษา “ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่ออาชีพศึกษาในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา.” สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กิตติ ภัคดิวัฒนกุล. (2546). ระบบสารสนเทศ Information Systems. กรุงเทพฯ : เคพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- กิตติวัฒน์ นามสวัสดิ์วงศ์. (2559). ทัศนคติของผู้หญิงต่อการโฆษณาโดยใช้แรงดึงดูดทางเพศ (Sex Appeal). การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลทร อ่อนยิ้ม. (2553). “เครือข่ายสังคมออนไลน์.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.slideshare.net/krunapon> สืบค้น 8 ธันวาคม 2566.

- กัญชลิตา ตันเจริญ. (2563). **พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ รูปแบบการนำเสนอข้อมูล การตัดสินใจ Fan Page แนะนำการท่องเที่ยว Unseen Tour Thailand**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิตติมา เทียมบุญประเสริฐ. (2546). **ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ ฯ : วี.เจ.พรินติ้ง.
- จิราพร รุจิวัฒนากร. (2556). **พฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี**. สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชัยภูมิ.
- เจริญศรี ศรีจันทร์ตร. (2559). **ทัศนคติของครูและผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการจัดการเรียนร่วม**. การค้นคว้าแบบอิสระ ศีษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ ฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ชนมธีรา ขาละม้ายและพนัษกร สิมะขจรบุญ. (2565). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหาร**. วารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชลธิดา เอี่ยมสิทธิ์พันธุ์. (2562). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร่วมการแข่งขันไตรกีฬา**. คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชรินทร์ทิพย์ อะภาพัฒน์. (2566). **พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันขอประชากรในกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ ฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชูลี กอบวิทย์วงศ์. (2562). **ผลของสื่อบรรจุภัณฑ์และประเภทสินค้า ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ ฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยเดช ช่างเพียร. (2565). **พฤติกรรมกรบริโภคข้าวออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตมินบุรี**. กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ณาดยา ฉาบนาค. (2548). **ระบบสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ ฯ : เอส.พี.ซี บุคส์ จำกัด ด้านสหวิชาการพิมพ์.
- ทิตนา เขมมณี. (2548). **รูปแบบการเรียนการสอนทางเลือกที่หลากหลาย**. กรุงเทพฯ ฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2550). **การบริหารงานบุคคล**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ ฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธาม วงศ์สรรคร, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และอัครมณี สมใจ. (2566). **การรับรู้ประโยชน์ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ ฯ : วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- นวพร อาริมิตร. (2564). **แนวทางการพัฒนาการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาดภายในและนอกเขตการบิน ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา**. กรุงเทพฯ ฯ : คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- นันธิการ์ จิตเรียงาม. (2564). “พฤติกรรมการใช้สื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร”. **วารสารนิเทศศาสตร์**. 39(1).
- บุษรา ประกอบธรรม และมานะ อัครวิริยะเกียรติ. (2555). “นวัตกรรมทางการตลาดบนสมาร์ทโฟน”. **วารสารนักบริหาร**, 32(4), 32-37.
- ประเสริฐศักดิ์ โพธิ์ทอง. (2565). ผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**. 24(3).
- พรณิการ์ พุ่มจันทร์. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์ระดับปรีคลินิกของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. **นิพนธ์ต้นฉบับ**. 8(1).
- พัฒนธนะ บุญชู. (2564). **Leon Schiffman and Joe Wisenblit. E-book Consumer Behavior**. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภัทรวรรณ กวาวสาม,พระมหาสุริยา แซ่ย่าง. (2023). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนิสิตวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย. เชียงราย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย.
- มนัญญานันท์ นภัสโพธิ์ศรี. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กรณีศึกษา : พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดกำแพงเพชร.การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง แขนงวิชาเทคโนโลยีและการสื่อสารการศึกษา. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. “บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://mslib.kku.ac.th/>. สืบค้น 8 ธันวาคม 2566.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. (2566). “ประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.srru.ac.th/about/history>. สืบค้น 8 ธันวาคม 2566.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. (2566). “โครงสร้างหน่วยงาน, ผู้บริหาร.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.srru.ac.th/about/history>. สืบค้น 8 ธันวาคม 2566.
- มัทนา เจริญวงศ์. (2562). ความหลงของจริง เรื่องจริงของข่าวการเมือง. **วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. 26(1) : 43-59.
- รัชดากร พลภักดี. (2563). บทความปริทัศน์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการจัดการเรียนการสอนในสถานการณ์ COVID-19. **วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม**. 19(1).
- วชิรวัชร งามละม่อน. (2558). แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-l> สืบค้น 26 มกราคม 2567.