

ประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

AN ABILITY OF INFORMATION DIFFUSION THROUGH SOCIAL MEDIA IN

KANCHANABURI RAJABHAT UNIVERSITY

ชื่อผู้เขียนภาษาไทย ¹⁾ พัชรินทร์ บุญสมธป, ²⁾ ดิภาหลัง สุขกุล, ³⁾ พัทธ์สุตม์ สาธนูวัฒน์,
⁴⁾ ธนภรณ์ เพชรินทร์, ⁵⁾ ฌวีพร โทวนิช

อาจารย์ ¹⁻⁵⁾ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ชื่อผู้เขียนภาษาอังกฤษ ¹⁾ Patcharin Boonsomthop, ²⁾ Tikalang Sukkun, ³⁾ Patpasut Satunuwat,
⁴⁾ Thanaporn Petcharin, ⁵⁾ Thaweepon Towanit

Lecturer ¹⁻⁵⁾ Bachelor of Communication Arts program, Faculty of Management
Science, Kanchanaburi Rajabhat University.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบ และเคยเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านเว็บไซต์ www.kru.ac.th มีความถี่ในการติดตามข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัย 2-3 วันต่อสัปดาห์ ใช้ระยะเวลาติดตามข่าวแต่ละครั้งน้อยกว่า 15 นาที โดยติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อค้นคว้า/หาข้อมูลสำหรับการศึกษา/การทำงาน เมื่อเห็นการแจ้งเตือนจากสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ จะรับรู้ แต่ยังไม่สนใจอ่านทันที กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความสามารถในการรับรู้ข่าวสารผ่าน www.kru.ac.th มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 2.93 มีความพึงพอใจเว็บไซต์ www.kru.ac.th มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา เว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 3.73 และเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย/หน่วยงานต่าง ๆ ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

คำสำคัญ: การเผยแพร่ สื่อออนไลน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Abstract

The objectives of this research are 1) study about the news exposure through various categories of social medias of students and personnel in Kanchanaburi Rajabhat University, and 2) to evaluate an information diffusion ability through various categories of social medias in Kanchanaburi Rajabhat University. This quantitative study of 400 samples with Accidental Sampling method in Cross- Section Study. A Survey Research Method and a questionnaire were used as a tool to collect data. The results showed that the samples were used to communicate and know about information diffusion online channel of the university through www.kru.ac.th. Frequency of samples to keep track the university's

online news 2-3 days per week. They take time to search online news and activities of the university less 15 minutes per time to learning knowledge for studying or working, and when they seen the warning from the various types of social medias will be recognized, but not interested in immediately. The average of ability to exposure the university's online news through www.kru.ac.th was at a highest level (average 2.93). The university's main website (www.kru.ac.th) was at the highest average level of the samples's satisfaction (average 3.95) following by the institutes's website (average 3.73) and the university's page on facebook was in middle level (average 3.23) respectively.

Keywords: Information Diffusion Social Media Kanchanaburi Rajabhat University

บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้คนทั้งรุ่นใหม่และรุ่นเก่า นิยมใช้สื่อออนไลน์ติดต่อสื่อสารระหว่างกันมากขึ้น จนเกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ (network society) ที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ของผู้ใช้งานทั่วทุกมุมโลก สังคมและวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันจึงเปลี่ยนแปลงไป ผู้คนหันมาติดต่อสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (online-social media) ประเภทต่าง ๆ มากขึ้น

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี มีช่องทางการติดต่อสื่อสารและเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย จัดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ยูทูป เว็บไซต์ หรือเฟสบุ๊คของแต่ละหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย และโปรแกรมสนทนาแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งนักศึกษา บุคลากร และเจ้าหน้าที่ สามารถรับรู้ข้อมูลติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้อย่างเสรี ทั้งยังสามารถติดตามรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว และทันต่อเหตุการณ์ จากการศึกษางานวิจัยของ สราวุธ ชมบัวทอง (2547) เรื่อง “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ของนักศึกษาปริญญาโทบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของบัณฑิตวิทยาลัย 4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเปิดรับจากที่ทำงานและใช้เวลาในการเปิดรับตั้งแต่ 30 นาที ถึง 1

ชั่วโมง 30 นาที โดยมีระยะเวลาในการติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในแต่ละครั้งเฉลี่ยน้อยกว่า 15 นาที ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ สามารถรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

ในทางกลับกัน การรับรู้ข่าวสารที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว อาจทำให้การกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารลดน้อยลง บางครั้งผู้รับสารอ่านเพียงผ่าน ๆ เพื่อรับรู้ข่าวสาร แต่ไม่สามารถจดจำได้ว่าจัดขึ้นที่ไหน เมื่อใด ทำให้การรับทราบข้อมูลเนื้อหาคลาดเคลื่อน ยิ่งไปกว่านั้น หากพลาดข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการทำงานจะยิ่งส่งผลกระทบ และอาจก่อให้เกิดเป็นปัญหาตามมาได้ คณะผู้วิจัยจึงต้องการประเมินผลการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทต่างๆ จากการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของบุคลากร และนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทต่าง ๆ ของบุคลากร และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
- 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ขอบเขตการวิจัย

โครงการวิจัยนี้มุ่งศึกษาช่องทางการเปิดรับข่าวสารที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ช่องทางต่าง ๆ และประเมินประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทนั้น ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบภาคตัดขวาง (Cross-Section Study) ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ผลการศึกษابรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เกี่ยวกับการประเมินผลการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคลากร และนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independence Variable) ได้แก่ บุคลากร นักศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

ตัวแปรตาม (Dependence Variable) ได้แก่ ประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นโดยการสำรวจสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัย วิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลโดยผู้วิจัย เพื่อนำข้อมูลมาเป็นพื้นฐานสำหรับทำการวิจัย

2. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ควบคู่กับแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำแบบสอบถามสำรวจระดับความคิดเห็นในการเปิดรับสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายต่อการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ

ของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามทั้งชนิดปลายปิด (Closed-Ended Questions) แบบมีตัวเลือก และชนิดปลายเปิด (Open-Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากบุคลากรที่เป็นอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง และมีผู้ช่วยในการเก็บข้อมูล 3 คน เก็บข้อมูลในพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2559

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจนของคำถาม (Clarity) ความเหมาะสมของคำถามที่ใช้ (Wording) แล้วนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไข นำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นด้านประเภทของข่าวสาร/ข่าวเผยแพร่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีที่มีผลต่อระดับการรับรู้หรือความสนใจ เท่ากับ .882

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ระบุค่าข้อมูลเป็นร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ การประเมินประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และความพึงพอใจการติดตามข่าวสารของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์แต่ละประเภท

ผลการวิจัย

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยติดต่อสื่อสารหรือเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

การเคยติดต่อสื่อสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	375	93.8
ไม่เคย	25	6.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 93.8 เคยติดต่อสื่อสารหรือเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์ และร้อยละ 6.2 ไม่เคยติดต่อสื่อสารหรือเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

เหตุผลที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ทราบว่าจะเข้าไปติดตามข่าวสารได้จากที่ใดบ้าง	5	20.0
ไม่มีความจำเป็นต้องติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์	7	28.0
ติดตามข่าวสารผ่านสื่อหลักอื่นๆ อยู่แล้ว เช่น สื่อบุคคล สิ่งพิมพ์ภายในองค์กร ฯลฯ	12	48.0
ไม่มีเวลาติดตามข่าวสารออนไลน์ตลอดเวลา	1	4.0
รวม	25	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 25 คน เหตุผลส่วนใหญ่ร้อยละ 48.0 ติดตามข่าวสารผ่านสื่อหลักอื่น ๆ อยู่แล้ว เช่น สื่อบุคคล, สิ่งพิมพ์ภายในองค์กร, ฯลฯ รองลงมาร้อยละ 28.0 ไม่มีความจำเป็นต้องติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ และร้อยละ 20.0 ไม่

ทราบว่าจะเข้าไปติดตามข่าวสารได้จากที่ใดบ้างตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัยที่รู้จัก

สื่อออนไลน์ที่รู้จัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์	19	5.1
เว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย	330	88.0
เว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ	227	60.5
เฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย/หน่วยงานต่าง ๆ	166	44.3
แอปพลิเคชันไลน์	67	17.9
ยูทูบ	33	8.8
อื่นๆ	6	1.6

* เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์จำนวน 375 คน แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 375 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 88.0 รู้จักช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารออนไลน์ของมหาวิทยาลัยผ่าน www.kru.ac.th รองลงมาร้อยละ 60.5 รู้จักผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ และร้อยละ 44.3 รู้จักช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารออนไลน์ของมหาวิทยาลัยผ่านเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย/หน่วยงานต่าง ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการติดตามข่าวที่เผยแพร่ใน 1 สัปดาห์

ความถี่ในการติดตาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	19	5.1
4-5 วันต่อสัปดาห์	65	17.3
2-3 วันต่อสัปดาห์	200	53.3
1 วันต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่านั้น	91	24.3
รวม	375	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 375 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 53.3 มีความถี่ในการติดตามข่าวของมหาวิทยาลัยที่เผยแพร่ 2-3 วันต่อสัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 24.3 มีความถี่ในการติดตามข่าวที่เผยแพร่ 1 วันต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่านั้น และร้อยละ 17.3 มีความถี่ในการติดตามข่าวที่เผยแพร่ 4-5 วันต่อสัปดาห์ ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการติดตามข่าวที่เผยแพร่แต่ละครั้ง

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 375 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 46.9 ใช้ระยะเวลาในการติดตามข่าวของมหาวิทยาลัยที่เผยแพร่ในแต่ละครั้งเฉลี่ยน้อยกว่า 15 นาที รองลงมาร้อยละ 30.9 ใช้ระยะเวลาในการติดตามเฉลี่ย 15-30 นาที และร้อยละ 18.7 ใช้ระยะเวลาในการติดตามเฉลี่ย 30 นาที-1 ชั่วโมง ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่เลือกติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ

ระยะเวลาในการติดตามข่าวที่เผยแพร่แต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	176	46.9
15-30 นาที	116	30.9
30 นาที-1 ชั่วโมง	70	18.7
1-2 ชั่วโมง	13	3.5
มากกว่า 2 ชั่วโมง	0	0.0
รวม	375	100.0

เหตุผลในการติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่ออัปเดตข่าวสาร/ความเคลื่อนไหวในมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานต่าง ๆ	254	67.9
เพื่อค้นคว้า/หาข้อมูลสำหรับการศึกษา/การทำงาน	302	80.5

เหตุผลในการติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อติดต่อสื่อสารเรื่องงานกับเพื่อนในชั้น/เพื่อนร่วมงาน	181	48.3
เพื่อผ่อนคลายความเครียด/พักผ่อน	61	16.3
เพื่อให้ตามทันเหตุการณ์ต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย	131	34.9
เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น/เรื่องราว ที่เกิดขึ้นภายในมหาวิทยาลัย	62	16.5
เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	46	12.3
เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารของหน่วยงานตนให้ผู้อื่นทราบ	55	14.6
อื่น ๆ	1	0.3

* เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์จำนวน 375 คน แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 375 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 80.5 ติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อค้นคว้า/หาข้อมูลสำหรับการศึกษา/การทำงาน รองลงมาร้อยละ 67.9 ติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่ออัปเดตข่าวสาร/ความเคลื่อนไหวในมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานต่าง ๆ และร้อยละ 48.3 ติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารเรื่องงานกับเพื่อนในชั้น/เพื่อนร่วมงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการกระทำเมื่อเห็นการแจ้งเตือนในสื่อออนไลน์

การกระทำเมื่อมีการแจ้งเตือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพิกเฉย/ไม่รับรู้/ไม่สนใจ/ลบทิ้ง	56	14.9
รับรู้ แต่ยังไม่สนใจอ่านทันที	132	35.2
รับรู้ สนใจอ่านบางครั้ง	119	31.7

รับรู้ สนใจอ่านทุกครั้ง/เกือบทุกครั้ง แต่ไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับ	41	10.9
รับรู้ สนใจอ่านทุกครั้ง มีการส่งต่อ/ตอบกลับหรือแสดงความคิดเห็นเป็นบางครั้ง	27	7.2
รวม	375	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 375 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 35.2 เมื่อเห็นการแจ้งเตือนจากสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ จะรับรู้ แต่ยังไม่สนใจอ่านทันที รองลงมาร้อยละ 31.7 รับรู้ สนใจอ่านบางครั้ง และร้อยละ 14.9 เพิกเฉย/ไม่รับรู้/ไม่สนใจ/ลบทิ้ง ตามลำดับ

ด้านประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์แต่ละประเภท

ประเภทของสื่อออนไลน์	ความสามารถในการรับรู้ข่าวสาร	
	$\bar{X}$	S.D
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์	1.03 (น้อย)	0.935
เว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย	2.93 (มากที่สุด)	0.666
เว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ	2.68 (มากที่สุด)	0.798
เฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย/หน่วยงานต่าง ๆ	2.33 (มาก)	0.931
แอปพลิเคชันไลน์	1.43 (ปานกลาง)	1.162
ยูทูบ (ม.ราชภัฏกาญจนบุรี channel)	1.38 (ปานกลาง)	1.006
โดยรวม	1.95 (มาก)	0.643

เกณฑ์การแปลความหมาย ปรับเกณฑ์การให้คะแนนตามแนวทางของบุญชม ศรีสะอาด (2533)
ค่าเฉลี่ย 2.41–3.00 เท่ากับ สามารถรับรู้ได้มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81–2.40 เท่ากับ สามารถรับรู้ได้มาก
ค่าเฉลี่ย 1.21–1.80 เท่ากับ สามารถรับรู้ได้ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 0.60–1.20 เท่ากับ สามารถรับรู้ได้น้อย
ค่าเฉลี่ย 0.00–0.59 เท่ากับ สามารถรับรู้ได้น้อยที่สุด

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความสามารถในการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์แต่ละประเภทโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 1.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความสามารถในการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์แต่ละประเภท 3 ลำดับแรก ได้แก่ เว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย www.kru.ac.th (ค่าเฉลี่ย 2.93) รองลงมาเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.68) และเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย/หน่วยงานต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์แต่ละประเภท

ประเภทของสื่อออนไลน์	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S.D
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์	2.11 (น้อย)	1.196
เว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย www.kru.ac.th	3.95 (มาก)	0.764
เว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ	3.73 (มาก)	0.937
เฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย/ หน่วยงานต่าง ๆ	3.23 (ปานกลาง)	1.178
แอปพลิเคชันไลน์	2.51 (น้อย)	1.475
ยูทูบ (ม.ราชภัฏกาญจนบุรี channel)	2.38 (น้อย)	1.264

ประเภทของสื่อออนไลน์	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S.D
โดยรวม	2.98 (ปานกลาง)	0.799
เกณฑ์การแปลความหมาย สร้างตามมาตรวัดของ เร็นลิส เอ. ลิเคิร์ต (Rensis A. Likert, 1961)		
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 เท่ากับ พึงพอใจมากที่สุด		
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 เท่ากับ พึงพอใจมาก		
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 เท่ากับ พึงพอใจปานกลาง		
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 เท่ากับ พึงพอใจน้อย		
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 เท่ากับ พึงพอใจน้อยที่สุด		

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ประเภทต่างๆ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ประเภทต่างๆ 3 ลำดับแรก ได้แก่ เว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย www.kru.ac.th (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.21) ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่าควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ข่าวสารประเภทใด ผ่านสื่อออนไลน์ใดเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ข่าวเกี่ยวกับนักศึกษา เช่น ข่าวการรับสมัคร
ศึกษาต่อแขนงต่าง ๆ/ผลการเรียน/ทุนการศึกษา
- 2) ข่าวเกี่ยวกับบุคลากร เช่น ความก้าวหน้าทาง
วิชาการ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของบุคลากร
- 3) ข่าวการทั่วไป เช่น กิจกรรม/โครงการของ
หน่วยงานหรือคณะต่าง ๆ ในเว็บไซต์/เฟซบุ๊กของ
หน่วยงาน

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม ดังนี้

1) การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ มีคำติดบอยมากซึ่งไม่ควรมี ควรมีการตรวจทานก่อนเผยแพร่

2) บางหน่วยงานไม่มีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารให้เป็นปัจจุบัน บางครั้งข้อมูลเก่ามาก ไม่มีการทำให้เป็นปัจจุบัน

สรุปผลการวิจัย

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยติดต่อสื่อสาร/เปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์ร้อยละ 93.8 รู้จักช่องทางประชาสัมพันธ์ข่าวสารออนไลน์ของมหาวิทยาลัยผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (www.kru.ac.th) ร้อยละ 88.0 ติดตามข่าวของมหาวิทยาลัยที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์มานาน 1-2 ปี ร้อยละ 43.7 มีความถี่ในการติดตามข่าวของมหาวิทยาลัยที่เผยแพร่ 2-3 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 53.3 มีบ่อยครั้งในการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ใน 1 วัน เมื่อต้องการทราบข่าว/ความเคลื่อนไหว/กิจกรรมของมหาวิทยาลัย ร้อยละ 55.7 ใช้ระยะเวลาในการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในแต่ละครั้งเฉลี่ยน้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ 46.9 ติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อค้นคว้า/หาข้อมูล สำหรับการศึกษา/การทำงาน ร้อยละ 80.5 และเมื่อเห็นการแจ้งเตือนจากสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ จะรับรู้ แต่ยังไม่สนใจอ่านทันที ร้อยละ 35.2 มีค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งของการกระทำ (action) ต่อข่าวประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของมหาวิทยาลัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 1.68

ด้านประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความสามารถในการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์แต่ละประเภทโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 1.95 โดยเว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย www.kru.ac.th สามารถรับรู้ข่าวสารได้ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 2.93 รองลงมาเว็บไซต์ของ

หน่วยงานต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 2.68 และเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย/หน่วยงานต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 2.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ โดยรวม อยู่ในระดับระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.98 โดยมีความพึงพอใจ เว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย (www.kru.ac.th) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 3.73 และเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัย/หน่วยงานต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีผ่านสื่อออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่เคยติดต่อสื่อสารและเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากมหาวิทยาลัยได้มีการส่งข้อมูล/ข่าวสาร เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านเว็บไซต์ www.kru.ac.th เป็นหลัก เนื่องจากเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกเพศ ทุกวัย ทั้งนักเรียน นักศึกษา บุคลากร นอกจากนี้ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยยังสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือเชื่อมโยงไปยังส่วนงานที่เกี่ยวข้องได้โดยง่าย อาทิ เว็บไซต์ของหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย กิจกรรมต่าง ๆ ในรั้วมหาวิทยาลัยของหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งบุคลากร และนักศึกษา สามารถเข้ามาหาข้อมูลข่าวสารที่อัปเดตได้ตลอดเวลา

แต่ทั้งนี้ยังพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่งที่มีความรู้สึกว่าไม่มีความจำเป็นต้องติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากรับสารผ่านสื่อดั้งเดิมอื่น ๆ อยู่แล้ว เช่น เปิดรับจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน ได้แก่ บันทึกข้อความ ประกาศ ไลน์ โปสเตอร์ตามคณะต่าง ๆ สื่อบุคคล จากการพบปะพูดคุย สื่อสารกัน ทำให้ไม่มีความจำเป็นต้องติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารที่ว่า แต่ละบุคคลสามารถเลือกรับข่าวสารได้เอง โดยแต่ละบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสาร

จากแหล่งที่แตกต่างกันออกไป ตามแต่ประสบการณ์ ความต้องการ ความสนใจ ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อทัศนคติ ของแต่ละบุคคลเป็นหลัก นอกจากนี้ ข่าวสารยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ดังที่ชาร์ลส์ เค. อัทคิน (Charles k. Atkin, 1973 : 208 อ้างถึงใน ฌวีพร โตรนิชและคณะ, 2555 : 7) กล่าวว่า บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาถึงบุคคลผ่านช่องทางต่าง ๆ มักถูกคัดเลือกอยู่ตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ เป็นประโยชน์ตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิตติมา สุรสนธิ, 2533 : 46-47) ดังนั้นเมื่อมีช่องทางการสื่อสารให้เลือกทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อออนไลน์ ผู้รับสารที่คุ้นชินกับการรับข่าวสารแบบเดิมๆ จะเลือกเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางเดิมหรือช่องทางใหม่ที่ตนชอบ สะดวก และพึงพอใจ โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อทราบข่าว/ความเคลื่อนไหว/กิจกรรมของมหาวิทยาลัย และเพื่อค้นคว้า/หาข้อมูล สำหรับการศึกษา/การทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับสอดคล้องกับเพอร์ส และดันน์ (Perse and Dunn, 1998) ที่สำรวจการใช้สื่อคอมพิวเตอร์ซึ่งมีระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเรียกการใช้สื่อใหม่นี้ว่า Computer Connectivity พบว่า ผู้ใช้คอมพิวเตอร์คาดหวังการตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ จากการใช้สื่อคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ ด้านความบันเทิง ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หลักหนึ่งสิ่งจำเจ ฆ่าเวลา และไม่มีอะไรเป็นเรื่องที่เป็นแก่นสาร ซึ่งลักษณะการใช้คอมพิวเตอร์ที่ไม่มีจุดมุ่งหมายชัดเจน เรียกว่า “Ritualistic Use” หมายถึง การใช้เป็นกิจกรรมตามปกติในชีวิตประจำวัน ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเจาะจงชัดเจน เขาเชื่อว่าอาจนำไปสู่การเสพติดอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ ทั้งยังสอดคล้องกับแมคคอมบส์และเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979 : 51 อ้างถึงใน จเรศักดิ์ ชูรักษ์, 2550 : 17) ที่ระบุว่า บุคคลจะใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เมื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) เมื่อต้องการคำแนะนำ

(guidance) เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุยสนทนา (discussions) เมื่อต้องการมีส่วนร่วม (participating) เมื่อต้องการเสริมสร้างความคิดเห็น (reinforcement) ของตนเองให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือสนับสนุนการตัดสินใจอื่น และเพื่อความผ่อนคลายและความบันเทิง (relaxation and entertainment) ของตัวผู้รับสารเอง

และเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นการแจ้งเตือนจากสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ จะรับรู้ แต่ยังไม่สนใจอ่านทันที เนื่องจากสื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ไม่มีข่าวสารที่แปลกใหม่ ที่ต้องติดตามอยู่ตลอดเวลา เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วๆ ไป เช่น ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของนักศึกษา แจ้งข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกิดขึ้นแล้ว ไม่มีความจำเป็นต้องติดตามอยู่ตลอดเวลา สามารถเข้ามาหาข่าวสารเฉพาะช่วงเวลาที่ต้องการข่าวสารได้ จึงทำให้จากช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรียังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร เนื่องจากนักศึกษา บุคลากรเห็นว่าข่าวสารนั้นไม่ใช่ข่าวสารเร่งด่วน หรือจำเป็นต้องติดตามโดยทันที จึงยังไม่มี ความสนใจอ่านข่าวสารในทันที

ด้านประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารผ่านเว็บไซต์ www.kru.ac.th มากที่สุด เนื่องจากเป็นช่องทางที่มหาวิทยาลัยสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และสะดวกที่สุด มหาวิทยาลัยสามารถกำหนด/ควบคุมเนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในขอบเขตที่เหมาะสมได้ อีกทั้งมหาวิทยาลัยสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ให้สนใจข้อมูล ข่าวสารที่มหาวิทยาลัยนำเสนอได้ ด้วยการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับสารต้องการอยากรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการรับรู้ข่าวสาร พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เกี่ยวกับ ข่าวประชาสัมพันธ์งาน/กิจกรรม/โครงการทั่วไปของมหาวิทยาลัยที่มีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลามากที่สุด ตาม

ด้วยข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย และข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร/การเรียนการสอน/การวิจัย/การทำงานด้านต่าง ๆ เนื่องจากเป็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน การทำงานของนักศึกษา บุคลากร ของมหาวิทยาลัย จึงสามารถกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ข่าวสาร (attention หรือ awareness) ได้ เมื่อเกิดการรับรู้จึงเกิดความสนใจ (interest) ติดตามข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย เห็นในข้อดี หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากข่าวสารนั้น ๆ อีกทั้งยังเป็นข่าวสารที่มาจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ สร้างสรรค์ และเป็นจริง ไม่โอ้อวด มีความใกล้ชิดเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัย ตามแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตอบสนอง AIDA(S) Model ของ Ebel n.d. (อัศวนนท์ อู่สุวรรณ, 2554: 13-14 อ้างถึงใน ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2548: 152-153) ทั้งยังสอดคล้องกับวิธี ลภีรัตนกุล (2549: 1,21-73) ที่กล่าวถึงการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นงานที่เสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีต่อกัน (good relationships) ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย อีกทั้งการสื่อสารและประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพภายในองค์กร จะช่วยสร้างหรือส่งเสริมบรรยากาศแห่งความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นภายในหน่วยงาน ก่อให้เกิดความพึงพอใจร่วมกัน

นอกจากนี้มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องสร้างระบบหรือช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) มากขึ้น เพื่อรับฟังความคิดเห็นหรือปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากกลุ่มผู้รับสารของมหาวิทยาลัย เพื่อให้การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ที่เผยแพร่ข่าวสาร ของเว็บไซต์ www.kru.ac.th มากที่สุด เนื่องจากข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา

จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จึงทำให้มีระดับความพึงพอใจมากกว่าสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้ หากผู้ที่เกี่ยวข้องเผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์อื่นมากขึ้น ด้วยข่าวสารเชิงรุก และให้มีการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ระหว่างกันได้มากขึ้น จะยิ่งทำให้ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้รับสารได้มากยิ่งขึ้น

ด้านความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การติดต่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารให้เป็นปัจจุบัน และสื่อสารด้วยข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง ถูกต้อง เชื่อถือได้ รวมถึงมีการตรวจสอบการใช้ภาษาให้ถูกต้องตามหลักการสื่อสารเพื่อป้องกันการสื่อสารผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้จากการสื่อสารผิด มหาวิทยาลัยควรกำหนดให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบเผยแพร่ข่าวสารเป็นหน่วยงานกลาง ข้อมูลข่าวสารจะได้เป็นไปในทิศทางเดียวกันส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยต่อทั้งบุคลากรภายในและบุคลากรภายนอกอีกด้วย

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1) ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทางอื่นๆ ควบคู่กันไป เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีความหลากหลาย และไม่ควรละเลยการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเดิม เช่น บันทึกรายการ ข่าวสาร สื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (วิทยุกระจายเสียง/วิทยุโทรทัศน์)

2) บุคคล หรือหน่วยงานที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์ ควรเลือกช่วงเวลาการประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาที่มีกลุ่มเป้าหมายติดตามสื่อออนไลน์มากที่สุด

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ส่วนใหญ่ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นิยมเปิดรับเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับเหตุผลในการเปิดรับของแต่ละบุคคล ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) มหาวิทยาลัยควรใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น ทุกๆ ช่องทางที่สามารถเข้าถึง

นักศึกษา บุคลากร ของมหาวิทยาลัยได้ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น

2) ควรมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลข้อมูลข่าวสารกลั่นกรอง รวมถึงเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่ดีไปยังกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำและหันมาใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กิตติมา สุรสุนธิ. (2533). **ความรู้ทางการสื่อสาร.**

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จเรศักดิ์ ชูรัช. (2550). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมทางเลือกใช้อย่างรถยนต์ประหยัดน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร.**

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉวีพร ไทวนิช, นัสทยา ชุ่มบุญชู และสุนันทา แก้วสะอาด. (2555). **แผนการสื่อสารการตลาดการรับสมัครนักศึกษาใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.** มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.

บุญชม ศรีสะอาด. (2533). **รูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์. โครงการสถาบันวิจัยและพัฒนาการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.**

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). **การประชาสัมพันธ์.** (พิมพ์ครั้งที่ 11), กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สรารัฐ ชมบัวทอง. (2547). **การเปิดรับและการใช้ประโยชน์สื่อใหม่ของนักศึกษาปริญญาโทบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต. โครงการเฉพาะบุคคลปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารภาครัฐและ**

เอกชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2548). **ช่องทางการตลาดใหม่ของธุรกิจท่องเที่ยว. วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทย, 1: 101-111.**

อัศวนนท์ อุสุวรรณ. (2554). **พฤติกรรมการตอบสนองต่อการสื่อสารทางการตลาด (ไอตา โมเดล) ของผู้ใช้บริการเอไอเอส ในจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.**

Atkin, k. (1973). **Anticipated Communication and Mass Information Seeking Public Option Quarterly.** New York: Free Press.

Likert, A. (1961). **New Pattern of Management.** New York: McGraw-Hill Book Company Inc.

McCombs, E., & Becker, B. (1979). **Using Mass Communication Theory.** Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Perse, E. M., & Dunn, D. G. (1998). The utility of home computers and media use: Implications of multimedia and connectivity. **Journal of Broadcasting & Electronic Media, 42 (4), 435-457.**

Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** New York: Harper and Row.