**บทที่ 1**

**บทนำ**

**ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

วิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ เป็นหน่วยงานที่จัดการศึกษาด้านพยาบาลศาสตร์ ซึ่งมีภารกิจหลักในด้านการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการแก่ชุมชน และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งในแต่ละปีมีกิจกรรมเกิดขึ้นมากมาย และยากต่อการติดตามการดำเนินงานและการประชาสัมพันธ์เพื่อบุคคลภายนอกได้ทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ อาทิ กิจกรรมการอบรมภาษาอังกฤษ (English Camp) กิจกรรมอบรมธรรมะ ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา ได้ดำเนินการในด้านการบริการวิชาการแก่ชุมชน โดยรอบมหาวิทยาลัย

ในปีการศึกษา 2550 วิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ เริ่มเปิดสอนหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิตเป็นปีแรก โดยรับนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิตรุ่นแรก จำนวน 80 คน ปัจจุบันวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ มีอาจารย์ประจำทั้งหมด จำนวน 54 คน บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ จำนวน 19 คน และนักศึกษา จำนวน 472 คน วิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ ตั้งอยู่ที่ อาคารเหมวดีพิทักษ์ (อาคาร 37) ชั้น 3 เลขที่ 1 ถนนอู่ทองนอก แขวงวชิระ เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ใช้เป็นอาคารเรียน ห้องปฏิบัติทดลองและห้องทำงาน ซึ่งประกอบด้วย ห้องบรรยาย ห้องปฏิบัติการ ห้องสำหรับนักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ห้องทำงานผู้บริหาร ห้องทำงานอาจารย์ ห้องทำงานผู้ปฏิบัติงานสนับสนุนวิชาการ และห้องประชุม

ในอดีตการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาทราบเป็นการแจ้งทางโทรศัพท์ ปิดประกาศประชาสัมพันธ์ที่บอร์ด ซึ่งต้องใช้เวลานาน และทำให้องค์กรต้องเสียประโยชน์

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อองค์กร ซึ่งเป็นงานที่จะต้องทำหน้าติดตามการดำเนินงานขององค์กร และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานขององค์กร ต่อบุคลากรภายนอกและภายในขององค์กร เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และสร้างการรับรู้กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและองค์กร ตลอดจนเป็นการบันทึกประวัติศาสตร์หรือผลการดำเนินงานขององค์กร ผ่านข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะก่อให้เกิดการรับรู้คุณค่าและศักยภาพขององค์กรนั้น

การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพนั้น ถือเป็นหน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่งของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ที่จะต้องให้อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษารับทราบข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยฯ ที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันสมัยผ่านช่องทางต่างๆ หลายช่องทาง อาทิเช่น Website, Facebook, Line, โทรศัพท์, จดหมาย, และบอร์ดประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ เมื่อผู้วิจัยจึงได้ช่องทางที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจาก **“การศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ”** จะสามารถสรุปได้ว่าการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบน Application Line ถือเป็นช่องทางที่เหมาะสมที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะนักประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ จึงมีความสนใจพัฒนา “**กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line”** เพื่อให้ได้กระบวนการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์มีความถูกต้องและครบถ้วน บุคลากรของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ ได้รับข้อมูลข่าวสารรวดเร็ว และสามารถตอบกลับได้ทันที แม้ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะอยู่คนละที่ก็ตาม รวมทั้งยังสามารถลดค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการประชาสัมพันธ์ในช่องทางอื่น ๆ เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าถ่ายเอกสาร เป็นต้น และเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในหน่วยงานได้อีกด้วย

ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากที่สุด ได้แก่ ทฤษฎีกระบวนการประชาสัมพันธ์ R-A-C-E หรือกระบวนการ 4 ขั้นตอน (Four-step process) ตามแนวคิดของจอห์น มาร์สตัน (John E. Marston, Sheila Clough Crifasi) ไว้ ดังนี้

1. **การวิจัย (Research- R)** เป็นการวิจัยเพื่อเข้าใจปัญหา สถานการณ์ ความคิดเห็น และความต้องการของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
2. **การปฏิบัติ (Action- A)** เป็นการวางแผนการดำเนินงาน โดยกำหนดสิ่งที่จะต้องทำเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์
3. **การสื่อสาร (Communication- C)** เป็นการดำเนินงานตามแผนงานที่ได้วางไว้
4. **การประเมินผล (Evaluation- E)** เป็นการตรวจสอบว่าการประชาสัมพันธ์ได้เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายหรือไม่ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบหรือไม่ในทางใด

**R A C  E** = **กระบวนการประชาสัมพันธ์**

ภาพที่ 1.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์ R-A-C-E (John E. Marston, Sheila Clough Crifasi)

อีกแนวทางหนึ่งในการอธิบายกระบวนการที่มีลักษณะเป็นวงจรไม่มีจุดสิ้นสุดของการประชาสัมพันธ์ ของ วิลคอช ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน (Six components) ดังนี้ (Wilcox and Cameron, 2014: 13)

1. **การวิจัยและการวิเคราะห์ (Research and Analysis)** เป็นการรวบรวมและวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการระบุปัญหาหรือโอกาสทางการประชาสัมพันธ์
2. **การวางนโยบาย (Policy formulation)**
3. **การวางแผนโครงการ (Programming)** กำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ งบประมาณ และบุคลากรที่รับผิดชอบ
4. **การสื่อสาร (Communication)**
5. **ปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)** เป็นการค้นหาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการประชาสัมพันธ์ โดยการติดตามผลในด้านต่างๆ
6. **การประเมินผล (Evaluation)** เป็นการประเมินความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบายและแผนงาน

**การวิจัยและการวิเคราะห์ (Research and Analysis)**

**การวางนโยบาย (Policy formulation)**

**การวางแผนโครงการ (Programming)**

**การสื่อสาร (Communication)**

**ปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)**

**การประเมินผล (Evaluation)**

ภาพที่ 1.2 กระบวนการประชาสัมพันธ์ (Wilcox and Cameron, 2014: 13)

จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ กล่าวถึงกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ สก๊อต เอ็ม. คัทลิป และ แอลเล็น เอช. เซ็นเตอร์ แบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ (Scott M. Cutlip and Allen H. Center, 1978: 91-94)

1. **การวิจัย – การรับฟังความคิดเห็น (Research - Listening)** เป็นการค้นหาข้อมูล ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับองค์กร ตลอดจนการสำรวจประชามติ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
2. **การวางแผน – การตัดสินใจ (Planning – Decision Making)** เป็นการนำข้อมูล ข้อเท็จจริงต่างๆ มากำหนดเป็นแผนการ กิจกรรม ตลอดจนกำหนดนโยบายต่างๆ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือการแก้ไขปัญหาที่เผชิญอยู่
3. **การติดต่อสื่อสาร (Communication – Action)** เป็นการปฏิบัติตามแผนการที่ได้กำหนดไว้ โดยใช้เครื่องมือ เทคนิคการสื่อสาร และการเผยแพร่ข่าวสาร
4. **การประเมินผล (Evaluation)** เป็นการวัดผลการทำงานว่าได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ อย่างไร

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นรูปแบบของการติดต่อสื่อสาร โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งมีบทบาทอย่างมากในองค์กร การติดต่อแบบนี้มีความเหมาะสมที่จะใช้ในการสร้างความเข้าใจที่ดี หรือแก้ความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นในกลุ่มประชาชนเป้าหมายกลุ่มต่างๆ
2. การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ การติดต่อสื่อสารแบบนี้มักใช้ชี้แจงบอกกล่าวกับประชาชนทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีระเบียบแบบแผนและข้อกำหนดไว้แน่ชัด อาจทำเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งการติดต่อสื่อสารแบบนี้แบ่งลักษณะการติดต่อสื่อสารไว้ 3 แบบ ได้แก่
	1. การสื่อสารจากบนลงล่าง
	2. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน
	3. การสื่อสารระดับเดียวกัน

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อให้บุคลากรได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และรวดเร็ว
2. เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการประชาสัมพันธ์
3. เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในหน่วยงาน

**ขอบเขตการวิจัย**

1. **ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

 บุคลากรของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 543 คน ประกอบด้วย

1. ผู้บริหารอาจารย์ และบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพจำนวน 73 คน
2. นักศึกษาของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ จำนวน 472 คน
3. **ด้านเวลา**

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ ระหว่างเดือนธันวาคม 2560 – เดือนกรกฎาคม 2561 รวมระยะเวลา 8 เดือนประกอบด้วย 5 กิจกรรม ดังนี้

*กิจกรรมที่ 1:* การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นข้อมูลทุติยภูมิเอกสารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทั่วไป ตัวเลข และสถิติต่างๆ

*กิจกรรมที่ 2:* การออกแบบเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ

*กิจกรรมที่ 3:* การเก็บข้อมูล และแบบสอบถาม

*กิจกรรมที่ 4:* การประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

*กิจกรรมที่ 5:* การเขียนรายงาน

1. **ด้านสถานที่**

วิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**บทที่ 2**

**วรรณคดีที่เกี่ยวข้อง**

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำรคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่ มีความจำรเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้นย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำรเนินกิจกรรมใดๆ ของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นๆในสังคมการสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากและประกอบด้วยคนจำรนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำรคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำรมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่างๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537:3)

ข่าวสาร เป็นปัจจัยสำรคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้น ข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำรให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ ชาร์ลส์ เค. อัทคิน (Charles k. Atkin, 1973: 208) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้นข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำรเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2533: 46-47)

**แนวคิดการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต**

สังคมสารสนเทศหรือสังคมข้อมูลข่าวสารมีจุดเริ่มต้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 จนถึง ปัจจุบันข้อมูลข่าวสารมีความสำรคัญและเปรียบเสมือนเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรเนินชีวิตประจำรวัน ของทุกคนโดยผู้ที่มีข้อมูลข่าวสารอยู่ในมือและสามารถควบคุมข่าวสารนั้นได้ก็จะถือว่าเป็นผู้ที่ ได้เปรียบในสังคม

ศักยภาพด้านการสื่อสารในปัจจุบันนับว่ามีความรวดเร็ว สามารถจุข้อมูลข่าวสารได้ใน ปริมาณมาก สามารถโต้ตอบกลับได้อย่างปัจจุบันทันด่วน (Interactive) เชื่อมต่อโลกทั้งโลกให้เป็น หมู่บ้านโลก (Global Village) ทำรให้สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี รวมถึง ประหยัดเวลาและต้นทุนการสื่อสารลงมาก

เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต มีจุดเริ่มต้นมาจากโครงการวิจัยทางการทหารของกระทรวงกลาโหมของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาในช่วงต้นทศวรรษที่ 1960 ซึ่งต้องการสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อการวิจัยที่สามารถหลีกเลี่ยงภัยจากระเบิดนิวเคลียร์ได้ และเป็นการเตรียมพร้อมสำรหรับสงครามนิวเคลียร์โดยเป็นการเปิดโอกาสให้กับศูนย์บัญชาการกลางได้กระจายอำรนาจเพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแบบเครือข่ายในเวลาต่อมารัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้ผ่อนคลายกฎระเบียบการควบคุม จนส่งผลให้อินเทอร์เน็ตขยายตัวเข้าสู่วงการธุรกิจและมีบทบาทอย่างสูงเชิงพาณิชย์นับตั้งแต่ปี 1987 เป็นต้นมา

ในทศวรรษที่ 1990 โลกเกิดการปฏิวัติทางเทคโนโลยีครั้งใหญ่เรียกว่า การปฏิบัติดิจิตอล (Digital Revolution) การส่งข้อมูลในระบบอนาล็อก (Analog) ที่ใช้กันมาตั้งแต่อดีตได้ถูก เปลี่ยนเป็นดิจิตอล ซึ่งทำรให้ข้อมูลทุกชนิดสามารถผลิต เก็บบันทึกและแลกเปลี่ยนสู่กันได้โดยใช้ภาษาร่วมกันคือภาษาคอมพิวเตอร์ซึ่งเทคโนโลยีดิจิตอลนี้เมื่อผสานกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต จะทำรหน้าที่เสมือนทางด่วนข้อมูล (Information Superhighway) ทำรให้ทุกคนที่อยู่ในสถานที่ต่างๆ ในโลกสามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวนี้จะมีศักยภาพในการที่จะผลิตเนื้อหาสื่อรูปแบบต่างๆ ได้อย่างมากมายออกไปในวงกว้าง

ผลของการผสมผสานเทคโนโลยีดิจิตอลกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนี้ ทำรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเทคโนโลยีการสื่อสารโดยสื่อส่วนตัว (Personnel Media) เช่น กล้องถ่ายรูป เครื่องเล่นวิดีโอ สามารถนำรมาต่อเข้ากับเครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งเชื่อมกับโครงข่ายโทรคมนาคมและสามารถส่งสัญญาณข้อมูลออกไปได้ในวงกว้าง ทำรให้ปัจจุบันเส้นแบ่งระหว่างสื่อส่วนตัวและสื่อสารมวลชนได้รับการตีกรอบแบ่งกลุ่มใหม่เป็นสื่อเก่า (Conventional Media) และ สื่อใหม่ (New Media)

สำรหรับสื่อเก่าจะหมายถึงเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ไม่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์หรือเครือข่ายโทรคมนาคม ส่วนสื่อใหม่ หมายถึงเทคโนโลยีการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นสื่อเสียง ตัวหนังสือ หรือตัวเลข ภาพกราฟิก วีดีทัศน์ ที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่ายที่มีคอมพิวเตอร์หรือโทรคมนาคมเป็นองค์ประกอบหลัก

สุธี พลพงษ์ และคณะ (2551: 183) กล่าวว่าปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาขึ้นจนทำให้โลก ยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่งนวัตกรรม ทุกๆ วันมีการเคลื่อนไหวทางเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา และเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ควบคุมวิถีชีวิตของมนุษย์เรามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และธุรกิจทั้งในระดับระหว่างประเทศ ภูมิภาค และภายในประเทศ

การสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์หรือ CMC (Computer-Mediated Communication) หมายถึง ระบบการสื่อสารข้อมูลทั้งที่เป็นข้อความ ภาพ สัญลักษณ์และเสียง ระหว่างเครื่องส่งสารเครื่องหนึ่ง ไปสู่ยังอีกเครื่องหนึ่งหรือหลายๆ เครื่องโดยใช้สื่อกลางคือระบบโทรคมนาคม (Telecommunication System) เช่น โทรศัพท์ โทรสาร เคเบิลใยแก้ว หรือดาวเทียม เป็นต้น

สำรหรับการสื่อสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบันคือการ สื่อสารในรูปแบบอินเทอร์เน็ต (Internet)

ยุคแรกของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นยุคของตัวอักษร (Text Mode) ซึ่งเป็นการ สื่อสารกันผ่านตัวหนังสือล้วนๆ เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ค่อนข้างจริงจัง เนื้อหาของการสื่อสาร ผ่านอินเทอร์เน็ตในยุคนั้นเป็นแหล่งรวมของข้อมูลทางวิชาการและวิจัย แม้จะมีการครอบคลุม ประเด็น แต่ขาดสีสันลวดลายที่ดึงดูดใจ เนื่องจากการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตยุคแรกนี้เป็นการสื่อสารที่จำรกัดอยู่ในวงเฉพาะกลุ่มคนที่มีการศึกษาดี

ยุคปัจจุบันการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตเปลี่ยนสู่ยุคไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext Mode) หรือที่รู้จักกันในนามของเวิล์ดไวด์เว็บ (World Wide Web) เป็นการสื่อสารผ่านรูปแบบของสื่อประสม (Multimedia) ผ่านรูปภาพ เสียง สีสัน ภาพเคลื่อนไหว และกราฟิกที่สวยงามดึงดูดตา และยังเอื้ออำรนวยการเชื่อมโยง (Link) ข้อมูลจากเว็บไซต์หนึ่งไปยังเว็บไซต์หนึ่งได้ด้วย ทำรให้การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนอกจากจะเป็นการรวมรวบแหล่งข้อมูลทางวิชาการและวิจัยที่สำรคัญแล้ว ยังแผ่ขยายไปถึงแทบทุกหัวข้อของความสนใจ หรือรูปแบบการสื่อสารกระดานข่าวให้ผู้สนใจส่งข้อความหรือสารใด ๆ มาไว้บนกระดานให้ผู้สนใจอื่นได้อ่านและแสดงความคิดเห็น ซึ่งการสื่อสาร ผ่านกระดานข่าวนี้มีความหลากหลายของประเด็นในการสนทนา อาทิ ปัญหาสังคมหรือข่าวที่กำรลังเป็นประเด็นที่สนใจ เรื่องวงการบันเทิง ละครต่างๆ หรือแม้แต่เรื่องของศาสนาเองก็ตาม

พิมพ์เดือน จาตุรงคกุล (2550: 1-5) จำรแนกองค์ประกอบของสื่อต่างๆ ได้เป็น 5 ชนิด ประกอบด้วย

1. ข้อความหรือตัวอักษร (Text)

2. ภาพนิ่ง (Still Image)

3. ภาพเคลื่อนไหว (Animation)

4. เสียง (Sound)

5. ภาพวิดีโอ (Video)

แล้วนำรมาผสมผสานเข้าด้วยกันเพื่อใช้สำรหรับการปฏิสัมพันธ์หรือโต้ตอบ (Interaction) ระหว่างระบบคอมพิวเตอร์กับผู้ใช้ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้สามารถเลือกกระทำรต่อมัลติมีเดียได้ตามต้องการ เช่น ผู้ใช้ได้ทำรการเลือกรายการและตอบคำรถามผ่านทางจอภาพของเครื่อง คอมพิวเตอร์ จากนั้นระบบคอมพิวเตอร์ก็จะทำรการประมวลผลและแสดงผลลัพธ์ย้อนกลับผ่านทาง จอภาพให้ผู้ใช้เป็นอีกครั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ อีกมากมายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเครื่องมือและรูปแบบที่จะนำรมาประยุกต์ใช้งาน ตัวอย่าง เช่น การสร้างปุ่มเมนูหรือข้อความที่มีสีแตกต่างจากข้อความปกติ เมื่อผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับส่วนนี้ ระบบก็จะเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงหรือวิดีโอ ตามที่ได้มีการออกแบบไว้ล่วงหน้าแล้ว ดังนั้นจึงถือได้ว่าการปฏิสัมพันธ์ในมัลติมีเดียเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำรคัญไม่น้อยไปกว่าส่วนอื่นๆ

* 1. **ข้อความตัวอักษร (Text)** ข้อความหรือตัวอักษรถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำรคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่นำรเสนอผ่านจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำรหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ โต้ตอบในระหว่างการนำรเสนอได้อีกด้วย
	2. **ภาพนิ่ง (Still Image)** ภาพนิ่งเป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้นเป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร ทั้งนี้เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือการรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอด ความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษรนั่นเองซึ่งข้อความและตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่ง มักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือวารสารวิชาการเป็นต้น
	3. **ภาพเคลื่อนไหว (Animation)** ภาพเคลื่อนไหว หมายถึง ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือ ปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของอะตอมในโมเลกุล หรือการเคลื่อนที่ของลูกสูบในเครื่องยนต์เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้าง เกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่านั่นเอง
	4. **เสียง (Sound)** เสียงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของมัลติมีเดีย โดยจะถูกจัดเก็บในรูปของสัญญาณ ดิจิตอลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกมาแบบมาโดยเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้งานเสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการ นำเสนอ จะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจน่าติดตามในเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความหรือภาพนิ่งนั่นเองดังนั้นเสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่ง สามารถนำเข้าเสียงผ่านไมโครโฟน แผ่นซีดี ดีวีดี เทป และวิทยุเป็นต้น
	5. **วิดีโอ (Video)** วิดีโอเป็นองค์ประกอบชองมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิตอลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตามปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือการสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำรนวนมาก เนื่องจากการนำเสนอวิดีโอด้วยเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real Time) จะต้องประกอบด้วยจำรนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30 ภาพ ต่อวินาที (Frame per Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าวไม่ได้ผ่านกระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การนำเสนอภาพเพียง 1 นาทีอาจต้องใช้หน่วยความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกิดขนาดและมีประสิทธิภาพการทำงานที่ด้อยลง ซึ่งเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถบีบอัดขนาดของภาพอย่างต่อเนื่องจนทำให้ภาพวิดีโอสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและกลายเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบมัลติมีเดีย (Multimedia System)

ในขณะที่ Morris (1996: 21-23) ได้จำรแนกรูปแบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตออกเป็น 4 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่

* 1. **การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (One-to-one Asynchronous Communication)** ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ ได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-mail
	2. **การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (Many-to-many Asynchronous Communication)** ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ ได้แก่ Usenet, Electronic Bulletin Boards และ Listserv ซึ่งผู้รับสารจะต้องลงชื่อก่อนเข้าสู่ระบบ
	3. **การสื่อสารแบบพร้อมกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร (Synchronous Communication)** ทั้งในแบบ One-to-one ไปถึง One-to-many โดยสามารถคุยกันได้หลากหลายหัวข้อที่ต้องการ ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่การ Chat (Internet Relay Chat หรือ IRC)
	4. **การสื่อสารแบบไม่พร้อมกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร (Asynchronous Communication)** ซึ่งโดยทั่วไปแล้วมีลักษณะที่ผู้รับสารต้องการที่ค้นหา Site เพื่อที่จะเข้าไปดูข้อมูล ข่าวสารซึ่งอาจเป็นการสื่อสารแบบ Many-to-one, One-to-one หรือ One-to-many ตัวอย่างการ สื่อสารแบบนี้ได้แก่ Website, Gopher และ FTP Sites

อินเตอร์เน็ตจึงนับได้ว่าเป็นสื่อใหม่ที่ทรงอิทธิพลอย่างสูงต่อผู้รับสารในปัจจุบัน โดยเหตุนี้งานวิจัยจึงได้เลือกเอาแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อให้ข้อมูลการวิจัยมีความรอบด้านมากยิ่งขึ้น

**แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)**

ในปัจจุบันสังคมมีความเปลี่ยนแปลงไปมากนับตั้งแต่สื่อออนไลน์มีความเจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว สังคมในปัจจุบันไม่จำรเป็นต้องเผชิญหน้า แต่สามารถสื่อสารได้ง่ายขึ้นทุกที่ทุกเวลา โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือหลัก

พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์ (2554: 99-100) ได้กล่าวถึงในบทความวิชาการ สื่อสังคมออนไลน์คืออะไร โดยมีเนื้อหาว่ามนุษย์เป็นสังคมที่ต้องมีการสื่อสารข้อมูลถึงกันและกันซึ่งในสมัยโบราณ มนุษย์สื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนัก เช่นปากเปล่า ม้าเร็ว และนกพิราบสื่อสาร ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์วิทยุจากนั้น เมื่อเข้าสู่ยุคที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (Chat programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Web board) จวบจนถึงปัจจุบันมนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำรวันถึงกันและกันด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่างๆ ที่ใช้กันบ่อยๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์ และไมโครบล็อก (Twitter and Micro blogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

**เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)**

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking)คือ เว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักมาก่อน หรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่งมีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกัน คือ โปรไฟล์ (Profiles - เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชี) การเชื่อมต่อ (Connecting - เพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักทางออนไลน์) และการส่งข้อความ (Messaging - อาจเป็นข้อความส่วนตัว หรือข้อความสาธารณะ) เป็นต้น

ข้อดีของการทำเครือข่ายสังคมออนไลน์

1. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้

2. เป็นสื่อในการนำรเสนอผลงานของตัวเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่างๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็น

3. ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำรหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า

4. ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ๆ ขึ้น

5. คลายเครียดได้สำรหรับผู้ใช้ที่ต้องการหาเพื่อนคุยเล่นสนุกๆ

6. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อนได้

ข้อเสียของการทำเครือข่ายสังคมออนไลน์

1. เว็บไซต์ให้บริการบางแห่งอาจจะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไป หากผู้ใช้บริการไม่ระมัดระวังในการกรอกข้อมูล อาจถูกผู้ไม่หวังดีนำรมาใช้ในทางเสียหาย หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้

2. Social Network เป็นสังคมออนไลน์ที่กว้าง หากผู้ใช้รู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดวิจารณญาณ อาจโดนหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการนัดเจอกันเพื่อจุดประสงค์ร้ายตามที่เป็นข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์

3. เป็นช่องทางในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ขโมยผลงาน หรือถูกแอบอ้าง เพราะ Social Network Service เป็นสื่อในการเผยแพร่ผลงานรูปภาพต่างๆ ของเราให้บุคคลอื่นได้ดูและแสดงความคิดเห็น

4. ข้อมูลที่ต้องกรอกเพื่อสมัครสมาชิกและแสดงบนเว็บไซต์ในรูปแบบ Social Network ยากแก่การตรวจสอบว่าจริงหรือไม่ ดังนั้นอาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่กำรหนดอายุการสมัคร สมาชิก หรือการถูกหลอกโดยบุคคลที่ไม่มีตัวตนได้

5. ผู้ใช้ที่เล่น Social Network และอยู่กับหน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานอาจสายตาเสียได้หรือบางคนอาจตาบอดได้

6. ถ้าผู้ใช้หมกมุ่นอยู่กับ Social Network มากเกินไปอาจทำรให้เสียการเรียนหรือผลการเรียนตกต่ำลงได้

7. จะทำรให้เสียเวลาถ้าผู้ใช้ใช้อย่างไร้ประโยชน์

**การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์**

ปัจจุบันมีการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในงานด้านต่างๆอย่างแพร่หลาย  โดยมีตัวอย่างการประยุกต์ใช้ ดังนี้

จุลมณี สุระโยธิน (2554,148:160) ในการศึกษา ผลของการจัดการเรียนรู้ร่วมกันทางอินเทอร์เน็ตด้วยการเขียนสะท้อนคิดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อทักษะทางสังคมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้ทำการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในฐานะเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูล ทั้งแบบประเมินทางสังคม แบบสอบถามความคิดเห็น และแบบสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้

ธนิพร จุลศักดิ์ (2555) ได้ศึกษาการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี พบว่า รูปแบบของการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี นั้น มีการใช้ เฟสบุ๊ค แฟนเพจ (Facebook Fan Page) โดยมีการใช้มัลติมีเดียอย่างสมบูรณ์ทุกรูปแบบ โดยเป็นการกระจายไปยังเมนูต่างๆอย่างครบถ้วน โดยมีการใช้ข้อความตัวอักษร มากที่สุด รองลงมาคือการใช้รูปภาพ วิดีโอ ลิงค์ดาวน์โหลด และการใช้เสียง และยังพบว่าแต่ละเมนูมีการนำเสนอมัลติมีเดียมากกว่า 1 ชนิด ซึ่งเป๋นการผสมผสานเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และดึงดูดกลุ่มผู้ใช้ให้เข้าไปใช้งาน

**Application Line**

การใช้งานโซเชี่ยลมีเดียในประเทศไทยยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยร้อยละ 80 ของผู้บริโภคออนไลน์ใช้แพลตฟอร์มโซเชี่ยลมีเดีย หรือ IM (Instant Messaging) เป็นประจำทุกวัน ตามการศึกษาล่าสุดโดยบริษัท กันตาร์ ทีเอ็นเอส (Kantar TNS) ผู้ค้นคว้าวิจัยและให้คำปรึกษาชั้นนำระดับโลก ภายใต้โครงการ “คอนเนคเต็ด ไลฟ์” (Connected Life) ซึ่งทำการวิจัยกับผู้บริโภคกว่า 70,000 คน เผยว่า LINE ครองพื้นที่ประสบการณ์ออนไลน์มากที่สุด โดยผู้บริโภคไทยมากถึงร้อยละ 92 ใช้แพลตฟอร์มสัญชาติญี่ปุ่นดังกล่าว

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจุบันตัวเลขผู้ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในประเทศไทยแตะ 20 ล้านคน เมื่อบวกกับพัฒนาการของกล้องโทรศัพท์มือถือซึ่งนับวันยิ่งทรงพลังมากขึ้น จึงเอื้อต่อการที่ผู้ใช้สามารถอัพเดตเหตุการณ์ต่างๆ กับเพื่อนฝูงและผู้ติดตามได้อย่างรวดเร็วทันใจ ยิ่งไปกว่านั้น สำหรับผู้บริโภคจำนวนมากในยุค โมบาย เฟิร์ส (Mobile First) นั้น สื่อสังคมออนไลน์เป็นทั้งศูนย์รวมแห่งประสบการณ์บนเว็บและเป็นจุดประสงค์หลักของการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งนำไปสู่โอกาสในการค้นพบช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ ในขณะที่กำลังท่องโลกโซเชี่ยลมีเดีย (MGR Online, 2559)

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา, ศุทธิดา ชวนวัน เครือข่ายสังคมออนไลน์ไทยในปัจจุบันมีความหลากหลายทางประชากร ข้อมูลจากผลการศึกษาพบประเด็น ที่น่าสนใจว่า กลุ่มประชากรที่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดนั้น ยังคงเป็นกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนที่มีอายุ 15–24 ปี ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง และประชากรในภาคกลาง อย่างไรก็ตาม พบการขยายตัวของจำนวน ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นกลุ่มประชากรสูงอายุ ประชากรในเขตชนบท และประชากรในภาคอื่นๆ นอกจากนี้ ยังพบว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความถี่ และระยะเวลาการใช้งานเพิ่มมากขึ้นในทุกกลุ่มอายุ สำหรับวัตถุประสงค์การใช้งาน ส่วนใหญ่พบว่ามีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง การติดตามข้อมูลข่าวสาร และการสนทนาเป็นหลัก ขณะเดียวกันเราเริ่มจะเห็นการติดต่อสื่อสารผ่าน Video call หรือการติดต่อปฏิสัมพันธ์ กันผ่านสังคมออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ จะเห็นได้ว่าภาพรวมของกลุ่มประชากรที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น นับวันยิ่งเปิดกว้างขึ้น ประชากร ทุกกลุ่มวัยมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้นในชีวิตประจำวัน หากพิจารณาตามโครงสร้างประชากรพบว่า กลุ่มประชากรปัจจุบันที่เป็นวัยรุ่นจะก้าวเข้าสู่วัยทำงาน และวัยสูงอายุในอีก 10 หรือ 20 ปีข้างหน้า เขาเหล่านี้ มีแนวโน้มที่จะยังคงใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะยิ่งทำให้อัตราการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ขยายตัวมากขึ้น ตราบใดที่ยังไม่มีเครือข่ายอื่นๆ ที่สามารถตอบโจทย์คนสมัยใหม่ที่ต้องการข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว โดยไม่จำกัดอยู่กับการติดต่อสื่อสารแบบฝ่ายเดียวหรือผูกติดกับแหล่งใดแหล่งหนึ่งเท่านั้น ข้อค้นพบทั้งหมดนี้ สะท้อนให้เห็นว่า “เครือข่ายสังคมออนไลน์” ที่คนไทยใช้งานอยู่ในปัจจุบัน กำลังกลายเป็น สังคมที่มีขนาดใหญ่มากขึ้นทุกขณะ ผู้คนจำนวนมากก้าวเข้าสู่การเป็นสมาชิกของสังคมดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในจุดนี้ทำให้สังคมดังกล่าวมีความหลายหลายในทั้งในแง่คุณลักษณะทางเพศและอายุ ที่ประกอบด้วยประชากร ทั้งเพศหญิงและชาย ประชากรตั้งแต่วัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน กระทั่งวัยสูงอายุ ต่างเข้ามาใช้พื้นที่บนสังคมดังกล่าว เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์การใช้งานของตนอย่างถ้วนหน้า ด้วยเหตุนี้เอง นับวันภาพความหลากหลายของสังคม ออนไลน์ก็จะยิ่งสะท้อนภาพของคนในสังคมไทยเข้าไปทุกที ขณะเดียวกันก็พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ว่านี้ สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกในสังคม ที่มีความหลากหลายได้มากขึ้นทุกขณะ การพัฒนาของเทคโนโลยีส่งผลให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและ มีประสิทธิภาพ กิจกรรมหลายๆ อย่างที่ไม่เคยมีบนสังคมออนไลน์ เช่น การประกอบธุรกิจการค้าขาย การติดต่อเพื่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การรวมกลุ่มของผู้สนใจหรือชมรม ตลอดจนกระทั่งการประชาสัมพันธ์องค์กร สามารถ ดำเนินไปบนสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิผลภายใต้ต้นทุนที่มีราคาถูกลงจากในอดีต

**ข้อดี-ข้อเสียของการใช้ Application Line**

**ข้อดีคือ**

1. สามารถติดต่อสื่อสารได้หลายรูปแบบ ทั้งการแชท การส่งเสียง และ การสนทนาแบบโทรศัพท์
2. ไม่ต้องเสียเงินเพิ่มเพราะใช้สัญญาณอินเตอร์เน็ตโดยตรง
3. อัพเดทเรื่องราวต่างๆได้ทุกเวลาทั้งการใส่รูปภาพ ใส่ลิงค์ ใส่คลิป

**ข้อเสีย**

1. สูญเสียการใช้ชีวิตประจำวันที่ควรจะเป็น เช่น การควบคุมอารมณ์ สัมพันธภาพ การวางตัว
2. ขาดความรับผิดชอบกับสิ่งรอบๆ ตัว
3. ไม่สนใจสิ่งอื่นๆ รอบตัวทำให้การสื่อสารกับคนรอบข้างนั้นน้อยลง
4. ความสามารถด้านการเขียนน้อยลง
5. ไม่รู้จักกาละเทศะ รุกล้ำความเป็นส่วนตัวได้ง่าย

**สรุปการทบทวนวรรณคดีที่เกี่ยวข้อง**

 จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำหลักการและทฤษฎีแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานบน Application Line อาทิ การวิเคราะห์ประเด็นข่าวสาร การจัดลำดับความสำคัญ เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

**บทที่ 3**

**วิธีดำเนินการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line ของบุคลากรภายในวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ ระหว่างเดือนธันวาคม 2560 – เดือนกรกฎาคม 2561 รวมระยะเวลา 8 เดือน

**สถานที่ทำการศึกษา**

วิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

**ประชากร** ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ จำนวน 543 คน

**กลุ่มตัวอย่าง** คำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางแสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอรแกน (R.V. Krejcie & D.W. Morgan) ดังแสดงในตารางที่ 1

**ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอรแกน (R.V. Krejcie & D.W. Morgan)**

| **จำนวนประชากร** | **จำนวนกลุ่มตัวอย่าง** | **จำนวนประชากร** | **จำนวนกลุ่มตัวอย่าง** | **จำนวนประชากร** | **จำนวนกลุ่มตัวอย่าง** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 101520253035404550556065707580859095100110120130140150160170180190200210 | 10141924283236404448525659636670737680869297103108113118123127132136 | 22023024025026027028029030032034036038040042044046048050055060065070075080085090095010001100 | 140144148152155159162165169175181186191196201205210214217226234242248254260265269274278285 | 120013001400150016001700180019002000220024002600280030003500400045005000600070008000900010000150002000030000400005000075000100000 | 291297302306310313317320322327331335338341346351354357361364367368370375377379380381382384 |

ที่มา: Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan. Educational and Psychological Measurement 1970: 608-609.

**เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสำรวจที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ เพื่อทำการสำรวจการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line ของบุคลากรภายในวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ **ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ ประกอบด้วย เพศ และ สถานภาพ **ตอนที่ 2** เป็นการสอบถามถึงความถี่ในการเข้าใช้ Application Line จำนวน 3 ข้อ และประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจำนวน 5 ข้อ ซึ่งแบบสำรวจเป็นแบบการวัดประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวทางของลิเคิร์ท (Likert Scale) ดังนี้

*ประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร*

5 หมายถึง มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เป็นประจำ (7 วันต่อสัปดาห์)

4 หมายถึง มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มาก (5 -6 วันต่อสัปดาห์)

3 หมายถึง มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปานกลาง (3 - 4 วันต่อสัปดาห์)

2 หมายถึง มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร น้อย (1 - 2 วันต่อสัปดาห์)

1 หมายถึง มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ไม่เคย (0 วันต่อสัปดาห์)

และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นลักษณะปลายเปิด

**ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล**

 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการนำแบบสำรวจไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจำนวน 543 ชุดโดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 15 มกราคม – 30 มีนาคม 2561 รวมระยะเวลา 13 สัปดาห์จากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์และประมวลผล

**วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล**

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ 1) วิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) 2) วิเคราะห์ประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และ ประเด็นความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์ของเบสท์ (John W. Best) เป็นเครื่องวัด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึงอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึงอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึงอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึงอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึงอยู่ในระดับน้อยที่สุด

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย

* ค่าความถี่ (Frequency)
* ค่าร้อยละ (Percentage)
* ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean /****)
* ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**บทที่ 4**

**ผลการวิจัยและการอภิปรายผล**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line ของบุคลากรภายในวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 543 คน

**ผลการวิจัย**

 ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ โดยใช้แบบสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วยอาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ และนักศึกษาของวิทยาลัยฯ จำนวน 543 คนและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean /****) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ได้ผลตามตาราง ดังนี้

**ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ**

| **ข้อมูลทั่วไป** | **จำนวน/ความถี่****(Frequency)** | **ร้อยละ****(Percentage)** |
| --- | --- | --- |
| **เพศ** |  |  |
| ชาย | 65 | 11.97 |
| หญิง | 478 | 88.03 |
| **รวม** | **543** | **100.00** |
| **สถานภาพ** |  |  |
| ผู้บริหาร | 6 | 1.10 |
| บุคลากรสายวิชาการ | 48 | 8.84 |
| บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ | 19 | 3.50 |
| นักศึกษา | 470 | 86.56 |
| **รวม** | **543** | **100.00** |

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง จำนวน 478 คน คิดเป็นร้อยละ 88.03 และ เป็นเพศ ชาย จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 11.97

 สถานภาพส่วนใหญ่เป็น นักศึกษา จำนวน 470 คน คิดเป็นร้อยละ 86.56 เป็น บุคลากรสายวิชาการ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 8.84 เป็น บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และเป็นผู้บริหาร จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10

ความถี่ในการเข้าใช้ Application Line ส่วนใหญ่เข้าใช้ทุกวัน จำนวน 535 คน คิดเป็นร้อยละ 98.53 รองลงมาเข้าใช้ 3-4 วัน ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 1.47

ความถี่ในการเข้าใช้ Application Line ต่อวัน ส่วนใหญ่เข้าใช้ 3-5 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 58.56 รองลงมาเช้าใช้ 1-3 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 และเข้าใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 7.73

สำหรับช่วงเวลาที่นิยมเข้าใช้บริการมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 50.09 รองลงมาคือช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 27.62 และช่วงเวลาที่เข้าใช้น้อยที่สุดคือ ช่วงเวลา 00.01 – 06.00 น. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.03

**ตารางที่ 4.2 แสดงระดับการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line (ผู้บริหาร)**

| **ประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร** | **ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร** |
| --- | --- |
| **ค่าเฉลี่ยเลขคณิต** **()** | **ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)** | **การแปลผล****(Interpretation)** |
| 1. ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ | 4.83 | 0.45 | มากที่สุด |
| 2. ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน | 4.83 | 0.45 | มากที่สุด |
| 3. ข้อมูลที่นำเสนอมีความทันสมัย | 4.67 | 0.55 | มากที่สุด |
| 4. ข้อมูลที่นำเสนอมีประโยชน์ต่อผู้ใช้ในการศึกษาข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน | 4.83 | 0.45 | มากที่สุด |
| 5. สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ | 4.67 | 0.55 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.77** | **0.49** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line (ผู้บริหาร) โดยภาพรวมอยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด (= 4.77, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และข้อมูลที่นำเสนอมีประโยชน์ต่อผู้ใช้ในการศึกษาข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน (= 4.83, S.D. = 0.45)

**ตารางที่ 4.3 แสดงระดับการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line (บุคลากรสายวิชาการ)**

| **ประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร** | **ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร** |
| --- | --- |
| **ค่าเฉลี่ยเลขคณิต** **()** | **ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)** | **การแปลผล****(Interpretation)** |
| 1. ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ | 4.94 | 0.24 | มากที่สุด |
| 2. ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน | 4.96 | 0.20 | มากที่สุด |
| 3. ข้อมูลที่นำเสนอมีความทันสมัย | 4.92 | 0.28 | มากที่สุด |
| 4. ข้อมูลที่นำเสนอมีประโยชน์ต่อผู้ใช้ในการศึกษาข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน | 4.92 | 0.28 | มากที่สุด |
| 5. สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ | 4.96 | 0.20 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.94** | **0.24** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line (บุคลากรสายวิชาการ) โดยภาพรวมอยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด (= 4.94, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน ข้อมูลที่นำเสนอมีความทันสมัย และสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ (= 4.96, S.D. = 0.20)

**ตารางที่ 4.4 แสดงระดับการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line (บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ)**

| **ประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร** | **ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร** |
| --- | --- |
| **ค่าเฉลี่ยเลขคณิต** **()** | **ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)** | **การแปลผล****(Interpretation)** |
| 1. ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ | 4.79 | 0.42 | มากที่สุด |
| 2. ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน | 4.84 | 0.37 | มากที่สุด |
| 3. ข้อมูลที่นำเสนอมีความทันสมัย | 4.79 | 0.42 | มากที่สุด |
| 4. ข้อมูลที่นำเสนอมีประโยชน์ต่อผู้ใช้ในการศึกษาข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน | 4.79 | 0.42 | มากที่สุด |
| 5. สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ | 4.84 | 0.37 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.81** | **0.40** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line (บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ) โดยภาพรวมอยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด (= 4.81, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ (= 4.84, S.D. = 0.37)

**ตารางที่ 4.5 แสดงระดับการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line (นักศึกษา)**

| **ประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร** | **ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร** |
| --- | --- |
| **ค่าเฉลี่ยเลขคณิต** **()** | **ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)** | **การแปลผล****(Interpretation)** |
| 1. ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ | 4.94 | 0.30 | มากที่สุด |
| 2. ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน | 4.97 | 0.16 | มากที่สุด |
| 3. ข้อมูลที่นำเสนอมีความทันสมัย | 4.99 | 0.08 | มากที่สุด |
| 4. ข้อมูลที่นำเสนอมีประโยชน์ต่อผู้ใช้ในการศึกษาข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน | 4.97 | 0.18 | มากที่สุด |
| 5. สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ | 4.97 | 0.18 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.97** | **0.18** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line (นักศึกษา) โดยภาพรวมอยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด (= 4.97, S.D. = 0.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน ข้อมูลที่นำเสนอมีความทันสมัย (= 4.99, S.D. = 0.18)

**ตารางที่ 4.6 แสดงระดับการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line (ภาพรวม)**

| **ประเด็นการรับรู้ข้อมูล** | **ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกลุ่มเป้าหมาย** |
| --- | --- |
| **ผู้บริหาร** | **บุคลากรสายวิชาการ** | **บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ** | **นักศึกษา** | **ค่าเฉลี่ย** |
| 1. ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ | 4.83 | 4.94 | 4.79 | 4.94 | **4.88** |
| 2. ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน | 4.83 | 4.96 | 4.84 | 4.97 | **4.90** |
| 3. ข้อมูลที่นำเสนอมีความทันสมัย | 4.67 | 4.92 | 4.79 | 4.99 | **4.84** |
| 4. ข้อมูลที่นำเสนอมีประโยชน์ต่อผู้ใช้ในการศึกษาข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน | 4.83 | 4.92 | 4.79 | 4.97 | **4.88** |
| 5. สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ | 4.67 | 4.96 | 4.84 | 4.97 | **4.86** |

จากตารางที่ 4.6 จะเห็นได้ว่าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจประเด็นการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line ที่ต่างกันไป แต่สิ่งหนึ่งที่ทุกกลุ่มมีความสนใจตรงกันมากที่สุด คือ ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน (= 4.90) รองลงมาคือ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ และข้อมูลที่นำเสนอมีความทันสมัย (= 4.88)

**การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานประจำ**

ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่องานประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ ได้ทราบช่วงเวลาที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
2. อาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ และนักศึกษาของวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยฯ ที่มีความถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และมีความทันสมัย

**บทเรียนที่ได้รับ**

 การวิจัยในครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยได้รับบทเรียน ดังนี้

1. ได้ทราบพฤติกรรมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพทั้งในกลุ่มอาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ และนักศึกษา
2. ได้ทราบประเด็นสำคัญในการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ

**กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line**

**วิเคราะห์ความต้องการ**

**ของผู้รับบริการ**

**กำหนด/สรุปประเด็น**

**การสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์**

**ดำเนินการเผยแพร่**

**ข้อมูลข่าวสารผ่าน Application Line**

**บทที่ 5**

**สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ**

**สรุปผลการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคลากรได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการประชาสัมพันธ์ และเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในหน่วยงาน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 543 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสำรวจที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ เพื่อทำการสำรวจการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line ของบุคลากรภายในวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ **ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ ประกอบด้วย เพศ และ สถานภาพ **ตอนที่ 2** เป็นการสอบถามถึงความถี่ในการเข้าใช้ Application Line จำนวน 3 ข้อ และประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจำนวน 5 ข้อ ซึ่งแบบสำรวจเป็นแบบการวัดประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวทางของลิเคิร์ท (Likert Scale)

**ผลการวิจัย**

1. ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 543 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 88.03 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 86.56

2. ความถี่ในการเข้าใช้ Application Line ส่วนใหญ่เข้าใช้ทุกวัน ในแต่ละวันใช้งานประมาณ 3-5 ชั่วโมงต่อวัน โดยช่วงเวลาที่นิยมเข้าใช้บริการมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น.

3. ประเด็นการรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยพยาบาลสุขภาพ บน Application Line ที่ทุกกลุ่มเป้าหมายสนใจตรงกันมากที่สุด คือ ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน