

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมติดตามข่าวสารผ่านทาง Social Media กรณีศึกษาเฉพาะ นิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างนิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ได้ผลการศึกษา ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยบุคคลต่อเดือน 10,000-20,000 บาท

พฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการรับข่าวสารจาก Social Media

พฤติกรรมด้านการรับข่าวสารจาก Social Media พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารผ่านคอมพิวเตอร์มากที่สุด รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ โดยติดตามข่าวสารประเภทข่าวบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจและการเมือง ข่าวสุขภาพ ข่าวการศึกษา และข่าวกีฬา ตามลำดับ

ประเภทของ Social Media พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้หมวดสื่อสารมากที่สุด รองลงมาคือ หมวดมัลติมีเดีย หมวดบันเทิง หมวดความร่วมมือและแบ่งปัน และหมวดรีวิวและการแสดงความคิดเห็น ตามลำดับ

เวลาในการติดตามข่าวสาร ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างติดตามเวลา 20.01-24.00 น. รองลงมาคือ เวลา 16.01-20.00 น. เวลา 00.01-04.00 น. เวลา 08.01-12.00 น. เวลา 12.01-16.00 น. และเวลา 04.01-08.00 น. ตามลำดับ

จำนวนครั้งในการติดตามข่าวสารต่อสัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารเป็นประจำทุกวัน รองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ น้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 5 ครั้งต่อสัปดาห์ ตามลำดับ

ระยะเวลาในการติดตามข่าวสารแต่ละครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารมากกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง รองลงมาคือ 15-30 นาทีต่อครั้ง 30-60 นาทีต่อครั้ง และน้อยกว่า 15 นาทีต่อครั้ง ตามลำดับ

สถานที่ในการรับข่าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับข่าวสารจากที่พักอาศัย รองลงมาคือที่ทำงาน บริเวณมหาวิทยาลัย และร้านอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการรับข่าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับข่าวสารเพื่อความบันเทิง รองลงมาเพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เพื่อการศึกษา ค้นคว้า วิจัย และเพื่อซื้อขายสินค้าและบริการ ตามลำดับ

ความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสารที่ได้รับผ่านทาง Social Media

ความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสารที่ได้รับผ่านทาง Social Media ด้านเนื้อหาข่าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นระดับมากที่สุดในทุกๆประเด็น โดยให้ความสำคัญกับเรื่องการ update ข้อมูลบนเว็บไซต์ตลอดเวลามากที่สุด รองลงมาคือข่าวมีความหลากหลาย โดยที่ให้ความสำคัญกับเรื่องความเป็นกลาง ไม่ลำเอียงน้อยที่สุด

ความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสารที่ได้รับผ่านทาง Social Media ด้านประโยชน์จากข่าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าได้รับประโยชน์ในระดับมากที่สุดในทุกๆประเด็น โดยที่เรื่องความสะดวก รวดเร็ว ทันใจ เป็นประโยชน์ระดับมากที่สุด รองลงมาคือทันโลก ทันเหตุการณ์ โดยที่เรื่องการได้เล่นเกมส์ ตอบคำถามชิงรางวัล เป็นประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญลำดับที่น้อยที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารที่ได้รับจาก Social Media พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในข้อมูลที่ได้รับจาก Social Media ระดับมาก รองลงมาคือ พึงพอใจพอสมควร ไม่พึงพอใจ และไม่พึงพอใจมาก ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการรับข่าว

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความสนใจประเภทข่าวสาร โดยเลือกเฉพาะประเภทข่าวสารที่มีกลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ข่าวบันเทิง ข่าวการท่องเที่ยว และข่าวสังคม พบว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันจะมีความสนใจข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีความสนใจข่าวการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ในขณะที่ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความสนใจในข่าวสังคมแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความสนใจประเภท Social Media โดยเลือกเฉพาะประเภท Social Media ที่มีกลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านมัลติมีเดีย และด้านบันเทิง พบว่า อายุและอาชีพที่แตกต่างกันจะมีความสนใจใน Social Media ด้านการสื่อสารที่แตกต่างกัน อายุและรายได้ที่แตกต่างกันจะมีความ

สนใจใน Social Media ด้านมัลติมีเดียที่แตกต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกันจะมีความสนใจใน Social Media ด้านความบันเทิงที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับวัตถุประสงค์การรับข่าว

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับวัตถุประสงค์การติดตามข่าวสารผ่าน Social Media พบว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันจะมีวัตถุประสงค์ในการติดตามข่าวสารผ่านทาง Social Media ที่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการติดตามข่าวสารผ่านทาง Social Media มุ่งศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาจะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการติดตามข่าวสารผ่าน Social Media ในกลุ่มสื่อสารมากที่สุด ซึ่งได้แก่ Facebook , My space , Hi5 และ Twitter ซึ่งสอดคล้องกับรายงาน 20 อันดับ Social Media ยอดฮิตของโลก ที่ ComScore จัดทำไว้ ศิริพัฒน์ เกตุธำ (2552) พบว่า Blogger ยังคงความเป็นผู้นำด้วยยอดผู้เข้าใช้ว่า 222 ล้านรายทั่วโลก ตามมาด้วย Facebook จำนวนผู้ใช้ 200 ล้านราย ส่วนอันดับต่อมาคือ MySpace ยอดผู้ใช้ 126 ล้านราย จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันที่กระแสการใช้ Social Media ผ่านสื่อออนไลน์ในกลุ่มดังกล่าวมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด ทั้งที่เป็นไปเพื่อการสื่อสารและการตลาด โดยจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานเพื่อความบันเทิงและเพื่อการสื่อสาร

เมื่อศึกษาพฤติกรรมทั่วไปในการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้งาน Social Media เวลา 16.00-20.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ถึงร้อยละ 74.70 โดยความถี่ในการติดตามข่าวสารคือติดตามข่าวสารผ่าน Social media ทุกวัน โดยใช้เวลามากกว่า 1 ชั่วโมงในการติดตามข่าวสารแต่ละครั้ง และเข้าถึง Social Media จากที่บ้านมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับอุปกรณ์ที่เข้าถึง Social Media ที่ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ ทำให้สามารถเข้าถึงข่าวสารได้ง่าย บ่อยครั้งมากยิ่งขึ้นและยังสามารถใช้เวลาในการติดตามข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น ความพึงพอใจที่ได้รับจากการติดตามข่าวสารผ่าน Social Media พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอย่างมากทั้งในแง่เนื้อหาและประโยชน์ที่ได้รับ โดยเฉพาะเรื่องการ update ข้อมูลบนเว็บไซต์ตลอดเวลาและความรวดเร็วในการได้รับข่าวสาร ทำให้มีความทันสมัย ทั้งนี้ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลวิจัยเรื่อง Social Media มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้น ศิริพัฒน์ เกตุธำ (2552) กล่าวว่า Social Media มีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจของผู้บริโภคมากขึ้น 7 ใน 10 คนใช้เป็นแหล่งหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ แนะนำบริษัทหันมาวางแผนกลยุทธ์อย่างจริงจัง แม้จะไม่ได้ดำเนินธุรกิจออนไลน์ เพราะผู้บริโภคนิยมสนทนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และยี่ห้อสินค้าในสังคมออนไลน์ ทุกวันนี้อาจกล่าวได้ว่า Social Media คือกระแสความนิยมอย่างกว้างขวาง และใน 2551 ที่ผ่านมา Social Media ก็ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า Social Media ไม่ได้จำกัดวงอยู่เฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น แต่นักธุรกิจและมืออาชีพแขนงต่างๆ ได้หันไปใช้ Social Media มากขึ้น ทำให้ Social Media กลายมาเป็นสื่อในสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลอย่างมาก จากรายงาน The Wave 3 Report ของ Universal Maccan แสดงว่า Social Media เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อแบรนด์และ ภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจอย่างมาก เพราะผู้ใช้สื่อ Social Media นิยมโพสต์แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และ แบรนด์ ผ่านบล็อก หรือ ในกลุ่มสังคมออนไลน์ของตน นอกจากนี้การวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีทัศนคติในเชิงบวกต่อบริษัทหรือองค์กรที่สร้างบล็อกเป็นของตนเอง

เมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการติดตามข่าวสารผ่าน Social Media จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการติดตามข่าวสารผ่าน Social Media ที่แตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของประเภทของข่าวและประเภทของ Social Media ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงในปัจจุบันที่ผู้บริโภคมีความหลากหลายทางพฤติกรรมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมในการติดตามข่าวสารที่มีความหลากหลายมากเช่นกัน สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ (Uses and Gratification) แคทซ์และคณะ (1974) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสาร เพื่อสนองความต้องการของตนเองตามที่แคทซ์และคณะ ได้ศึกษาไว้ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง แต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ ความตั้งใจ และความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อความสนใจในประเภทข่าวสารและประเภท Social Media ที่แตกต่างกัน รวมถึงมีผลต่อวัตถุประสงค์ในการติดตามข่าวสารอีกด้วย ดังนั้น นักการตลาดหรือนักสื่อสารการตลาดที่ดี ต้องมีความเข้าใจในลักษณะที่แตกต่างกันของผู้บริโภค เพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงกับลักษณะของลูกค้า นอกจากนี้ จากการศึกษาความพึงพอใจทั้งในส่วนของเนื้อหาและประโยชน์ที่ได้รับ จะเห็นว่า กลุ่ม

ตัวอย่างให้ความสำคัญกับการ update ข้อมูลบนเว็บไซต์ตลอดเวลาและความรวดเร็วในการได้รับข่าวสาร ดังนั้น นักการตลาดและนักสื่อสารการตลาด รวมถึงนักพัฒนาซอฟต์แวร์ต่างๆ ควรให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารผ่าน Social Media เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารถึงมือผู้รับสารได้รวดเร็วและถูกต้องมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาพฤติกรรมการติดตามข่าวสารผ่านทาง Social Media ในครั้งนี้ ศึกษาเป็นกรณีเฉพาะนิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้การศึกษามีความละเอียดและผลการศึกษามีความกว้างขวาง คลอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายไปยังนิสิต/นักศึกษาในมหาวิทยาลัยอื่นๆ หรือศึกษาประชาชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้เป็นประโยชน์ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

