



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อ
ออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Relationship between perception/data recognition pattern and acceptance
of communication through online media by Rajamangala University of
Technology Thanyaburi students

นางสาวเบญจสิริยา ปานบุญญเดช (หัวหน้าโครงการ)
นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี (ผู้ช่วยวิจัย)
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประจำปี พ.ศ. 2559



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อ
ออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Relationship between perception/data recognition pattern and acceptance
of communication through through online media by Rajamangala University
of Technology Thanyaburi students

นางสาวเบญจสิริยา ปานบุญญเดช (หัวหน้าโครงการ)
นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี (ผู้ช่วยวิจัย)
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประจำปี พ.ศ. 2559

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้สื่อออนไลน์ 2) เพื่อศึกษารูปแบบการรับรู้ข้อมูล 3) เพื่อศึกษาการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ 4) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ และ 5) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการรับรู้ข้อมูล ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปีการศึกษา 2559 จำนวน 394 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test One-Way ANOVA LSD และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 22 ปี ศึกษาชั้นปีที่ 3 อยู่ในคณะบริหารธุรกิจ ใช้งานสื่อออนไลน์ที่ที่พกอาศัย ใช้อินเทอร์เน็ต 6 ชั่วโมงต่อวัน และเข้าใช้บริการสื่อออนไลน์เวลา 20.00-24.00 น.

ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนเฉลี่ย รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี และการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าสถานภาพส่วนบุคคลด้าน ชั้นปี และคณะ มีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี อีกทั้งรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี และการรับรู้สื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูงกับการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การรับรู้, การยอมรับ, รูปแบบการรับรู้ข้อมูล, ข้อมูล, สื่อออนไลน์, สื่อสังคมออนไลน์

Abstracts

The objectives of this research were to 1) study awareness of online media 2) study the form of data recognition 3) study acceptance of communication through online media 4) find relationship between awareness and acceptance of communication through online media, and 5) find relationship between form of data recognition and the acceptance of communication through online media of Rajamangala University of Technology Thanyaburi students.

The main method used in this research was using questionnaires as a tool to collect data used in education. The sample group was 394 Rajamangala University of Technology Thanyaburi students who study undergraduate in the academic year 2016. Data analysis was done by statistical methods, such as percentage, mean, standard deviation, T-test, One-way ANOVA, LSD, and correlation coefficient.

The results showed that the majority of respondents were male, aged 22 years, who are studying 3rd year undergraduate in the Faculty of Business Administration. They gained access to the internet 6 hours per day and they use online media at 8 pm to midnight at the residence.

Respondents gave an average score of communication through online media, online media recognition, and acceptance of the form of data communication through online media of Rajamanagala University of Technology Thanyaburi at “high” level.

The results of the hypothesis test found that the personal status in year or study and major has difference in acceptance and recognition of online media, which is statistically significant at the level of .05. Data communication through online media, awareness of online media, and the form of communication through online media have an overall high level of relationship to acceptance of online media, which is statistically significant at the level of .01.

Keywords: perception, adoption, form communication, information, online media, social network

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิจัยประเภททุนการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (Routine to Research) จากกองทุนส่งเสริมงานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปี 2559 (R2R Rf045909) ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัย และพัฒนาที่มีการจัดสรรทุนดังกล่าวเพื่อให้บุคลากรได้พัฒนางานวิจัยจากงานประจำขึ้น

อีกทั้งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีด้วยความกรุณา ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร คูพิมาย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ เป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา และให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกยินดีและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ พันธุ์ลำเจียก รองอธิการบดี- นายพงศ์พิชัญ ตัวนุญา และ ดร.ศรชัย บุตรแก้ว ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและคำแนะนำเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณนักศึกษาระดับปริญญาตรีทุกท่านที่ร่วมตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนางานด้านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์สืบไป

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอกราบระลึกถึงพระคุณของคุณพ่อ และคุณแม่ ผู้เป็นที่รักยิ่ง ที่ส่งเสริม สนับสนุนและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด จนทำให้สารนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

นางสาวเบญสิริยา ปานบุญญเดช หัวหน้าโครงการวิจัย
นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี ผู้ร่วมวิจัย

สารบัญ

หน้า	
บทคัดย่อภาษาไทย	(ข)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(ค)
กิตติกรรมประกาศ	(ง)
สารบัญ	(จ)
สารบัญตาราง	(ช)
สารบัญภาพ	(ฉ)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย	4
1.4 นิยามศัพท์	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการยอมรับ	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับรู้ การสื่อสารข้อมูล (Communication)	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	12
2.4 แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 / ต.ค. 2559 ปีงบประมาณ 2560	18
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	28
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments)	29
3.3 การดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในงานวิจัย	33
บทที่ 4 ผลของการวิจัย	35
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	49

สารบัญ (ต่อ)

หน้า	
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	56
5.1 สรุปการวิจัย	56
5.2 การอภิปรายผล	61
5.3 ข้อเสนอแนะ	63
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก ก รายนามผู้ให้ข้อมูลและผู้ทรงคุณวุฒิ	69
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	78
ภาคผนวก ค คะแนนการสอบคุณภาพเครื่องมือ (IOC)	90
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล SPSS	96
ประวัติผู้เขียน	138

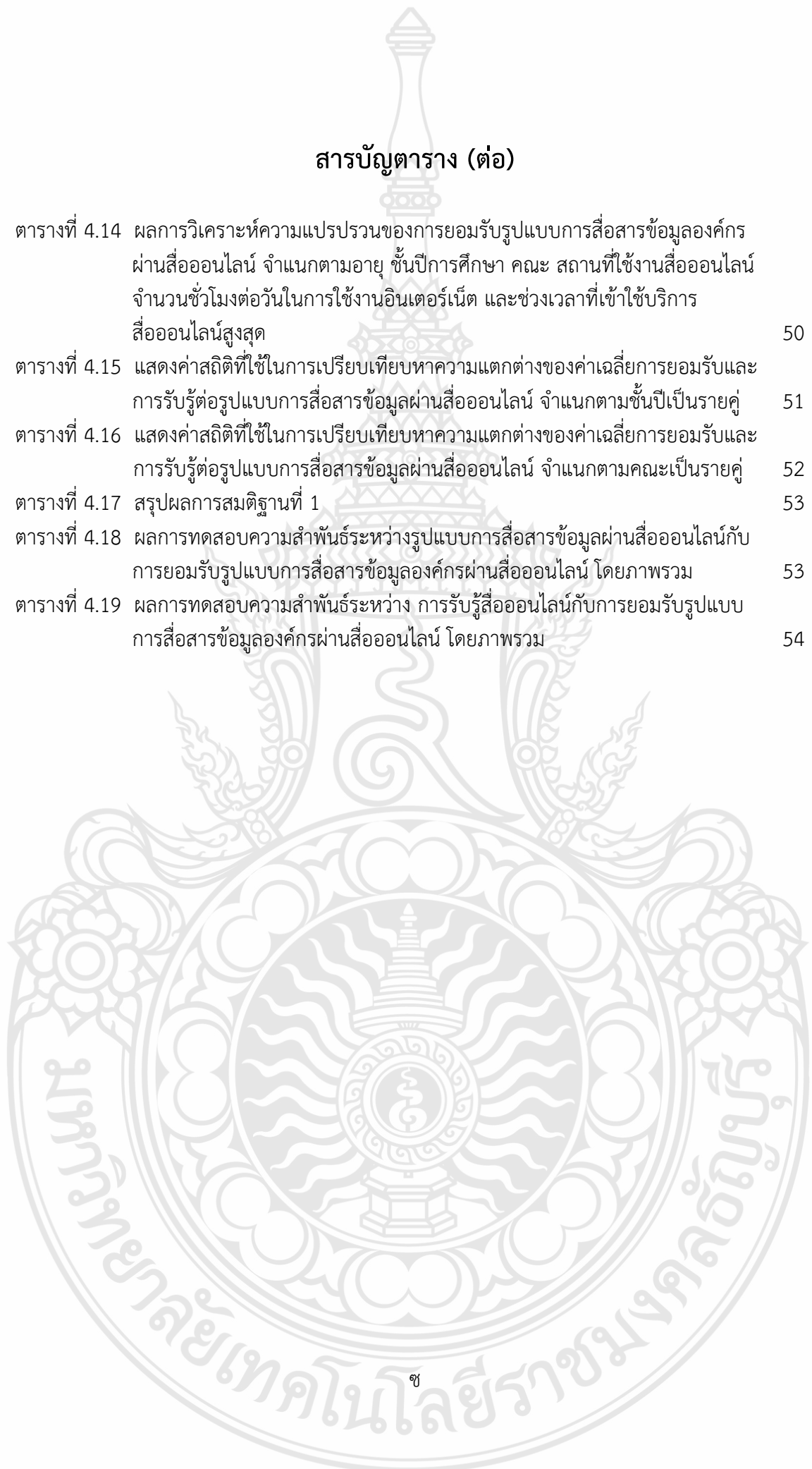


สารบัญตาราง

หน้า		
ตารางที่ 2.1	ตารางการวัดคะแนนของ Webometrics	23
ตารางที่ 2.2	ผลการประเมินของ Webometrics	24
ตารางที่ 3.1	แสดงกลุ่มตัวอย่างจำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปีการศึกษา 2559	29
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
ตารางที่ 4.2	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อ ออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี โดยรวม	39
ตารางที่ 4.3	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อ ออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี ด้านเนื้อหา	39
ตารางที่ 4.4	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อ ออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี ด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์	40
ตารางที่ 4.5	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อ ออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี ด้านประเภทสื่อออนไลน์	41
ตารางที่ 4.6	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยรวม	42
ตารางที่ 4.7	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	42
ตารางที่ 4.8	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านความง่ายในการใช้งาน	44
ตารางที่ 4.9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูล ผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยรวม	45
ตารางที่ 4.10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อ ออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน	45
ตารางที่ 4.11	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูล ผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้	46
ตารางที่ 4.12	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูล ผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการใช้จริง	47
ตารางที่ 4.13	ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลองค์กร ผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามเพศ	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4.14	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามอายุ ชั้นปีการศึกษา คณะ สถานที่ใช้งานสื่อออนไลน์ จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ต และช่วงเวลาที่ใช้ใช้บริการสื่อออนไลน์สูงสุด	50
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามชั้นปีเป็นรายคู่	51
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามคณะเป็นรายคู่	52
ตารางที่ 4.17	สรุปผลการสมมติฐานที่ 1	53
ตารางที่ 4.18	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์กับการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวม	53
ตารางที่ 4.19	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้สื่อออนไลน์กับการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวม	54



สารบัญภาพ

หน้า		
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	5
ภาพที่ 2.1	แนวคิดพื้นฐานการยอมรับเทคโนโลยี	7
ภาพที่ 2.2	กรอบแนวคิดตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีแบบดั้งเดิม	8
ภาพที่ 2.3	Technology Acceptance Model (TAM)	9
ภาพที่ 2.4	แบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R ของเบอร์โล	11
ภาพที่ 2.5	กระบวนการสื่อสารและบูรณาการภาพลักษณ์องค์กร	12
ภาพที่ 2.6	Social Media Lanscape	14
ภาพที่ 2.7	ภาพแสดงเว็บเบราว์เซอร์	16
ภาพที่ 2.8	ภาพแสดงการทำงานของ SEO	16
ภาพที่ 2.9	การขับเคลื่อน Hands-On Learning (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560	18
ภาพที่ 2.10	วัฒนธรรมองค์กร (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560	19
ภาพที่ 2.11	วัฒนธรรมองค์กร (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560	20
ภาพที่ 2.12	RMUTT's Positioning (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560	20
ภาพที่ 2.13	ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา 4 ด้าน (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557- 2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560	21
ภาพที่ 2.14	ยุทธศาสตร์ 3 : Internationalzation : ส่งเสริมความเป็นนานาชาติ (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557- 2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ	22

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จัดการศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา ประกอบด้วย 10 คณะ 1 วิทยาลัย โดยมียุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) การสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติ (Hands On) 2) พัฒนางานวิจัยและนวัตกรรม (Research & Innovation) 3) ส่งเสริมความเป็นนานาชาติ (Internationalization) 4) การบริหารจัดการสมัยใหม่ (Modern Management) ในการพัฒนา ยุทธศาสตร์การสร้างบัณฑิตนักปฏิบัตินั้นได้จัดให้มีการพัฒนาระบบการเรียนการสอน พัฒนาครุภัณฑ์ ห้องปฏิบัติการ เพิ่มทักษะทางสังคม (Soft Skills) ภาษาอังกฤษ IT, Activity Transcript พัฒนา กระบวนการทดสอบสมรรถนะวิชาชีพ วิจัยและนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี. 2559: 6-7)

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหน่วยงานตามโครงสร้างการจัดตั้งของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ตามประกาศจัดตั้งตามพระราชกฤษฎีกาเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2549 โดยการรวมสองหน่วยงานเข้าด้วยกันคือ สถาบันวิทยบริการและสำนักเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีได้มอบหมายให้สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศเป็น หน่วยงานหลักที่ต้องปฏิบัติภารกิจในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาใช้เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัย ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับนักศึกษา อาจารย์ บุคลากร ของ มหาวิทยาลัยฯ ให้บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ต่อประชาชน สนับสนุนการปฏิบัติงานตลอดจน จัดหาอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน การบริหาร และการวิจัยของมหาวิทยาลัยฯ

จากนโยบายบริหารของ มทร.ธัญบุรี สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับ มอบหมายให้ดำเนินงานที่เกี่ยวกับด้านเว็บไซต์ (Website) ซึ่งในส่วนนี้ของยุทธศาสตร์ ที่ 3 ด้านส่งเสริม ความเป็นนานาชาติ (Internationalization) มทร.ธัญบุรี ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (key Performance Indicators : KPI) ในลำดับที่ 8 โดยได้กำหนดระดับความสำเร็จของการได้รับการ จัดอันดับ 1 ใน 5 ของ มหาวิทยาลัยด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย โดยการประเมิน ของ Webometrics (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 2559: 14-18) เป็นการประเมินเพื่อจัด อันดับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วโลก ฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเว็บไซต์ สำนักวิทยบริการและ เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีหน้าที่ช่วยสนับสนุนภารกิจด้านการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ให้กับหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลบนเว็บไซต์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับบุคคลเพื่อรองรับ การจัดการเรียนการสอน การอบรม สัมมนาและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ที่ช่วย ให้ นักศึกษา บุคลากรของมหาวิทยาลัย และบุคคลภายนอกรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมของมหาวิทยาลัย ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัยฯ และหน่วยงานต่าง ๆ ภายในของ มหาวิทยาลัย

ประกอบกับแนวโน้มเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทยในปี 2559 อดีซีเปิดเผยการ คาดการณ์ 10 แนวโน้มที่สำคัญของภาคธุรกิจและเทคโนโลยีของประเทศ อยู่ในยุคเทคโนโลยี

แพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 ประกอบด้วย 4 เสาหลักโดยมี คลาวด์ โมบิลิตี้ บิ๊กดาต้า นวัตกรรม และโซเชี่ยล ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมไอซีทีของไทยช่วยส่งเสริมแผนแม่บททางเศรษฐกิจดิจิทัล (Wilaiphan S. 2559: ออนไลน์)

รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นในทุกช่วงระยะเวลาการใช้งานเมื่อเทียบกับผลการสำรวจในปี 2557 การใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงสุด อยู่ที่ 58.3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ สมาร์ทโฟนยังคงเป็นอุปกรณ์ยอดนิยมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต กว่าร้อยละ 80 โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ 5.7 ชั่วโมงต่อวัน (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558: 19)

จากความสำคัญดังกล่าวการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์หรือ โซเชี่ยลจึงเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารและเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน ดังนั้นหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารบนสื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถพบเห็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารขององค์กรต่าง ๆ ได้จากสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Fanpage Facebook) ยูทูบ แชนแนล (YouTube) หรือไลน์ (Line) เป็นต้น เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลขององค์กรไปยังประชากรกลุ่มเป้าหมาย เพราะคุณสมบัติของสื่อออนไลน์ที่มีความสะดวก รวดเร็วต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถใช้ได้กับบุคคลทุกเพศ ทุกวัย ทุกเวลา ประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย เพิ่มความสะดวกให้กับประชากรกลุ่มเป้าหมายเพราะผู้ใช้สามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้จากทุกพื้นที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ใช้ได้กับทุกอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ (Computer) โน้ตบุ๊ก (Notebook) แท็บเล็ต (Tablet) สมาร์ทโฟน (Smartphone) เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อสารข้อมูลขององค์กร หรือหน่วยงาน ไปยังกลุ่มประชากรเป้าหมาย

อีกทั้งมหาวิทยาลัยได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาใช้เทคโนโลยี ทางด้านกายภาพ มหาวิทยาลัยมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตและไวไฟ (Wifi) ครอบคลุมพื้นที่การใช้งานของนักศึกษาทั้งห้องเรียน สนามกีฬา บริเวณภายนอกและภายในห้องสมุด ส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะทางสังคมด้านไอที โดยมีการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ ตั้งแต่การรับเข้าสมัครเรียนเข้าศึกษาต่อ การลงทะเบียนเรียน ดูคะแนนผลการเรียน มีการจัดการเรียนการสอนด้านคอมพิวเตอร์เบื้องต้นซึ่งเนื้อหาส่วนหนึ่งสอนเรื่องการใช้สื่อออนไลน์ จรรยาบรรณในการใช้งานคอมพิวเตอร์และมีการกำหนดตัวชี้วัดข้อที่ 11 นักศึกษาที่สอบผ่านมาตรฐานด้าน IT ร้อยละ 65 ในปี 2559 และร้อยละ 70 ในปี 2560 (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 2559: 7-9)

ภารกิจหลักของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถสรุปได้ดังนี้ บริการระบบเครือข่ายให้สามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อใช้สนับสนุนด้านการเรียนการสอนและการบริหารงานของมหาวิทยาลัยฯ กำหนดมาตรฐานและจัดหาคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์รวมทั้งสื่อและซอฟต์แวร์ เพื่อใช้สนับสนุนการเรียนการสอน และการบริหารงานของมหาวิทยาลัยฯ พัฒนาระบบข้อมูลกลางและระบบสารสนเทศของมหาวิทยาลัยฯ ด้านการเรียนการสอนการบริหาร ของมหาวิทยาลัยฯ ให้บริการข้อมูลพื้นฐานผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) สำหรับนักศึกษา คณาจารย์ ผู้บริหาร และบุคคลภายนอก ยกกระดับบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ให้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทุกระดับและทั่วถึง สนับสนุนและสร้างผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่องานด้านระบบสารสนเทศ และการพัฒนาโปรแกรม

ฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเว็บไซต์เป็นหน่วยงานภายใต้สังกัดสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมีภาระหน้าที่หลักคือ ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารของมหาวิทยาลัยบนเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ สร้างและพัฒนาเว็บไซต์ใหม่ของหน่วยงานและเว็บไซต์กิจกรรมของมหาวิทยาลัย และถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลบนเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ของหน่วยงานได้เองจากการดำเนินงานที่ผ่านมาฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์ได้เก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเว็บไซต์ที่มีการจัดทำโดยฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์มีจำนวนทั้งสิ้น 132 เว็บไซต์ โดยมีการบริหารจัดการสองแบบคือ แบบที่หนึ่งฝ่ายพัฒนาและแพร่เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารในเว็บไซต์เองมีจำนวนทั้งหมด 30 เว็บไซต์ และใช้งานอยู่ในปัจจุบัน 18 เว็บไซต์ แบบที่สองบุคลากรของหน่วยงาน หรือโครงการดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวต่าง ๆ เอง มีเว็บไซต์จำนวนทั้งหมด 148 เว็บไซต์ ใช้งานในปัจจุบัน 97 เว็บไซต์

จากความสำคัญที่กล่าวมาในข้างต้นประกอบการพิจารณาประชาสัมพันธ์ในอดีตที่มีรูปแบบเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบสเตอร์ ไวเนล ข่าวหนังสือพิมพ์ วารสาร หรือเอกสารเผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อ ค่าติดตั้ง การเข้าถึงข้อมูลมีช่องทางจำกัดเฉพาะกลุ่ม และพื้นที่ ด้วยปัจจุบันการสื่อสารบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ช่วยให้การรับรู้ข่าวสารสะดวกสบายเพิ่มขึ้น นักศึกษานิยมค้นหาข้อมูลและศึกษาข้อมูลต่างๆ ผ่านทางช่องทางบนอินเทอร์เน็ต ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอข่าวสารข้อมูลองค์กร จึงเปลี่ยนไปอยู่ในรูปแบบสื่อออนไลน์มากขึ้น เช่น บนเว็บไซต์ แฟนเพจ ไลน์ เป็นต้น ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มาเป็นประเด็นในการศึกษาวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานของฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเว็บไซต์ ที่มุ่งหวังให้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ตรงกับความต้องการของนักศึกษา ข้อมูลมีความถูกต้อง ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว เลือกใช้ประเภทของสื่อที่มีช่องทางที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ลดรายจ่ายด้านสิ่งพิมพ์ ขยายช่องทางการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันและพัฒนาเป็นต้นแบบของการประชาสัมพันธ์บนออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรีต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย :

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 1.2.2 เพื่อศึกษารูปแบบการรับรู้ข้อมูล ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 1.2.4 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 1.2.5 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการรับรู้ข้อมูล ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย :

ขอบเขตของการวิจัยประกอบด้วย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับข้อจำกัดการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา โดยใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่พัฒนาขึ้นโดย Davis (1985) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1.3.1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- ปัจจัยส่วนบุคคล
- การรับรู้
- รูปแบบการรับรู้ข้อมูล

1.3.1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

1.3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปีการศึกษา 2559 ภาคเรียนที่ 1 จำนวน 24,265 คน (สำนักวิชาการและงานทะเบียน มทร.ธัญบุรี, 2559)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-5 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 394 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

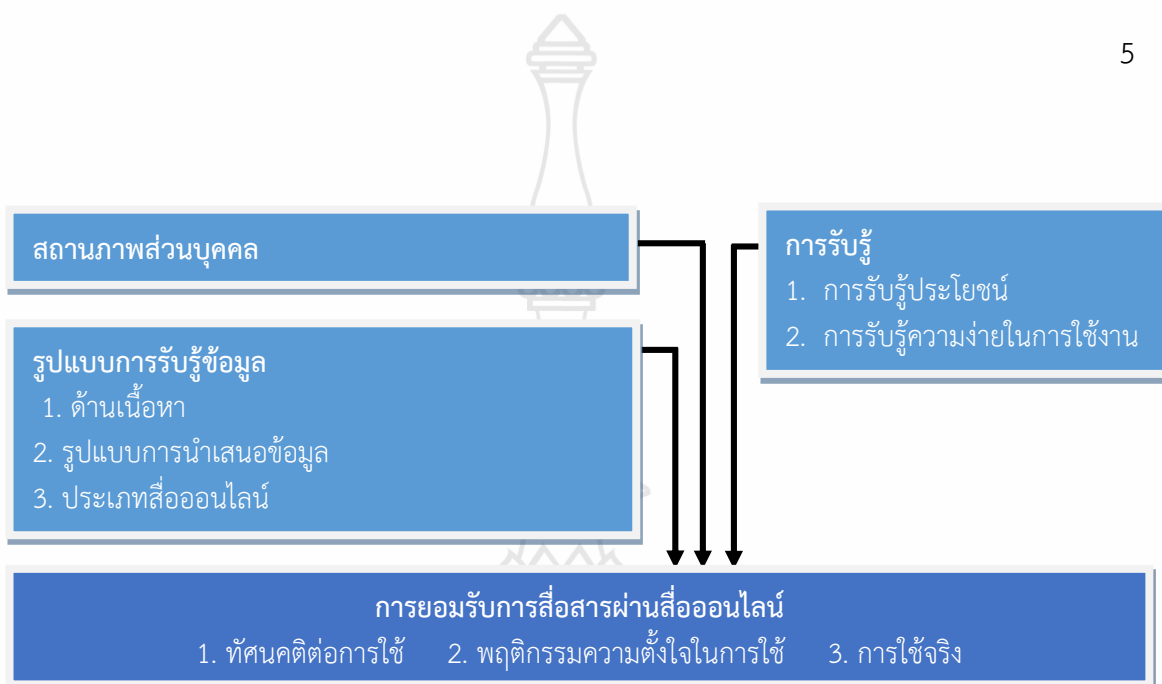
1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา

สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 10 คณะ 1 วิทยาลัย สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ อาคารวิทยบริการ อาคารปฏิบัติเรียนรวมและปฏิบัติการ และอาคารเรียนภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 1 เมษายน 2559 ถึง 30 มิถุนายน 2559 รวมเป็นระยะเวลา 3 เดือน

1.3.4 ทฤษฎี สมมุติฐาน (ถ้ามี) และกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย :

กรอบแนวคิดการวิจัยประกอบด้วย

งานวิจัยนี้ได้นำเอาแนวความคิดของทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาประยุกต์เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1-1



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมุติฐาน

1. สถานภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ที่ต่างกัน
2. การรับรู้ มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการสื่อสารออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี
3. รูปแบบการรับรู้ข้อมูล มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการสื่อสารออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี

1.4 นิยามศัพท์

1.4.1 **การรับรู้** หมายถึง การที่นักศึกษาของมหาวิทยาลัยฯ เข้าใช้งานสื่อออนไลน์แล้วเกิดความเข้าใจและรู้ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมของมหาวิทยาลัยฯ

1.4.2 **รูปแบบการรับรู้ข้อมูล** หมายถึง รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ หรือสื่อมัลติมีเดีย ด้วยอุปกรณ์ที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น มือถือ (Smart Phone), แท็บเล็ต (Tablet), โทรทัศน์, คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและอื่นๆ ซึ่งอุปกรณ์ต่างๆ เหล่านี้จะมีหน้าจอที่แตกต่างกันออกไป ร่วมกับโปรแกรมในการสื่อความหมายในรูปแบบของมัลติมีเดีย เช่น การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของ ข้อความ (Text) ภาพ (Images) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) วิดีโอ (Video) อินโฟกราฟฟิก (Infographic) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) เป็นต้น โดยผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ (Website) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อสื่อความหมายและถ่ายทอด ข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยฯ

1.4.3 **การยอมรับ** หมายถึง การที่นักศึกษามีความต้องการใช้ หรือนิยมใช้สื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัยในการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากมหาวิทยาลัยฯ

1.4.4 **ข้อมูล** หมายถึง ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ต้องการส่งไปสู่นักศึกษาเพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร เสริมสร้างความสัมพันธ์ การให้ความร่วมมือและความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชากรกลุ่มเป้าหมาย มีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.4.5 **สื่อออนไลน์ หรือสื่อสังคมออนไลน์** หมายถึง สื่อที่มีเนื้อหา เรื่องราว บทความ และวิดีโอ อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้จากอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ค แท็บเล็ต โทรศัพท์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระบบเครือข่าย อีกทั้งผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วม หรือมีการ ตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลทั่วโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ เช่น เว็บบล็อก (Weblog) เฟซบุ๊ก (Facebook) กูเกิลพลัส (Google+) เป็นต้น

1.4.6 **นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี** หมายถึง นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-4 หรือ 5 ทั้ง 10 คณะ 1 วิทยาลัย ดังนี้

- 1.4.6.1 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
- 1.4.6.2 คณะเทคโนโลยีการเกษตร
- 1.4.6.3 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
- 1.4.6.4 คณะวิศวกรรมศาสตร์
- 1.4.6.5 คณะศิลปศาสตร์
- 1.4.6.6 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- 1.4.6.7 คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- 1.4.6.8 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
- 1.4.6.9 คณะบริหารธุรกิจ
- 1.4.6.10 คณะศิลปกรรมศาสตร์
- 1.4.6.11 วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ :

1.5.1 ผลที่ได้จากการศึกษาเป็นประโยชน์สำหรับปรับปรุงการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยฯ

1.5.2 ผลการศึกษาใช้ในการปรับปรุงรูปแบบการสื่อสารด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอข้อมูล ประเภทสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยฯ

1.5.3 การปรับปรุงการสื่อสารออนไลน์ในด้านความสะดวก รวดเร็ว และเป็นประโยชน์ให้เป็นที่ ยอมรับ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยฯ

1.5.4 ข้อมูลที่ได้เป็นประโยชน์สำหรับบุคลากรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานด้านเว็บไซต์ เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุง วิธีการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อออนไลน์ที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยฯ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ / รูปแบบรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการยอมรับ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับรู้ การสื่อสารข้อมูล
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์
- 2.4 แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ต.ค. 2559 ปีงบประมาณ 2560
- 2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

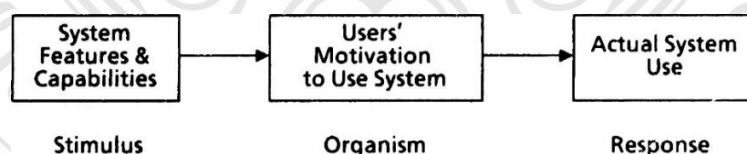
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการยอมรับ

2.1.1 การยอมรับเทคโนโลยี

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ศึกษาการยอมรับและการรับรู้ตามแนวทางของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นทฤษฎีที่ได้พัฒนาต่อจาก ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Ajzen and Fishbein (1975)

ปราโมทย์ ลีโอนาม (2554) กล่าวถึง แนวคิดตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 3 (Technology Acceptance Model3: TAM3) ว่าเป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเป็นแบบจำลอง (Technology Acceptance Model: TAM) ที่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจากตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีดั้งเดิมที่มีจุดบกพร่อง ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีอื่นๆ และได้มีการพัฒนาปรับปรุงมาจนถึงปัจจุบัน ได้นำเสนอบทความเรื่องเกี่ยวกับแนวคิดและวิวัฒนาการแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

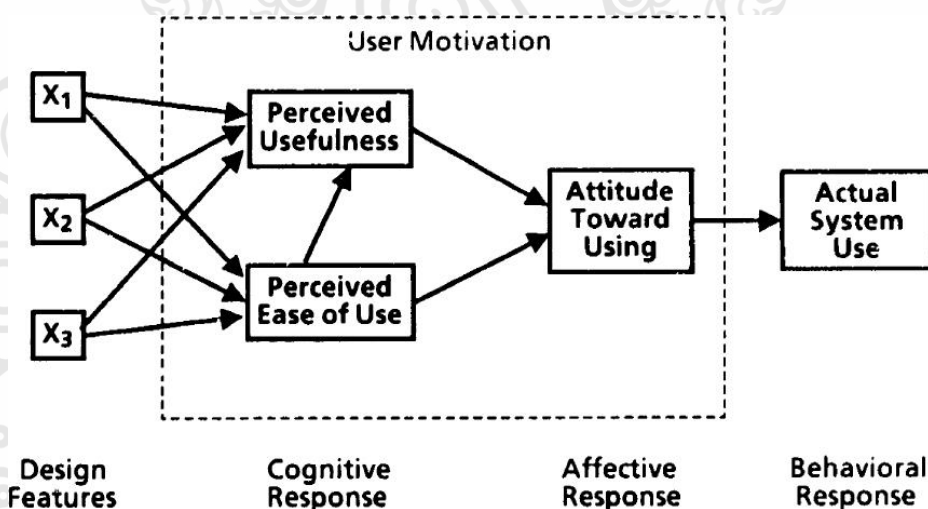
ในปี 1986 Davis ได้พัฒนาตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเป็นแบบจำลอง (Technology Acceptance Model: TAM) โดยได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐานการยอมรับเทคโนโลยีว่าคุณลักษณะและความสามารถของระบบ (System Features and Capabilities) เป็นตัวทำหน้าที่หรือเป็นสิ่งกระตุ้น (Stimulus) เมื่อได้ผลจะสามารถสร้างแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (User's Motivation to Use System) ขึ้นในระบบ (Organism) ของบุคคล ส่งผลต่อการตอบสนอง (Response) ในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้จริง (Actual System Use) ดังแสดงตามภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2.1 แนวคิดพื้นฐานการยอมรับเทคโนโลยี แหล่งที่มา : Davis (1986 : 10)

นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และศึกษาทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Fishbein และ Ajzen (1975) งานวิจัยดังกล่าวใช้ ทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผลจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ (Attitude) ความเชื่อ (Beliefs) ความตั้งใจ (Intention) และพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคลโดยทั่วไป โดยมีแนวคิดที่ว่าบุคคลเป็นผู้มีเหตุผล พฤติกรรมของบุคคลจึงไม่ได้เกิดขึ้นโดยขาดการพิจารณามาก่อน นั่นหมายความว่า การกระทำของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อมีการเหตุและผล จึงเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลนั่นเอง การที่บุคคลจะมีพฤติกรรมหรือความตั้งใจที่จะกระทำสิ่งใดนั้นเป็นผลมาจากความเชื่อโดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward Using) ซึ่งเป็นความเชื่อของบุคคลที่ว่า การมีหรือไม่มีพฤติกรรมใด ๆ นั้นจะทำให้เกิดผลลัพธ์ตามที่บุคคลนั้นประเมินไว้แล้ว และบรรทัดฐานเชิงจิตวิทยา (Subjective Norm) ซึ่งเป็นความเชื่อของบุคคลที่ว่า การมีหรือไม่มีพฤติกรรมใดนั้นจะคล้ายตามกลุ่มบุคคลรอบข้างที่มีอิทธิพลหรือมีความสำคัญกับบุคคลนั้น สรุปได้ว่า การที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมใด ๆ ออกมานอกจากจะผ่านกระบวนการคิด แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมแล้วนั้น กลุ่มบุคคลรอบข้างก็ยังมีอิทธิพล หรือเป็นแรงกระตุ้นหรือสิ่งสนับสนุนการกระทำนั้น ๆ อีกด้วย

จากการศึกษาดังกล่าว Davis ได้นำเสนอตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโดยการนำแนวคิดพื้นฐานการยอมรับเทคโนโลยี มาผสมรวมเข้ากับทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล ในการสร้างแบบตัวจำลองเพื่อใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของบุคคลที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยการประเมินจากระดับการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อการใช้ระบบ โดยมีกรอบแนวคิด ดังแสดงตามภาพที่ 2-2

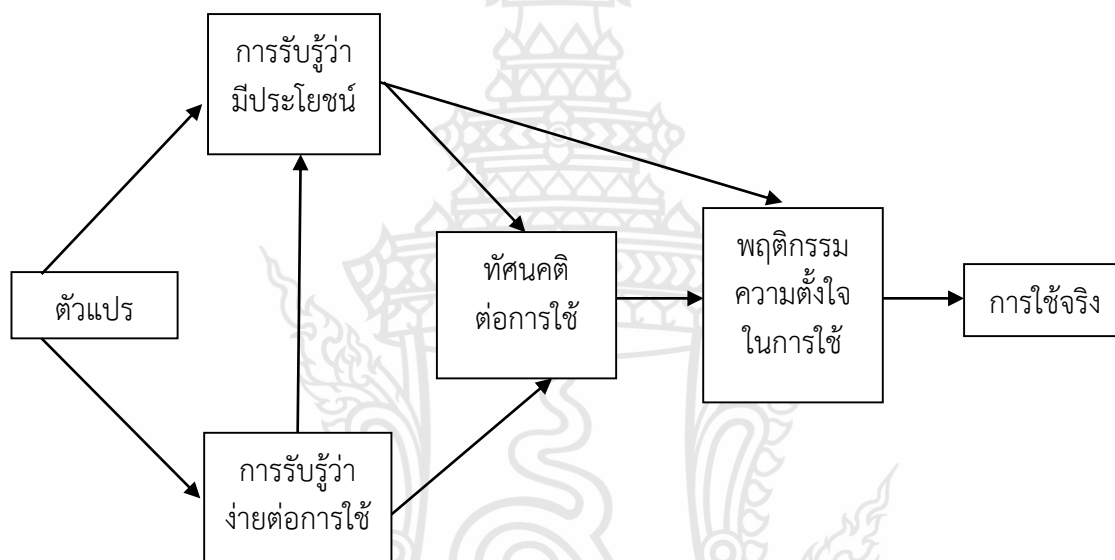


ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีแบบดั้งเดิม แหล่งที่มา : Davis (1986 : 24)

จากภาพที่ 2-2 Davis ได้เสนอว่า แรงจูงใจของบุคคลสามารถอธิบายได้ด้วย 3 ปัจจัย คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived ease of use) และทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) โดยมีสมมุติฐานว่า ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้จริง การรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์

ในการใช้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ ลักษณะการออกแบบระบบ (Design Features) ซึ่งแทนที่ด้วย X_1 , X_2 และ X_3 มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้

ต่อมาได้มีการเพิ่มปัจจัยใหม่คือพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavior Intention) ในตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยเสนอว่าเมื่อบางกรณีผู้ใช้เกิดการรับรู้ว่ามีประโยชน์และมีพฤติกรรมความตั้งใจโดยไม่มีทัศนคติต่อการใช้งาน จึงได้มีการปรับปรุงครั้งแรกของตัวแบบจำลอง ดังแสดงตามภาพที่ 2-3



รูปที่ 2.3 Technology Acceptance Model (TAM) แหล่งที่มา จุรีพร ทองทะวาย, 2555 อ้างถึง Davis,1989.

โดยความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยในตัวแบบจำลอง เริ่มจากตัวแปรภายนอก (External Variables) คือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ของบุคคล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคล กล่าวคือ แต่ละคนจะรับรู้ได้ว่าจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาหรือศักยภาพผลงานของตนเองได้อย่างไรบ้าง
2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived ease of use) หมายถึงการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่
3. ทัศนคติต่อการใช้ (Attitude toward Using) หมายถึง แต่ละบุคคลมีความสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือยอมรับการใช้งาน
4. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ (Behavior Intention) หมายถึง พฤติกรรมการใช้งานขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมสนใจที่จะใช้เทคโนโลยี
5. การใช้จริง (Actual System Use) หมายถึง เมื่อบุคคลเกิดการยอมรับจึงส่งผลถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง

จากการศึกษาทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) ได้มีการปรับปรุงครั้งแรกของตัวอย่างจำลอง โดยเพิ่มปัจจัยใหม่คือ พฤติกรรมความตั้งใจ (Behavior Intention) ในตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยความสัมพันธ์ในแต่ละปัจจัยในตัวแบบจำลอง เริ่มจากตัวแปรภายนอก (External Variables) คือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ และส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ทศนคติต่อการใช้ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ และการใช้จริง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลหรือผู้ใช้งานทางด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ของบุคคล นั่นคือ เมื่อบุคคลเกิดการรับรู้ จะก่อนให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งเกิดขึ้น การรับรู้เป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ โดยใช้ประสาทสัมผัสส่งไปยังสมอง การรับรู้เป็นกระบวนการเกี่ยวกับความเข้าใจ ความคิด ความรู้สึก ความจำ การเรียนรู้ การตัดสินใจที่มีต่อสิ่งที่ได้จากการรับรู้ การรับรู้ประกอบไปด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived ease of use) ทศนคติต่อการใช้ (Attitude toward Using) พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ (Behavior Intention) และการใช้จริง (Actual System Use) เมื่อผู้ใช้หรือบุคคลเกิดการรับรู้ข้อมูลจากที่กล่าวมาในข้างต้น เมื่อผู้ใช้เห็นถึงปัจจัยดังกล่าวและมีทัศนคติในทางที่เป็นบวกก็จะเกิดการยอมรับที่จะใช้งานเทคโนโลยีเกิดขึ้น ซึ่งในการจัดทำวิจัยในครั้งนี้จึงได้นำเอาทฤษฎีการยอมรับและรับรู้มาใช้ในการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-5 การยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามทร.ธัญบุรี ประจำปีการศึกษา 2559

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับรู้ การสื่อสารข้อมูล (Communication)

2.2.1 ความหมายของการรับรู้

การรับรู้เป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ โดยใช้ประสาทสัมผัสส่งไปยังสมองเพื่อแปลความ การรับรู้เป็นกระบวนการเกี่ยวกับความเข้าใจ ความคิด ความรู้สึก ความจำ การเรียนรู้ การตัดสินใจ

Kast & Rosenzweig (1985) กล่าวว่า การรับรู้เป็นการแปลความหมายของสิ่งเร้าและการตอบสนองต่อร่างกายของคนต่อสิ่งเร้า ซึ่งจะมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน บุคคลจะเลือกรับรู้เฉพาะข้อมูลที่ตรงกับความต้องการและความพอใจ อย่างไรก็ตามยังขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานและพื้นฐานของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการ ค่านิยม การคาดหวัง และปัจจัยอื่น ๆ นอกจากนี้การรับรู้ หมายถึง “กระบวนการตีความผ่านประสาทสัมผัสใด ๆ โดยตรง”

การรับรู้ (Perception) คือกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลคัดสรร (Select) จัดระเบียบ (Organize) และตีความหมาย (Interpret) ต่อสิ่งที่มากระตุ้น (Stimuli) เพื่อให้เกิดภาพในสมอง (Image) ที่มีความหมายและสอดคล้องกัน ที่บุคคลนั้นสามารถสัมผัสได้ (Sense) หรือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประมวลผลข้อมูล (Information Processing) ของสมองซึ่งเริ่มจากการรับ สัมผัส และตามด้วยการให้ความสนใจ (Attention) และการแปลความหมาย (Interpretation)

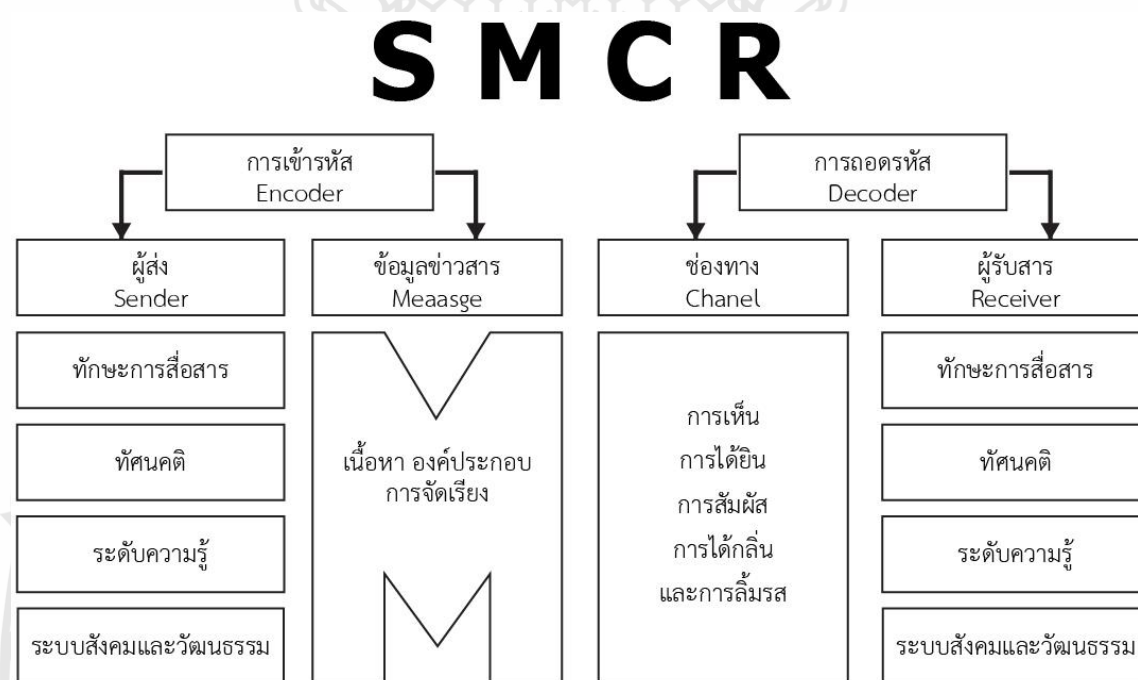
เปี่ยมสุข พุงกาวิ (2557, น.11) การรับรู้ หมายถึง การรับความรู้สึกต่าง ๆ ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ประกอบด้วย ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง พฤติกรรมที่มีต่อการรับรู้ ได้แก่การแสดงปฏิกิริยาทางร่างกาย การรับรู้จึงหมายถึง กระบวนการที่บุคคลเรียนรู้สิ่งต่างๆ โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือการ

ได้ยิน เห็น สัมผัส ลิ้มรส ได้กลิ่น และมีการแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากการรับรู้เป็นความเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับประสบการณ์เดิมเกิดเป็นองค์ความรู้

จำลอง เงินดี (2552) กล่าวว่า การรับรู้ จึงหมายถึง กระบวนการที่บุคคลเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้ยิน การเห็น การสัมผัส การลิ้มรส การได้กลิ่น แล้วแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากการรับรู้ นั้น ๆ เป็นความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับประสบการณ์เดิม เกิดเป็นองค์ความรู้ (เปี่ยมสุข ทุงกาวิ. 2557: 11)

2.2.2 การสื่อสารข้อมูล

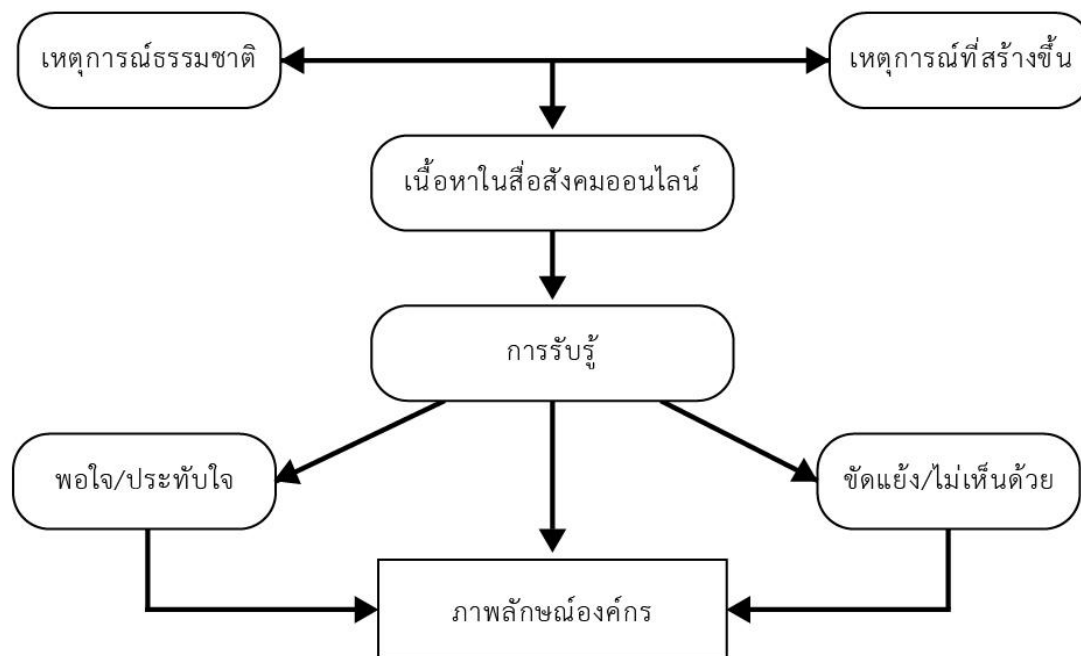
แนวความคิดเรื่องการสื่อสารข้อมูลประกอบด้วย การสื่อสาร สื่อออนไลน์ และเนื้อหา ดิจิทัลการสื่อสาร คือการส่งข้อมูล ข่าวสารโดยบุคคลหรือองค์กรเพื่อถ่ายทอด ข่าวสารต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ตรงกัน แบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เบอร์โลได้พัฒนาแบบจำลองตามแนวคิดเชิงกระบวนการ (Process model) 4 องค์ประกอบคือผู้ส่ง สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R ของเบอร์โล (Lewis, 1980: 50)

ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารที่มุ่งสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลว่าจะทำอย่างไรให้ข้อมูลต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างและรวดเร็ว ตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นไปสังคมโลกจะก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 ประกอบด้วย 4 เสาหลัก โดยมี คลาวด์ โมบิลิตี้ บิ๊กดาต้าออนไลน์ติกส์ และโซเชี่ยลที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ หากหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ไม่มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการสื่อสาร หรือการประชาสัมพันธ์ยังคงใช้รูปแบบการสื่อสารแบบเก่าก็จะทำให้สูญเสียโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย องค์กรที่เลือกใช้

กลยุทธ์ในการสื่อสารจากสื่อสังคมออนไลน์ การควบคุมอาจทำได้ยากขึ้น จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการเนื้อหาและกำหนดเทคนิคควบคุม ดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 กระบวนการสื่อสารและการบูรณาการภาพลักษณ์องค์กร
(พจน์ ชาญสุขกิจ, 2555: 66)

จากภาพที่ 2.5 สามารถสรุปได้ว่า สื่อสังคมกับการสื่อสารขององค์กร ยุคเทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 การสื่อสารระหว่างกันมีรูปแบบที่ตอบสนองได้อย่างทันทีทันใด (Real time) เป็นจุดเด่นของสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ซึ่งเริ่มมีมาตั้งแต่ยุค Web 2.0 แต่ในยุคเทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 ชัดความสามารถและการยืดหยุ่นในการใช้งานสูงขึ้น หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ สามารถประยุกต์สื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อสารขององค์กรในรูปแบบของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network website) เพื่อเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เกิดการรับรู้และการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้ระหว่างองค์กร ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่ทำให้การสื่อสารและปฏิสัมพันธ์เป็นไปอย่างรวดเร็ว

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ หรือ สื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ ตามพจนานุกรมแปลอังกฤษ-ไทย ของ NECTEC's Lexitron Dictionary ให้ความหมายว่า การเชื่อมต่อผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ดังนั้นเมื่อมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ก็คือ กำลังออนไลน์ นั่นเอง กิจกรรมต่างๆ ที่เราสามารถทำได้เมื่อกำลังออนไลน์ ยกตัวอย่างเช่น อ่านข่าวและศึกษาหาความรู้ ค้นหาข้อมูล สั่งซื้อสินค้าและบริการ สร้างเครือข่ายสังคมหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นต้น สามารถสรุปประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตดังนี้

1) ติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยการส่งผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออีเมล ซึ่งมีความสะดวก รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย

2) เข้าใช้งานคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นๆ ที่ต่ออยู่กับเครือข่าย ทำให้ผู้ใช้สามารถเรียกใช้โปรแกรมในคอมพิวเตอร์นั้น ๆ มาใช้งานได้

3) สืบค้นข้อมูล ผู้ใช้สามารถใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตในการสืบค้นสารสนเทศต่าง ๆ ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

4) ถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสามารถคัดลอก และถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล หรือดาวน์โหลดข้อมูล โปรแกรมประยุกต์มาใช้ตามต้องการ

5) เผยแพร่ความรู้ สารสนเทศ ข่าวสาร ความคิดเห็น คำถาม คำตอบ คำแนะนำ ตลอดจนเรื่องราวความเป็นไปต่างๆ ที่ผู้ใช้ต้องการทราบและต้องการเสนอแนะ การรับส่งข่าวสารในลักษณะนี้สามารถทำได้หลายวิธี เช่น กระทำในเว็บบอร์ด (Webboard) แบ่งปันความรู้ด้วยบล็อก (Blog) สื่อสารและแสดงความคิดเห็นด้วยเครือข่ายสังคมออนไลน์ (สุวิษ ธิระโคตร, 2554: 12-13)

สื่อออนไลน์ หมายถึง ช่องทางของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet) โดยผู้รับสารใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสาร และผู้ส่งสารใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสาร ตัวอย่างเช่น “หนังสือพิมพ์ออนไลน์” เป็นรูปแบบหนึ่งของสื่อออนไลน์ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถนำเสนอเนื้อหาสาระต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์แบบดั้งเดิมที่ใช้การพิมพ์บนกระดาษ นอกจากนั้นยังสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียง หรือในรูปแบบลิตมีเดียรวมทั้งการเชื่อมโยงข้อมูลไปสู่แหล่งข้อมูลอื่นได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีสื่อออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ เช่น วารสารออนไลน์ หนังสือออนไลน์ วิกิพีเดียออนไลน์ วิทยุออนไลน์ และโทรทัศน์ออนไลน์ (ดร.กฤษมณต์ วัฒนานรงค์, 2554)

2.3.1 ภูมิสังคมสื่อออนไลน์ (Social Media Landscape)

ในสังคมยุคปัจจุบันคุณคงเคยได้ใช้ และได้สัมผัสกับสื่อต่าง ๆ ในกลุ่มของภูมิสังคมออนไลน์อยู่บ้างหรือบางท่านก็อาจจะเคยและใช้เป็นประจำในชีวิตประจำวันในการสื่อสารด้วยเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้จะมีการใช้งานสื่อต่าง ๆ จะเปลี่ยนไปก็ขึ้นอยู่กับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ในยุคนั้น ๆ ด้วย ซึ่งในที่นี้บริการต่าง ๆ ของภูมิสังคมออนไลน์ได้แบ่งประเภทของสื่อ ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 Social Media Landscape (Social Media Landscape, 2559 : Online)

2.3.1.1 ข้อดีของสื่อออนไลน์

- 1) สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้
- 2) เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม
- 3) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว
- 4) เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง
- 5) ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัท และองค์กรต่างๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า
- 6) ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ ๆ ขึ้น
- 7) คลายเครียดได้สำหรับผู้ที่ใช้ที่ต้องการหาเพื่อนคุยเล่นสนุก ๆ
- 8) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อนได้

2.3.1.2 ข้อเสียของสื่อออนไลน์

- 1) เว็บไซต์ให้บริการบางแห่งอาจเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไป อาจถูกผู้ไม่หวังดีนำมาใช้ในทางเสียหาย หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้
- 2) เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นสังคมออนไลน์ที่กว้าง หากขาดวิจารณญาณ อาจโดนหลอกหลวงได้
- 3) เป็นช่องทางในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ขโมยผลงาน หรือถูกแอบ
- 4) ข้อมูล ยากแก่การตรวจสอบว่าจริงหรือไม่
- 5) ถ้าผู้ใช้งานหมกมุ่นอยู่กับเครือข่ายสังคมออนไลน์ มากเกินไปอาจทำให้เสียการเรียน เสียงาน
- 6) จะทำให้เสียเวลาถ้าผู้ใช้ใช้อย่างไร้ประโยชน์

จากความสำคัญดังกล่าวการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารและเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน ดังนั้นหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารบนสื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถพบเห็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารขององค์กรต่าง ๆ ได้จากสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือไลน์ (line) เป็นต้น เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลขององค์กรไปยังประชากรกลุ่มเป้าหมาย เพราะคุณสมบัติของสื่อออนไลน์ที่มีความสะดวก รวดเร็ว ต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถใช้ได้กับบุคคลทุกเพศ ทุกวัย ทุกเวลา ประหยัดต้นทุน ค่าใช้จ่าย เพิ่มความสะดวกให้กับประชากรกลุ่มเป้าหมายเพราะผู้ใช้สามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้จากทุกพื้นที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ใช้ได้กับทุกอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ (Computer) โน้ตบุ๊ค (Notebook) แท็บเล็ต (Tablet) สมาร์ทโฟน (Smartphone) เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อสารข้อมูลขององค์กรหรือหน่วยงาน ไปยังกลุ่มประชากรเป้าหมาย

2.3.2 การค้นหาข้อมูล (Search Engine)

การค้นหาข้อมูล คือ เครื่องมือสำหรับค้นหาข้อมูลที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ด้วยคำค้นต่างๆ ซึ่งข้อมูลนั้น อาจอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ ไฟล์เอกสาร ไฟล์รูปภาพ สื่อมัลติมีเดีย ไฟล์บีบอัด และรูปแบบอื่นๆ ที่สามารถบันทึกเป็นเอกสารออนไลน์ได้

การค้นหาข้อมูล หมายถึง การค้นหาข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ถ้าเราเปิดไปที่หน้าจอบางหน้าจะต้องเสียเวลาในการค้นหา และอาจหาข้อมูลที่เราต้องการไม่พบ การที่เราจะค้นหาข้อมูลให้พบอย่างรวดเร็วจะต้องใช้เว็บไซต์สำหรับการค้นหาข้อมูลที่เราเรียกว่า การค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ (Search Engine Site) ซึ่งจะทำหน้าที่ รวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ต่าง ๆ เอาไว้โดยจัดแยกเป็นหมวดหมู่เว็บค้นหา (Web search engine) ที่นิยมใช้กันมากที่สุด 3 อันดับ คือ กูเกิล (Google) ยาฮู (Yahoo) และ เอ็มเอสเอ็น วินโดวส์ไลฟ์ (MSN/ Windows Live) (Search Engine, 2559 : Online)

เครื่องมือการสืบค้น หรือเครื่องมือการค้นหา คือ เครื่องมือการค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ทุกคนสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตก็ได้ โดยกรอกข้อมูลที่ต้องการค้นหา หรือ คีย์เวิร์ด (Keyword) เข้าไปที่ช่องค้นหา (Search Box) แล้วกดตกลง (Enter) ข้อมูลที่เราค้นหาก็จะถูกแสดงออกมาอย่างมากมายก่ายกอง เพื่อให้เราเลือกข้อมูลที่เราโดนใจที่สุดเอามาใช้งาน โดยลักษณะการแสดงผลของของการค้นหา นั้นจะทำการแสดงผลแบบ เรียงอันดับการ ผ่านหน้าจอบราวเซอร์ของ (Krukoon, 2559 : Online)

การค้นหา คือ เว็บไซต์ที่มีเครื่องมือในการที่จะค้นหาเว็บไซต์ต่าง ๆ มาเก็บไว้ในฐานข้อมูลของตัวเองโดยอัตโนมัติซึ่งเครื่องมือนี้ มีชื่อเรียกว่า เครื่องมือการจัดเก็บข้อมูลอัตโนมัติ (Search Robot) จะทำหน้าที่คอยวิ่งเข้าไปอ่านข้อความจากหน้าเว็บไซต์ ของเว็บต่าง ๆ แล้วนำมาจัดลำดับคำค้นหา ดิซไนน์ (Index) ที่มีในเว็บไซต์เหล่านั้น เก็บไว้ในฐานข้อมูล (Database) ของตนเอง เมื่อเราเข้าไปใช้บริการกับเครื่องมือการสืบค้น ตัวอย่างเครื่องมือการสืบค้น เช่น

1. www.google.com
2. www.yahoo.com
3. www.live.com
4. www.bing.com
5. www.ask.com

การเรียงลำดับผลลัพธ์จากการค้นหานั้น เครื่องมือการสืบค้น มีอัลกอริทึม (Algorithm) ในการจัดลำดับผลลัพธ์การค้นหาแตกต่างกันไป ซึ่งโดยปกติแล้ว ส่วนมากจะเรียงจากความสัมพันธ์กับคำที่ใช้ค้นหา และมีปัจจัยอื่น ๆ อีก เช่น ประเทศ ภาษา ขนาดของไฟล์ จำนวนผู้เข้าชม ความถี่ในการอัปเดตข้อมูล จำนวนลิงค์ เป็นต้น (mindphp, 2559 : Online)

ในการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์จะต้องพัฒนาสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ให้รองรับกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับบริการได้ มีความง่าย สะดวกสำหรับผู้รับบริการ ที่ต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. เว็บไซต์ที่สามารถแสดงผลได้กับทุกเว็บเบราว์เซอร์ (Browser) เพื่อให้การแสดงผลในแต่ละเว็บเบราว์เซอร์ มีการแสดงผลที่เหมือน หรือใกล้เคียงกันมากที่สุด



ภาพที่ 2.7 ภาพแสดงเบราว์เซอร์ ไอคอน (browsers-icons, 2559 : Online)

2. ระบบปฏิบัติการ (Operating System) รองรับเทคโนโลยีในปัจจุบัน ง่ายต่อการใช้งาน เช่น ความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล สามารถสืบค้นได้ เว็บไซต์ควรมีช่องสำหรับการค้นหาข้อมูลด้วย คำสำคัญ (Keyword) หรือสืบค้นด้วยกลุ่มเนื้อหา (Internet Directory) ภายในเว็บไซต์ได้มีปลั๊กอิน (Plug-ins) ที่รองรับกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เป็นมิตรกับเครื่องมือการสืบค้น โดยเว็บจะต้องมีการจัดทำให้เว็บไซต์ ปรากฏอยู่ในตำแหน่งที่ดีที่สุดของผลการค้นหาผ่านเครื่องมือการสืบค้น (SEO) ในเว็บไซต์ SEO มาจากคำว่า “Search Engine Optimization” หมายถึง กระบวนการทำให้เว็บไซต์ ปรากฏอยู่ในตำแหน่งที่ดีที่สุดของผลการค้นหาผ่านเครื่องมือการสืบค้นด้วย คำค้น (Search Keyword) ที่ในคำที่ผู้ค้นหาใช้สำหรับการสืบค้นข้อมูลที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ การค้นพบข้อมูลของ เว็บไซต์หรือจากสื่อออนไลน์อยู่ในลำดับต้น ๆ เช่น เป็นรายการที่ 1-5 หรืออยู่ในตำแหน่งหน้าแรกของการค้นหา เช่น การใช้กูเกิล (Google) สำหรับการค้นหาเป็นต้น



ภาพที่ 2.8 ภาพแสดงการทำงานของ SEO (www.nipa.co.th, 2559 : Online)

การที่จะทำให้เว็บไซต์ขององค์กรมีความเจริญเติบโต ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ต้องมีการทำ SEO เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลขององค์กรให้เป็นที่รู้จักในการค้นหาจากเครื่องมือการค้นหา มีหลักการต่างๆ ไปดังนี้ (www.nipa.co.th, 2559 : Online)

2.1 เลือกโดเมนเนม (Domain Name) ที่เกี่ยวกับเนื้อหาของเว็บไซต์ ตัวอย่างของเว็บไซต์ที่เลือกโดเมนเนม ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา เช่น www.rmUTT.ac.th ซึ่งเว็บไซต์มีเนื้อหาเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คำว่า RMUTT มาจากชื่อย่อภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยเป็นต้น

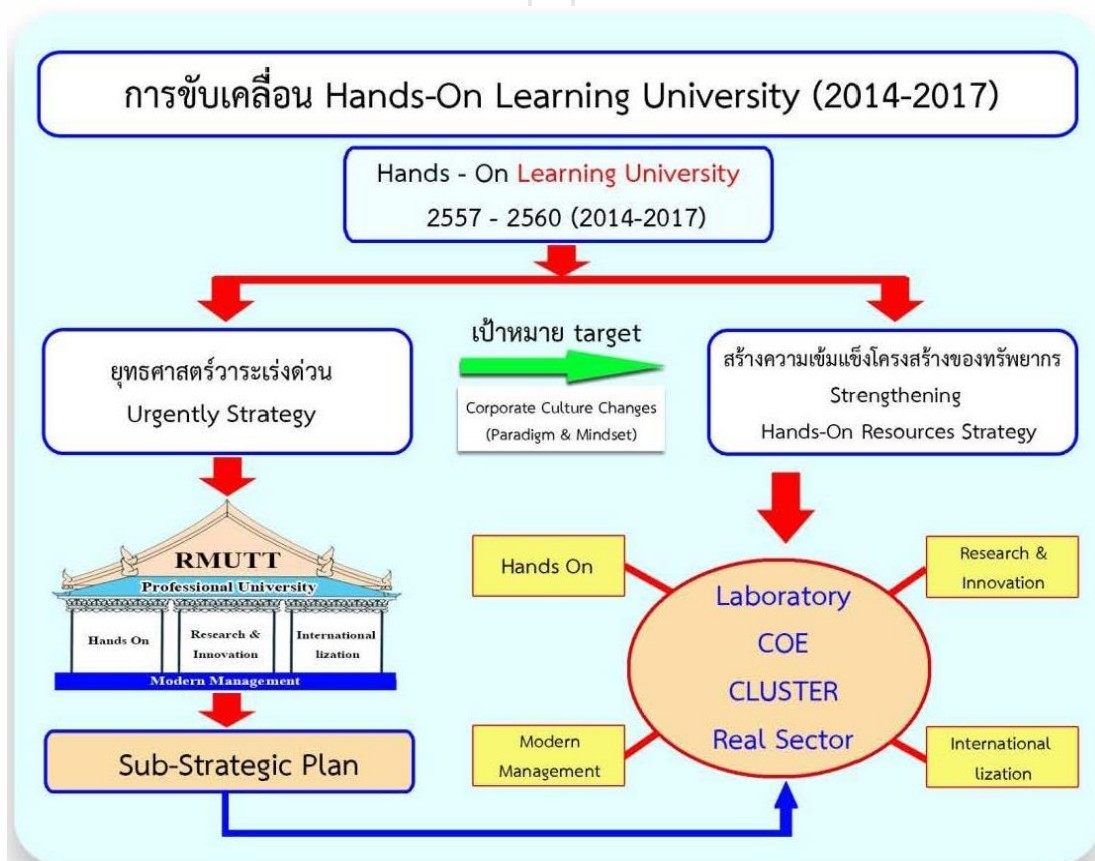
2.2 อัปเดตเนื้อหาบ่อยๆ การอัปเดตเว็บไซต์ให้ทันสมัย เป็นปัจจุบัน คือการทำให้ตัวเว็บรองรับการใช้งานบนมือถือ (Mobile) จะทำให้เครื่องการค้นหา ได้รับข้อมูลใหม่ของเว็บไซต์เราบ่อยๆ โดยปกติแล้ว เครื่องมือการค้นหา จะชอบเว็บไซต์ที่มีการเพิ่มเนื้อหาสม่ำเสมอ มากกว่าเว็บไซต์ที่ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง

2.3 หากลิงค์จากเว็บไซต์ภายนอก ที่มีเนื้อหาคล้ายๆ กัน ย้ำนะครับว่าเนื้อหาต้องเกี่ยวข้องกัน ไม่เช่นนั้นเครื่องมือการค้นหา จะมองว่าเว็บไซต์ที่เราลิงค์ไปนั้นไม่มีคุณภาพ หรือไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ในเว็บไซต์ที่มีดัชนี (indexed) อยู่ สิ่งนี้จะทำให้เราเว็บไซต์ของมีค่าลดลงในการทำงานของเครื่องมือการค้นหา

2.4 อย่ามีแค่เนื้อหา ควรอัปเดตรูปภาพประกอบเนื้อหาเข้าไปด้วย เพราะคนที่เข้าชมเว็บไซต์เห็นตัวหนังสือเยอะๆ จะไม่ชอบอ่านหากมีรูปภาพประกอบบ้างจะทำให้ผู้อ่านได้พักสายตา และดูน่าสนใจยิ่งขึ้น อีกทั้งเว็บไซต์มีโอกาสไปปรากฏในผลลัพธ์การค้นหารูปภาพของ เครื่องมือการค้นหา อีกด้วย หรือจะรวมถึงการแทรก (Inseart) โฟลวีดีโอก็จะทำให้ผู้อ่านไม่เบื่อหน่าย

2.5 ออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้งานง่ายและดูดี การออกแบบเว็บไซต์ควรดูเรียบง่าย ใช้สีไม่มาก ดูสบายตาอ่าน มีการจัดหมวดหมู่ที่เหมาะสม สามารถค้นหาข้อมูลภายในเว็บไซต์ได้ และมีการเชื่อมโยงไปยังสื่อออนไลน์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ก็จะทำให้ผู้ใช้งานมีความประทับใจและอยากเข้าไปใช้งานอีก

2.4 แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ต.ค. 2559 ปีงบประมาณ 2560



ภาพที่ 2.9 การขับเคลื่อน Hands-On Learning (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560, 2560)

แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ฉบับนี้ เป็นแผนที่มีตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายที่หน่วยงานนำไปเป็นแนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ขององค์กรและบุคลากรทุกระดับ

ปรัชญา (Philosophy) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มุ่งเน้นการพัฒนากำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ให้มีทักษะความชำนาญด้านวิชาชีพเสริมสร้าง ทุนมนุษย์ที่มีมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศไทยและภูมิภาค

ปณิธาน (Determination) มุ่งมั่นจัดการศึกษาวิชาชีพด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพด้วยการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

วิสัยทัศน์ (Vision) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นมหาวิทยาลัยนักปฏิบัติมืออาชีพชั้นนำด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีนวัตกรรมในระดับประเทศและก้าวสู่ระดับโลก

พันธกิจ (Mission)

1. จัดการศึกษาวิชาชีพระดับอุดมศึกษาบนพื้นฐาน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม อย่างมีคุณภาพ
2. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์นวัตกรรม และงานสร้างสรรค์ สู่การผลิตเชิงพาณิชย์ และการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
3. ให้บริการวิชาการที่มีแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการมีอาชีพอิสระและพัฒนาอาชีพ สู่การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
4. ทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
5. จัดระบบบุคลากรจากสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงให้สนองต่อสิทธิประโยชน์บนพื้นฐานความสุขและความก้าวหน้า
6. จัดระบบบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มแนวทางการจัดหารายได้ เพื่อเอื้อต่อนโยบายหลัก

เอกลักษณ์ (Uniqueness) มหาวิทยาลัยนักปฏิบัติมีอาชีพด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

อัตลักษณ์ (Identity) บัณฑิตนักปฏิบัติมีอาชีพ

ค่านิยมองค์กร (Core Values)

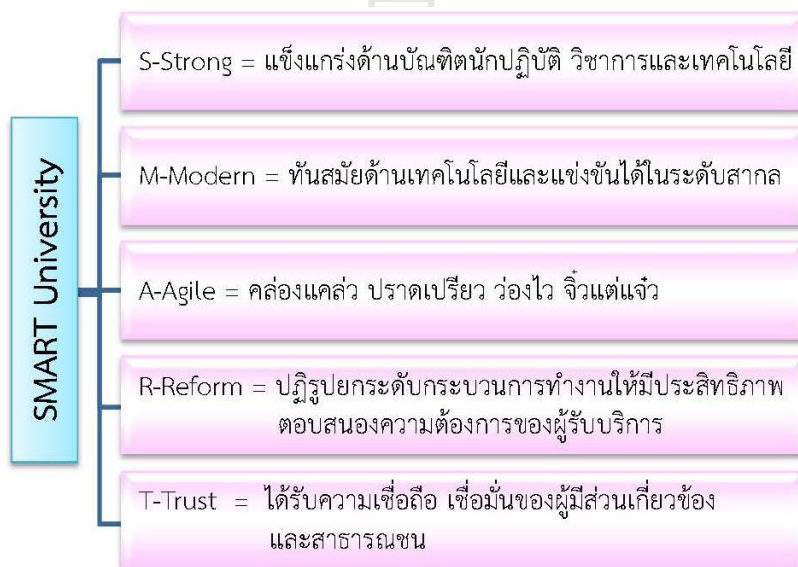
1. กล้าหยัดในสิ่งที่ถูกต้อง
2. ซื่อสัตย์และรับผิดชอบ
3. โปร่งใสและตรวจสอบได้
4. ไม่เลือกปฏิบัติ
5. มุ่งรักดีองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture)

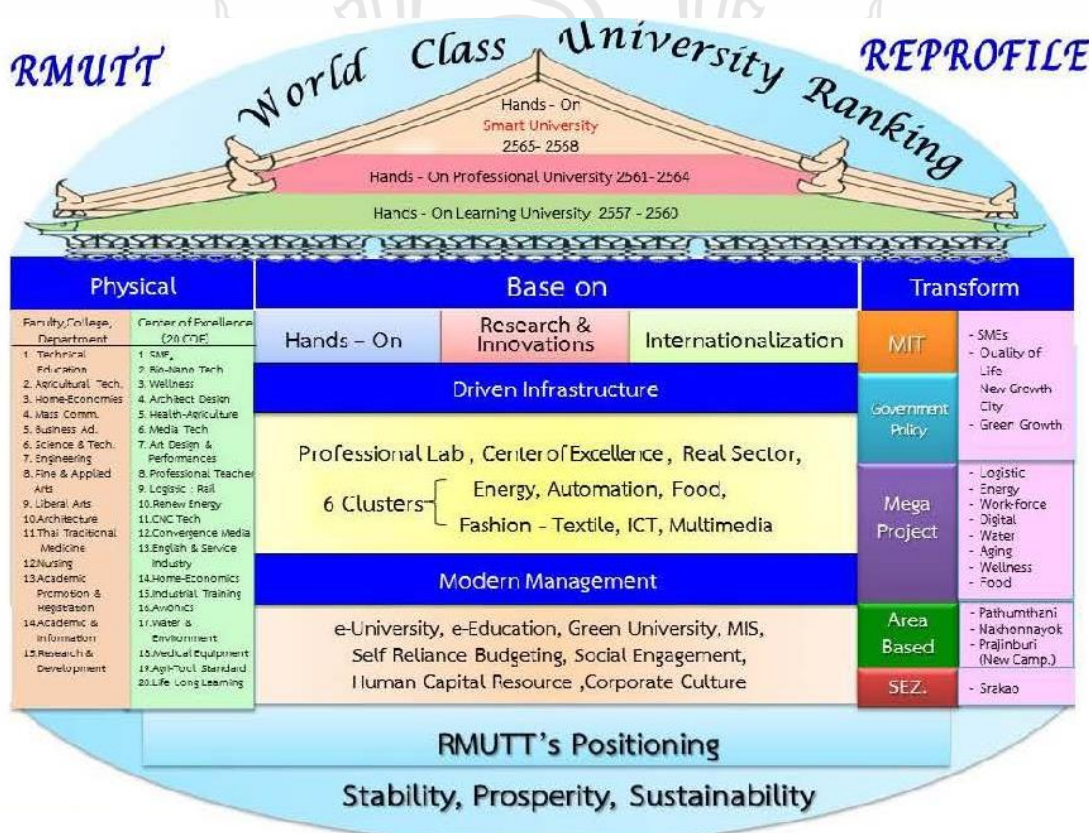


ภาพที่ 2.10 วัฒนธรรมองค์กร (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560, 2560)

SMART = เก่ง ฉลาด ปราดเปรื่อง คล่องแคล่ว นำสมัย



ภาพที่ 2.11 วัฒนธรรมองค์กร SMART (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560, 2560)



ภาพที่ 2.12 RMUTT's Positioning (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560, 2560)

กรอบแนวคิดการพัฒนายุทธศาสตร์ระยะยาวที่เป็น Road Map ในแต่ละช่วง 4 ปี การเปลี่ยนผ่าน (Transition) ศักยภาพด้วยการขับเคลื่อนทรัพยากรที่มีอยู่ (Physical Resource Infrastructure) จากซ้ายมือที่มี คณะ/วิทยาลัย/สำนัก ศูนย์ความเป็นเลิศ 20 ศูนย์ ซึ่งเป็น In-put เข้าไปสู่กระบวนการขับเคลื่อนด้วยยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน ได้แก่ Hands-On, Research & Innovation, internationalization และ Modern Management โดยมีจุดเน้นที่ ศูนย์ปฏิบัติการ ศูนย์ความเป็นเลิศ สถานประกอบการ และคลัสเตอร์ (Cluster) ไปสู่ผลลัพธ์ (Out-put) ที่ปรับเปลี่ยน (transform) ไปรองรับการหลุดพ้นจากกับดักของประเทศที่มีรายได้ปานกลาง เมกกะโปรเจกต์ การพัฒนาเชิงพื้นที่ และเศรษฐกิจพิเศษ ด้วยกลุ่มเป้าหมายในแถบสี่หมุ่ขวามือสุด ส่วนประสิทธิผล (Out Come) มทร.ธัญบุรี จะเข้าสู่การเป็น Hands-On Learning University เปลี่ยนผ่านไปสู่ Hands-On Professional University และ Hands-On Smart University ส่งผลไปสู่เป้าหมาย Impact การเป็นมหาวิทยาลัยในระดับโลก บนฐานของความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

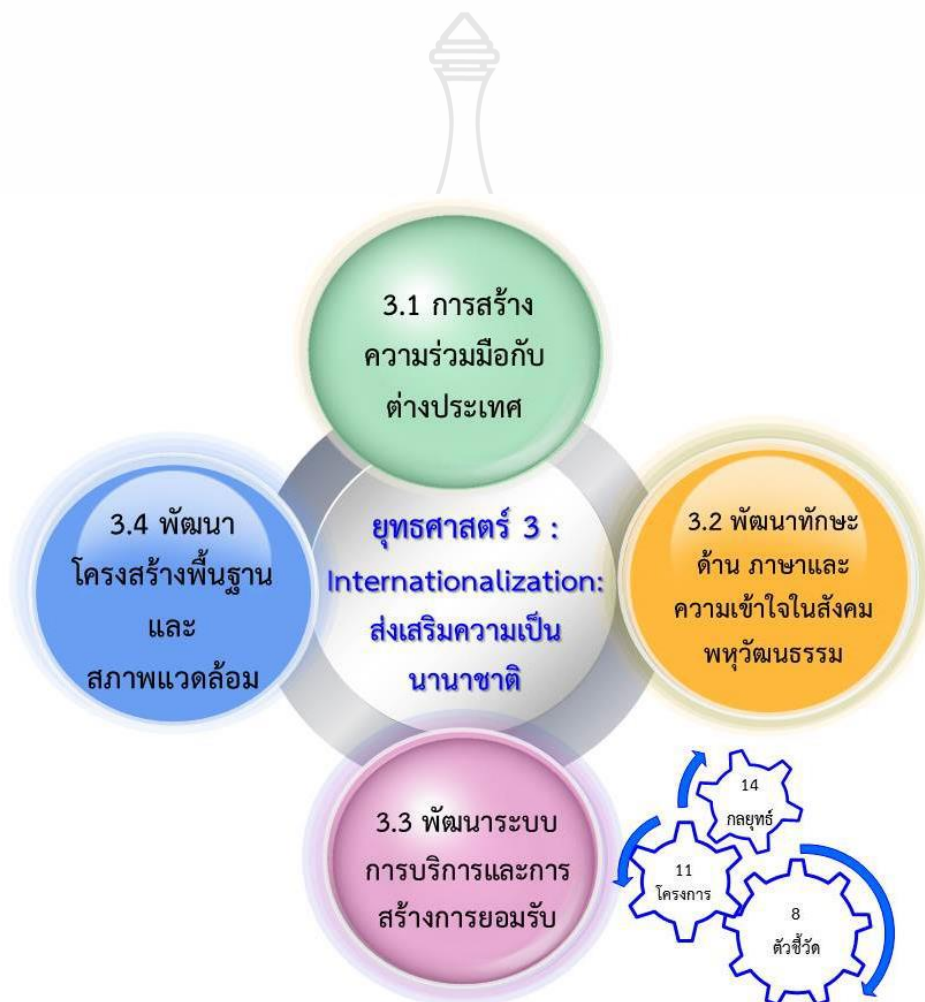
ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา 4 ด้านประกอบไปด้วย



ภาพที่ 2.13 ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา 4 ด้าน (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560, 2560)

จากยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาทั้ง 4 ด้าน ที่กล่าวมาในข้างต้นนั้น ขอเสนอยุทธศาสตร์ที่ 3 Internationalization ส่งเสริมความเป็นนานาชาติ ประกอบไปด้วย หัวข้อย่อย 4 ข้อดังนี้

1. การสร้างความร่วมมือร่วมกันกับต่างประเทศ
2. พัฒนาทักษะด้านภาษาและความเข้าใจในสังคมพหุวัฒนธรรม
3. พัฒนาระบบการบริการและการสร้างการยอมรับ
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม



ภาพที่ 2.14 ยุทธศาสตร์ 3 : Internationalization : ส่งเสริมความเป็นนานาชาติ (แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 3 ปีงบประมาณ 2560, 2560)

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหน่วยงานตามโครงสร้างการจัดตั้งของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ตามประกาศจัดตั้งตามพระราชกฤษฎีกาเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2549 โดยการรวมสองหน่วยงานเข้าด้วยกันคือ สถาบันวิทยบริการและสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีได้มอบหมายให้สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหน่วยงานหลักที่ต้องปฏิบัติภารกิจในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาใช้เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับนักศึกษา อาจารย์ บุคลากร ของมหาวิทยาลัยฯ ให้บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ต่อประชาชน สนับสนุนการปฏิบัติงานตลอดจนจัดหาอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน การบริหาร และการวิจัยของมหาวิทยาลัยฯ

ภารกิจหลักของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถสรุปได้ดังนี้ บริการระบบเครือข่ายให้สามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อใช้สนับสนุนด้านการเรียนการสอนและการบริหารงานของมหาวิทยาลัยฯ กำหนดมาตรฐานและจัดหาคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์รวมทั้งสื่อและซอฟต์แวร์ เพื่อใช้สนับสนุนการเรียนการสอน และการบริหารงานของมหาวิทยาลัยฯ พัฒนาระบบข้อมูลกลางและระบบสารสนเทศของมหาวิทยาลัยฯ ด้านการเรียนการสอนการบริหาร ของมหาวิทยาลัยฯ ให้บริการข้อมูลพื้นฐานผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) สำหรับนักศึกษา คณาจารย์ ผู้บริหาร และบุคคลภายนอก ยกกระดับบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ให้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทุกระดับและทั่วถึง สนับสนุนและสร้างผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่องานด้านระบบสารสนเทศ และการพัฒนาโปรแกรม

จากนโยบายการบริหารของ มทร.ธัญบุรี สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับมอบหมายให้ดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์ 3 : Internationalization : ส่งเสริมความเป็นนานาชาติ โดย มทร.ธัญบุรี ได้กำหนดตัวชี้วัด KPI ในลำดับที่ 8 กำหนดระดับความสำเร็จของการได้รับการจัดอันดับ 1 ใน 5 ของ มหาวิทยาลัยด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย โดยการประเมินของ Webometrics เป็นการประเมินเพื่อจัดอันดับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วโลก Webometrics มีชื่อเต็มว่า Webometrics Ranking of World Universities เป็นเว็บที่จัดอันดับ วัดความสามารถเป็นมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพหรือมหาวิทยาลัยอิเล็กทรอนิกส์ (e-University) และกิจกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดอันดับเว็บที่มีการเผยแพร่ผลงานที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ เป็นกิจกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งการจัดอันดับของ ซึ่งการวัดระดับของ Webometrics ได้มีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางการวัดคะแนนของ Webometrics (www.webometrics.info/en/node/178, 9 พฤษภาคม 2560)

INDICATORS	DESCRIPTION	SOURCE	WEIGHT
PRESENCE	Size (number of pages) of the main webdomain of the institution. It includes all the subdomains sharing the webdomain and all the file types including rich files like pdf documents	Google	10%
VISIBILITY	Number of external networks (subnets) originating backlinks to the institutions webpages After normalization, the maximum value between the two sources is selected	Ahrefs Majestic	50%
TRANSPARENCY (or OPENNESS)	Number of citations from Top authors according to the source See Transparent Ranking for additional info	Google Scholar Citations	10 %
EXCELLENCE (or SCHOLAR)	Number of papers amongst the top 10% most cited in 26 disciplines Data for the five year period (2010-2014)	Scimago	30 %

จากตารางสามารถสรุปผลการให้คะแนน

1. Presence (10%) หรือเรียกว่า Size (S) หมายถึงการวัดจำนวนเว็บเพจจากเว็บไซต์ที่อยู่ภายใต้โดเมนเดียวกัน จาก Search engine, Google, Yahoo และ Bing ค้นหา โดยไม่นับรวม .pdf file
2. Impact (50%) หรือเรียกว่า Visibility (V) วัดผลกระทบการอ้างอิง เป็นการให้ค่าเฉลี่ยระหว่าง Majestic SEO และ ahreds ซึ่งเป็นผู้ให้บริการจำนวนลิงค์ ภายนอกที่ลิงค์เข้ามาเว็บไซต์มหาวิทยาลัย ที่แสดงถึงการเข้าถึงและผลกระทบของ Web Publication นั้นๆ
3. Openness (10%) หรือเรียกว่า Rich File (R) คือ การวัดจำนวนไฟล์เอกสาร เช่น pdf, doc, docx, ppt โดย Google Scholar จำนวนแฟ้มข้อมูลหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ภายในโดเมนเดียวกัน
4. Excellence (30%) หรือเรียกว่า Scholar (Sc) จำนวนบทความทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสาร ที่ถูกนำอ้างอิงมากที่สุดในแต่ละสาขาวิชา ในระยะเวลา 5 ปี เช่น เอกสารตีพิมพ์ในระดับนานาชาติ การอ้างอิงบทความทางวิชาการที่ปรากฏภายในโดเมนของมหาวิทยาลัยและสามารถสืบค้นได้ด้วย Google Scholar

สรุปผลการประเมิน การจัดอันดับ University Web Ranking ของมหาวิทยาลัยทั่วโลก ประจำปี 2016 ณ เดือนมกราคม 2560 โดยองค์กรที่ทำการจัดอันดับทั้งสิ้น 3 องค์กร ประกอบด้วย 1) Webometrics, Webometrics 2) Google Scholar Citations และ 3) 4 International Colleges and Universities (4ICU) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ตารางที่ 2.2 ผลการประเมินของ webometrics

(สืบค้น www.webometrics.info/en/Asia/Thailand, 31 มกราคม 2560)

27	3141	Assumption University of Thailand		678	571	5398	5778
28	3199	University of the Thai Chamber of Commerce		1388	1428	5658	4916
29	3616	Rajamangala University of Technology Thanyaburi		632	1784	4131	5778
30	3680	Rajamangala University of Technology Lanna		839	2431	5536	5228
31	3689	National Institute of Development Administration		1091	1906	3851	5778
32	3811	Buriram Rajabhat University		1641	448	8635	5778

จากตารางที่ 2.2 สรุปผลการประเมิน มหาวิทยาลัยฯ ได้รับการจัดอันดับ มีรายละเอียดดังนี้

มทร.ธัญบุรี ได้อันดับที่ 29 ของประเทศ

มทร.ธัญบุรี ได้อันดับที่ 1 ของกลุ่ม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

มทร.ธัญบุรี ได้อันดับที่ 6 ของประเทศในกลุ่ม มหาวิทยาลัยด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

จากนโยบายการบริหารของ มทร.ธัญบุรี สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับมอบหมายให้ดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ 3 ส่งเสริมความเป็นนานาชาติ (Internationalization) โดย มทร.ธัญบุรี ได้กำหนดตัวชี้วัด (KPI) ในลำดับที่ 8 กำหนดระดับความสำเร็จของการได้รับการจัดอันดับ 1 ใน 5 ของ มหาวิทยาลัยด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย โดยการประเมินของ Webometrics เป็นการประเมินเพื่อจัดอันดับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วโลกฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเว็บไซต์ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีหน้าที่ช่วยสนับสนุนภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูล เว็บไซต์และสื่อออนไลน์ให้กับมหาวิทยาลัยและหน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์ข้อมูลบนเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับบุคคลเพื่อรองรับการจัดการเรียนการสอน การอบรม สัมมนาและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ที่ช่วยให้นักศึกษา บุคลากรของมหาวิทยาลัย และบุคคลภายนอกรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมของมหาวิทยาลัย ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของมหาวิทยาลัยฯ และหน่วยงานต่าง ๆ ภายในของมหาวิทยาลัยให้ดำเนินงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยสืบไป

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การยอมรับ การรับรู้ การสื่อสาร สื่อออนไลน์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จิราวรรณ บุญเพิ่ม, สุรางคณา วายุภาพ และอัจฉราพร หมุดระเด่น (2559) ได้สำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมการซื้อสินค้า/บริการผ่านทางออนไลน์ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจดิจิทัล ผลการสำรวจจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่จะนำไปใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มต่างๆ รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ผลสำรวจพบว่า จากปี 2559 จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจที่สามารถนำมาใช้ในการประมวลผลครั้งนี้ 10,434 คน จากผลการสำรวจ พบว่า ปี 2559 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ตอบว่ามีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นในทุกช่วงระยะเวลาการใช้งานเมื่อเทียบกับผลการสำรวจในปี 2557 การใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงสุด อยู่ที่ 58.3 และ 54.2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ สมาร์ทโฟนยังคงเป็นอุปกรณ์ยอดนิยมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตฯ กว่าร้อยละ 80 โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ 5.7 ชั่วโมงต่อวัน

นายจิรวุฒิ วงศ์ธงชัย (2555) ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ปี 2555 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นด้านความได้เปรียบเหนือเทคโนโลยีเดิม ความสนุกในการใช้งาน ความสอดคล้องกับคุณค่า ความต้องการ และประสบการณ์ในอดีต ความง่ายในการใช้งานและควมมีประโยชน์ ยิ่งไปกว่านั้นผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นด้านการยืนยันในเทคโนโลยีและการใช้งานจริง ตามลำดับ ผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีการรับรู้ในเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติแตกต่างกัน อีกทั้งผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติแตกต่างกัน

อภิษฐ์ พุกสวัสดิ์ และ กุลทิพย์ ศาสตรระจุ (2556) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็น สื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์และมีความ ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต องค์กรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการ ประชาสัมพันธ์ องค์กร สินค้าและบริการเพื่อช่วยเสริม สื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ควรให้ ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์รวมทั้งประเด็นเนื้อหา ที่นำเสนอ ตลอดจนรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อนำ มาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการสนับสนุนองค์กร

เกศวิฑู ทิพย์ศ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). เพื่อที่จะนำผลการวิจัยศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์รวมทั้งสามารถเข้าใจถึง

พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ถ้าหาก (1) การทำธุรกรรมของลูกค้าผ่านทางธนาคารออนไลน์ได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องแม่นยำ (2) ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมออนไลน์กับเว็บไซต์ของธนาคาร (3) ลูกค้าสามารถเข้าถึงเว็บเพจของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย (4) การทำธุรกรรมผ่านทางเว็บของธนาคารสามารถดำเนินการจนเสร็จบริบูรณ์ด้วยความรวดเร็ว และ (5) ธนาคารช่วยแก้ปัญหาที่ฉันทพบกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จากการศึกษาวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่าส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาบริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ

สว่างนภา ส่วนภูษา (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวเตอร์ในสถาบันอุดมศึกษา และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวเตอร์ในสถาบันอุดมศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากร ในสถาบันอุดมศึกษาจำนวน 277 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 36 - 45 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาเอก ตำแหน่งงานเป็นอาจารย์ ประสบการณ์ในการทำงานอยู่ในช่วงน้อยกว่า 5 ปี ปัจจัยคุณสมบัติระบบ อิทธิพลทางสังคม และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้ เทคโนโลยีมีความสำคัญในระดับมาก และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในทิศทางเดียวกันกับการยอมรับ เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวเตอร์

อรทัย เลื่อนวัน (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ : กรณีศึกษากิจกรรมพัฒนาชุมชน ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาการยอมรับและการรับรู้ตามแนวทางของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ปัจจัยที่เกี่ยวกับงานพบว่าส่วนใหญ่มีอายุงาน 11-15 ปี มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่า 4 ปี และใช้คอมพิวเตอร์ 5-6 ชั่วโมงต่อวัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 2 ด้าน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านการรับรู้ประโยชน์ และเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวม ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับงานไม่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศทุกด้าน

จากความสำคัญที่กล่าวมาในข้างต้นประกอบการการประชาสัมพันธ์ในอดีตที่มีรูปแบบเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ วนิล ขาวหนังสือพิมพ์ วารสาร หรือเอกสารเผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อ ค่าติดตั้ง การเข้าถึงข้อมูลมีช่องทางจำกัดเฉพาะกลุ่ม และพื้นที่ ด้วยปัจจุบันการสื่อสารบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ช่วยให้การรับรู้ข่าวสารสะดวกสบายเพิ่มขึ้น นักศึกษานิยมค้นหาข้อมูลและศึกษาผ่านทางช่องทางบนอินเทอร์เน็ต ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร ข้อมูลองค์กร จึงเปลี่ยนไปอยู่ในรูปแบบสื่อออนไลน์มากขึ้น เช่น บนเว็บไซต์ แพนเพจ ไลน์ เป็นต้น ดังนั้น ผู้วิจัยได้

ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มาเป็นประเด็นในการศึกษาวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานของฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเว็บไซต์ที่มุ่งหวังให้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ตรงกับความต้องการของนักศึกษา ข้อมูลมีความถูกต้องทันสมัย สะดวก รวดเร็ว เลือกลงใช้ประเภทของสื่อที่มีช่องทางที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ลดรายจ่ายด้านสิ่งพิมพ์ ขยายช่องทางการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ได้รับคามนิยมในปัจจุบันและพัฒนาเป็นต้นแบบของการประชาสัมพันธ์บนออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรีสืบไป



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments)
- 3.3 การดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อออนไลน์ สำหรับผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศหรือผู้ที่มีความรู้ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านเว็บไซต์ โดยเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติคือ ดำรงตำแหน่งผู้บริการงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นักวิชาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ จำนวน 3 คน

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ลงทะเบียนศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ชั้นปีที่ 1-5 ประจำปีการศึกษา 2559 ภาคเรียนที่ 1 มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 24,265 คน เป็นประชากรทั้งหมดของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งได้ข้อมูลมาจากเว็บไซต์สำนักวิชาการและงานทะเบียน เรื่องจำนวนนักศึกษาทั้งหมดระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2559/1 สถิติข้อมูลปีการศึกษา 2559 โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2559)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คำนวณได้จากสูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณี ที่ทราบจำนวนประชากร (Finite Population) โดยกำหนดให้มีค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย

E = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

ที่มา : การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2554 : 36) โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนของประชากรในการศึกษามีจำนวน 24,165 คน

E = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น เท่ากับ 0.05

จากการคำนวณข้างต้นได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{24,265}{1 + 24,265 (0.05)^2}$$

$$= 394 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น ขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนไม่ต่ำกว่า 394 คน ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 394 ตัวอย่าง

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนตามจำนวน ดังแสดงในตารางที่ 3.1 และในแต่ละกลุ่มใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

ตารางที่ 3.1 แสดงกลุ่มตัวอย่างจำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปีการศึกษา 2559

คณะ	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
คณะศิลปศาสตร์	1,561	25
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	2,262	37
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	1,776	29
คณะวิศวกรรมศาสตร์	4,999	81
คณะบริหารธุรกิจ	5,791	94
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	1,512	25
คณะศิลปกรรมศาสตร์	1,645	27
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	2,129	35
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	1,505	24
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	695	11
วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย	390	6
รวม	24,265	394

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments)

3.2.1 แบบประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ

แบบประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอนดังนี้

3.2.1.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.2.1.2 ส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

3.2.1.3 ส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

3.2.1.4 ส่วนที่ 4 การยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์

3.2.1.5 ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์

3.2.2 วิธีการสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามดังนี้ ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือ จากตำรา เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสอบถามและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย สร้างแบบสอบถามความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ลักษณะของแบบสอบถาม ตอนที่ 2 3 และ 4 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Rating Scale) ผู้วิจัยได้กำหนดแบบสอบถามตามแบบของ Likert (Likert's Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	มาก
3	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	ปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	น้อย
1	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	น้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ได้แล้ว จัดค่าของคะแนนเฉลี่ยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ (ประคอง, 2538) ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.51 - 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 - 4.50	หมายถึง	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 - 3.50	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 - 2.50	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.50	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ

1) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการวัดผลและประเมินผล พิจารณาตรวจสอบรายละเอียดความถูกต้องสมบูรณ์ และความครอบคลุมเนื้อหา หลังจากที่ผู้เชี่ยวชาญ ได้พิจารณา และตรวจสอบพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 3 ท่าน โดยผู้วิจัยตรวจสอบและสรุปผลการประเมิน โดยหาค่าจากตาราง IOC

พรสันต์ (2553) การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หมายถึง เนื้อหาคำถามตรงตามกับสิ่งที่ต้องการจะวัด หรือวัตถุประสงค์และเป็นไปตามสัดส่วนของความสำคัญในแต่ละเนื้อหาด้วย โดยการหาความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence หรือ IOC)

วิธีการคือ ใช้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนให้คะแนนในข้อคำถามแต่ละข้อโดยยึดหลัก ดังนี้

ให้คะแนน +1	คะแนน หมายถึง	ข้อคำถามวัดตรงวัตถุประสงค์หรือ
ให้คะแนน 0	คะแนน หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดตรงกับวัตถุประสงค์
ให้คะแนน 1	คะแนน หมายถึง	ข้อคำถามไม่ได้วัดตรงวัตถุประสงค์

ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อไปหาค่าดัชนีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์ โดยมีสูตรคำนวณดังสมการที่ 3-1

$$\text{สูตร } IOC = \frac{\Sigma R}{N} \quad (3-1)$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์

ΣR แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยการแปลความคือ

ถ้า $IOC \geq 0.6$ แสดงว่าข้อสอบนั้นวัดวัตถุประสงค์ข้อนั้นจริง

ถ้า $IOC < 0.6$ แสดงว่าข้อสอบนั้นไม่วัดวัตถุประสงค์ข้อนั้น

3.2.1.1 ผลการประเมินตรวจสอบคุณภาพ

ผลการประเมินตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากแบบประเมินความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อออนไลน์ สรุปผลการประเมินข้อคำถามทั้งหมด 5 ส่วน อยู่ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 0.98 หมายถึงข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด โดยมีรายละเอียดประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

คำถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 7 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 7 ข้อใช้ได้

คำถามส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ประกอบด้วยคำถาม 3 ด้าน แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 29 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 29 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 0.90 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 29 ข้อใช้ได้ โดยมีรายละเอียดของคำถามในแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านเนื้อหา มีคำถาม 10 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 10 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 0.97 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 10 ข้อใช้ได้

2. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์ เนื้อหา มีคำถาม 9 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 9 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 0.85 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 9 ข้อใช้ได้

3. ประเภทสื่อออนไลน์ เนื้อหา มีคำถาม 10 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 10 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 0.87 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 10 ข้อใช้ได้

คำถามส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ นักศึกษา มทร.ธัญบุรี ประกอบด้วยคำถาม 2 ด้าน แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 14 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 14 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 14 ข้อใช้ได้ โดยมีรายละเอียดของคำถามในแต่ละด้านดังนี้

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ มีคำถาม 8 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 8 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 8 ข้อใช้ได้

2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีคำถาม 6 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 6 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 6 ข้อใช้ได้

คำถามส่วนที่ 4 การยอมรับการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วยคำถาม 3 ด้าน แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 15 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 15 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 15 ข้อใช้ได้ โดยมีรายละเอียดของคำถามในแต่ละด้านดังนี้

1. ทักษะติดต่อการใช้ มีคำถาม 6 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 6 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 6 ข้อใช้ได้

2. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ มีคำถาม 4 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 4 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 4 ข้อใช้ได้

3. การใช้จริง มีคำถาม 5 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 5 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 หมายถึงข้อคำถามทั้ง 5 ข้อใช้ได้

คำถามส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ ผู้วิจัย ประกอบด้วยคำถาม 1 ข้อย่อย ผลการประเมินทั้ง 1 ข้อมีระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 หมายถึงข้อคำถามใช้ได้

3.2.1.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1) คำถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพิ่มคำถามช่วงเวลาที่ใช้งาน ได้ปรับปรุงแบบสอบถามเพิ่มตัวเลือกข้อที่ 8. เวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ สูงสุดคือช่วงเวลาใด

2) คำถามส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ นักศึกษามทร.ธัญบุรี เพิ่มตัวเลือกเว็บไซต์ ได้ปรับปรุงแบบสอบถามเพิ่มคำถามข้อที่ 6. สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th)

3) คำถามส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ ให้เพิ่มคำอธิบายให้ชัดเจนขึ้น ปรับปรุงดังนี้ ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์

ผลคะแนนการประเมินตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (IOC) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เกี่ยวกับงานด้านเว็บไซต์สามารถรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ (ภาคผนวก 8 หน้าที่ 85)

หลังจากผู้วิจัยสรุปผลคะแนนการประเมินตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (IOC) แบบประเมินความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน จัดทำแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 รูปแบบรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

ส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

ส่วนที่ 4 การยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์

แบบสอบถาม วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ภาคผนวก ข หน้าที่ 79-84)

3.2.1.3 นำแบบสอบถามความคิดเห็นไปทดลองใช้สอบถามกับนักศึกษา

นำแบบสอบถามแจกให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ท่าน ในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูป ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient) ซึ่งแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบควรมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.8 ขึ้นไป (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548, หน้า 313)

3.2.1.4 นำแบบสอบถามที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง

นำแบบสอบถามแจกให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-5 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 394 คน

3.2.1.5 ทดสอบการแจกแจงปกติ (Normal Distribution)

นำข้อมูลที่ได้ ทดสอบการแจกแจงปกติโดยการวัดความเบ้ (Skewness) ความโด่ง (Kurtosis) ซึ่งความเบ้และความโด่งที่อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้อยู่ระหว่าง -2 ถึง +2 (Muzaffar M. B., 2016)

ตารางที่ 3.2 ทดสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล

แบบสอบถาม	จำนวน ตัวอย่าง	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์	349	-0.305	0.123	0.353	0.245
การรับรู้สื่อออนไลน์	349	-0.635	0.123	1.556	0.245
การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์	349	-0.524	0.123	1.192	0.245
โดยรวม	349	-0.532	0.123	1.262	0.245

จากตารางที่ 3.2 ความเบ้ของข้อมูลอยู่ระหว่าง -0.635 ถึง -0.305 และความโด่งอยู่ระหว่าง -0.353 ถึง 1.556 จึงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3.3 การดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสะดวกสบาย (Convenience หรือ Accidental Sampling) โดยจัดทำบันทึกข้อความส่งแบบสอบถามออกไปให้กับคณะต่าง ๆ โดยใช้จำนวนแบบสอบถามตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้บุคลากรของคณะแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ที่การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการระหว่าง 1 พฤษภาคม 2559 ถึง 30 กันยายน 2559

หลังจากการแจกเอกสารแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ลงทะเบียนศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ชั้นปีที่ 1-5 ประจำปีการศึกษา 2559 ทั้งสิ้น 394 คน เรียบร้อยแล้วได้นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ได้ไปคำนวณและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการดังนี้

1) แบบสอบถามตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check- List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ

2) แบบสอบถามตอนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ตอนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ และตอนที่ 4 การยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) แบบสอบถามตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

4) เปรียบเทียบความแตกต่างของการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ใช้ t-test One-Way ANOVA และ LSD

5) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของการรับรู้ รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา ต่อการยอมรับ ใช้ Pearson Correlation ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ค่า r จะอยู่ระหว่าง -1 ถึง +1 ถ้าค่า r เข้าใกล้ -1 และ +1 แสดงถึงค่าความสัมพันธ์สูง และถ้าค่า r เข้าใกล้ 0 แสดงค่าความสัมพันธ์ต่ำ การกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีเกณฑ์แปลผลดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่า +1 ถึง -1 โดยมีเกณฑ์กว้าง ๆ ดังนี้

ค่า r อยู่ในช่วง 0.81-1.00 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในระดับสูง

ค่า r อยู่ในช่วง 0.61-0.80 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ตัวแปรในระดับค่อนข้างสูง

ค่า r อยู่ในช่วง 0.41-0.60 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในระดับปานกลาง

ค่า r อยู่ในช่วง 0.21-0.40 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในระดับค่อนข้างต่ำ

ค่า r มีค่าไม่เกิน 0.20 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ตัวแปรในระดับต่ำ



บทที่ 4

ผลของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจในโครงการงานประจำงานวิจัย (R2R) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี การศึกษาประกอบด้วย ศึกษารูปแบบการรับรู้ข้อมูล ศึกษาการรับรู้สื่อออนไลน์ ศึกษาการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ หาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และ หาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการรับรู้ข้อมูล ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือไปดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อหาผลการวิจัยและสรุปผลการวิจัยดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

ส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

ส่วนที่ 4 การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (t-distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (F- distribution)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
LSD	แทน	วิธีการทดสอบรายคู่ (Least Significant Difference)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ลงทะเบียนศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ชั้นปีที่ 1-5 ประจำปีการศึกษา 2559 ภาคเรียนที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 394 คน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะ สถานที่ที่ใช้งาน จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) ช่วงเวลาที่ใช้งาน

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. เพศ		
ชาย	208	52.79
หญิง	186	47.21
รวม	394	100.00
2. อายุ		
19 ปี	79	20.05
20 ปี	81	20.56
21 ปี	74	18.78
22 ปี	103	26.14
23 ปี	39	9.90
24 ปี	9	2.28
25 ปี	9	2.28
รวม	394	100.00
3. ระดับปริญญาตรี ชั้นปี		
1	44	11.17
2	96	24.37
3	136	34.52
4	112	28.43
5	6	1.52
รวม	394	100.00
4. คณะ		
คณะวิศวกรรมศาสตร์	81	20.56
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	25	6.35
คณะศิลปกรรมศาสตร์	27	6.85
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	29	7.36
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	37	9.39
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	11	2.79
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	24	6.09
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	35	8.88
คณะศิลปศาสตร์	25	6.35
คณะบริหารธุรกิจ	94	23.86
วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย	6	1.52
รวม	394	100.00

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
5. สถานที่ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี		
ห้องเรียนที่มีคอมพิวเตอร์	79	27.41
อาคารวิทยบริการ	78	19.80
อินเทอร์เน็ตคาเฟ่	34	8.63
ที่พักอาศัย	174	44.16
อื่น ๆ (เช่น โทรศัพท์มือถือ บริเวณมหาวิทยาลัย และห้องสมุดของคณะ)	29	7.36
รวม	394	100.00
6. จำนวนชั่วโมงต่อวัน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	10	2.54
1 ชั่วโมง	22	5.58
2 ชั่วโมง	37	9.39
3 ชั่วโมง	44	11.17
4 ชั่วโมง	39	9.90
5 ชั่วโมง	42	10.66
6 ชั่วโมง	36	9.14
มากกว่า 6 ชั่วโมง	164	41.62
รวม	394	100.00
7. ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อออนไลน์		
08.00-12.00 น.	30	7.61
12.00-16.00 น.	70	17.77
16.00-20.00 น.	91	23.10
20.00-24.00 น.	190	48.22
24.00-04.00 น.	13	3.30
รวม	394	100.00

จากตารางที่ 4.1 สามารถอธิบายผลวิเคราะห์ถึงปัจจัยส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ 394 คน ได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.79 ที่เหลือเป็นเพศหญิง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20

2. อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 22 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.14 รองลงมาคืออายุ 20 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.56 อายุ 19 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.05 อายุ 21 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.78 อายุ 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.90 และ อายุ 24 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.28 ตามลำดับ

3. กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี ชั้นปีการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปี 3 จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.52 รองลงมาศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปี 4 จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.43 ระดับปริญญาตรี ชั้นปี 2 จำนวน 96 คิดเป็นร้อยละ 24.37 ระดับปริญญาตรี ชั้นปี 1 จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17 และ ระดับปริญญาตรี ชั้นปี 5 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.52 ตามลำดับ

4. คณะที่ศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.86 รองลงมาคณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.56 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.37 คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.88 คณะเทคโนโลยีการเกษตร จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.36 คณะศิลปกรรมศาสตร์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.85 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์และคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.35 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.09 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.79 และวิทยาลัยการแพทย์แผนไทย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.52 ตามลำดับ

5. สถานที่ใช้งานสื่อออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานสื่อออนไลน์ที่พักอาศัย จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 44.16 รองลงมาใช้งานสื่อออนไลน์ที่ห้องเรียนคอมพิวเตอร์ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 27.41 อาคารวิทยบริการ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.63 และใช้งานสื่อออนไลน์ที่อื่น ๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.36 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าใช้งานสื่อออนไลน์ที่อื่น ๆ คือ โทรศัพท์มือถือ 27 คน บริเวณมหาวิทยาลัยและห้องสมุดของคณะ อย่างละ 1 คน

6. จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง มากกว่า 6 ชั่วโมง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.62 รองลงมาใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง 3 ชั่วโมง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17 ใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง 5 ชั่วโมง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.66 ใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง 4 ชั่วโมง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 ใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง 2 ชั่วโมง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.39 ใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง 6 ชั่วโมง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.14 ใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง 1 ชั่วโมง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.58 และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.54 ตามลำดับ

7. เวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์สูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสื่อออนไลน์ช่วงเวลา 20.00-24.00 น. จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 48.22 รองลงมาใช้บริการสื่อออนไลน์ช่วงเวลา 16.00-20.00 น. จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 ใช้บริการสื่อออนไลน์ช่วงเวลา 12.00-16.00 น. จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.77 ใช้บริการสื่อออนไลน์ช่วงเวลา 08.00-12.00 น. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.61 และใช้บริการสื่อออนไลน์ช่วงเวลา 24.00-04.00 น. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ประกอบด้วย ข้อมูลด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์ และประเภทสื่อออนไลน์ โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลข้อมูล รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยรวม

รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา	3.97	0.531	มาก
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์	3.86	0.600	มาก
ประเภทสื่อออนไลน์	3.84	0.613	มาก
รวม	3.89	0.514	มาก

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.514)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีความต้องการ ได้แก่ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.531) รองลงมาในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.600) และประเภทสื่อออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.613)

ตารางที่ 4.3 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านเนื้อหา

ด้านเนื้อหา	ระดับความต้องการ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
1) เนื้อหามีความถูกต้อง	2	2	62	238	89	4.04	0.678	มาก	1
2) เนื้อหามีความทันสมัย		9	72	211	102	4.03	0.730	มาก	2
3) เนื้อหาที่น่าสนใจ	4	2	97	221	70	3.89	0.725	มาก	10
4) นำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	3	6	91	217	77	3.91	0.741	มาก	9
5) ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย	2	7	86	214	85	3.95	0.741	มาก	6
6) เลือกใช้สีที่อ่านง่าย น่าสนใจ		3	88	209	94	4.00	0.703	มาก	3
7) แบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลชัดเจน	2	5	85	203	99	3.99	0.752	มาก	5
8) การเชื่อมโยง (link) ไปยังจุดต่างๆ และไฟล์ต่างๆ ถูกต้อง	2	9	83	211	89	3.95	0.757	มาก	7
9) เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้	4	6	91	203	90	3.94	0.781	มาก	8
10) มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ	3	6	89	187	109	4.00	0.796	มาก	4
รวม						3.97	0.530	มาก	

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านเนื้อหา เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านที่มีความต้องการได้แก่ เนื้อหาที่มีความถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.678) รองลงมาเนื้อหาที่มีความทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.730) เลือกใช้สีที่อ่านง่าย น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.730) มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.703) แบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลชัดเจน ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.703) ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.741) การเชื่อมโยง (link) ไปยังจุดต่างๆ และไฟล์ต่างๆ ถูกต้อง ง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.757) เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.781) นำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.741) และเนื้อหาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.725) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์	ระดับความต้องการ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
1) ข่าว มีภาพประกอบ	1	1	73	197	122	4.11	0.719	มาก	1
2) ภาพเคลื่อนไหว (Animation)	4	14	112	181	83	3.82	0.836	มาก	4
3) วิดีโอ (Video)	3	14	123	167	87	3.81	0.843	มาก	5
4) อินโฟกราฟฟิก (Infographic)	3	12	111	203	65	3.80	0.774	มาก	6
5) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)	2	11	121	189	71	3.80	0.779	มาก	7
6) โปสเตอร์ Poster	2	16	94	206	76	3.86	0.788	มาก	3
7) เอกสารดาวน์โหลด	1	8	96	198	91	3.94	0.759	มาก	2
8) คิวอาร์โค้ด (QR Code)	5	19	122	185	63	3.72	0.835	มาก	8
	รวม					3.86	0.600	มาก	

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านที่มีความต้องการสูงสุดได้แก่ ข่าว มีภาพประกอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.719) รองลงมาเอกสารดาวน์โหลด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.759) โปสเตอร์ Poster อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.788) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.836) วิดีโอ (Video) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.843) อินโฟกราฟฟิก (Infographic) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.774) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.779) และคิวอาร์โค้ด (QR Code) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.835) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านประเภทสื่อออนไลน์

ประเภทสื่อออนไลน์	ระดับความต้องการ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
1) เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th)	0	5	55	192	139	4.17	0.766	มาก	1
2) ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th)	5	8	65	171	145	4.12	0.845	มาก	2
3) ระบบห้องเรียนออนไลน์ (www.moodle.rmutt.ac.th)	3	10	106	182	93	3.89	0.816	มาก	4
4) ฐานข้อมูลงานวิจัย (goo.gl/s72CaJ)	3	15	135	176	65	3.72	0.809	มาก	8
5) คลังภาพ มหาวิทยาลัย (www.photo.rmutt.ac.th)	2	15	133	173	71	3.75	0.810	มาก	6
6) สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th)	1	21	123	185	64	3.74	0.803	มาก	7
7) แฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6)	2	10	97	189	96	3.93	0.796	มาก	3
8) ช่องยูทูปแชนแนล (Youtube Channel) (www.youtube.com/user/RmuttChannel)	1	29	134	150	80	3.71	0.883	มาก	9
9) ทวิตเตอร์ (Twitter) (twitter.com/pr_rmutt)	9	37	143	152	53	3.52	0.920	มาก	10
10) กูเกิล (Google+) (plus.google.com/+rmutt)	3	21	95	188	87	3.85	0.851	มาก	5
	รวม					3.84	0.613	มาก	

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านประเภทสื่อออนไลน์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านที่มีความต้องการสูงสุดได้แก่ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.766) รองลงมา ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.845) แฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.796) ระบบห้องเรียนออนไลน์ (www.moodle.rmutt.ac.th) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.816) กูเกิลพลัส (Google+) (plus.google.com/+rmutt) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.851) คลังภาพ มหาวิทยาลัย (www.photo.rmutt.ac.th) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.810) สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.803) ฐานข้อมูลงานวิจัย (goo.gl/s72CaJ) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.809) ช่องยูทูปแชนแนล (Youtube

Channel) (www.youtube.com/user/RmuttChannel) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.883) และทวิตเตอร์ (Twitter) (twitter.com/pr_rmutt) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.920) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี

ผลการวิเคราะห์การรับรู้สื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลข้อมูล รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยรวม

การรับรู้สื่อออนไลน์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การรับรู้ถึงประโยชน์	4.00	0.600	มาก
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	4.00	0.613	มาก
รวม	4.00	0.574	มาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้สื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.574)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.600) และด้านที่มีความต้องการสูงสุด ได้แก่ ความง่ายในการใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.613)

ตารางที่ 4.7 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์

การรับรู้ถึงประโยชน์	ระดับระดับการรับรู้					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
1) สื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี	1	4	70	224	95	4.04	0.694	มาก	2
2) สื่อออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้	1	4	76	222	91	4.01	0.699	มาก	4
3) สื่อออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัย และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้	1	4	87	209	93	3.99	0.722	มาก	5

ตารางที่ 4.7 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (ต่อ)

การรับรู้ถึงประโยชน์	ระดับระดับการรับรู้					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
4) สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล	1	5	85	198	105	4.02	0.746	มาก	3
5) สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง	1	8	69	200	116	4.07	0.755	มาก	1
6) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้	1	10	96	202	85	3.91	0.760	มาก	8
7) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี สามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันได้	1	7	94	199	93	3.95	0.754	มาก	7
8) สื่อออนไลน์นำเสนอผลงานของ นักศึกษา และบุคลากร ของ มทร.ธัญบุรีได้	1	7	81			3.99	0.734	มาก	6
รวม						4.07	0.755	มาก	

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าด้านที่มีระดับการรับรู้สูงสุดได้แก่ สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.755) รองลงมาสื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.694) สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.746) สื่อออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.699) สื่อออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัย และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.722) สื่อออนไลน์นำเสนอผลงานของนักศึกษา และบุคลากร ของ มทร.ธัญบุรีได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.734) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี สามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.754) และสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.760) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	ระดับระดับการรับรู้					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
1) สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย	2	2	74	220	96	4.03	0.706	มาก	1
2) สื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว	2	5	75	215	97	4.02	0.731	มาก	2
3) สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ	2	6	74	214	98	4.02	0.738	มาก	3
4) การจัดหมวดหมู่ประเภทข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ทำให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลที่สนใจ	2	10	82	212	88	3.95	0.760	มาก	6
5) เครื่องมือในสื่อออนไลน์ใช้งานได้ง่ายและสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง	2	7	83	209	93	3.97	0.751	มาก	5
6) มีการเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ	2	6	78	214	94	3.99	0.738	มาก	4
	รวม					4.00	0.613	มาก	

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เมื่อพิจารณาารายข้อพบว่าด้านที่มีระดับการรับรู้สูงสุด ได้แก่ สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.706) รองลงมาสื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.731) สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.738) มีการเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.738) เครื่องมือในสื่อออนไลน์ใช้งานได้ง่ายและสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.751) และการจัดหมวดหมู่ประเภทข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ทำให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลที่สนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.760) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

ผลการวิเคราะห์การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ประกอบด้วย ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการใช้ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ และการใช้จริง

โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลข้อมูล รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยรวม

การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ทัศนคติต่อการใช้	4.01	0.577	มาก
พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้	4.05	0.642	มาก
การใช้จริง	3.87	0.690	มาก
รวม	3.98	0.539	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.539)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีระดับการยอมรับสูงสุด ได้แก่ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.642)

รองลงมาทัศนคติต่อการใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.577) และการใช้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.690) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านทัศนคติต่อการใช้

ทัศนคติต่อการใช้	ระดับระดับการยอมรับ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
1) ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	1	4	61	234	94	4.06	0.674	มาก	1
2) ท่านคิดว่าสื่อออนไลน์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ มทร.ธัญบุรี	1	5	69	213	106	4.06	0.718	มาก	2
3) ท่านพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	2	7	79	210	96	3.99	0.750	มาก	5
4) ท่านชอบรูปแบบการนำเสนอสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี		9	90	215	80	3.93	0.720	มาก	6

ตารางที่ 4.10 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านทัศนคติต่อการใช้ (ต่อ)

ทัศนคติต่อการใช้	ระดับระดับการยอมรับ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
5) สื่อออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ได้ดียิ่งขึ้น	1	9	76	211	97	4.00	0.745	มาก	4
6) การใช้สื่อออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษเพื่อตีพิมพ์สื่อ	1	7	79	204	103	4.02	0.746	มาก	3
	รวม					4.01	0.577	มาก	

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านทัศนคติต่อการใช้ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านที่มีระดับการยอมรับสูงสุด ได้แก่ มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.674) รองลงมา คิดว่าสื่อออนไลน์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ มทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.718) การใช้สื่อออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษเพื่อตีพิมพ์สื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.746) สื่อออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ได้ดียิ่งขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.745) ฟังพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.750) และชอบรูปแบบการนำเสนอสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.720) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้	ระดับระดับการยอมรับ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
1) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี	3	7	70	193	121	4.07	0.788	มาก	3
2) ท่านใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ		12	67	198	117	4.07	0.765	มาก	2
3) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต	1	4	74	191	124	4.10	0.747	มาก	1
4) ท่านชักชวนคนรู้จัก หรือเพื่อน ๆ ให้ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	3	11	80	202	98	3.97	0.795	มาก	4
	รวม					4.05	0.642	มาก	

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านที่มีระดับการยอมรับสูงสุดได้แก่ ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.747) รองลงมาท่านใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.765) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.788) และท่านชักชวนคนรู้จัก หรือเพื่อน ๆ ให้ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.795)

ตารางที่ 4.12 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการใช้จริง

การใช้จริง	ระดับระดับการยอมรับ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
1) ท่านแชร์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Youtube Channel เป็นต้น	4	10	85	190	105	3.97	0.822	มาก	2
2) ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี	9	24	118	174	69	3.69	0.909	มาก	5
3) ท่านต้องการใช้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ต่อไป	1	5	83	196	109	4.03	0.749	มาก	1
4) ท่านโพสต์ข้อความรูปภาพ หรือ วิดีโอ ที่เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ไว้ในสื่อออนไลน์ส่วนตัวของท่าน (ไม่รวมถึงการแชร์มาจากสื่อของ มทร.ธัญบุรี ที่มีมหาวิทยาลัยเป็นผู้ประชาสัมพันธ์)	11	19	96	191	77	3.77	0.913	มาก	4
5) ท่านใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี อ้างอิงในการศึกษา	3	15	94	190	92	3.90	0.827	มาก	3
						3.87	.690	มาก	

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการใช้จริง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านที่มีระดับการยอมรับสูงสุดได้แก่ ท่านต้องการใช้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ต่อไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.749) รองลงมาท่านแชร์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Youtube Channel เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.822) ท่านใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี อ้างอิงในการศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.827) ท่านโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือ วิดีโอ ที่เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ไว้ในสื่อออนไลน์ส่วนตัวของท่าน (ไม่รวมถึงการแชร์มาจากสื่อของ มทร.ธัญบุรี ที่มหาวิทยาลัยเป็นผู้ประชาสัมพันธ์) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.913) และท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.909) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์

จากข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์สามารถสรุปเป็นหัวข้อหลักโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัญหาเว็บทะเปียน

1. เข้า www.oreg.rmutt.ac.th มักขึ้นว่าเว็บไซต์ไม่ปลอดภัยต้องต้องใช้เบราว์เซอร์ธรรมดา อยากให้เว็บไซต์สามารถเข้าจาก Google Chrome ได้ทุกเว็บไซต์
2. แก้ไขระบบลงทะเปียนให้ใช้งานง่าย
3. อยากให้เธรดออกไว ๆ เพื่อความรวดเร็วต่อการรับรู้

ปัญหาด้านอินเทอร์เน็ตและ Wifi

1. อินเทอร์เน็ตหลุดบ่อย
2. Internet ล้มบ่อย
3. อินเทอร์เน็ตหลุดบ่อยมากๆ
4. อยากให้อินเทอร์เน็ต wifi เร็วกว่านี้
5. wifi ในอาคารสถานที่ไม่ค่อยเสถียร
6. อยากให้ความเร็วของอินเทอร์เน็ตเร็วกว่านี้
7. อยากให้เน็ตรอบๆมหาวิทยาลัยมีความแรงมากกว่านี้เน็ตชอบหลุดบ่อยๆบางทีหาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนอยู่ทำให้ไม่สะดวกในการเรียน
8. อยากให้ wifi แรงกว่านี้
9. เน็ตหลุดบ่อย
10. wifi ที่คณะศิลปกรรมศาสตร์ อาคาร A เน็ตไม่ดีมากหลุดบ่อยมาก ซ่อมด่วน ชั้น 6
11. wifi คณะศิลปกรรมมีปัญหาให้มีการแก้ไขให้แรงและกระจายสัญญาณมากกว่านี้
12. wifi ศิลปกรรมใช้ไม่ได้เลยคะ ตึก 4 ชั้น 6 มาเอาอันเก่าออกไปแล้วไม่มาติดให้ใหม่ wifi ศิลปกรรมใช้ไม่ได้เลยคะ
13. อยากให้ Internet แรงทั่วมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ดีมากครับเรียบร้อยดี
2. ใช้ได้พัฒนาต่อไปให้ดีขึ้น

3. สร้างความเข้าใจให้นักศึกษาแบบตรงไปตรงมา พร้อมเหตุผลที่ทำให้ให้นักศึกษาได้ผลประโยชน์โดยทั่วกัน และให้ผู้บริหารทุกท่านมีหน่วยงานความเข้าใจและเข้าถึงนักศึกษา
4. การจัดการเพจ อยากรให้สวยงามเพิ่มขึ้น มีตุ๊กตาดุกดิก เช่น ข้าวใหม่ ให้มีสัญลักษณ์ น่าสนใจ
5. เว็บไซต์เข้ายาก
6. อยากรให้เกรตออกไว ๆ เพื่อความรวดเร็วต่อการรับรู้

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันสามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H0 : สถานภาพส่วนบุคคลที่ต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H1 : สถานภาพส่วนบุคคลที่ต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน ใช้วิธีการเปรียบเทียบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในกรณีที่มีตัวแปรอิสระมีตัวเลือก 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ ใช้ค่าสถิติ Independent Samples t-test

สำหรับตัวแปรอิสระที่มีตัวเลือกมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ชั้นปี คณะ สถานใช้งานสื่อออนไลน์ จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ต และช่วงเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ สูงสุด ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และถ้ากรณีพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะทดสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD (Least Significant Different)

การทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจะยอมรับสมมติฐาน H1 ก็ต่อเมื่อ คำนัยสำคัญ (p-value) ที่ได้จากการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.13 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามเพศ

ข้อมูลส่วนบุคคล		t-test for Equality of Mean					
		N	\bar{X}	S.D.	t	df	p-value
เพศ	ชาย	208	3.9868	.50315	.378	392	0.706
	หญิง	186	3.9662	.57682			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

เพศ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.706 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ออนไลน์ จำแนกตามอายุ ชั้นปีที่การศึกษา คณะ สถานใช้งานสื่อออนไลน์ จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ต และช่วงเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ สูงสุด

ข้อมูลส่วนบุคคล	แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P-value
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	6	1.926	0.321	1.109	0.356
	ภายในกลุ่ม	387	112.074	0.290		
	รวม	393	114.000			
ชั้นปี	ระหว่างกลุ่ม	4	3.742	0.936	3.301	0.011*
	ภายในกลุ่ม	389	110.258	0.283		
	รวม	393	114.000			
คณะ	ระหว่างกลุ่ม	10	6.938	0.694	2.482	0.007*
	ภายในกลุ่ม	383	107.063	0.280		
	รวม	393	114.000			
สถานใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	ระหว่างกลุ่ม	3	0.991	0.330	1.140	0.333
	ภายในกลุ่ม	390	113.009	0.290		
	รวม	393	114.000			
จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	7	2.164	0.309	1.067	0.384
	ภายในกลุ่ม	386	111.836	0.290		
	รวม	393	114.000			
ช่วงเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์สูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	4	1.358	0.340	1.173	0.322
	ภายในกลุ่ม	389	112.642	0.290		
	รวม	393	114.000			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 พบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ p-value มีค่าเท่ากับ 0.356 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อายุที่ต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ชั้นปี p-value มีค่าเท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H0) หมายความว่า ชั้นปีที่ต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

คณะ p-value มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H0) หมายความว่า คณะที่ต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สถานใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี p-value มีค่าเท่ากับ 0.333 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า สถานใช้งานสื่อออนไลน์ที่ต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ตของ มทร.ธัญบุรี p-value มีค่าเท่ากับ 0.384 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ช่วงเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์สูงสุดของ มทร.ธัญบุรี p-value มีค่าเท่ากับ 0.322 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์สูงสุดต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 สรุปได้ว่าค่า ชั้นปีและคณะต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จึงนำมาทดสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD (Least Significant Different)

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามชั้นปีเป็นรายคู่

ชั้นปี	\bar{X}	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	ปี 5
		4.07	4.00	3.91	4.03	3.36
ปี 1	4.07	-	0.07	0.16	0.04	0.71*
ปี 2	4.00		-	0.09	0.03	0.64*
ปี 3	3.91			-	0.12	0.55*
ปี 4	4.03				-	0.67*
ปี 5	3.36					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่า นักศึกษาในแต่ละชั้นปีต่าง ๆ มีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์แตกต่างกันจำนวน 4 คู่ ได้แก่ ชั้นปีที่ 1 2 3 และ 4 มีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี มากกว่ากลุ่มชั้นปีที่ 5

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามคณะเป็นรายคู่

คณะ	\bar{X}	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		3.86	4.16	3.85	4.06	4.03	3.68	3.79	3.90	4.21	4.05	4.21
1. วิศวกรรมศาสตร์	3.86	-	0.30*	0.01	0.20	0.17	0.18	0.08	0.04	0.35*	0.19*	0.34
2. เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	4.16		-	0.32*	0.10	0.13	0.48*	0.38*	0.26	0.04	0.11	0.04
3. ศิลปกรรมศาสตร์	3.85			-	0.22	0.19	0.16	0.06	0.06	0.36*	0.20	0.36
4. เทคโนโลยีการเกษตร	4.06				-	0.03	0.38*	0.28	0.16	0.14	0.01	0.14
5. ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	4.03					-	0.35	0.25	0.13	0.17	0.02	0.17
6. สถาปัตยกรรมศาสตร์	3.68						-	0.10	0.22	0.52*	0.37*	0.52
7. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	3.79							-	3.83	4.13*	3.98*	4.13
8. เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	3.90								-	3.95*	3.79	3.94
9. ศิลปศาสตร์	4.21									-	4.41	4.57
10. บริหารธุรกิจ	4.05										-	4.19
11. วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย	4.21											-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่า นักศึกษาคณะต่าง ๆ มีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์แตกต่างกันจำนวน 13 คู่ ได้แก่

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ และคณะบริหารธุรกิจ มีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี มากกว่าคณะวิศวกรรมศาสตร์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี มากกว่าคณะศิลปศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

คณะศิลปศาสตร์มีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี มากกว่าคณะศิลปกรรมศาสตร์

คณะเทคโนโลยีการเกษตรมีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี มากกว่าคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะศิลปศาสตร์ และคณะบริหารมีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี มากกว่าคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะศิลปศาสตร์ และคณะบริหารมีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี มากกว่าคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

และคณะศิลปศาสตร์ มีการยอมรับและรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี มากกว่ากลุ่มคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ตารางที่ 4.17 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ข้อมูลส่วนบุคคล	ระดับการรับรู้และยอมรับ	
	p-value	ผลการทดสอบ
เพศ	0.706	ปฏิเสธ
อายุ	0.356	ปฏิเสธ
ชั้นปี	0.011*	ยอมรับ
คณะ	0.007*	ยอมรับ
ใช้งานที่	0.333	ปฏิเสธ
ชั่วโมงต่อวัน	0.384	ปฏิเสธ
เวลาที่ใช้	0.322	ปฏิเสธ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า สถานภาพส่วนบุคคลด้าน ชั้นปี และคณะ มีการรับรู้และยอมรับต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรีสามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี

H_1 : รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี

การทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยใช้สถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

การทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจะยอมรับสมมติฐาน H_1 ก็ต่อเมื่อ คำนัยสำคัญ Sig. (2-tailed) ที่ได้จากการทดสอบมีค่าน้อยกว่า .05

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวม

รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์	การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ด้านเนื้อหา	0.618	0.000**	ค่อนข้างสูง
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์	0.623	0.000**	ค่อนข้างสูง
ประเภทสื่อออนไลน์	0.599	0.000**	ระดับปานกลาง
โดยภาพรวม	0.694	0.000**	ค่อนข้างสูง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

รูปแบบการรับรู้ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ประเภทสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุปได้ว่า รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรีโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูงกับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี สามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : การรับรู้สื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี

H_1 : การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี

การทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้สื่อออนไลน์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์โดยใช้สถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

การทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจะยอมรับสมมติฐาน H_1 ก็ต่อเมื่อ ค่านัยสำคัญ Sig. (2-tailed) ที่ได้จากการทดสอบมีค่าน้อยกว่า .05

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้สื่อออนไลน์กับการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวม

การรับรู้สื่อออนไลน์	การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้ถึงประโยชน์	0.720	0.000**	ค่อนข้างสูง
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.761	0.000**	ค่อนข้างสูง
โดยภาพรวม	0.783	0.000**	ค่อนข้างสูง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

การรับรู้สื่อออนไลน์ของ นักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การรับรู้ถึงประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุปได้ว่า การรับรู้สื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรีโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูงกับการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



บทที่ 5

สรุปผล อธิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี สามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอธิบายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.79 รองลงมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47.21

2. อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ส่วนใหญ่มีอายุ 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.14 รองลงมาคืออายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.56 อายุ 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.05 อายุ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.78 อายุ 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.90 และ อายุ 24 กับ 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.28 ตามลำดับ

3. ระดับปริญญาตรี ชั้นปี ผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.52 รองลงมาศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.43 ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.37 ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.17 และศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.52 ตามลำดับ

4. คณะ ผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ศึกษาคณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.86 รองลงมาคณะวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.56 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 9.39 คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 8.88 คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 7.36 คณะศิลปกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 6.85 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ และ

คณะศิลปศาสตร์คิดเป็นร้อยละ 6.35 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 6.09 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 2.79 และวิทยาลัยการแพทย์แผนไทย 1.52 ตามลำดับ

5. สถานที่ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานสื่อออนไลน์ที่פקอาศัย คิดเป็นร้อยละ 44.16 รองลงมาใช้งานที่ห้องเรียนที่มีคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 27.41 อาคารวิทยบริการ คิดเป็นร้อยละ 19.80 อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ คิดเป็นร้อยละ 8.63 และอื่นๆ (เช่น โทรศัพท์มือถือ บริเวณมหาวิทยาลัย และห้องสมุดของคณะ) คิดเป็นร้อยละ 7.36 ตามลำดับ

6. จำนวนชั่วโมงต่อวัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานสื่อออนไลน์มากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 41.62 รองลงมาใช้งานสื่อออนไลน์ 3 ชั่วโมง ต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 11.17 ใช้งานสื่อออนไลน์ 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.16 ใช้งานสื่อออนไลน์ 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.90 ใช้งานสื่อออนไลน์ 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.39 ใช้งานสื่อออนไลน์ 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.14 ใช้งานสื่อออนไลน์ 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.58 และ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.54 ตามลำดับ

7. ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ช่วงเวลา 20.00-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 48.22 รองลงมาใช้สื่อออนไลน์ช่วงเวลา 16.00-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.10 ใช้สื่อออนไลน์ช่วงเวลา 12.00-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 17.77 ใช้สื่อออนไลน์ช่วงเวลา 08.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 7.61 และใช้สื่อออนไลน์ช่วงเวลา 24.00-04.00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

8. ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี แบบสอบถามส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของมทร.ธัญบุรี มีระดับความต้องการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.514 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าระดับความต้องการ ส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของมทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์ และประเภทสื่อออนไลน์โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97, 3.86 และ 3.84 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.531, 0.600 และ 0.613 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อด้านเนื้อหาพบว่า ระดับความต้องการด้านเนื้อหาในระดับมาก ได้แก่ เนื้อหาที่มีความถูกต้อง เนื้อหาที่มีความทันสมัย เลือกใช้ที่อ่านง่าย น่าสนใจ แบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลชัดเจน มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่ายการเชื่อมโยง (link) ไปยังจุดต่างๆ และไฟล์ต่างๆ ถูกต้อง เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้ นำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง และเนื้อหามีความน่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04, 4.03, 4.00, 4.00, 3.99, 3.95, 3.95, 3.94, 3.91 และ 3.89 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.678, 0.730, 0.703, 0.752, 0.796, 0.741, 0.757, 0.781, 0.741 และ 0.725 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์ พบว่าระดับความต้องการรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์ ในระดับมาก ได้แก่ ข่าวมีภาพประกอบ เอกสารดาวน์โหลด

โปสเตอร์ Poster ภาพเคลื่อนไหว (Animation) วิดีโอ (Video) อินโฟกราฟฟิก (Infographic) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และคิวอาร์โค้ด (QR Code) ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11, 3.94, 3.86, 3.82, 3.81, 3.80, 3.80 และ 3.72 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.719, 0.759, 0.788, 0.836, 0.843, 0.774, 0.779 และ 0.835 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ ประเภทสื่อออนไลน์ พบว่าระดับความต้องการด้านประเภทสื่อออนไลน์ในระดับมาก ได้แก่ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th) ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th) แฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6) ระบบห้องเรียนออนไลน์ (www.moodle.rmutt.ac.th) กูเกิล (Google+) (plus.google.com/+rmutt) คลังภาพ มหาวิทยาลัย (www.photo.rmutt.ac.th) สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th) ฐานข้อมูลงานวิจัย (goo.gl/s72CaJ) ช่องยูทูปแชนแนล (www.youtube.com/user/RmuttChannel) ทวิตเตอร์ (Twitter) (twitter.com/pr_rmutt) ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17, 4.12, 3.93, 3.89, 3.85, 3.75, 3.74, 3.72, 3.71 และ 3.52 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.766, 0.845, 0.796, 0.816, 0.851, 0.810, 0.803, 0.809, 0.883 และ 0.920 ตามลำดับ

9. ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ในส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี มีระดับการรับรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.574 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าระดับการรับรู้แบบสอบถามส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.600 และ 0.613 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อพบว่า ระดับการรับรู้ โดยภาพรวม การรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.755 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่าระดับการรับรู้ การรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง สื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล สื่อออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้ สื่อออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้ สื่อออนไลน์นำเสนอผลงานของ นักศึกษา และบุคลากร ของ มทร.ธัญบุรีได้ สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี สามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันได้ และสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 4.04, 4.02, 4.01, 3.99, 3.99, 3.95 และ 3.91 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.755, 0.694, 0.746, 0.699, 0.722, 0.734, 0.754, 0.760 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ โดยภาพรวม ความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.613 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ระดับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย สื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ มีการเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ เครื่องมือในสื่อออนไลน์ใช้งานได้ง่ายและสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง การจัดหมวดหมู่ประเภทข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ทำให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลที่สนใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03, 4.02, 4.02, 3.99, 3.97 และ 3.95 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.706, 0.731, 0.738, 0.738, 0.751 และ 0.760 ตามลำดับ

10. ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ในส่วนที่ 4 การยอมรับการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ มีระดับการยอมรับโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.539 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าระดับการยอมรับ ในส่วนที่ 4 การยอมรับการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ ทศนคติต่อการใช้ และ การใช้จริง ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05, 4.01 และ 3.87 ตามลำดับ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.642, 0.577 และ 0.690 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่าระดับการยอมรับ ทศนคติต่อการใช้ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ท่านคิดว่าสื่อออนไลน์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ มทร.ธัญบุรี การใช้สื่อออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษเพื่อตีพิมพ์สื่อ สื่อออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ได้ดียิ่งขึ้น ท่านพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี และท่านชอบรูปแบบการนำเสนอสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06, 4.06, 4.02, 4.00, 3.99 และ 3.93 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.674, 0.718, 0.746, 0.745, 0.750 และ 0.720 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่าระดับการยอมรับ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ อยู่ในระดับมากได้แก่ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต ท่านใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี และท่านชักชวนคนรู้จักหรือเพื่อน ให้ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10, 4.07, 4.07 และ 3.97 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.747, 0.765, 0.788 และ 0.795 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่าระดับความพึง การใช้จริง อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านต้องการใช้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ต่อไป ท่านแชร์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Youtube Channel เป็นต้น ท่านใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี อ้างอิงใน

การศึกษา ท่านโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือ วิดีโอ ที่เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ไว้ในสื่อออนไลน์ส่วนตัวของท่าน (ไม่รวมถึงการแชร์มาจากสื่อของ มทร.ธัญบุรี ทีมมหาวิทยาลัยเป็นผู้ประชาสัมพันธ์) และท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี ตามระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03, 3.97, 3.90, 3.77 และ 3.69 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.749, 0.822, 0.827, 0.913 และ 0.909 ตามลำดับ

5.1.2 **สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)** ได้แก่ การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานที่ 3 ข้อ ดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1: สถานภาพส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี ที่แตกต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบคือ สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์พบว่าเพศที่ต่างกันมี การยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ชั้นปี และคณะ มีการยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์พบว่า อายุ สถานใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการสื่อออนไลน์สูงสุด มีการยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2. สมมติฐานข้อที่ 2: รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. สมมติฐานข้อที่ 3: การรับรู้มีความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้มีความสัมพันธ์ ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยอธิบายตามสมมติฐานดังนี้

5.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1: สถานภาพส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี ที่แตกต่างกันมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่าสถานภาพส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี แสดงให้เห็นว่าสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี จำนวนชั่วโมงต่อวันในการทำงานอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการสื่อออนไลน์สูงสุด มีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน และ สถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ ชั้นปี และคณะ มีการยอมรับมีการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

5.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2: รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี

ผลการวิเคราะห์พบว่า รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ด้านเนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่มีความถูกต้อง เนื้อหาที่มีความทันสมัย เลือกใช้สีที่อ่านง่าย น่าสนใจ มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ แบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย การเชื่อมโยง (link) ไปยังจุดต่างๆ และไฟล์ต่างๆ ถูกต้อง เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้ นำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์ ได้แก่ ข่าว มีภาพประกอบ เอกสารดาวน์โหลด โปสเตอร์ (Poster) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) วิดีโอ (Video) อินโฟกราฟิก (Infographic) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) คิวอาร์โค้ด (QR Code)

รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ด้านประเภทสื่อออนไลน์ ได้แก่ ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th) ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th) แฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6) ระบบห้องเรียนออนไลน์(www.moodle.rmutt.ac.th) กูเกิล (Google+) (plus.google.com/+rmutt) คลังภาพ มหาวิทยาลัย (www.photo.rmutt.ac.th) สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th) ฐานข้อมูลงานวิจัย (goo.gl/s72CaJ) ช่องยูทูปแชนแนล (www.youtube.com/user/RmuttChannel) ทวิตเตอร์ (Twitter) (twitter.com/pr_rmutt) ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

จากที่กล่าวมานั้นแนวคิดพื้นฐานการยอมรับเทคโนโลยี ในส่วนของคุณลักษณะและความสามารถของระบบจะทำหน้าที่เป็นสิ่งกระตุ้น หากได้ผลจะสามารถสร้างแรงจูงใจที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดขึ้นในระบบของบุคคล ส่งผลถึงการตอบสนองในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้

จริง สอดคล้องกับ (TAM) ของ Davis (1985) ที่ได้พัฒนาตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และ อภิชิต พุกสวัสดิ์ และ กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ (2556) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์รวมทั้งประเด็นเนื้อหา ที่นำเสนอ ตลอดจนรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อนำ มาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการสนับสนุนองค์กร จากผลการวิเคราะห์และข้อมูลรองรับในขั้นต้นนี้พบว่า ผู้ใช้บริการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบน สื่อออนไลน์ ประเภทสื่อออนไลน์ นั้นต้องสร้างแรงจูงใจกับบุคคล เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน จึงเกิดการตอบสนองในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้จริง จากมุมมองดังกล่าวพบว่า รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ มีผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

5.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3: การรับรู้มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี

5.2.4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยการรับรู้สื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ถึง ประโยชน์ ได้แก่ มาก ได้แก่ สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง สื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล สื่อออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้ สื่อออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข้อมูล ของมหาวิทยาลัยและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้ สื่อออนไลน์นำเสนอผลงานของ นักศึกษา และบุคลากร ของ มทร.ธัญบุรีได้ สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี สามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันได้ และ สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ ส่งผลต่อการ ยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี

พบว่า ปัจจัยการรับรู้สื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของ นักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้ใช้บริการรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ได้แก่ สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย สื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวก และรวดเร็ว สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ มีการเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อ ออนไลน์ประเภทต่างๆ เครื่องมือในสื่อออนไลน์ใช้งานได้ง่ายและสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการใช้ได้ด้วย ตนเอง การจัดหมวดหมู่ประเภทข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ทำให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลที่สนใจ

ที่กล่าวมาทั้งสองปัจจัยคือการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้สื่อออนไลน์ และการรับรู้ถึง ขั้นตอนความง่ายในการใช้งานสื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โดย สอดคล้องกับแนวความคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (TAM) ของ Davis (1989) ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี

อีกทั้งผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อภิชาติ พุกสวัสดิ์ และ กุลทิพย์ ศาสตรระจฤจิ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับ ความนิยมในงานประชาสัมพันธ์และมีความ ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต

เกศวิฑู ทัพยศ (2557) (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). พฤติกรรมการใช้ บริการ ธุรกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ถ้าหาก ได้รับการ ดำเนินการอย่างถูกต้องแม่นยำ รู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมออนไลน์กับเว็บไซต์ของธนาคาร เข้าถึงได้ อย่างรวดเร็วและง่ายดาย สามารถดำเนินการจนเสร็จบริบูรณ์ด้วยความรวดเร็ว ธนาคารช่วยแก้ปัญหาที่ ฉันทพบกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

อรทัย เลื่อนวัน (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ : กรณีศึกษา การพัฒนาชุมชน ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านการรับรู้ ประโยชน์ และเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวม

กล่าวโดยสรุปจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวทั้งหมดได้ว่า รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อ ออนไลน์ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์และประเภทสื่อออนไลน์ ส่งผลทางบวกต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญที่ .01

การรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อออนไลน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานสื่อออนไลน์ ส่งผลทางบวกต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญที่ .01

ทัศนคติต่อการใช้ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ และการใช้จริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.642 จึงสรุปได้ว่า นักศึกษา ระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี มีการยอมรับ รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 การนำผลการวิจัยไปใช้ในประชาสัมพันธ์ข้อมูลองค์กร

งานวิจัยครั้งนี้มีการศึกษาให้เห็นถึงปัจจัยของยอมรับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อ ออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และได้รับประโยชน์สูงสุดจากการรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยได้ สะดวก รวดเร็ว ทันเวลา ความง่ายในการใช้งาน ข้อมูลถูกต้องครบถ้วน ตรงกับความต้องการของ

นักศึกษา และทราบได้นักศึกษาให้ความสนใจกับรูปแบบสื่อออนไลน์ชนิดใด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา ยกตัวอย่างเช่น

จากการสรุปข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้งานสื่อออนไลน์ ในที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 44.16 นักศึกษาใช้งานสื่อออนไลน์มากกว่า 6 ชั่วโมง ต่อวัน ถึง ร้อยละ 41.62 และเวลาที่เข้าใช้บริการสื่อออนไลน์สูงสุด ช่วงเวลา 20.00-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 48.22 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลากับการใช้งานสื่อออนไลน์ในแต่ละวันมากถึง 6 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ใช้สื่อที่ที่พักหรือเวลาว่าง เวลาที่เหมาะสมจะประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษารับรู้ข้อมูลข่าวสารของ มทร.ธัญบุรี ควรเผยแพร่ในช่วงเวลา 20.00-24.00 น. เพราะมีการใช้งานสูงสุดในช่วงเวลาดังกล่าว และควรเลือกใช้สื่อออนไลน์หลัก 3 อันดับได้แก่ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th) ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th) และแฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6) เพราะมีการเลือกใช้เป็นหลัก

นักศึกษาให้ความสำคัญกับการรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ส่วนที่ 1 การรับรู้ถึงประโยชน์ โดยเรียงลำดับจากมาก 3 อันดับคือ 1) สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง 2) สื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี และ 3) สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล และส่วนที่ 2 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานสื่อออนไลน์ โดยเรียงลำดับจากมาก 3 อันดับคือ 1) สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย 2) สื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว และ 3) สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ ดังนั้นสรุปได้ว่า นักศึกษารับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานสื่อออนไลน์ ในเรื่องของการค้นหาข้อมูลได้ 24 ชม. ค้นหาข้อมูลได้ง่าย ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว สามารถกลับมาค้นหาข้อมูลซ้ำได้เสมอ ให้ความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี และทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย

นักศึกษามีการยอมรับการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ส่วนที่ 1 ด้านทัศนคติต่อการใช้ โดยเรียงลำดับจากมาก 3 อันดับคือ 1) ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี 2) ท่านคิดว่าสื่อออนไลน์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ มทร.ธัญบุรี และ 3) การใช้สื่อออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษเพื่อตีพิมพ์สื่อ ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ โดยเรียงลำดับจากมาก 3 อันดับคือ 1) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต 2) ท่านใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ และ 3) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี และส่วนที่ 3 การใช้จริง โดยเรียงลำดับจากมาก 3 อันดับคือ 1) ท่านต้องการใช้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ต่อไป 2) ท่านแชร์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Youtube Channel เป็นต้น และท่านใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี อ้างอิงในการศึกษา สรุปได้ว่านักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการใช้สื่อออนไลน์ และจะยังคงใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไป

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบถึงแนวโน้มและความต้องการของนักศึกษา เห็นควรที่ มทร.ธัญบุรี จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์สืบไปซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีในอนาคตด้วยเช่นกัน

5.3.2 การเสนอแนะหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องสืบเนื่องในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ และพัฒนาการดำเนินงานของฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเว็บไซต์ต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์คือข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ตรงกับความต้องการของนักศึกษา ข้อมูลมีความถูกต้อง ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ตรงต่อการใช้ เป็นต้นแบบและเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์บนออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี และทราบข้อมูลความต้องการของนักศึกษาเกี่ยวกับสื่อออนไลน์แล้วนั้น เพื่อให้นักศึกษาได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย รู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานสื่อออนไลน์ และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารของหน่วยงานหรือองค์กรได้อย่างสะดวกและรวดเร็วตรงกับความต้องการของผู้ใช้ การจัดทำสื่อออนไลน์จากผลการวิจัยข้างต้นพบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญกับการสืบค้นข้อมูลในหลาย ๆ ข้อคำถามและมีความต้องการอยู่ในอันดับต้น ๆ ดังนั้นควรให้ความสำคัญต่อการค้นหาข้อมูลได้จากเสิร์ชเอนจิน (Search Engine) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสืบค้นข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้การเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีการคัดกรองข้อมูลจากการระบุคำค้น หรือคีย์เวิร์ด (Keyword) ที่ต้องการค้นหาลงในช่องค้นหาจะพบกับข้อมูลที่ต้องการ Search Engine ที่ได้รับความนิยมคือ Google Yahoo เป็นต้น ประกอบกับการทำ SEO หรือ Search engine optimization คือ การทำให้เว็บไซต์มีคุณภาพสามารถสืบค้นข้อมูลต่างๆ ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์กร หน่วยงาน ข้อมูลข่าวสาร เนื้อหา บทความ ภาพ วิดีโอ ที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ โดยข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ขององค์กรควรอยู่ในอันดับต้น ๆ ของ Search Engine ปกติควรอยู่ในหน้าแรก สำหรับคำค้นที่มีอยู่ในเว็บไซต์ หรือคำค้นที่ค้นหาข้อมูลตรงกับเว็บไซต์อีกทั้งเว็บไซต์ควรมีการเชื่อมโยงกับสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ในวงกว้าง เช่น การเชื่อมโยงร่วมกันระหว่าง เว็บไซต์ (Website) เฟสบุ๊กแฟนเพจ (Fanpage Facebook) ยูทูบ แชนแนล (YouTube) หรือไลน์ (Line) เป็นต้น ผู้วิจัยเสนอว่าควรทำคู่มือหรืองานวิจัยที่เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล (SEO) ต่อไป

บรรณานุกรม

- กฤษมันต์ วัฒนามรงค์. (2554). การสร้างความเชื่อถือและการยอมรับสื่อออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2559, จาก www.thairath.co.th/content/181957
- เกศวิฑู ทิพยศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ บัณฑิตศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- จำลอง เงินดี. (2552). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย และกาญจนา สุคันธสิริกุล. ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย. วิจัย สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2544). คู่มือการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS. นนทบุรี: โรงพิมพ์นิติการพิมพ์.
- ปราโมทย์ ลือนาม. (2554). แนวความคิด และวิวัฒนาการของแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยี [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 9(1). 9-17.
- เปี่ยมสุข พุงกาวิ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาภายในของบุคลากร สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. วิจัย สำนักหอสมุดกลาง: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2555). เมื่อโลกเปลี่ยน : ถึงจุดเปลี่ยนแห่งการสื่อสาร. Communication Change ปีที่1 ฉบับที่1 มีนาคม 2555 หน้า 64-75
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2559). แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ). พิมพ์ครั้งที่ 1. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2559). แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ). ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3/ต.ค. 2559 ปีงบประมาณ 2560. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- โรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์. Search Engine. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2559, จาก http://www.shc.ac.th/shc_media_online/media_m4/information/information2.htm

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย ปี 2558 Thailand Internet User Profile 2015. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- สว่างงภา ส่วนงษา. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์ คอมพิวติ้ง ในสถาบันอุดมศึกษา. วิจัย คณะบริหารธุรกิจ วิชาเอกระบบสารสนเทศ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สันติ กอบการดี. (2557). ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการการจัดขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2557). นโยบายการบริหาร 2557-2560. สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2559, จาก www.arit.rmutt.ac.th/policy/
- สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2557). นโยบายการบริหาร 2557-2560. สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2559, จาก www.arit.rmutt.ac.th/ความเป็นมา/
- สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2559). สถิติข้อมูลปีการศึกษา 2559. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2559, จาก www.oreg.rmutt.ac.th/?p=5860
- อภิชาติ พุกสวัสดิ์ และ กุลทิพย์ ศาสตรระจิว. (2556). ศึกษาการประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสาร. วิทยานิพนธ์ ดุษฎีบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรทัย เลื่อนวัน. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษากิจกรรมพัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ. วิทยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ วิชาเอกการจัดการทั่วไป: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Krukoon. (2553). Search Engine คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2559, จาก <https://krukoon.wordpress.com/2010/04/19/search-engine-คืออะไร/>
- Mindphp. (2560). Search Engine คืออะไร เซิร์ท เอ็นจิน คือ เว็บไซต์ที่มีเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลต่างๆบนอินเทอร์เน็ต. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2560, จาก <http://www.mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร/2077-search-engine-คืออะไร.html>
- NipaAds. การทำ SEO คืออะไร แล้วสำคัญอย่างไร ?. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2560, จาก <https://www.nipa.co.th/blog-detail/การทำ-seo-คืออะไร-แล้วสำคัญอย่างไร>

- Wilaiphan S. **แนวโน้มเทรนด์เทคโนโลยีไทย 2559 (Top 10 Predictions for Thai ICT in 2016)**. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2560, จาก <https://www.appicadthai.com/art-inspire/แนวโน้มเทรนด์เทคโนโลยีไทย-2559>
- Davis, F. D. (1986). **A technology acceptance model for empirically testing new enduser information systems : theory and results**. Massachusetts Institute of Technology, Sloan School of Management.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. **MIS Quarterly**, 13(3), 319. doi: 10.2307/249008
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). **Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research**. Reading, MA: Addison-Wesley.
- fredcavazza.net. (2015). **Social Media Landscape 2015**. Retrieved date 8 September, 2016. from <https://fredcavazza.net/2015/06/03/social-media-landscape-2015/>
- Goran Čandrić. **browsers-icons**. Retrieved date 31 January, 2016 from <https://www.globaldots.com/googles-web-performance-best-practices-5-optimize-browser-rendering/browsers-icons/>
- Kast, F. E., & Rosenzweig, J. E. (1985). **Organization and management (4th ed.)**. New York: McGraw-Hill.
- Lewis, P.A.; Goodman, S.H.; and Fandt, P.M. (2004). **Management: challenges for tomorrow's leaders**. 4th. Ed. Mason, Ohio: Thomson Learning
- Muzaffar, B. (2016). **The Development and Validation of a Scale to Measure Training Culture: The TC Scale**. *Journal of Culture, Society and Development*. 23, [Online]. Available: www.iiste.org Retrieved
- Ranking web of Universities. (2017). **2017. Ranking Web of Universities. July New Edition**. Retrieved date 9 May, 2017 from <http://hdl.handle.net/1721.1/15192>
- Ranking web of Universities. (2017). **Thailand**. Retrieved date 31 January, 2017 from <http://www.webometrics.info/en/Asia/Thailand>



ภาคผนวก ก

- รายนามผู้เชี่ยวชาญประเมินแบบสอบถาม วิจัย การยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี
- หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ ประเมินแบบสอบถาม แบบสอบถาม วิจัย การยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี

รายนามผู้เชี่ยวชาญ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รายชื่อขอแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

1. รองอธิการบดี นายพงศ์พิชญ์ ต่วนภูษา
วุฒิการศึกษา : วิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (ปริญญาโท)
ตำแหน่ง : รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
สถานที่ติดต่อ : สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
39 หมู่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก
ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110
2. รองศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ พันธุ์ลำเจียก
วุฒิการศึกษา : ปริญญาเอกครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ตำแหน่ง : ผู้อำนวยการ สำนักบัณฑิตศึกษา
อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
สถานที่ติดต่อ : สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
39 หมู่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี
จังหวัดปทุมธานี 12110
3. ดร. ศรชัย บุตรแก้ว
วุฒิการศึกษา : ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ตำแหน่ง : ประธานหลักสูตรเทคโนโลยีมีลตมีเดีย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
สถานที่ติดต่อ : คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
39 หมู่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก
ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ ฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่เว็บไซต์ กลุ่มบริการสารสนเทศ

ที่ **วันที่** ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขออนุญาตเชิญผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

เนื่องด้วย ข้าพเจ้า นางสาวเบญสิริยา ปานบุญญเดช และ นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี สังกัด สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้จัดการอนุมัติให้จัดทำโครงการวิจัย เรื่อง การยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมี ผศ.ดร. สุภาพร คูพิมาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์สำนักฯ จัดทำหนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย จำนวน ๓ ท่าน ดังรายชื่อต่อไปนี้

๑. นายพงศ์พิชญ์ ต่วนภูษา ตำแหน่ง รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ พันธุ์ลำเจียก ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
๓. นายนิติ วิทย์วิโรจน์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

Bensiya

(นางสาวเบญสิริยา ปานบุญญเดช)

หัวหน้าฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่เว็บไซต์

๐๘ก.พ.๖๐ เวลา ๐๙:๔๓:๐๕ Non-PKI Server Sign
Signature Code : NgAyA-DMAMQ-BCADk-ANAAz

ลัยเทคโนโลยีราชมง



ความเห็น/ข้อสั่งการที่ ๑

เรียน ผอ.สวส

เพื่อโปรดพิจารณา

(นางอัญชัญ เกตุทับทิม)

หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป

๐๘ก.พ.๖๐ เวลา ๑๐:๒๕:๕๓ , Non-PKI Server Sign , Signature Code : QgAmA-DcAOA-BDADk-AQwAw

ความเห็น/ข้อสั่งการที่ ๒

อนุมัติ มอบงานสารบรรณ ทำบันทึกเชิญผู้เชี่ยวชาญ

(นายนิติ วิททยาภิโรจน์)

ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

๐๘ก.พ.๖๐ เวลา ๑๘:๒๕:๓๗ , Non-PKI Server Sign , Signature Code : MQBGA-EYAOQ-AwADc-AMABG





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ ฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่เว็บไซต์ กลุ่มบริการสารสนเทศ

ที่ **วันที่** ๕ เมษายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขออนุญาตเชิญผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

เนื่องด้วย ข้าพเจ้า นางสาวเบญสิริยา ปานบุญญเดช และ นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี สังกัด สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้จัดการอนุมัติให้จัดทำโครงการวิจัย เรื่อง การยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมี ผศ.ดร. สุภาพร คูพิมาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์สำนักฯ จัดทำหนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ท่าน ดังรายชื่อต่อไปนี้

๑. ดร. ศรชัย บุตรแก้ว ตำแหน่ง หัวหน้าสาขาเทคโนโลยีมีลดีมีเดีย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บุรี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

Bensiya

(นางสาวเบญสิริยา ปานบุญญเดช)

หัวหน้าฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่เว็บไซต์

๐๕เม.ย.๖๐ เวลา ๑๕:๔๘:๕๐ Non-PKI Server Sign

Signature Code : QwAoA-DMAMg-A๑AEI-AMwBD





ความเห็น/ข้อสั่งการที่ ๑

เรียน ผอ.สวส เพื่อโปรดพิจารณา

(นางอัญชัญ เกตุทัตติม)

หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป

๐๕เม.ย.๖๐ เวลา ๒๐:๕๓:๕๐ , Non-PKI Server Sign , Signature Code : OQA๒A-EIARA-AzADA-AQwA๓

ความเห็น/ข้อสั่งการที่ ๒

ทราบ มอบงานสารบรรณ

(นายนิติ วิททยาวิโรจน์)

ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

๐๗เม.ย.๖๐ เวลา ๑๐:๓๕:๐๒ , Non-PKI Server Sign , Signature Code : MQAmA-DkANQ-BDAEU-AMwA๔





ที่ ศธ ๐๕๗๘.๑๔/๗๒๕

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน นายพงศ์พิชญ์ ต่วนภูษา รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เนื่องด้วย นางสาวเบญจสิริยา ปานบุญญเดช และ นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี สังกัดสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับการอนุมัติให้จัดทำโครงการวิจัย เรื่อง การยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมี ผศ.ดร.สุภาพร คูพิมาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

ในการนี้ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถอย่างยิ่ง จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้แก่ นางสาวเบญจสิริยา ปานบุญญเดช และนางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี ดังสิ่งที่ส่งมาด้วย เพื่อประโยชน์ในการจัดทำโครงการวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นายนิติ วิทยาวิโรจน์)

ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

สำนักงานผู้อำนวยการ

โทร. ๐ ๒๕๔๙ ๓๐๗๖,๙

โทรสาร ๐ ๒๕๔๙ ๓๐๘๐

เทคโนโลยีราชม.



ที่ ศธ ๐๕๗๘.๑๔/ ๒๕๖๐

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ พันธุ์ลำเจียก ผู้อำนวยการสำนักบัณฑิตศึกษา

เนื่องด้วย นางสาวเบญสิริยา ปานบุญญเดช และ นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี สังกัดสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับการอนุมัติให้จัดทำโครงการวิจัย เรื่อง การยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมี ผศ.ดร.สุภาพร คูพิมาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

ในการนี้ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถอย่างยิ่ง จึงขอรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัยให้แก่ นางสาวเบญสิริยา ปานบุญญเดช และนางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี ดังสิ่งที่ส่งมาด้วย เพื่อประโยชน์ในการจัดทำโครงการวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นายนิติ วิทยาวิโรจน์)

ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

สำนักงานผู้อำนวยการ

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๓๐๗๖,๙

โทรสาร ๐ ๒๕๕๙ ๓๐๘๐





ที่ ศธ ๐๕๗๘.๑๔/ ๕๖๕

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒๑ เมษายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ศรชัย บุตรแก้ว หัวหน้าสาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เนื่องด้วย นางสาวเบญสิริยา ปานบุญญเดช และ นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี สังกัดสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับการอนุมัติให้จัดทำโครงการวิจัย เรื่อง การยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมี ผศ.ดร.สุภาพร คูพิมาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

ในการนี้ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถอย่างยิ่ง จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัยให้แก่ นางสาวเบญสิริยา ปานบุญญเดช และนางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี ดังสิ่งที่ส่งมาด้วย เพื่อประโยชน์ในการจัดทำโครงการวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นายนิติ วิทยาวิโรจน์)

ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

สำนักงานผู้อำนวยการ

โทร. ๐ ๒๕๔๙ ๓๐๗๖,๙

โทรสาร ๐ ๒๕๔๙ ๓๐๘๐





ภาคผนวก ข

- แบบประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ใช้สำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (IOC)
- แบบสอบถาม วิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สำหรับกลุ่มตัวอย่าง



แบบประเมินความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ

- ชื่อวิจัย** ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ผู้วิจัย** นางสาวเบญจสิริยา ปานบุญญเดช หัวหน้าโครงการวิจัย
นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี ผู้ร่วมวิจัย
ฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่เว็บไซต์ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร.ธัญบุรี
- ที่ปรึกษา** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร คูพิมาย

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือใช้วัดระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลบนเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ ขอให้ท่านพิจารณาข้อความของแบบประเมินว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นคำถามในแบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยต่อไป

เกณฑ์การประเมินความเหมาะสมของข้อความ

- +1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการ
- 0 หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการ
- 1 หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้
นางสาวเบญจสิริยา ปานบุญญเดช หัวหน้าโครงการวิจัย
นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี ผู้ร่วมวิจัย
โทร. 02 549 3083

รายละเอียดของแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านที่กรุณาสละเวลาเพื่อแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถาม กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงและความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ หญิง ชาย

2. อายุ

- 19 ปี 20 ปี 21 ปี 22 ปี 23 ปี
 24 ปี 25 ปี อื่นๆ ระบุ.....

3. กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี ชั้นปี (ระบุชั้นปีที่ศึกษา เช่น 1 / 2 / 3 / 4)

4. คณะที่ศึกษา

- คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
 คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะบริหารธุรกิจ
 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

5. สาขาวิชาที่ศึกษา

6. ในการรับรู้ข้อมูลและข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ท่านใช้งานจากที่ใดมากที่สุด ?

- ห้องเรียนที่มีคอมพิวเตอร์ ที่พักอาศัย
 อาคารวิทยบริการ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
 อินเทอร์เน็ตคาเฟ่

7. จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้งที่ท่านใช้คือ ?

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง 4 ชั่วโมง
 1 ชั่วโมง 5 ชั่วโมง
 2 ชั่วโมง 6 ชั่วโมง
 3 ชั่วโมง มากกว่า 6 ชั่วโมง

ส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

รายละเอียด	คะแนนการพิจารณา		
	+1	0	-1
8. ด้านเนื้อหา			
1) เนื้อหามีความถูกต้อง			
2) เนื้อหามีความทันสมัย			
3) เนื้อหาที่น่าสนใจ			
4) นำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง			
5) ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย			
6) เลือกใช้สีที่อ่านง่าย น่าสนใจ			
7) แบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลชัดเจน			
8) การเชื่อมโยง (link) ไปยังจุดต่างๆ และไฟล์ต่างๆ ถูกต้อง			
9) เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้			
10) มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ			
9. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์			
1) ข่าว มีภาพประกอบ			
2) ภาพเคลื่อนไหว (Animation)			
3) วิดีโอ (Video)			
4) อินโฟกราฟฟิก (Infographic)			
5) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)			
6) โปสเตอร์ Poster			
7) เอกสารดาวน์โหลด			
8) คิวอาร์โค้ด (QR Code)			
9) อื่นๆ (โปรดระบุ).....			
10. ประเภทสื่อออนไลน์			
1) เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th)			
2) ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th)			
3) ระบบห้องเรียนออนไลน์ (www.moodle.rmutt.ac.th)			
4) ฐานข้อมูลงานวิจัย (goo.gl/s72CaJ)			
5) คลังภาพ มหาวิทยาลัย (www.photo.rmutt.ac.th)			
6) แฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6)			
7) ช่องยูทูบแชนแนล (Youtube Channel) (www.youtube.com/user/RmuttChannel)			
8) ทวิตเตอร์ (Twitter) (twitter.com/pr_rmutt)			
9) กูเกิล (Google+) (plus.google.com/+rmutt)			
10) อื่นๆ (โปรดระบุ).....			

ส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

รายละเอียด	คะแนนการพิจารณา		
	+1	0	-1
11. การรับรู้ถึงประโยชน์			
1) สื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี			
2) สื่อออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้			
3) สื่อออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้			
4) สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล			
5) สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง			
6) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้			
7) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี สามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันได้			
8) สื่อออนไลน์นำเสนอผลงานของ นักศึกษา และบุคลากร ของ มทร.ธัญบุรีได้			
12. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน			
1) สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย			
2) สื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว			
3) สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ			
4) การจัดทำหมวดหมู่ประเภทข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ทำให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลที่สนใจ			
5) เครื่องมือในสื่อออนไลน์ใช้งานได้ง่ายและสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง			
6) มีการเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ			

ส่วนที่ 4 การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

รายละเอียด	คะแนนการพิจารณา		
	+1	0	-1
13. ทศนคติต่อการใช้			
1) ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี			
2) ท่านคิดว่าสื่อออนไลน์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ มทร.ธัญบุรี			
3) ท่านพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี			
4) ท่านชอบรูปแบบการนำเสนอสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี			
5) สื่อออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ได้ดียิ่งขึ้น			
6) การใช้สื่อออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษเพื่อตีพิมพ์สื่อ			

รายละเอียด	คะแนนการพิจารณา		
	+1	0	-1
14. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้			
1) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี			
2) ท่านใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ			
3) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต			
4) ท่านชักชวนคนรู้จัก หรือเพื่อน ๆ ให้ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี			
15. การใช้จริง			
1) ท่านแชร์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Youtube Channel เป็นต้น			
2) ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี			
3) ท่านต้องการใช้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ต่อไป			
4) ท่านโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือ วิดีโอ ที่เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ไว้ในสื่อออนไลน์ส่วนตัวของท่าน (ไม่รวมถึงการแชร์มาจากสื่อของ มทร.ธัญบุรี ที่มหาวิทยาลัยเป็นผู้ประชาสัมพันธ์)			
5) ท่านใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี อ้างอิงในการศึกษา			

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้แสดงความคิดเห็น

(.....)



แบบสอบถาม

- ชื่อวิจัย** ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ผู้วิจัย** นางสาวเบญจสิริยา ปานบุญญเดช หัวหน้าโครงการวิจัย
นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี ผู้ร่วมวิจัย
ฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่เว็บไซต์ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร.ธัญบุรี
- ที่ปรึกษา** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร คูพิมาย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้ศึกษาขอความกรุณาจากนักศึกษาทุกท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความคิดเห็นจริงของท่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษารูปแบบการรับรู้ข้อมูล ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. เพื่อศึกษาการรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. เพื่อศึกษาการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
4. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
5. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการรับรู้ข้อมูล ต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

แบบสอบถามประกอบด้วย

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี
- ส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี
- ส่วนที่ 4 การยอมรับการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

นางสาวเบญจสิริยา ปานบุญญเดช หัวหน้าโครงการวิจัย

นางสาววรรณวิสาข์ โพธิ์มณี ผู้ร่วมวิจัย

โทร. 02 549 3083

รายละเอียดของแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านที่กรุณาสละเวลาเพื่อแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถาม กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงและความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ หญิง ชาย

2. อายุ

- 19 ปี 20 ปี 21 ปี 22 ปี 23 ปี
 24 ปี 25 ปี อื่นๆ ระบุ.....

3. กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี ชั้นปี (ระบุชั้นปีที่ศึกษา เช่น 1 / 2 / 3 /4)

4. คณะที่ศึกษา

- คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
 คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะบริหารธุรกิจ
 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

5. สาขาวิชาที่ศึกษา

6. ในการรับรู้ข้อมูลและข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ท่านใช้งานจากที่ใดมากที่สุด ?

- ห้องเรียนที่มีคอมพิวเตอร์ ที่พักอาศัย
 อาคารวิทยบริการ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
 อินเทอร์เน็ตคาเฟ่

7. จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้งที่ท่านใช้คือ ?

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง 4 ชั่วโมง
 1 ชั่วโมง 5 ชั่วโมง
 2 ชั่วโมง 6 ชั่วโมง
 3 ชั่วโมง มากกว่า 6 ชั่วโมง

8. เวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ สูงสุดคือช่วงเวลาใด ?

- 08.00-12.00 น. 12.00-16.00 น. 16.00-20.00 น.
 20.00-24.00 น. 24.00-04.00 น. 04.00-08.00 น.

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน และช่องระดับความต้องการที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงและความคิดเห็นของท่านโดย พร้อมทั้งระบุระดับความถี่ของความถี่ (เลือกเฉพาะที่ท่านใช้งานอยู่จริงเท่านั้น)

กำหนดระดับคะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับ	มากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับ	มาก
3	หมายถึง	ระดับ	ปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับ	น้อย
1	หมายถึง	ระดับ	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

รายละเอียด	ระดับความต้องการ				
	5	4	3	2	1
9. ด้านเนื้อหา					
1) เนื้อหาที่มีความถูกต้อง					
2) เนื้อหาที่มีความทันสมัย					
3) เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ					
4) นำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง					
5) ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย					
6) เลือกใช้สีที่อ่านง่าย น่าสนใจ					
7) แบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลชัดเจน					
8) การเชื่อมโยง (link) ไปยังจุดต่างๆ และไฟล์ต่างๆ ถูกต้อง					
9) เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้					
10) มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ					
10. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์					
1) ข่าว มีภาพประกอบ					
2) ภาพเคลื่อนไหว (Animation)					
3) วิดีโอ (Video)					
4) อินโฟกราฟฟิก (Infographic)					
5) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)					
6) โปสเตอร์ Poster					
7) เอกสารดาวน์โหลด					
8) คิวอาร์โค้ด (QR Code)					
9) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

รายละเอียด	ระดับความต้องการ				
	5	4	3	2	1
11. ประเภทสื่อออนไลน์					
1) เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th)					
2) ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th)					
3) ระบบห้องเรียนออนไลน์ (www.moodle.rmutt.ac.th)					
4) ฐานข้อมูลงานวิจัย (goo.gl/s72CaJ)					
5) คลังภาพ มหาวิทยาลัย (www.photo.rmutt.ac.th)					
6) สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th)					
7) แฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6)					
8) ช่องยูทูปแชนแนล (Youtube Channel) (www.youtube.com/user/RmuttChannel)					
9) ทวิตเตอร์ (Twitter) (twitter.com/pr_rmutt)					
10) กูเกิล (Google+) (plus.google.com/+rmutt)					

11) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
.....

ส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

รายละเอียด	ระดับการรับรู้				
	5	4	3	2	1
12. การรับรู้ถึงประโยชน์					
1) สื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี					
2) สื่อออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้					
3) สื่อออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัย และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้					
4) สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล					
5) สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
6) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถ แลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้					
7) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี สามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันได้					
8) สื่อออนไลน์นำเสนอผลงานของ นักศึกษา และบุคลากร ของ มทร.ธัญบุรีได้					

รายละเอียด	ระดับการรับรู้				
	5	4	3	2	1
13. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน					
1) สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย					
2) สื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว					
3) สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ					
4) การจัดหมวดหมู่ประเภทข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ทำให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลที่สนใจ					
5) เครื่องมือในสื่อออนไลน์ใช้งานได้ง่ายและสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง					
6) มีการเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ					

ส่วนที่ 4 การยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

รายละเอียด	ระดับการยอมรับ				
	5	4	3	2	1
14. ทศนคติต่อการใช้					
1) ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี					
2) ท่านคิดว่าสื่อออนไลน์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ มทร.ธัญบุรี					
3) ท่านพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี					
4) ท่านชอบรูปแบบการนำเสนอสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี					
5) สื่อออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ได้ดียิ่งขึ้น					
6) การใช้สื่อออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษเพื่อตีพิมพ์สื่อ					
15. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้					
1) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี					
2) ท่านใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ					
3) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต					
4) ท่านชักชวนคนรู้จัก หรือเพื่อน ๆ ให้ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี					

รายละเอียด	ระดับการยอมรับ				
	5	4	3	2	1
16. การใช้จริง					
1) ท่านแชร์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Youtube Channel เป็นต้น					
2) ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ ของ มทร. ธัญบุรี					
3) ท่านต้องการใช้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ต่อไป					
4) ท่านโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือ วิดีโอ ที่เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ไว้ในสื่อออนไลน์ส่วนตัวของท่าน (ไม่รวมถึงการแชร์มาจากสื่อของ มทร.ธัญบุรี ที่มหาวิทยาลัยเป็นผู้ประชาสัมพันธ์)					
5) ท่านใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี อ้างอิงในการศึกษา					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้แสดงความคิดเห็น

(.....)





ภาคผนวก ค

- ผลคะแนนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (IOC) จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ วิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้/รูปแบบการรับรู้ข้อมูล และการยอมรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สำหรับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางผลคะแนนการประเมินตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (IOC)

ตารางสรุปผลการประเมินแบบประเมินความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ (ด้านสื่อออนไลน์) สำหรับผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศหรือผู้ที่มีความรู้ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านเว็บไซต์

รายละเอียด	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ผลการวิเคราะห์
	1	2	3		
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1. เพศ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. อายุ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มทร.ธัญบุรี ชั้นปีการศึกษา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. คณะที่ศึกษา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. สาขาวิชาที่ศึกษา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
6. ในการรับรู้ข้อมูลและข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ท่านใช้งานจากที่ใดมากที่สุด ?	1	1	1	1.00	ใช้ได้
7. จำนวนชั่วโมงต่อวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้งที่ท่านใช้คือ ?	1	1	1	1.00	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 1				1.00	
ข้อเสนอแนะ : เพิ่มช่วงเวลาที่ใช้ ปรับปรุงเป็น 8) เวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ สูงสุดคือช่วงเวลาใด ?					





ส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี					
9. ด้านเนื้อหา					
1) เนื้อหามีความถูกต้อง	1	0	1	0.67	ใช้ได้
2) เนื้อหามีความทันสมัย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3) เนื้อหาที่น่าสนใจ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4) นำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5) ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
6) เลือกใช้สีที่อ่านง่าย น่าสนใจ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
7) แบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลชัดเจน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
8) การเชื่อมโยง (link) ไปยังจุดต่างๆ และไฟล์ต่างๆ ถูกต้อง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
9) เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
10) มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 2 ข้อที่ 9. ด้านเนื้อหา				0.97	
10. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์					
1) ข่าว มีภาพประกอบ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2) ภาพเคลื่อนไหว (Animation)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3) วิดีโอ (Video)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4) อินโฟกราฟฟิก (Infographic)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)	0	1	1	0.67	ใช้ได้
6) โปสเตอร์ Poster	0	1	1	0.67	ใช้ได้
7) เอกสารดาวน์โหลด	1	1	1	1.00	ใช้ได้
8) คิวอาร์โค้ด (QR Code)	0	1	1	0.67	ใช้ได้
9) อื่นๆ (โปรดระบุ).....	0	1	1	0.67	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 2 ข้อที่ 9. ด้านเนื้อหา				0.85	





11. ประเภทสื่อออนไลน์					
1) เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2) ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3) ระบบห้องเรียนออนไลน์ (www.moodle.rmutt.ac.th)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4) ฐานข้อมูลงานวิจัย (goo.gl/s72CaJ)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5) คลังภาพ มหาวิทยาลัย (www.photo.rmutt.ac.th)	0	1	1	0.67	ใช้ได้
7) แฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
8) ช่องยูทูปแชนแนล (Youtube Channel) (www.youtube.com/user/RmuttChannel)	0	1	1	0.67	ใช้ได้
9) ทวิตเตอร์ (Twitter) (twitter.com/pr_rmutt)	0	1	1	0.67	ใช้ได้
10) กูเกิล (Google+) (plus.google.com/+rmutt)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
11) อื่นๆ (โปรดระบุ).....	0	1	1	0.67	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 2 ข้อที่ 9. ด้านเนื้อหา					0.87
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 2					0.90
ข้อเสนอแนะ : เพิ่มเว็บไซต์ปรับปรุงโดย 6) สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th)					
ส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี					
12. การรับรู้ถึงประโยชน์					
1) สื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2) สื่อออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3) สื่อออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4) สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5) สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
6) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
7) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี สามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันได้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
8) สื่อออนไลน์นำเสนอผลงานของ นักศึกษา และบุคลากร ของ มทร.ธัญบุรีได้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 3 ข้อที่ 12. การรับรู้ถึงประโยชน์					1.00

13. ความง่ายในการใช้งาน					
1) สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2) สื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3) สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4) การจัดหมวดหมู่ประเภทข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ทำให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลที่น่าสนใจ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5) เครื่องมือในสื่อออนไลน์ใช้งานได้ง่ายและสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
6) มีการเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 3 ข้อที่ 13. ความง่ายในการใช้งาน				1.00	
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 3				1.00	

ส่วนที่ 4 การยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์					
14.ทัศนคติต่อการใช้					
1) ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2) ท่านคิดว่าสื่อออนไลน์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ มทร.ธัญบุรี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3) ท่านพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4) ท่านชอบรูปแบบการนำเสนอสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5) สื่อออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ได้ดียิ่งขึ้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
6) การใช้สื่อออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษเพื่อตีพิมพ์สื่อ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 4 ข้อที่ 15. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้				1.00	
15. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้					
1) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2) ท่านใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4) ท่านชักชวนคนรู้จัก หรือเพื่อน ๆ ให้ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 4 ข้อที่ 15. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้				1.00	

16. การใช้จริง					
1) ท่านแชร์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Youtube Channel เป็นต้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2) ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3) ท่านต้องการใช้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ต่อไป	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4) ท่านโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือ วิดีโอ ที่เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ไว้ในสื่อออนไลน์ส่วนตัวของท่าน (ไม่รวมถึงการแชร์มาจากสื่อของ มทร.ธัญบุรี ที่มหาวิทยาลัยเป็นผู้ประชาสัมพันธ์)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5) ท่านใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ขอ มทร.ธัญบุรี อ้างอิงในการศึกษา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 4 ข้อที่ 16. การใช้จริง	1.00				
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 4	1.00				
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์	1	1	1	1.00	ใช้ได้
สรุปผลคะแนนเฉลี่ยส่วนที่ 5	1.00				
ค่าเฉลี่ยส่วนที่ 1-5 รวมระดับคะแนนเฉลี่ยทั้งสิ้น	0.98				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อเสนอแนะ

- เพิ่มช่วงเวลาที่ใช้

ปรับปรุงเป็นโดย

- เพิ่มคำถามข้อที่ 8) เวลาที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ สูงสุดคือช่วงเวลาใด ?

แบบสอบถามส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

- เพิ่มเว็บไซต์สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th)

ปรับปรุงเป็นโดย

- เพิ่มคำถามข้อที่ 6) สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th)



ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

1. เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	208	52.79	52.8	52.8
	หญิง	186	47.21	47.2	100.0
	Total	394	100.00	100.0	

2. อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	79	20.05	20.1	20.1
	20	81	20.56	20.6	40.6
	21	74	18.78	18.8	59.4
	22	103	26.14	26.1	85.5
	23	39	9.90	9.9	95.4
	24	9	2.28	2.3	97.7
	25	9	2.28	2.3	100.0
	Total	394	100.00	100.0	

3. ระดับชั้น

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	44	11.2	11.2	11.2
	2	96	24.4	24.4	35.5
	3	136	34.5	34.5	70.1
	4	112	28.4	28.4	98.5
	5	6	1.5	1.5	100.0
	Total	394	100.0	100.0	

4. คณะ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	คณะวิศวกรรมศาสตร์	81	20.6	20.6	20.6
	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	25	6.3	6.3	26.9
	คณะศิลปกรรมศาสตร์	27	6.9	6.9	33.8
	คณะเทคโนโลยีการเกษตร	29	7.4	7.4	41.1
	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	37	9.4	9.4	50.5
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	11	2.8	2.8	53.3
	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	24	6.1	6.1	59.4
	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	35	8.9	8.9	68.3
	คณะศิลปศาสตร์	25	6.3	6.3	74.6
	คณะบริหารธุรกิจ	94	23.9	23.9	98.5
	วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย	6	1.5	1.5	100.0
	Total	394	100.0	100.0	

5. ใช้งานที่

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ห้องเรียนที่มีคอมพิวเตอร์	108	27.4	27.4	27.4
อาคารวิทยบริการ	78	19.8	19.8	47.2
อินเทอร์เน็ตคาเฟ่	34	8.6	8.6	55.8
ที่พักอาศัย	174	44.2	44.2	100.0
Total	394	100.0	100.0	

6. จำนวนชั่วโมงต่อวัน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	10	2.5	2.5	2.5
1 ชั่วโมง	22	5.6	5.6	8.1
2 ชั่วโมง	37	9.4	9.4	17.5
3 ชั่วโมง	44	11.2	11.2	28.7
4 ชั่วโมง	39	9.9	9.9	38.6
5 ชั่วโมง	42	10.7	10.7	49.2
6 ชั่วโมง	36	9.1	9.1	58.4
มากกว่า 6 ชั่วโมง	164	41.6	41.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

7. เวลา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 08.00-12.00 น.	30	7.6	7.6	7.6
12.00-16.00 น.	70	17.8	17.8	25.4
16.00-20.00 น.	91	23.1	23.1	48.5
20.00-24.00 น.	190	48.2	48.2	96.7
24.00-04.00 น.	13	3.3	3.3	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8. ส่วนที่ 2 รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

8.1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับรูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี โดยรวม

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ด้านเนื้อหา	394	1.60	5.00	3.9701	.53137
ด้านรูปแบบ	389	1.50	5.00	3.8560	.60008
ประเภท	389	2.20	5.00	3.8388	.61297
ส่วนที่สองรวม	384	1.90	5.00	3.8904	.51435
Valid N (listwise)	384				

8.2 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านเนื้อหา

ด้านเนื้อหา	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1) เนื้อหาที่มีความถูกต้อง	394	1	5	4.04	.678
2) เนื้อหาที่มีความทันสมัย	394	2	5	4.03	.730
3) เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ	394	1	5	3.91	.741
4) นำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	394	1	5	3.95	.741
5) ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย	394	2	5	4.00	.703
6) เลือกใช้สีที่อ่านง่าย น่าสนใจ	394	1	5	3.89	.725
7) แบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลชัดเจน	394	1	5	3.99	.752
8) การเชื่อมโยง (link) ไปยังจุดต่างๆ และไฟล์ต่างๆ ถูกต้อง	394	1	5	3.95	.757
9) เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้	394	1	5	3.94	.781
10) มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ	394	1	5	4.00	.796
ด้านเนื้อหา	394	1.60	5.00	3.9701	.53137
Valid N (listwise)	394				

ด้านเนื้อหา

8.2.1 เนื้อหาที่มีความถูกต้อง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	3	.8	.8	1.3
ปานกลาง	62	15.7	15.7	17.0
มาก	238	60.4	60.4	77.4
มากที่สุด	89	22.6	22.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.2.2 เนื้อหาที่มีความทันสมัย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อย	9	2.3	2.3	2.3
ปานกลาง	72	18.3	18.3	20.6
มาก	211	53.6	53.6	74.1
มากที่สุด	102	25.9	25.9	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.2.3 เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	4	1.0	1.0	1.0
น้อย	2	.5	.5	1.5
ปานกลาง	97	24.6	24.6	26.1
มาก	221	56.1	56.1	82.2
มากที่สุด	70	17.8	17.8	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.2.4 นำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	6	1.5	1.5	2.3
ปานกลาง	91	23.1	23.1	25.4
มาก	217	55.1	55.1	80.5
มากที่สุด	77	19.5	19.5	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.2.5 ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	7	1.8	1.8	2.3
ปานกลาง	86	21.8	21.8	24.1
มาก	214	54.3	54.3	78.4
มากที่สุด	85	21.6	21.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.2.6 เลือกใช้สีที่อ่านง่าย น่าสนใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อย	3	.8	.8	.8
ปานกลาง	88	22.3	22.3	23.1
มาก	209	53.0	53.0	76.1
มากที่สุด	94	23.9	23.9	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.2.7 แบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลชัดเจน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	5	1.3	1.3	1.8
ปานกลาง	85	21.6	21.6	23.4
มาก	203	51.5	51.5	74.9
มากที่สุด	99	25.1	25.1	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.2.8 การเชื่อมโยง (link) ไปยังจุดต่างๆ และไฟล์ต่างๆ ถูกต้อง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	9	2.3	2.3	2.8
ปานกลาง	83	21.1	21.1	23.9
มาก	211	53.6	53.6	77.4
มากที่สุด	89	22.6	22.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.2.9 เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้ใช้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	4	1.0	1.0	1.0
น้อย	6	1.5	1.5	2.5
ปานกลาง	91	23.1	23.1	25.6
มาก	203	51.5	51.5	77.2
มากที่สุด	90	22.8	22.8	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.2.10 มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	6	1.5	1.5	2.3
ปานกลาง	89	22.6	22.6	24.9
มาก	187	47.5	47.5	72.3
มากที่สุด	109	27.7	27.7	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.3 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1) ชาว มีภาพประกอบ	394	1	5	4.11	.719
2) ภาพเคลื่อนไหว (Animation)	394	1	5	3.82	.836
3) วิดีโอ (Video)	394	1	5	3.81	.843
4) อินโฟกราฟฟิก (Infographic)	394	1	5	3.80	.774
5) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)	394	1	5	3.80	.779
6) โปสเตอร์ Poster	394	1	5	3.86	.788
7) เอกสารดาวน์โหลด	394	1	5	3.94	.759
8) คิวอาร์โค้ด (QR Code)	394	1	5	3.72	.835
ด้านรูปแบบ	389	1.50	5.00	3.8560	.60008
Valid N (listwise)	389				

ด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนสื่อออนไลน์

8.3.1 ชาว มีภาพประกอบ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	1	.3	.3	.5
ปานกลาง	73	18.5	18.5	19.0
มาก	197	50.0	50.0	69.0
มากที่สุด	122	31.0	31.0	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.3.2 ภาพเคลื่อนไหว (Animation)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	4	1.0	1.0	1.0
น้อย	14	3.6	3.6	4.6
ปานกลาง	112	28.4	28.4	33.0
มาก	181	45.9	45.9	78.9
มากที่สุด	83	21.1	21.1	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.3.3 วิดีโอ (Video)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	14	3.6	3.6	4.3
ปานกลาง	123	31.2	31.2	35.5
มาก	167	42.4	42.4	77.9
มากที่สุด	87	22.1	22.1	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.3.4 อินโฟกราฟฟิก (Infographic)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	12	3.0	3.0	3.8
ปานกลาง	111	28.2	28.2	32.0
มาก	203	51.5	51.5	83.5
มากที่สุด	65	16.5	16.5	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.3.5 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	11	2.8	2.8	3.3
ปานกลาง	121	30.7	30.7	34.0
มาก	189	48.0	48.0	82.0
มากที่สุด	71	18.0	18.0	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.3.6 โปสเตอร์ Poster

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	16	4.1	4.1	4.6
ปานกลาง	94	23.9	23.9	28.4
มาก	206	52.3	52.3	80.7
มากที่สุด	76	19.3	19.3	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.3.7 เอกสารดาวน์โหลด

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	8	2.0	2.0	2.3
ปานกลาง	96	24.4	24.4	26.6
มาก	198	50.3	50.3	76.9
มากที่สุด	91	23.1	23.1	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.3.8 คิวอาร์โค้ด (QR Code)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	5	1.3	1.3	1.3
น้อย	19	4.8	4.8	6.1
ปานกลาง	122	31.0	31.0	37.1
มาก	185	47.0	47.0	84.0
มากที่สุด	63	16.0	16.0	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านประเภทสื่อออนไลน์

ด้านประเภทสื่อออนไลน์	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1) เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th)	393	1	5	4.17	.766
2) ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th)	394	1	5	4.12	.845
3) ระบบห้องเรียนออนไลน์ (www.moodle.rmutt.ac.th)	394	1	5	3.89	.816
4) ฐานข้อมูลงานวิจัย (goo.gl/s72CaJ)	393	1	5	3.72	.809
5) คลังภาพ มหาวิทยาลัย (www.photo.rmutt.ac.th)	394	1	5	3.75	.810
6) สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th)	393	1	5	3.74	.803
7) แฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6)	394	1	5	3.93	.796
8) ช่องยูทูปแชนแนล (Youtube Channel) (www.youtube.com/user/RmuttChannel)	393	1	5	3.71	.883
9) ทวิตเตอร์ (Twitter) (twitter.com/pr_rmutt)	394	1	5	3.52	.920
10) กูเกิล (Google+) (plus.google.com/+rmutt)	393	1	5	3.85	.851
ประเภท	389	2.20	5.00	3.8388	.61297
Valid N (listwise)	389				

ด้านประเภทสื่อออนไลน์

8.4.1 เว็บไซต์มหาวิทยาลัย (www.rmutt.ac.th)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	5	1.3	1.3	2.0
ปานกลาง	55	14.0	14.0	16.0
มาก	192	48.7	48.7	64.7
มากที่สุด	139	35.3	35.3	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4.2 ระบบทะเบียนนักศึกษา (www.oreg.rmutt.ac.th)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	5	1.3	1.3	1.3
น้อย	8	2.0	2.0	3.3
ปานกลาง	65	16.5	16.5	19.8
มาก	171	43.4	43.4	63.2
มากที่สุด	145	36.8	36.8	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4.3 ระบบห้องเรียนออนไลน์ (www.moodle.rmutt.ac.th)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	10	2.5	2.5	3.3
ปานกลาง	106	26.9	26.9	30.2
มาก	182	46.2	46.2	76.4
มากที่สุด	93	23.6	23.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4.4 ฐานข้อมูลงานวิจัย (goo.gl/s72CaJ)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	15	3.8	3.8	4.6
ปานกลาง	135	34.3	34.3	38.8
มาก	176	44.7	44.7	83.5
มากที่สุด	65	16.5	16.5	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4.5 คลังภาพ มหาวิทยาลัย (www.photo.rmutt.ac.th)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	15	3.8	3.8	4.3
ปานกลาง	133	33.8	33.8	38.1
มาก	173	43.9	43.9	82.0
มากที่สุด	71	18.0	18.0	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4.6 สกู๊ปข่าว (www.pr.rmutt.ac.th)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	21	5.3	5.3	5.6
ปานกลาง	123	31.2	31.2	36.8
มาก	185	47.0	47.0	83.8
มากที่สุด	64	16.2	16.2	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4.7 แฟนเพจมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/rmutt.klong6)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	10	2.5	2.5	3.0
ปานกลาง	97	24.6	24.6	27.7
มาก	189	48.0	48.0	75.6
มากที่สุด	96	24.4	24.4	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4.8 ช่องยูทูปแชนแนล (Youtube Channel) (www.youtube.com/user/RmuttChannel)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	29	7.4	7.4	7.6
ปานกลาง	134	34.0	34.0	41.6
มาก	150	38.1	38.1	79.7
มากที่สุด	80	20.3	20.3	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4.9 ทวิตเตอร์ (Twitter) (twitter.com/pr_rmutt)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	9	2.3	2.3	2.3
น้อย	37	9.4	9.4	11.7
ปานกลาง	143	36.3	36.3	48.0
มาก	152	38.6	38.6	86.5
มากที่สุด	53	13.5	13.5	100.0
Total	394	100.0	100.0	

8.4.10 กูเกิล (Google+) (plus.google.com/+rmutt)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	21	5.3	5.3	6.1
ปานกลาง	95	24.1	24.1	30.2
มาก	188	47.7	47.7	77.9
มากที่สุด	87	22.1	22.1	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9. ส่วนที่ 3 การรับรู้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

9.1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี โดยรวม

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
รับรู้ประโยชน์	394	1.00	5.00	3.9975	.60037
ความง่ายในการใช้	394	1.00	5.00	3.9966	.61308
ส่วนที่สาม	394	1.00	5.00	3.9970	.57373
Valid N (listwise)	394				

9.2 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์

การรับรู้ถึงประโยชน์	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1) สื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี	394	1	5	4.04	.694
2) สื่อออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้	394	1	5	4.01	.699
3) สื่อออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้	394	1	5	3.99	.722
4) สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล	394	1	5	4.02	.746
5) สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด24 ชั่วโมง	394	1	5	4.07	.755
6) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้	394	1	5	3.91	.760
7) สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี สามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันได้	394	1	5	3.95	.754
8) สื่อออนไลน์นำเสนอผลงานของ นักศึกษา และบุคลากรของ มทร.ธัญบุรีได้	394	1	5	3.99	.734
รับรู้ประโยชน์	394	1.00	5.00	3.9975	.60037
Valid N (listwise)	394				

การรับรู้ถึงประโยชน์

9.2.1 สื่อออนไลน์ช่วยให้มีความรู้เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	4	1.0	1.0	1.3
ปานกลาง	70	17.8	17.8	19.0
มาก	224	56.9	56.9	75.9
มากที่สุด	95	24.1	24.1	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.2.2 สื่อออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	4	1.0	1.0	1.3
ปานกลาง	76	19.3	19.3	20.6
มาก	222	56.3	56.3	76.9
มากที่สุด	91	23.1	23.1	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.2.3 สื่อออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	4	1.0	1.0	1.3
ปานกลาง	87	22.1	22.1	23.4
มาก	209	53.0	53.0	76.4
มากที่สุด	93	23.6	23.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.2.4 สื่อออนไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	5	1.3	1.3	1.5
ปานกลาง	85	21.6	21.6	23.1
มาก	198	50.3	50.3	73.4
มากที่สุด	105	26.6	26.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.2.5 สื่อออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	8	2.0	2.0	2.3
ปานกลาง	69	17.5	17.5	19.8
มาก	200	50.8	50.8	70.6
มากที่สุด	116	29.4	29.4	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.2.6 สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	10	2.5	2.5	2.8
ปานกลาง	96	24.4	24.4	27.2
มาก	202	51.3	51.3	78.4
มากที่สุด	85	21.6	21.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.2.7 สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี สามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	7	1.8	1.8	2.0
ปานกลาง	94	23.9	23.9	25.9
มาก	199	50.5	50.5	76.4
มากที่สุด	93	23.6	23.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.2.8 สื่อออนไลน์นำเสนอผลงานของ นักศึกษา และบุคลากร ของ มทร.ธัญบุรีได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	7	1.8	1.8	2.0
ปานกลาง	81	20.6	20.6	22.6
มาก	211	53.6	53.6	76.1
มากที่สุด	94	23.9	23.9	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.3 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี ด้านความง่ายในการใช้งาน

ความง่ายในการใช้งาน	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1) สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย	394	1	5	4.03	.706
2) สื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว	394	1	5	4.02	.731
3) สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ	394	1	5	4.02	.738
4) การจัดหมวดหมู่ประเภทข่าวสารบนสื่อออนไลน์ ทำให้ ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลที่สนใจ	394	1	5	3.95	.760
5) เครื่องมือในสื่อออนไลน์ใช้งานได้ง่ายและสามารถ เรียนรู้ถึงวิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง	394	1	5	3.97	.751
6) มีการเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ	394	1	5	3.99	.738
ความง่ายในการใช้	394	1.00	5.00	3.9966	.61308
Valid N (listwise)	394				

9.3.1 สื่อออนไลน์ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	2	.5	.5	1.0
ปานกลาง	74	18.8	18.8	19.8
มาก	220	55.8	55.8	75.6
มากที่สุด	96	24.4	24.4	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.3.2 สื่อออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	5	1.3	1.3	1.8
ปานกลาง	75	19.0	19.0	20.8
มาก	215	54.6	54.6	75.4
มากที่สุด	97	24.6	24.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.3.3 สามารถกลับมาค้นหาข้อมูล หรืออ่านข้อมูลซ้ำได้เสมอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	6	1.5	1.5	2.0
ปานกลาง	74	18.8	18.8	20.8
มาก	214	54.3	54.3	75.1
มากที่สุด	98	24.9	24.9	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.3.4 การจัดหมวดหมู่ประเภทชาวสารบนสื่อออนไลน์ ทำให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลที่สนใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	10	2.5	2.5	3.0
ปานกลาง	82	20.8	20.8	23.9
มาก	212	53.8	53.8	77.7
มากที่สุด	88	22.3	22.3	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.3.5 เครื่องมือในสื่อออนไลน์ใช้งานได้ง่ายและสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	7	1.8	1.8	2.3
ปานกลาง	83	21.1	21.1	23.4
มาก	209	53.0	53.0	76.4
มากที่สุด	93	23.6	23.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

9.3.6 มีการเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	6	1.5	1.5	2.0
ปานกลาง	78	19.8	19.8	21.8
มาก	214	54.3	54.3	76.1
มากที่สุด	94	23.9	23.9	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10. ส่วนที่ 4 การยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์
 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร. รัษฎบุรี โดยรวม

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ทัศนคติ	394	1.50	5.00	4.0093	.57703
พฤติกรรม	394	1.50	5.00	4.0508	.64226
การใช้จริง	394	1.00	5.00	3.8711	.69034
ส่วนที่สี่	394	1.33	5.00	3.9770	.53859
Valid N (listwise)	394				

10.1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการยอมรับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.รัษฎบุรี ทัศนคติต่อการใช้ โดยรวม

ทัศนคติต่อการใช้	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1) ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร. รัษฎบุรี	394	1	5	4.06	.674
2) ท่านคิดว่าสื่อออนไลน์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ มทร.รัษฎบุรี	394	1	5	4.06	.718
3) ท่านพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.รัษฎบุรี	394	1	5	3.99	.750
4) ท่านชอบรูปแบบการนำเสนอสื่อออนไลน์ของ มทร. รัษฎบุรี	394	2	5	3.93	.720
5) สื่อออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ มทร.รัษฎบุรี ได้ดียิ่งขึ้น	394	1	5	4.00	.745
6) การใช้สื่อออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษเพื่อตีพิมพ์สื่อ	394	1	5	4.02	.746
ทัศนคติ	394	1.50	5.00	4.0093	.57703
Valid N (listwise)	394				

10.1.1 ท่านมีทัศนคติที่ต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	4	1.0	1.0	1.3
ปานกลาง	61	15.5	15.5	16.8
มาก	234	59.4	59.4	76.1
มากที่สุด	94	23.9	23.9	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.1.2 ท่านคิดว่าสื่อออนไลน์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ มทร.ธัญบุรี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	5	1.3	1.3	1.5
ปานกลาง	69	17.5	17.5	19.0
มาก	213	54.1	54.1	73.1
มากที่สุด	106	26.9	26.9	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.1.3 ท่านพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	7	1.8	1.8	2.3
ปานกลาง	79	20.1	20.1	22.3
มาก	210	53.3	53.3	75.6
มากที่สุด	96	24.4	24.4	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.1.4 ท่านชอบรูปแบบการนำเสนอสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อย	9	2.3	2.3	2.3
ปานกลาง	90	22.8	22.8	25.1
มาก	215	54.6	54.6	79.7
มากที่สุด	80	20.3	20.3	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.1.5 สื่อออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ได้ดียิ่งขึ้น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	9	2.3	2.3	2.5
ปานกลาง	76	19.3	19.3	21.8
มาก	211	53.6	53.6	75.4
มากที่สุด	97	24.6	24.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.1.6 การใช้สื่อออนไลน์ช่วยลดการใช้กระดาษเพื่อตีพิมพ์สื่อ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	7	1.8	1.8	2.0
ปานกลาง	79	20.1	20.1	22.1
มาก	204	51.8	51.8	73.9
มากที่สุด	103	26.1	26.1	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ โดยรวม

พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรก	394	1	5	4.07	.788
2) เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี	394	2	5	4.07	.765
3) ท่านใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ	394	1	5	4.10	.747
4) ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต	394	1	5	3.97	.795
5) ท่านชักชวนคนรู้จัก หรือเพื่อน ๆ ให้ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี	394	1	5	3.97	.795
พฤติกรรม	394	1.50	5.00	4.0508	.64226
Valid N (listwise)	394				

10.2.1 ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลของ มทร.ธัญบุรี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	7	1.8	1.8	2.5
ปานกลาง	70	17.8	17.8	20.3
มาก	193	49.0	49.0	69.3
มากที่สุด	121	30.7	30.7	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.2.2 ท่านใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อย	12	3.0	3.0	3.0
ปานกลาง	67	17.0	17.0	20.1
มาก	198	50.3	50.3	70.3
มากที่สุด	117	29.7	29.7	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.2.3 ท่านตั้งใจที่จะใช้งานสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	4	1.0	1.0	1.3
ปานกลาง	74	18.8	18.8	20.1
มาก	191	48.5	48.5	68.5
มากที่สุด	124	31.5	31.5	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.2.4 ท่านชักชวนคนรู้จัก หรือเพื่อน ๑ ให้ใช้งานสื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	11	2.8	2.8	3.6
ปานกลาง	80	20.3	20.3	23.9
มาก	202	51.3	51.3	75.1
มากที่สุด	98	24.9	24.9	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อออนไลน์ ของนักศึกษา มทร.ธัญบุรี การใช้จริง โดยรวม

การใช้จริง	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1) ท่านแชร์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Youtube Channel เป็นต้น	394	1	5	3.97	.822
2) ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี	394	1	5	3.69	.909
3) ท่านต้องการใช้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ต่อไป	394	1	5	4.03	.749
4) ท่านโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือ วิดีโอ ที่เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ไว้ในสื่อออนไลน์ส่วนตัวของท่าน (ไม่รวมถึงการแชร์มาจากสื่อของ มทร.ธัญบุรี ที่มหาวิทยาลัยเป็นผู้ประชาสัมพันธ์)	394	1	5	3.77	.913
5) ท่านใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี อ้างอิงในการศึกษา	394	1	5	3.90	.827
การใช้จริง	394	1.00	5.00	3.8711	.69034
Valid N (listwise)	394				

10.3.1 ท่านแชร์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook line Youtube Channel เป็นต้น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	4	1.0	1.0	1.0
น้อย	10	2.5	2.5	3.6
ปานกลาง	85	21.6	21.6	25.1
มาก	190	48.2	48.2	73.4
มากที่สุด	105	26.6	26.6	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.3.2 ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	9	2.3	2.3	2.3
น้อย	24	6.1	6.1	8.4
ปานกลาง	118	29.9	29.9	38.3
มาก	174	44.2	44.2	82.5
มากที่สุด	69	17.5	17.5	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.3.3 ท่านต้องการใช้สื่อออนไลน์ของ มทร.ธัญบุรี ต่อไป

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	5	1.3	1.3	1.5
ปานกลาง	83	21.1	21.1	22.6
มาก	196	49.7	49.7	72.3
มากที่สุด	109	27.7	27.7	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.3.4 ท่านโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือ วิดีโอ ที่เกี่ยวกับ มทร.ธัญบุรี ไว้ในสื่อออนไลน์ส่วนตัวของท่าน (ไม่รวมถึงการแชร์มาจากสื่อของ มทร.ธัญบุรี ที่มหาวิทยาลัยเป็นผู้ประชาสัมพันธ์)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	11	2.8	2.8	2.8
น้อย	19	4.8	4.8	7.6
ปานกลาง	96	24.4	24.4	32.0
มาก	191	48.5	48.5	80.5
มากที่สุด	77	19.5	19.5	100.0
Total	394	100.0	100.0	

10.3.5 ท่านใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ของ มทร.ธัญบุรี อ้างอิงในการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	15	3.8	3.8	4.6
ปานกลาง	94	23.9	23.9	28.4
มาก	190	48.2	48.2	76.6
มากที่สุด	92	23.4	23.4	100.0
Total	394	100.0	100.0	

T-TEST GROUPS=เพศ(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=รวม4.การยอมรับFGH
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
รวม4.การยอมรับFGH	Equal variances assumed	2.878	.091	.378	392	.706	.02056	.05441	-.08641	.12754
	Equal variances not assumed			.375	369.510	.708	.02056	.05483	-.08725	.12837

Notes

Output Created		08-SEP-2017 14:01:35
Comments		
Input	Data Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Definition of Missing	D:\Spss01.sav DataSet0 <none> <none> <none> 394
Missing Value Handling	Cases Used	User defined missing values are treated as missing. Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=เพศ(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=รวม4.การยอมรับFGH /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.03 00:00:00.08

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
การยอมรับ	1	208	3.9868	.50315	.03489
	2	186	3.9662	.57682	.04229

รวม4.การยอมรับ Oneway

Notes

Output Created			08-SEP-2017 14:03:00
Comments			
Input	Data Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	D:\Spss01.sav DataSet0 <none> <none> <none>	
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis. ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY อายุ /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).	394
Syntax			
Resources	Processor Time Elapsed Time		00:00:00.03 00:00:00.06

Descriptives

รวม4.การยอมรับFGH

อายุ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
19	79	4.0608	.47245	.05315	3.9550	4.1667	3.05	5.00
20	81	3.8857	.50573	.05619	3.7739	3.9976	2.75	5.00
21	74	3.9428	.57788	.06718	3.8089	4.0767	2.19	5.00
22	103	4.0278	.62146	.06123	3.9064	4.1493	1.33	5.00
23	39	3.9097	.35431	.05674	3.7948	4.0245	3.26	4.70
24	9	3.9284	.65898	.21966	3.4219	4.4349	2.92	5.00
25	9	4.1043	.52277	.17426	3.7025	4.5062	3.33	5.00
Total	394	3.9770	.53859	.02713	3.9237	4.0304	1.33	5.00

รวม4.การยอมรับFGH

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.926	6	.321	1.109	.356
Within Groups	112.074	387	.290		
Total	114.000	393			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวม4.การยอมรับFGH

LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
19 ปี	20 ปี	.17510*	.08509	.040	.0078	.3424
	21 ปี	.11804	.08706	.176	-.0531	.2892
	22 ปี	.03300	.08048	.682	-.1252	.1912
	23 ปี	.15114	.10532	.152	-.0559	.3582
	24 ปี	.13243	.18932	.485	-.2398	.5047
	25 ปี	-.04349	.18932	.818	-.4157	.3287
20 ปี	19 ปี	-.17510*	.08509	.040	-.3424	-.0078
	21 ปี	-.05706	.08654	.510	-.2272	.1131
	22 ปี	-.14210	.07992	.076	-.2992	.0150
	23 ปี	-.02395	.10488	.819	-.2302	.1823
	24 ปี	-.04266	.18908	.822	-.4144	.3291
	25 ปี	-.21859	.18908	.248	-.5903	.1532
21 ปี	19 ปี	-.11804	.08706	.176	-.2892	.0531
	20 ปี	.05706	.08654	.510	-.1131	.2272
	22 ปี	-.08504	.08201	.300	-.2463	.0762
	23 ปี	.03311	.10648	.756	-.1763	.2425
	24 ปี	.01440	.18998	.940	-.3591	.3879
	25 ปี	-.16153	.18998	.396	-.5350	.2120
22 ปี	19 ปี	-.03300	.08048	.682	-.1912	.1252
	20 ปี	.14210	.07992	.076	-.0150	.2992
	21 ปี	.08504	.08201	.300	-.0762	.2463
	23 ปี	.11815	.10118	.244	-.0808	.3171
	24 ปี	.09944	.18705	.595	-.2683	.4672
	25 ปี	-.07649	.18705	.683	-.4443	.2913
23 ปี	19 ปี	-.15114	.10532	.152	-.3582	.0559
	20 ปี	.02395	.10488	.819	-.1823	.2302
	21 ปี	-.03311	.10648	.756	-.2425	.1763
	22 ปี	-.11815	.10118	.244	-.3171	.0808
	24 ปี	-.01871	.19900	.925	-.4100	.3726
	25 ปี	-.19463	.19900	.329	-.5859	.1966
24 ปี	19 ปี	-.13243	.18932	.485	-.5047	.2398



	20 ปี	.04266	.18908	.822	-.3291	.4144
	21 ปี	-.01440	.18998	.940	-.3879	.3591
	22 ปี	-.09944	.18705	.595	-.4672	.2683
	23 ปี	.01871	.19900	.925	-.3726	.4100
	25 ปี	-.17593	.25368	.488	-.6747	.3228
	19 ปี	.04349	.18932	.818	-.3287	.4157
	20 ปี	.21859	.18908	.248	-.1532	.5903
	21 ปี	.16153	.18998	.396	-.2120	.5350
25 ปี	22 ปี	.07649	.18705	.683	-.2913	.4443
	23 ปี	.19463	.19900	.329	-.1966	.5859
	24 ปี	.17593	.25368	.488	-.3228	.6747



*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

การยอมรับ **Oneway**

Notes

Output Created			08-SEP-2017 14:04:33
Comments			
Input	Data Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	D:\Spss01.sav DataSet0 <none> <none> <none>	
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.	394
Syntax		ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY ปี /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).	
Resources	Processor Time Elapsed Time		00:00:00.02 00:00:00.02

Descriptives

การยอมรับ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	44	4.0699	.44597	.06723	3.9344	4.2055	3.12	4.93
2	96	4.0030	.51483	.05254	3.8986	4.1073	2.87	5.00
3	136	3.9086	.59561	.05107	3.8076	4.0096	1.33	5.00
4	112	4.0346	.50478	.04770	3.9401	4.1291	2.56	5.00
5	6	3.3593	.26506	.10821	3.0811	3.6374	3.00	3.73
Total	394	3.9770	.53859	.02713	3.9237	4.0304	1.33	5.00



ANOVA

ขั้นที่ กับการยอมรับ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.742	4	.936	3.301	.011
Within Groups	110.258	389	.283		
Total	114.000	393			

Post Hoc Tests



Multiple Comparisons

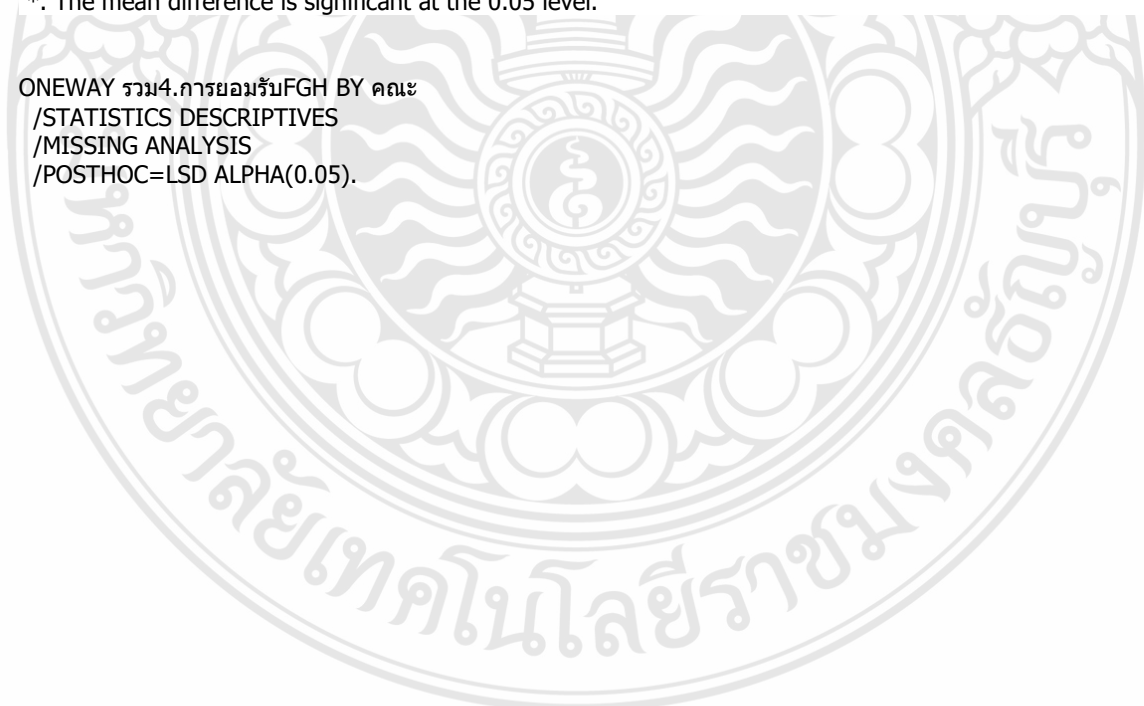
Dependent Variable: รวม4.การยอมรับFGH

LSD

(I) ี	(J) ี	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	.06700	.09692	.490	-.1236	.2576
	3	.16137	.09234	.081	-.0202	.3429
	4	.03538	.09472	.709	-.1509	.2216
	5	.71069*	.23169	.002	.2552	1.1662
2	1	-.06700	.09692	.490	-.2576	.1236
	3	.09437	.07097	.184	-.0452	.2339
	4	-.03162	.07405	.670	-.1772	.1140
3	5	.64369*	.22404	.004	.2032	1.0842
	1	-.16137	.09234	.081	-.3429	.0202
	2	-.09437	.07097	.184	-.2339	.0452
4	4	-.12599	.06793	.064	-.2596	.0076
	5	.54932*	.22209	.014	.1127	.9860
	1	-.03538	.09472	.709	-.2216	.1509
5	2	.03162	.07405	.670	-.1140	.1772
	3	.12599	.06793	.064	-.0076	.2596
	5	.67531*	.22309	.003	.2367	1.1139
5	1	-.71069*	.23169	.002	-1.1662	-.2552
	2	-.64369*	.22404	.004	-1.0842	-.2032
	3	-.54932*	.22209	.014	-.9860	-.1127
	4	-.67531*	.22309	.003	-1.1139	-.2367

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY คณะ
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /MISSING ANALYSIS
 /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).



**Oneway****Notes**

Output Created			08-SEP-2017 14:05:02
Comments			
Input	Data Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	D:\Spss01.sav DataSet0 <none> <none> <none>	
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis. ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY คณะ /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).	394
Syntax			
Resources	Processor Time Elapsed Time		00:00:00.03 00:00:00.03





Descriptives

คณะ กัับการยอมรับFGH

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1 คณะวิศวกรรมศาสตร์	81	3.8608	.62501	.06945	3.7226	3.9990	1.33	5.00
2 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	25	4.1642	.38095	.07619	4.0070	4.3215	3.24	4.86
3 คณะศิลปกรรมศาสตร์	27	3.8469	.53487	.10294	3.6353	4.0585	3.00	5.00
4 คณะเทคโนโลยีการเกษตร	29	4.0634	.37429	.06950	3.9210	4.2058	3.00	5.00
5 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	37	4.0341	.48210	.07926	3.8733	4.1948	3.00	4.89
6 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	11	3.6843	.45322	.13665	3.3799	3.9888	3.00	4.34
7 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	24	3.7856	.57624	.11762	3.5423	4.0290	2.19	5.00
8 คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	35	3.9021	.57760	.09763	3.7037	4.1005	2.56	5.00
9 คณะศิลปศาสตร์	25	4.2076	.44956	.08991	4.0220	4.3931	3.22	4.93
10 คณะบริหารธุรกิจ	94	4.0509	.53293	.05497	3.9417	4.1600	2.59	5.00
11 วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย	6	4.2056	.24606	.10045	3.9473	4.4638	3.94	4.61
Total	394	3.9770	.53859	.02713	3.9237	4.0304	1.33	5.00





ANOVA

รวม4.การยอมรับFGH

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.938	10	.694	2.482	.007
Within Groups	107.063	383	.280		
Total	114.000	393			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวม4.การยอมรับFGH

LSD

(I) คณะ	(J) คณะ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-.30345*	.12097	.013	-.5413	-.0656
	3	.01385	.11749	.906	-.2172	.2449
	4	-.20264	.11441	.077	-.4276	.0223
	5	-.17332	.10491	.099	-.3796	.0330
	6	.17642	.16989	.300	-.1576	.5105
	7	.07512	.12288	.541	-.1665	.3167
	8	-.04130	.10695	.700	-.2516	.1690
	9	-.34679*	.12097	.004	-.5846	-.1089
	10	-.19012*	.08016	.018	-.3477	-.0325
	11	-.34479	.22370	.124	-.7846	.0950
	2	1	.30345*	.12097	.013	.0656
3		.31731*	.14675	.031	.0288	.6058
4		.10081	.14429	.485	-.1829	.3845
5		.13014	.13688	.342	-.1390	.3993
6		.47988*	.19130	.013	.1038	.8560
7		.37857*	.15109	.013	.0815	.6756
8		.26216	.13845	.059	-.0101	.5344
9		-.04333	.14954	.772	-.3374	.2507
10		.11334	.11898	.341	-.1206	.3473
11		-.04133	.24036	.864	-.5139	.4312
3		1	-.01385	.11749	.906	-.2449
	2	-.31731*	.14675	.031	-.6058	-.0288
	4	-.21650	.14139	.127	-.4945	.0615
	5	-.18717	.13382	.163	-.4503	.0759
	6	.16257	.18912	.391	-.2093	.5344
	7	.06127	.14833	.680	-.2304	.3529
	8	-.05515	.13543	.684	-.3214	.2111
	9	-.36064*	.14675	.014	-.6492	-.0721
	10	-.20397	.11544	.078	-.4310	.0230
	11	-.35864	.23863	.134	-.8278	.1105
	4	1	.20264	.11441	.077	-.0223
2		-.10081	.14429	.485	-.3845	.1829
3		.21650	.14139	.127	-.0615	.4945
5		.02933	.13113	.823	-.2285	.2871
6		.37907*	.18722	.044	.0110	.7472
7		.27776	.14590	.058	-.0091	.5646
8		.16135	.13276	.225	-.0997	.4224
9		-.14415	.14429	.318	-.4279	.1396
10		.01252	.11231	.911	-.2083	.2333
11		-.14215	.23713	.549	-.6084	.3241
5		1	.17332	.10491	.099	-.0330
	2	-.13014	.13688	.342	-.3993	.1390
	3	.18717	.13382	.163	-.0759	.4503

	4	-.02933	.13113	.823	-.2871	.2285
	6	.34974	.18157	.055	-.0073	.7067
	7	.24844	.13857	.074	-.0240	.5209
	8	.13202	.12467	.290	-.1131	.3771
	9	-.17347	.13688	.206	-.4426	.0957
	10	-.01680	.10261	.870	-.2186	.1849
	11	-.17147	.23269	.462	-.6290	.2860
	1	-.17642	.16989	.300	-.5105	.1576
	2	-.47988*	.19130	.013	-.8560	-.1038
	3	-.16257	.18912	.391	-.5344	.2093
	4	-.37907*	.18722	.044	-.7472	-.0110
6	5	-.34974	.18157	.055	-.7067	.0073
	7	-.10130	.19251	.599	-.4798	.2772
	8	-.21772	.18275	.234	-.5770	.1416
	9	-.52321*	.19130	.007	-.8993	-.1471
	10	-.36654*	.16848	.030	-.6978	-.0353
	11	-.52121	.26833	.053	-1.0488	.0064
	1	-.07512	.12288	.541	-.3167	.1665
	2	-.37857*	.15109	.013	-.6756	-.0815
	3	-.06127	.14833	.680	-.3529	.2304
	4	-.27776	.14590	.058	-.5646	.0091
7	5	-.24844	.13857	.074	-.5209	.0240
	6	.10130	.19251	.599	-.2772	.4798
	8	-.11642	.14012	.407	-.3919	.1591
	9	-.42191*	.15109	.005	-.7190	-.1248
	10	-.26524*	.12092	.029	-.5030	-.0275
	11	-.41991	.24132	.083	-.8944	.0546
	1	.04130	.10695	.700	-.1690	.2516
	2	-.26216	.13845	.059	-.5344	.0101
	3	.05515	.13543	.684	-.2111	.3214
	4	-.16135	.13276	.225	-.4224	.0997
8	5	-.13202	.12467	.290	-.3771	.1131
	6	.21772	.18275	.234	-.1416	.5770
	7	.11642	.14012	.407	-.1591	.3919
	9	-.30549*	.13845	.028	-.5777	-.0333
	10	-.14882	.10469	.156	-.3547	.0570
	11	-.30349	.23362	.195	-.7628	.1558
	1	.34679*	.12097	.004	.1089	.5846
	2	.04333	.14954	.772	-.2507	.3374
	3	.36064*	.14675	.014	.0721	.6492
	4	.14415	.14429	.318	-.1396	.4279
	5	.17347	.13688	.206	-.0957	.4426
9	6	.52321*	.19130	.007	.1471	.8993
	7	.42191*	.15109	.005	.1248	.7190
	8	.30549*	.13845	.028	.0333	.5777
	10	.15667	.11898	.189	-.0773	.3906
	11	.00200	.24036	.993	-.4706	.4746
	1	.19012*	.08016	.018	.0325	.3477
	2	-.11334	.11898	.341	-.3473	.1206
	3	.20397	.11544	.078	-.0230	.4310
	4	-.01252	.11231	.911	-.2333	.2083
	5	.01680	.10261	.870	-.1849	.2186
10	6	.36654*	.16848	.030	.0353	.6978
	7	.26524*	.12092	.029	.0275	.5030
	8	.14882	.10469	.156	-.0570	.3547
	9	-.15667	.11898	.189	-.3906	.0773
	11	-.15467	.22263	.488	-.5924	.2831
	1	.34479	.22370	.124	-.0950	.7846
	2	.04133	.24036	.864	-.4312	.5139
11	3	.35864	.23863	.134	-.1105	.8278
	4	.14215	.23713	.549	-.3241	.6084
	5	.17147	.23269	.462	-.2860	.6290

6	.52121	.26833	.053	-.0064	1.0488
7	.41991	.24132	.083	-.0546	.8944
8	.30349	.23362	.195	-.1558	.7628
9	-.00200	.24036	.993	-.4746	.4706
10	.15467	.22263	.488	-.2831	.5924

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.



ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY ใช้งานที่

Notes

Output Created		08-SEP-2017 14:05:24
Comments		
Input	Data Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	D:\Spss01.sav DataSet0 <none> <none> <none> 394
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
Syntax		ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY ใช้งานที่ /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.03

Descriptives

รวม4.การยอมรับFGH

ใช้งานที่	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ห้องเรียนที่มีคอมพิวเตอร์	108	3.9511	.54357	.05230	3.8474	4.0548	2.44	5.00
อาคารวิทยบริการ	78	4.0775	.46707	.05289	3.9722	4.1828	2.79	5.00
อินเทอร์เน็ตคาเฟ่	34	3.9373	.46130	.07911	3.7763	4.0982	2.75	5.00
ที่พักอาศัย	174	3.9559	.57688	.04373	3.8696	4.0422	1.33	5.00
Total	394	3.9770	.53859	.02713	3.9237	4.0304	1.33	5.00

ANOVA

รวม4.การยอมรับFGH

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.991	3	.330	1.140	.333
Within Groups	113.009	390	.290		
Total	114.000	393			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวม4.การยอมรับFGH

LSD

(I) ใช้งานที่	(J) ใช้งานที่	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-.12641	.07999	.115	-.2837	.0308
	3	.01383	.10586	.896	-.1943	.2219
	4	-.00483	.06594	.942	-.1345	.1248
2	1	.12641	.07999	.115	-.0308	.2837
	3	.14024	.11062	.206	-.0773	.3577
	4	.12159	.07335	.098	-.0226	.2658
3	1	-.01383	.10586	.896	-.2219	.1943
	2	-.14024	.11062	.206	-.3577	.0773
	4	-.01865	.10093	.853	-.2171	.1798
4	1	.00483	.06594	.942	-.1248	.1345
	2	-.12159	.07335	.098	-.2658	.0226
	3	.01865	.10093	.853	-.1798	.2171

ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY ชั่วโมงต่อวัน

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Notes

Output Created		08-SEP-2017 14:05:38
Comments		
Input	Data Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	D:\Spss01.sav DataSet0 <none> <none> <none> 394
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
Syntax		ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY ชั่วโมงต่อวัน /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.02



ชั่วโมงต่อวัน

Descriptives

รวม4.การยอมรับFGH

ชั่วโมงต่อวัน	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	10	3.8672	.45284	.14320	3.5433	4.1912	3.02	4.50
1 ชั่วโมง	22	4.2134	.33212	.07081	4.0661	4.3606	3.64	4.83
2 ชั่วโมง	37	4.0108	.55489	.09122	3.8258	4.1958	2.94	5.00
3 ชั่วโมง	44	3.9933	.43394	.06542	3.8614	4.1252	3.21	5.00
4 ชั่วโมง	39	3.9531	.43016	.06888	3.8137	4.0926	3.09	4.82
5 ชั่วโมง	42	3.9247	.64854	.10007	3.7226	4.1268	2.19	5.00
6 ชั่วโมง	36	3.8474	.57879	.09646	3.6515	4.0432	2.56	5.00
มากกว่า 6 ชั่วโมง	164	3.9876	.56748	.04431	3.9001	4.0751	1.33	5.00
Total	394	3.9770	.53859	.02713	3.9237	4.0304	1.33	5.00





ANOVA

รวม4.การยอมรับFGH

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.164	7	.309	1.067	.384
Within Groups	111.836	386	.290		
Total	114.000	393			





Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวม4.การยอมรับFGH
LSD

(I) ชั่วโมงต่อวัน	(J) ชั่วโมงต่อวัน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง	-.34616	.20529	.093	-.7498	.0575
	2 ชั่วโมง	-.14359	.19184	.455	-.5208	.2336
	3 ชั่วโมง	-.12609	.18857	.504	-.4968	.2447
	4 ชั่วโมง	-.08591	.19079	.653	-.4610	.2892
	5 ชั่วโมง	-.05751	.18940	.762	-.4299	.3149
	6 ชั่วโมง	.01985	.19241	.918	-.3585	.3981
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	-.12038	.17533	.493	-.4651	.2243
1 ชั่วโมง	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	.34616	.20529	.093	-.0575	.7498
	2 ชั่วโมง	.20257	.14491	.163	-.0823	.4875
	3 ชั่วโมง	.22008	.14055	.118	-.0563	.4964
	4 ชั่วโมง	.26025	.14352	.071	-.0219	.5424
	5 ชั่วโมง	.28865*	.14166	.042	.0101	.5672
	6 ชั่วโมง	.36601*	.14566	.012	.0796	.6524
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	.22578	.12221	.065	-.0145	.4661
2 ชั่วโมง	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	.14359	.19184	.455	-.2336	.5208
	1 ชั่วโมง	-.20257	.14491	.163	-.4875	.0823
	3 ชั่วโมง	.01750	.12006	.884	-.2186	.2536
	4 ชั่วโมง	.05768	.12353	.641	-.1852	.3006
	5 ชั่วโมง	.08608	.12136	.479	-.1525	.3247
	6 ชั่วโมง	.16343	.12601	.195	-.0843	.4112
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	.02321	.09797	.813	-.1694	.2158
3 ชั่วโมง	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	.12609	.18857	.504	-.2447	.4968
	1 ชั่วโมง	-.22008	.14055	.118	-.4964	.0563
	2 ชั่วโมง	-.01750	.12006	.884	-.2536	.2186
	4 ชั่วโมง	.04017	.11838	.735	-.1926	.2729
	5 ชั่วโมง	.06857	.11612	.555	-.1597	.2969
	6 ชั่วโมง	.14593	.12097	.228	-.0919	.3838
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	.00571	.09139	.950	-.1740	.1854



	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	.08591	.19079	.653	-.2892	.4610
	1 ชั่วโมง	-.26025	.14352	.071	-.5424	.0219
	2 ชั่วโมง	-.05768	.12353	.641	-.3006	.1852
4 ชั่วโมง	3 ชั่วโมง	-.04017	.11838	.735	-.2729	.1926
	5 ชั่วโมง	.02840	.11970	.813	-.2069	.2637
	6 ชั่วโมง	.10576	.12441	.396	-.1388	.3504
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	-.03447	.09589	.719	-.2230	.1541
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	.05751	.18940	.762	-.3149	.4299
	1 ชั่วโมง	-.28865*	.14166	.042	-.5672	-.0101
	2 ชั่วโมง	-.08608	.12136	.479	-.3247	.1525
5 ชั่วโมง	3 ชั่วโมง	-.06857	.11612	.555	-.2969	.1597
	4 ชั่วโมง	-.02840	.11970	.813	-.2637	.2069
	6 ชั่วโมง	.07736	.12226	.527	-.1630	.3177
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	-.06287	.09309	.500	-.2459	.1202
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	-.01985	.19241	.918	-.3981	.3585
	1 ชั่วโมง	-.36601*	.14566	.012	-.6524	-.0796
	2 ชั่วโมง	-.16343	.12601	.195	-.4112	.0843
6 ชั่วโมง	3 ชั่วโมง	-.14593	.12097	.228	-.3838	.0919
	4 ชั่วโมง	-.10576	.12441	.396	-.3504	.1388
	5 ชั่วโมง	-.07736	.12226	.527	-.3177	.1630
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	-.14023	.09907	.158	-.3350	.0546
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	.12038	.17533	.493	-.2243	.4651
	1 ชั่วโมง	-.22578	.12221	.065	-.4661	.0145
	2 ชั่วโมง	-.02321	.09797	.813	-.2158	.1694
มากกว่า 6 ชั่วโมง	3 ชั่วโมง	-.00571	.09139	.950	-.1854	.1740
	4 ชั่วโมง	.03447	.09589	.719	-.1541	.2230
	5 ชั่วโมง	.06287	.09309	.500	-.1202	.2459
	6 ชั่วโมง	.14023	.09907	.158	-.0546	.3350

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.



ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY เวลาที่ใช้
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /MISSING ANALYSIS
 /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).



Oneway

Notes

Output Created		08-SEP-2017 14:05:52
Comments		
Input	Data	D:\Spss01.sav
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	394
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used		Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
		ONEWAY รวม4.การยอมรับFGH BY เวลาที่ใช้ /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).
Syntax		
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.03

[DataSet0] D:\Spss01.sav





Descriptives

รวม4.การยอมรับFGH

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	30	3.9476	.48856	.08920	3.7652	4.1300	3.00	5.00
2	70	3.9694	.48465	.05793	3.8539	4.0850	3.00	5.00
3	91	3.9565	.58404	.06122	3.8348	4.0781	1.33	5.00
4	190	4.0137	.52854	.03834	3.9380	4.0893	2.56	5.00
5	13	3.6949	.70798	.19636	3.2670	4.1227	2.44	4.83
Total	394	3.9770	.53859	.02713	3.9237	4.0304	1.33	5.00



ANOVA

รวม4.การยอมรับFGH

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.358	4	.340	1.173	.322
Within Groups	112.642	389	.290		
Total	114.000	393			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวม4.การยอมรับFGH

LSD

(I) เวลาที่ใช้	(J) เวลาที่ใช้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-.02185	.11743	.852	-.2527	.2090
	3	-.00888	.11329	.938	-.2316	.2139
	4	-.06606	.10572	.532	-.2739	.1418
	5	.25272	.17868	.158	-.0986	.6040
2	1	.02185	.11743	.852	-.2090	.2527
	3	.01297	.08555	.880	-.1552	.1812
	4	-.04421	.07524	.557	-.1921	.1037
	5	.27457	.16252	.092	-.0449	.5941
3	1	.00888	.11329	.938	-.2139	.2316
	2	-.01297	.08555	.880	-.1812	.1552
	4	-.05718	.06860	.405	-.1921	.0777
	5	.26160	.15955	.102	-.0521	.5753
4	1	.06606	.10572	.532	-.1418	.2739
	2	.04421	.07524	.557	-.1037	.1921
	3	.05718	.06860	.405	-.0777	.1921
	5	.31878*	.15427	.039	.0155	.6221
5	1	-.25272	.17868	.158	-.6040	.0986
	2	-.27457	.16252	.092	-.5941	.0449
	3	-.26160	.15955	.102	-.5753	.0521
	4	-.31878*	.15427	.039	-.6221	-.0155

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

CORRELATIONS

/VARIABLES=A9.ด้านเนื้อหา B10.นำเสนอ C11.ประเภทสื่อ รวม2รูปแบบ.ABC D12ประโยชน์ E13ความง่าย รวม3
 การรับรู้.DE F14.ทัศนคติ G15.ตั้งใจใช้ H16.ใช้จริง รวม4.การยอมรับFGH
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlation

รูปแบบ	รวม4.การยอมรับFGH		
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์
A9.ด้านเนื้อหา	0.618	0.000**	ค่อนข้างสูง
B10.นำเสนอ	0.623	0.000**	ค่อนข้างสูง
C11.ประเภทสื่อ	0.599	0.000**	ระดับปาน กลาง
รวม2รูปแบบ.ABC โดยภาพรวม	0.694	0.000**	ค่อนข้างสูง

การรับรู้.DE	รวม4.การยอมรับFGH		
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์
D12ประโยชน์	0.72	0.000**	ค่อนข้างสูง
E13ความง่าย	0.761	0.000**	ค่อนข้างสูง
รวม3การรับรู้.DE	0.783	0.000**	ค่อนข้างสูง



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ : นางสาวเบญจสิริยา ปานบุญเดช
ชื่อวิจัย : การยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา
มทร.ธัญบุรี

ประวัติ

ระดับการศึกษา	ชื่อสถานศึกษา	พ.ศ.	วุฒิ/วิชาเอก
ปริญญาโท	มหาวิทยาลัยพระจอม เกล้าพระนครเหนือ	2555	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขา เทคโนโลยีเทคนิคศึกษา (สื่อคอมพิวเตอร์)
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548	ศึกษาศาสตร์บัณฑิต (ศศ.บ.) ธุรกิจศึกษา

ประวัติการทำงาน

ตำแหน่งปัจจุบัน : นักวิชาการการศึกษา งานพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเว็บไซต์ (หัวหน้าฝ่ายพัฒนาและ
เผยแพร่เว็บไซต์) สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร. ธัญบุรี

ผลงานที่ผ่านมา

1. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเว็บไซต์ มทร.ธัญบุรี
2. ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ต่าง ๆ ของ มทร.ธัญบุรี
เว็บไซต์ให้กับส่วนราชการต่าง ๆ เช่น
 - 2.1 รางวัลเจ้าฟ้ามหาจักรี www.pmca.or.th
 - 2.2 มูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ www.ppsi.or.th
 - 2.3 โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ
สยามบรมราชกุมารี สอนองพระราชดำริโดย มทร.ธัญบุรี www.rspg.rmutt.ac.th
 - 2.4 SME RMUTT www.sme.rmutt.ac.th
 - 2.5 วัดกฤษณเวฬุพุทธาราม www.watkritsanaveru.com
3. ออกแบบสื่อต่าง ๆ ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี
งานออกแบบให้กับหน่วยงานภายนอก
 - 3.1 สถาบันฝึกอบรมและถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 - 3.2 โครงการปรับแผนธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถ สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (สสว.) SMEs
4. เขียนตำราการพัฒนาเว็บบล็อกและเว็บไซต์ส่วนบุคคล
5. วิทยากรโครงการออกแบบสื่อ Infographic เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลองค์กร
6. วิทยากรหลักสูตร การสร้างสื่อการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ e-Book
7. วิทยากรโครงการ การพัฒนาเว็บบล็อกและเว็บไซต์ส่วนบุคคล ณ สวส.มทร.ธัญบุรี
8. วิทยากรโครงการอบรม การสร้างแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google doc และสรุปค่าสถิติ
ของแบบสอบถาม สวส.มทร.ธัญบุรี

9. วิทยากรโครงการอบรมเทคนิคการสร้างงานนำเสนออย่างมืออาชีพ ด้วย PowerPoint 2013 สวส.มทร.ธัญบุรี
10. วิทยากรโครงการเทคนิคการสร้างงานนำเสนออย่างมืออาชีพ ณ ศูนย์คอมพิวเตอร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกรุงเทพ
11. วิทยากร “Social Media สนุกอย่างไรให้เกิดประโยชน์และปลอดภัย”
12. วิทยากร 1 วันของวัยตื่น บนโลกอินเทอร์เน็ต
13. วิทยากร Microsoft Office 2007 : ให้กับเจ้าหน้าที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

ดูผลงานเพิ่มเติมได้ที่



www.web.rmutt.ac.th/bensiya

หรือ



<https://kmjatupon.wordpress.com>



ชื่อ : วรรณวิสาข์ โฟธิ์มณี
 ชื่อวิจัย : การยอมรับและการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษา
 มทร.ธัญบุรี

ประวัติ

ระดับการศึกษา	ชื่อสถานศึกษา	พ.ศ.	วุฒิ/วิชาเอก
ปริญญาโท	มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี	2558	ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

ประวัติการทำงาน

ตำแหน่งปัจจุบัน : นักวิชาการการศึกษา งานพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลเว็บไซต์ (หัวหน้าฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่เว็บไซต์) สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร. ธัญบุรี

ผลงานที่ผ่านมา

1. วิทยากร โครงการ social Marketing
2. ผู้ช่วยวิทยากร โครงการ การสร้างสื่อการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ e-Book
3. ผู้ช่วยวิทยากร โครงการ การสร้างอินโฟกราฟิกอย่างมืออาชีพ (Infographic Design)
4. ผู้ช่วยวิทยากร โครงการ การสร้างอินโฟกราฟิกอย่างมืออาชีพด้วย Piktochart
5. ผู้ช่วยวิทยากร โครงการ สร้างอินโฟกราฟิกอย่างมืออาชีพ
6. ผู้ช่วยวิทยากร โครงการ การพัฒนาเว็บบล็อกและเว็บไซต์ส่วนบุคคล
7. ผู้ช่วยวิทยากร โครงการ เทคนิคการสร้างงานนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยโปรแกรม Microsoft PowerPoint 2013
8. ผู้ช่วยวิทยากร โครงการ การรีทัชภาพด้วย Photoshop CS6 เพื่อใช้ในงานออกแบบ

ประวัติการฝึกอบรม

1. อบรมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนาคลังเอกสารดิจิทัลด้วย Drupal รุ่นที่ 2
2. อบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตรการพัฒนาเว็บด้วย Joomla! รุ่นที่ 2
3. การออกแบบสื่อ Infographic เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลองค์กร