

การศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่อมาตรการ
ในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย

A study of Bangkok Residents' Social Media Exposure to the Bank of
Thailand's Assistance Measures

นัฐพงศ์ ยาวิละ¹ องอาจ สิงห์ลำพอง²
Nattapong yawila, Ongart Singlumpong

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยและสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยและสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามลักษณะประชากร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) และวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) พบว่าลักษณะทางประชากรด้านที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และพบว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสาร แต่ในด้านของระดับการศึกษาส่งผลต่อสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน Social Media และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน มีความสัมพันธ์กับสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่านในทุกตัวแปร

คำสำคัญ (keywords) : ข่าวสาร; สื่อสังคม; มาตรการช่วยเหลือ

Abstract

The objective of this research paper was to study the behavior of news exposure via social media towards the Bank of Thailand's assistance measures and incentives for news exposure via social media; and to compare them. A researcher classified population characteristics for studying the relationship of information exposure behavior: collecting data from online questionnaires by multi-stage and accidental samplings found that it showed that the different demographic characteristics did not affect the behavior of exposure to communication. Also, it found that the different demographic characteristics did not affect the communication exposure incentives, but in terms of education levels, it affected the social media exposure incentive and communication exposure behavior. There was a correlation with incentives for exposure through communication in all variables.

Received: 2022-09-01 Revised: 2022-09-29 Accepted: 2022-09-30

¹ ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ (สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Master of Communications Arts (Strategic Communication) Bangkok University. E-mail: Nattapong.yawi@bumail.net

² อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ (สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Research Advisor Master of Communications Arts (Strategic Communication) Bangkok University. E-mail: Ongart.s@bu.ac.th

Keywords: news; social media; assistance measures

บทนำ (Introduction)

ในวิกฤตการแพร่ระบาดของ Corona Virus 2019 หรือ Covid-19 (Tanphan, et al. 2022: 6182-6191) ที่มีการแพร่ระบาดหลายระลอกทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ส่งผลกระทบซ้ำเติมอย่างต่อเนื่องให้กับภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคธุรกิจ รวมถึงในภาคประชาชน ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เป็นองค์กรของรัฐที่มีบทบาทหน้าที่หลัก ในการบริหารจัดการให้ระบบเศรษฐกิจ และการเงินของประเทศดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย โดยผ่านการดำเนินนโยบายการเงิน เพื่อสนับสนุนให้เศรษฐกิจของประเทศสามารถเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพในอัตราที่เหมาะสมกับศักยภาพของประเทศ สำหรับทิศทางการดำเนินงานของธนาคารแห่งประเทศไทย ในภาพรวมนั้นจะดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ 3 ปี (พ.ศ.2563-2565) ภายใต้หัวข้อ “ธนาคารกลางท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง”(Central Bank in a Transformative World) เพื่อรองรับสภาพแวดล้อมที่เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัลที่มีความผันผวน (Volatility) ไม่แน่นอน (Uncertainty) ซับซ้อน (Complexity) และคลุมเครือ (Ambiguity) ที่ทวีความเร็ว และแรงกว่าช่วงที่ผ่านมา ซึ่งอาจเรียกสภาพแวดล้อมดังกล่าวว่า VUCA+ โดยมีพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตรูปแบบธุรกิจ บริการทางการเงิน และระบบเศรษฐกิจ (disruptive technology) Ulrich, & Pearson, 1998: 352-369) เป็นตัวเร่งสำคัญ นอกจากนี้ ระบบเศรษฐกิจสังคมไทยยังต้องเผชิญกับความท้าทายที่มีมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากการสะสมปัญหาเชิงโครงสร้าง และความเปราะบางของสภาพสังคม เศรษฐกิจที่มากขึ้น

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ พบว่า การศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่าน Social Media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยต่อประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสำคัญและประโยชน์หลายประการ ทั้งภาคประชาชน และภาคธุรกิจ โดยกล่าวได้ดังต่อไปนี้ 1) ทำให้ทราบถึงรูปแบบพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารผ่าน Social Media หรือที่เป็นระบบดิจิทัลในยุคที่เรียกว่าปัญญาประดิษฐ์ (Mahamud, & Suttikan, 2020: 75-89) ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยสื่อสารในรูปแบบนโยบายหรือมาตรการว่าประชาชนนั้น สนใจหรือให้ความสำคัญต่อช่องทางใด 2) ทำให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของประชาชนที่ได้เข้ามาศึกษาหาข้อมูล ผ่าน Social Media (Kaplan, & Haenlein, 2010: 59-68) ว่าพฤติกรรมที่เข้ามาศึกษาหาความรู้ นั้น ประชาชนได้เข้ามาศึกษาทางด้านใด ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร หรือการติดตามเพื่อศึกษามาตรการ การช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย หรือเพื่อเข้าร่วมโครงการการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยอันเนื่องมาจากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ Corona Virus 2019 หรือ Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างมาก 3) ทำให้ธนาคารแห่งประเทศไทยรวมถึงหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดนโยบายทางสังคม เพื่อพัฒนารูปการณสื่อสารไปยังประชาชนหรือผู้บริโภคให้ได้รับข่าวสารอย่างครบถ้วนถูกต้องและทั่วถึง

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือ ของธนาคารแห่งประเทศไทยและสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยกับสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

สมมติฐานที่ 1

ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2

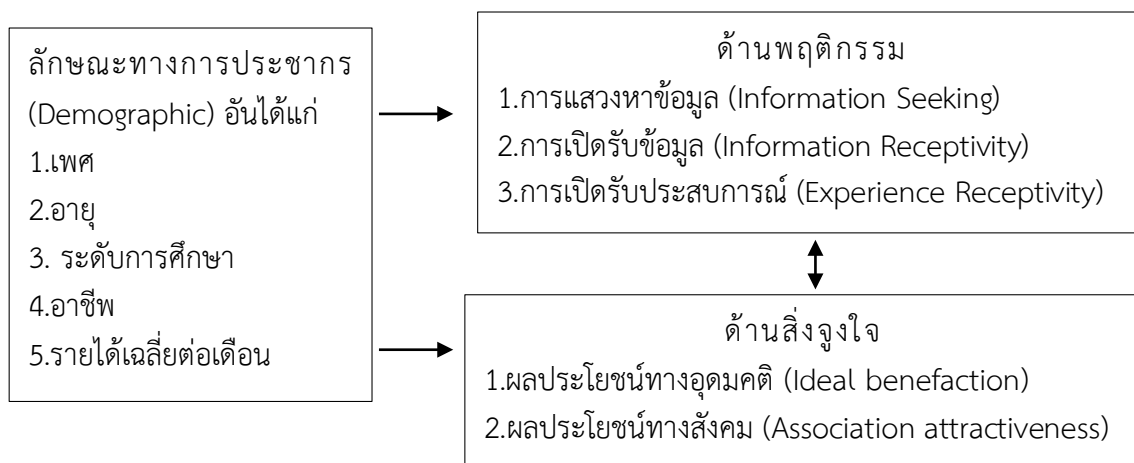
ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือ ของธนาคารแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual framework)

ตัวแปรต้น (Independent Variable) ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

ตามรูปแบบของวารสาร ประเด็นนี้จะมีหัวข้อย่อย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยต่อประชากรในเขตกรุงเทพมหานครในช่องทาง social media ทั้ง 6 ช่องทางของธนาคารแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้การสำรวจครั้งเดียว (One Shot Case Study) เป็นการวัดผลในการศึกษาครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างขึ้นด้วย Google Form โดยสำรวจประชากรกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรม 1.การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) 2.การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) 3.การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity ด้านสิ่งจูงใจ 1.ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal benefaction) 2.ผลประโยชน์ทางสังคม (Association attractiveness)

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยมีการกำหนดขนาด กลุ่มตัวอย่างโดยเงื่อนไขในการคำนวณ Sample size เป็นเงื่อนไขที่นิยมใช้โดยทั่วไปในโปรแกรม G*Power คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Effect size $f^2 = 0.15$) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 0.05 ($\alpha_{err prob} = 0.05$) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [$Power (1-\beta_{err prob}) = 0.95$] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือจำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of predictors) เท่ากับ 5 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 138

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

เขตกรุงเทพมหานคร จากทั้งหมด 50 เขต เลือกมา 10 เขต คือ 1.เขตบางเขน 2.เขตพระนคร 3.เขตดอนเมือง 4.เขตลาดพร้าว 5.เขตราชเทวี 6.เขตดินแดง 7.เขตปทุมวัน 8.เขตห้วยขวาง 9.เขตสายไหม 10.เขตจตุจักร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด โดยการสุ่มตัวอย่างให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง เนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบคำถามคัดกรอง ลักษณะทางการประชากร ประกอบด้วย 1.เพศ 2.อายุ 3. ระดับการศึกษา 4.อาชีพ 5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่องการเปิดรับข่าวสารและความถี่ 7 ข้อ ตอนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมามาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) จำนวน 3 ข้อ ตอนที่ 3 ด้านสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมามาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal benefaction) จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางสังคม (Association attractiveness) จำนวน 5 ข้อ การวัดตัวแปรส่วนนี้จะใช้มาตราแบบไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) เป็นคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ ให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนน มากที่สุด คือ 5 คะแนน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ข้อมูลแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 138 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากการค้นคว้า และรวบรวมจากเอกสารหนังสือต่าง ๆ สื่ออินเทอร์เน็ต

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนำไปประกอบการอธิบายและนำไปทดสอบสมมติฐานในแต่ละตัวแปรที่ทำการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแบบกึ่งฟอร์ม (Google Form) จำนวนทั้งสิ้น 1 ชุด จากจำนวนตัวอย่าง 138 คน โดยผลการวิเคราะห์เป็น ดังต่อไปนี้

วิธีการทางสถิติ (Statistical method)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปร

ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) คือ Independent Samples Test Analysis of Variance: Anova มีการเปรียบเทียบรายคู่แบบ LSD สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Gooch, 2011: 991) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีระดับน้ำหนักความสัมพันธ์ (r) ดังนี้

ความสัมพันธ์น้อย	$r = .10 - .29$
ความสัมพันธ์ปานกลาง	$r = .30 - .49$
ความสัมพันธ์มาก	$r = .50 - 1.0$

ผลการวิจัย (Research Results)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรอันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ช่องทางเปิดรับข่าวสารผ่าน social media และความถี่ในการเข้ารับข่าวสารผ่าน social media ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้ จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 1

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	61	44.20
หญิง	77	55.80
รวม	138	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 55.80 และเพศชายจำนวน 61 คนคิดเป็นร้อยละ 44.20

ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล

ตารางที่ 2

พฤติกรรม的开รับข้อมูล (Information Receptivity)	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	อันดับ
1.ท่านมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร จากความสนใจส่วนตัวของท่านเอง	4.46	0.64	สนใจมาก	1
2.ท่านมีความสนใจศึกษาระบบเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคารเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการทำงานของท่าน	4.29	0.75	สนใจมาก	6
3.ท่านมีความสนใจศึกษาระบบเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคารสำหรับใช้เป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น	4.38	0.69	สนใจมาก	3
4.ท่านสนใจการนำเสนอข้อมูลระบบเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ผ่านช่องทาง Social Media ของธนาคารแห่งประเทศไทย	4.37	0.65	สนใจมาก	4
5.ท่านสนใจรูปแบบการนำเสนอใน Social Media ของธนาคารแห่งประเทศไทย	4.44	0.72	สนใจมาก	2
6.ท่านสนใจเนื้อหาข่าวสารในการนำเสนอผ่าน Social Media ของธนาคารแห่งประเทศไทย	4.33	0.72	สนใจมาก	5
รวม	4.38	0.50	สนใจมาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรม的开รับข้อมูลภาพรวม อยู่ในระดับสนใจมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สนใจศึกษาเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร จากความสนใจส่วนตัวของท่านเอง อยู่ในระดับสนใจมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.64) รองลงมา คือ สนใจรูปแบบการนำเสนอใน Social Media ของธนาคารแห่งประเทศไทย อยู่ในระดับสนใจมาก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.72) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความสนใจศึกษาระบบเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคารเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการทำงานของท่าน อยู่ในระดับสนใจมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.75)

ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ จำแนกตามผลประโยชน์ทางอุดมคติ

ตารางที่ 3

ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal benefaction)	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	อันดับ
ท่านพึงพอใจในเนื้อหาข่าวสารของธนาคารแห่งประเทศไทยเนื่องจากเป็นประโยชน์ต่อท่านในการแนะนำผู้อื่น	4.56	0.64	พึงพอใจมากที่สุด	1
ท่านพึงพอใจในมาตรการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการทำงานของท่าน	4.32	0.72	พึงพอใจมาก	5

ท่านพึงพอใจที่ในการกำหนด ดอกเบี้ย จาก การประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย	4.40	0.69	พึงพอใจมาก	2
ท่านพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ และ เนื้อหา เนื่องจากสามารถเข้าใจได้ง่าย	4.30	0.66	พึงพอใจมาก	6
ท่านพึงพอใจในการศึกษาข่าวเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร เพื่อการลงทุนในตลาด หลักทรัพย์	4.40	0.76	พึงพอใจมาก	3
ท่านพึงพอใจในมาตรการในการช่วยเหลือของ ธนาคารแห่งประเทศไทยในช่วยเหลือ เพราะ สามารถช่วยท่านได้จริง	4.33	0.73	พึงพอใจมาก	4
รวม	4.38	0.50	พึงพอใจมาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า สิ่งจูงใจที่เป็นผลประโยชน์ทางอุดมคติ ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พึงพอใจในเนื้อหาข่าวสาร
ของธนาคารแห่งประเทศไทยเนื่องจากเป็นประโยชน์ต่อท่านในการแนะนำผู้อื่น อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด
($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.64) รองลงมา คือ พึงพอใจที่ในการกำหนด ดอกเบี้ย จากการประกาศของธนาคารแห่ง
ประเทศไทย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.69) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พึงพอใจใน
รูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหา เนื่องจากสามารถเข้าใจได้ง่าย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. =
0.66) : ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสิ่งจูงใจในการเปิดรับ
ข่าวสารผ่านสื่อ จำแนกตามผลประโยชน์ทางสังคม

ตารางที่ 4

ผลประโยชน์ทางสังคม (Association attractiveness)	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	อันดับ
มาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่ง ประเทศไทย มีประโยชน์ต่อการทำงานของ ท่านด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน	4.45	0.71	พึงพอใจมาก	2
มาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่ง ประเทศไทย มีประโยชน์ช่วยครอบครัวของ ท่านในเรื่องหลักประกันทางการเงิน	4.39	0.66	พึงพอใจมาก	5
ท่านพึงพอใจในเนื้อหาข่าวสารเนื่องจากมี ความเกี่ยวข้องกับองค์ของของท่านในการ ดำเนินธุรกิจ	4.41	0.69	พึงพอใจมาก	3
ท่านพึงพอใจต่อข้อมูลทางเศรษฐกิจจากการ นำเสนอของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อใช้ ประกอบข้อมูลการลงทุนในของบริษัท	4.41	0.70	พึงพอใจมาก	4

ท่านพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการวางแผนทางการเงินของครอบครัวท่าน	4.51	0.68	พึงพอใจมากที่สุด	1
รวม	4.43	0.52	พึงพอใจมาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า สิ่งจูงใจที่เป็นผลประโยชน์ทางสังคม ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการวางแผนทางการเงินของครอบครัวท่าน อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.68) รองลงมา คือ มาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยมีประโยชน์ต่อการทำงานของ ท่านด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.71) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย มีประโยชน์ช่วยครอบครัวของท่านในเรื่องหลักประกันทางการเงิน อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.66)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือ ของธนาคารแห่งประเทศไทยและสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ภาพรวม อยู่ในระดับที่สนใจ ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล อยู่ในระดับสนใจมาก การแสวงหาข้อมูล ภาพรวมอยู่ในระดับสนใจมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สนใจในมาตรการในการช่วยเหลือ ของธนาคารแห่งประเทศไทย เพราะต้องการรับความช่วยเหลือ อยู่ในระดับสนใจมาก รองลงมา คือ สนใจเปิดรับข่าวสารเศรษฐกิจ เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลผลเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของท่านอยู่ในระดับสนใจมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สนใจเปิดรับข่าวสารเนื่องจากท่านเป็นผู้ที่ทำงานด้านการเงิน การธนาคาร อยู่ในระดับสนใจมาก สิ่งจูงใจที่เป็นผลประโยชน์ทางอุดมคติ ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากสิ่งจูงใจที่เป็นผลประโยชน์ทางสังคม ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากสอดคล้องกับงานวิจัยของพรนภา กุลวานิช (2552) ที่พบว่า ใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมากที่สุด และมีการเปิดเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้เพราะประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในเชิงบวกและเป็นไปตามข้อสมมุติฐานในเชิงบวกงานวิจัย

2. ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยกับสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ความสัมพันธ์กันด้านผลประโยชน์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับด้านผลประโยชน์ทางอุดมคติ ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลมีความสัมพันธ์กับด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านพฤติกรรมการเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับด้านพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ด้านผลประโยชน์ทางอุดมคติมีความสัมพันธ์กับด้านพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ด้านผลประโยชน์ทางอุดมคติมีความสัมพันธ์กับด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านพฤติกรรมการเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านผลประโยชน์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับด้านพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล และด้านผลประโยชน์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับด้านพฤติกรรมการเปิดรับประสบการณ์

สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรัชญา ค่ายไส (2562: 68-69) เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมละครบนแอปพลิเคชัน LINE TV ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ผู้ชมละครบนแอปพลิเคชัน LINE TV ในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นว่า LINE TV เป็นแพลตฟอร์มที่มีการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาที่ดี และสามารถเลือกใช้งานได้อย่างสะดวก ในเนื้อหาของละครที่มีความหลากหลาย และตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค และ LINE TV เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถใช้งานได้ง่าย สามารถรับชมได้ผ่าน Smart Phone หรือ Notebook ก็ได้ ที่เป็นเช่นนี้เพราะ ส่วนใหญ่เลือกรับชมประเภทละครโทรทัศน์และรับชมผ่านช่องทาง Smart Phone เป็นหลัก ผู้ชมละครมีทัศนคติด้านเนื้อหาละครอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เนื้อหาประเภทละครโทรทัศน์เนื้อหาประเภทละครชุด/ซีรีส์เนื้อหาประเภทเจาะจง (ขายรักขาย) และเนื้อหาบางชนิดที่มีเฉพาะ LINE TV เท่านั้น (Original Content) ส่วนด้านแพลตฟอร์มผู้ชมละครส่วนใหญ่มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ได้ข้อสรุปว่า LINE TV เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถรับชมได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ได้รับความนิยมและมีผู้ใช้จำนวนมาก รับชมเวลาใดก็ได้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน จากการศึกษา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีค่านิยมที่ชอบเปิดรับข่าวสารทางการเงินและการธนาคาร และวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ ของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่สอดคล้องกับแนวคิด Schiffman & Kanuk (2007: 118-119) ที่กล่าวว่า ขั้นปัจจัยนำเข้า (Input Stage) คือ ขั้นที่ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจหรือพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยภายนอกดังกล่าว ได้แก่ การดำเนินการขององค์การธุรกิจ และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ขั้นกระบวนการ (Process Stage) ขั้นที่แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ ความต้องการและแรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ ค่านิยมและวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค สอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร Klepper (1960: 77-86) ที่ว่าด้วยการเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจเพื่อสนองต่อความต้องการของตนเอง รวมถึง การเลือกสนใจข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง ที่เป็นเช่นนี้เพราะการส่งเสริมการกระจายเสียงให้เกิดความชัดเจนและการใช้เพื่อการส่งเสริมการใช้สื่อเพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเหมาะสม

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สัมพันธ์กับสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย แสดงว่า สิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ไม่เกี่ยวข้องกันกับเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ย แต่มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา คือ ผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยมากกว่าผู้มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ควบคู่กันไปกับงานวิจัยของ กันทลัส ทองบุญมา (2565: 49-59) เรื่อง ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมใน

สื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจนเอเรชั่นวาย โดยประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ คลองบางขุนเทียนแตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เพราะ ทักษะต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ และพบว่า ทักษะด้านความไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน ด้านความสามารถในการทดลองใช้ และด้านความสอดคล้องกับการปฏิบัติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจนเอเรชั่นวาย

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับสิ่งจูงใจในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย จากการศึกษา พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์กันเรียงความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของพรนภา กุลวานิช (2552: 73-74) ที่พบว่า ใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมากที่สุด และมีการเปิดเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด งานวิจัยของจิรัชญา ค่ายไส (2562: 1-8) เรื่อง ทักษะและพฤติกรรมของผู้ชมละครบนแอปพลิเคชัน LINE TV ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ผู้ชมละครบนแอปพลิเคชัน LINE TV ในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นว่า LINE TV เป็นแพลตฟอร์มที่มีการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาที่ดี และสามารถเลือกใช้งานได้อย่างสะดวก ในเนื้อหาของละครที่มีความหลากหลาย และตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค และ LINE TV เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถใช้งานได้ง่าย สามารถรับชมได้ผ่าน Smart Phone หรือ Notebook ก็ได้ ซึ่งตอบโจทย์การใช้งานของกลุ่มคนในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี และยังเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูง จึงมีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับชมเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรภรณ์ เมธาจิระเวช (2564: 32-37) ที่พบว่า ด้านการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านโซเชียลมีเดีย เพราะเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ที่เป็นเช่นนี้เพราะข่าวสารเกี่ยวกับข้อห้ามก่อนไปเลือกตั้ง ซึ่งอาจเคยมีประสบการณ์ความผิดพลาดในด้านการเลือกตั้งและส่งผลกระทบต่อตนเองในระยะยาว รวมไปถึงเมื่อใกล้วันเลือกตั้งสื่อมวลชนต่าง ๆ มักจะนำเสนอเน้นย้ำข้อห้ามจึงทำให้ผู้รับสารจดจำได้มากยิ่งขึ้นไปอีก

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การเข้าใจถึงลักษณะของประชากรที่เปิดรับสื่อสังคมอาจมีความแตกต่างกันถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับการเข้าใจถึงระดับการศึกษาและความสัมพันธ์ที่สร้างแรงจูงใจ

1. การแสวงหาข้อมูล จากข้อค้นพบว่า สนใจเปิดรับข่าวสารเนื่องจากท่านเป็นผู้ที่ทำงานด้านการเงิน การธนาคาร ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทยควรมีการลิงค์ข้อมูลไปยังกลุ่มคนที่ทำงานด้านการเงิน การธนาคารให้ได้มากที่สุด เช่น การสร้างกลุ่มของคนทำงานด้านนี้ใน social media

2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล จากข้อค้นพบว่า สนใจศึกษาระบบเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคารเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการทำงาน ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทย ควรสื่อสารข่าวสารด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคารที่เป็นประโยชน์และมีความรวดเร็วในการส่งข่าวสารให้มากขึ้น

3. พฤติกรรมการเปิดรับประสบการณ์ จากข้อค้นพบว่า เป็นผู้ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทย ควรประชาสัมพันธ์และชักชวนให้กลุ่มรับข่าวสารโดยกด follow ใน social media ให้มากที่สุด

4. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ จากข้อค้นพบว่า ฟังพอใจในรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหา เนื่องจากสามารถเข้าใจได้ง่าย ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทยควรทำรูปแบบการนำเสนอเป็น Infographic และสื่อสารเนื้อหาที่กระชับ เข้าใจง่าย ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

5. ผลประโยชน์ทางสังคม จากข้อค้นพบว่า มาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย มีประโยชน์ช่วยครอบครัวของท่านในเรื่องหลักประกันทางการเงิน ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทย ควรสื่อสารทางการเงิน การธนาคารที่เกี่ยวข้องกับหลักประกันทางการเงินเพื่อให้ประโยชน์ต่อผู้รับสารมากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การแสวงหาข้อมูล จากข้อค้นพบว่า สนใจเปิดรับข่าวสารเนื่องจากท่านเป็นผู้ที่ทำงานด้านการเงิน การธนาคาร ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทยควรมีการลิงค์ ข้อมูลไปยังกลุ่มคนที่ทำงานด้านการเงิน การธนาคารให้ได้มากที่สุด เช่น การสร้างกลุ่มของคนทำงานด้านนี้ใน social media

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล จากข้อค้นพบว่า สนใจศึกษาระบบเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคารเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการทำงาน ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทย ควรสื่อสารข่าวสารด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคารที่เป็นประโยชน์และมีความรวดเร็วในการส่งข่าวสารให้มากขึ้น

1.3 พฤติกรรมการเปิดรับประสบการณ์ จากข้อค้นพบว่า เป็นผู้ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทย ควรประชาสัมพันธ์และชักชวนให้กลุ่มรับข่าวสารโดยกด follow ใน social media ให้มากที่สุด

1.4 ผลประโยชน์ทางอุดมคติ จากข้อค้นพบว่า ฟังพอใจในรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหา เนื่องจากสามารถเข้าใจได้ง่าย ดังนั้นธนาคารแห่งประเทศไทยควรทำรูปแบบการนำเสนอเป็น Info-graphic และสื่อสารเนื้อหาที่กระชับ เข้าใจง่าย ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

1.5 ผลประโยชน์ทางสังคม จากข้อค้นพบว่า มาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย มีประโยชน์ช่วยครอบครัวของท่านในเรื่องหลักประกันทางการเงิน ดังนั้นธนาคารแห่งประเทศไทย ควรสื่อสารทางการเงิน การธนาคารที่เกี่ยวข้องกับหลักประกันทางการเงินเพื่อให้ประโยชน์ต่อผู้รับสารมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้ พบว่า ลักษณะทางประชากรด้านอายุ มีกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุที่มากกว่า 50 ปี เป็นผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้น้อยที่สุด เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่ได้เปิดรับการสื่อสารผ่าน Social media เป็นหลักแบบกลุ่มอายุอื่น ๆ ดังนั้น ในการวิจัยในครั้งต่อไป ไม่ควรเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ ช่วงอายุที่มากกว่า 50 ปี เป็นกลุ่มตัวอย่าง และการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ และทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยโดยแยกภูมิภาคได้อย่างชัดเจน

2.2 การวิจัยเรื่องการศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทยต่อประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ในการศึกษารั้งต่อไปควรศึกษาในประเด็นด้านอื่นที่เป็นพันธกิจของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารของธนาคารแห่งประเทศไทยให้มากขึ้น

2.3 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่าน social media ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรศึกษาจากสื่อประเทศอื่น ๆ ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้สื่อสาร เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบข้อมูลในแต่ละสื่อที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

2.4 การศึกษาในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับข่าวสารผ่าน social media จากธนาคารแห่งประเทศไทย ความคาดหวังของประชาชนต่อมาตรการในการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการสื่อสารและการออกมาตรการช่วยเหลือประชาชนที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.5 ควรศึกษาด้วยเครื่องมืออื่น ๆ เช่น แบบสอบถาม แบบสังเกต เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กันทลัส ทองบุญมา. (2565). “ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะนวัตกรรมกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีความจริงเสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ของประชาชนเจนเอเรชั่นวาย”. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*. 26(1): 49-59
- จิรัชญา ค่ายใส. (2562). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมละครบนแอปพลิเคชัน LINE TV ในเขตกรุงเทพมหานคร*. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรภรณ์ เมธาจิรวะ. (2564). *การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกมาเลือกตั้งของผู้มีสิทธิในเขตกรุงเทพมหานคร*. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรนภา กุลวานิช. (2552). *พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Gooch, J. W. (2011). Pearson's product-moment correlation coefficient. *Encyclopedic Dictionary of Polymers*, 991.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*. 53(1): 59-68.
- Klepper, D. (1960). Room acoustics and sound system design. *IRE transactions on audio*. (3): 77-86.
- Mahamud, T., & Suttikan, M. (2020). Modern Artificial Intelligence in Human resource management in an organization. *RMUTT Global Business and Economics Review*. 15(1): 75-89.
- Schiffman L, & Kanuk L. (2007). *Consumer Behavior*. (9th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Tanphan, I., Pongsamran, S., Saounpong, R., Visitnitikija, C., Yeesoontes, W., & Mahamud, T. (2022). Lessons from Entrepreneurs Covid-19 Affecting in Resource Work in Business Digital Approach. *Journal of Positive School Psychology*. 6182-6191.
- Ulrich, K. T., & Pearson, S. (1998). Assessing the importance of design through product archaeology. *Management Science*. 44(3): 352-369.