

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อ
ออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

**Factors Affecting the Decision to Watch English Language Teaching
Programs via Online Media Among High School Students**

วีรยุทธ พุทธิชาติ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Weerayuth Puttichat

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding Email: 6412590004@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ และ (2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม. 4-6) โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานครเขต 2 สหวิทยาเขตนวนรินทร์ จำนวน 251 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance--ANOVA) และใช้วิธีของ LSD (Least Significant Difference) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 16 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 3.50-4.00 เรียนแผนการศึกษา คณิตศาสตร์ - วิทยาศาสตร์ และ คณิตศาสตร์ - อังกฤษ และมีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20,000 - 39,999 บาท โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับพฤติกรรมการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ด้านการดำเนินรายการ ด้านเนื้อหาภาษาอังกฤษที่น่าสนใจ ด้านช่องทางการนำเสนอ และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ไม่ต่างกันในทุกด้าน กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ และระดับชั้น ต่างกันมีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยมต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม ต่างกัน มีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ด้านการดำเนินรายการ และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีแผนการศึกษาต่างกัน มีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อ

ออนไลน์ ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่างกัน มีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ด้านการดำเนินรายการต่างกัน

คำสำคัญ: การตัดสินใจ; รายการสอนภาษาอังกฤษ; สื่อออนไลน์

Abstracts

The objectives of this study were (1) to study the behavior of watching English language teaching programs via online media and (2) to compare factors influencing the decision to watch English language teaching programs online. The population of this study was 251 high school students (Grade 10-12) from the Secondary Educational Service Area Office Bangkok 2 Nawamin Campus. After that, the data was examined using descriptive statistics with frequency, mean, percentage, and standard deviation to examine the respondents' general information and viewing behavior, and one-way analysis of variance (ANOVA) under Least Significant Difference (LSD) method to check for differences in the sample group's demographics that might have an impact on the evaluation of factors influencing the decision to watch English teaching programs via online media.

The results revealed that the majority of the samples were 16-year-old females in Grade 11 with a cumulative GPA of 3.50-4.00. The majority of them major in Mathematics-Science and Mathematics-English, with an average household income of 20,000 - 39,999 baht. Overall, the sample group showed moderate levels of enthusiasm for online English teaching programs. The comparison of factors influencing watching English teaching programs via online media in terms of reference groups, lifestyles and values, program operations, content, presentation channel, and program advertising revealed that there was no difference in the assessment of factors influencing watching English teaching programs via online media in all aspects among the sample group of different genders. The sample group of different ages and grade levels had different levels of assessment of factors influencing watching English teaching programs via online media in terms of lifestyle and values. The sample group of different cumulative GPAs had different levels of assessment of factors influencing watching English teaching programs via online media in terms of lifestyle and values, program operations and program advertising. The sample group of different majors had different levels of assessment of factors influencing watching English teaching programs via online media in terms of reference group and program advertising. The sample group of different family income had different levels of assessment of factors influencing watching English teaching programs via online media in terms of program operation.

Keywords Decision-making; English Language Teaching Programs; Online Media; Social Media

บทนำ

Statista (2023:online) ระบุว่า อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่สำคัญในการใช้ชีวิตของผู้คน สามารถกล่าวได้เลยการใช้ชีวิตโดยปราศจากอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นเครื่องมือเพื่อวัตถุประสงค์ที่สำคัญมากมายในชีวิต เช่น การสื่อสารในชีวิตประจำวัน การศึกษา การพาณิชย์ การค้นหา และอื่น ๆ จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียที่รวบรวมจากปี 2565 โดย We Are Social & Meltwater (2023: Online) พบว่าประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 61.21 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 71.75 ล้านคน คิดเป็นเปอร์เซ็นต์การใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 85.3 จากจำนวนประชากรทั้งประเทศ ซึ่งถือว่าค่อนข้างครอบคลุมในประเทศไทย ซึ่งการเติบโตของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ถ้าเทียบกับปีก่อนถือว่าเติบโตขึ้นเพียงร้อยละ 0.2 เท่านั้น ขณะที่ผู้ใช้โซเชียลมีเดียมีมากถึง 52.2 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 72.8 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ

การเพิ่มขึ้นของอินเทอร์เน็ตทำให้มีการใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้นผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Line, TikTok และอื่น ๆ อีกมากมาย ช่องทางโซเชียลมีเดียเหล่านี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ปัจจุบันจะเห็นว่าสินค้าและบริการต่างพึ่งพาโซเชียลมีเดียมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านทางออนไลน์ จากข้อมูลของ We Are Social & Meltwater (2023: Online) เผยว่า Facebook ยังคงเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย โดยมีผู้ใช้งานที่มีอายุระหว่าง 16-64 ปีถึงร้อยละ 91 Line อยู่อันดับที่สองด้วยสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันร้อยละ 90.7 Facebook Messenger อยู่ในอันดับสาม ด้วยสัดส่วนร้อยละ 80.8 TikTok อยู่ในอันดับที่สี่ ด้วยสัดส่วนร้อยละ 78.2 Instagram อยู่ในอันดับที่ห้าด้วยร้อยละ 66.4 ตามด้วยอันดับที่หกอย่าง Twitter ที่มีสัดส่วนร้อยละ 51.2 จะเห็นได้ว่าปีที่ผ่านมา TikTok ถือเป็นแพลตฟอร์มที่มาแรงมาก ๆ ซึ่งสถิติล่าสุด TikTok ได้ขยับขึ้นมาเป็นอันดับที่สี่ที่ได้รับความนิยมใช้งานถึงร้อยละ 78.2% หากคนไทยยังนิยมใช้งานแพลตฟอร์มนี้อยู่ TikTok อาจจะมีโอกาสแซงหน้าแพลตฟอร์มที่ครองอันดับหนึ่งมายาวนานอย่าง Facebook ก็เป็นไปได้

จิรสิน, กษิตศ, นิรวัชร, วรรณภรณ์, เจษฎา (2561:5) ระบุว่า ขณะที่อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหลายรายได้หันมาทำธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นผ่านแพลตฟอร์มหลากหลายตามที่แต่ละคนถนัด เนื่องจากความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้มุมมองของผู้ใช้งานกว้างขึ้น ได้เห็นโลกภายนอกที่ไม่เคยเห็น ได้พบกับประสบการณ์ที่ไม่เคยประสบ ทำให้เกิดความต้องการฟังหลายชีวิตจำกัดด้านภาษา บุคคลเหล่านั้นจึงมีความสนใจในการเรียนภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาสากลที่ใช้กันทั่วโลก โดยเฉพาะการสอนภาษาอังกฤษที่บุคคลทั่วไปให้ความสนใจเป็นอย่างมาก การสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์จึงเป็นวิธีหนึ่งที่ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาได้ออกแบบขึ้นมาเพื่อช่วยหลายชีวิตจำกัดด้านภาษานั้น นับว่าการเข้ามามีบทบาทของอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ได้ช่วยเพิ่มเติมความรู้ด้าน

ภาษาอังกฤษและเปิดโลกกว้างให้ผู้ใช้งานเหล่านี้น้อยอย่างมาก บวกกับดัชนีความสามารถทางภาษาอังกฤษประจำปี 2565 ที่จัดทำโดยบริษัทการศึกษาภาษาระดับโลกอย่าง EF Education First (2022: Online.) ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 97 โดยมีคะแนนอยู่ที่ 423 ซึ่งเป็นอันดับที่ต่ำที่สุดในอาเซียนและต่ำเป็นอันดับ 4 ของประเทศในเอเชีย ด้วยเหตุผลดังกล่าว นักเรียน นักศึกษา รวมถึงบุคคลทั่วไปหันมาเรียนภาษาอังกฤษด้วยตนเองมากขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันมีครูผู้สอนจำนวนมากที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้ง Facebook, TikTok, YouTube, Twitter และอื่น ๆ ครูผู้สอนแต่ละคนก็มีสไตล์การสอนแตกต่างกันออกไป ครูผู้สอนบางท่านที่เป็นเจ้าของภาษาก็จะเน้นการใช้ประโยคที่เจ้าของภาษาใช้จริงและการออกเสียงที่ถูกต้อง ครูผู้สอนบางท่านเน้นสอนไวยากรณ์ หรือครูผู้สอนบางท่านก็จะเน้นสอนคำศัพท์แปลกใหม่ นับว่าเป็นข้อดีของอินเทอร์เน็ตที่ทำให้ทุกคนมีช่องทางการเรียนรู้ภาษาอังกฤษมากมาย แต่ละคนก็จะเลือกรับชมรายการที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ผู้ดำเนินรายการ เนื้อหา ช่องทางการนำเสนอ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ด้านรูปแบบการนำเสนอ ช่องทางการนำเสนอ เนื้อหาที่นำเสนอ และลักษณะผู้ดำเนินรายการ เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดออนไลน์ของครูผู้สอนหรืออินฟลูเอนเซอร์ที่ทำธุรกิจการสอนภาษาอังกฤษ และเพื่อสามารถช่วยนักการตลาดของสถาบันสอนภาษาอังกฤษและผู้ที่ต้องการเปิดธุรกิจสอนภาษาอังกฤษออนไลน์ให้วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารตรงกับความต้องการของผู้ที่กำลังตัดสินใจเรียนภาษาอังกฤษต่อไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดวิธีการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย ประชากร ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม. 4-6) โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานครเขต 2 สหวิทยาเขตนวมินทร์ จำนวน 1,868 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ระดับ .05 ได้ 318 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่ง ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Question) คำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยสามารถแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษาอยู่ เกรดเฉลี่ยสะสม และรายเฉลี่ยของครอบครัว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการให้เลือกเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นคำถามคัดกรองเบื้องต้นที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) ประกอบด้วย ประสิทธิภาพการรับชมรายการ อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการ ความถี่ในการรับชมรายการ ระยะเวลาการรับชมรายการ สื่อที่ใช้ในการรับชมรายการ ปฏิสัมพันธ์กับการรับชมรายการ จุดประสงค์ในการรับชมรายการ และบุคคลที่มีผลต่อการรับชมรายการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ด้านกลุ่มอ้างอิง แบ่งเป็นปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ปัจจัยด้านการดำเนินรายการ ปัจจัยด้านเนื้อหาภาษาอังกฤษ ปัจจัยด้านช่องทางการนำเสนอ และปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ คำถามในส่วนนี้มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์การประเมิน ผู้วิจัยใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งคะแนนที่สูงที่สุดเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน เพื่อคำนวณหาค่ากึ่งกลางพิสัย โดยใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น = (คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด) / จำนวนชั้น = $(5-1) / 5 = 0.8$ ดังนั้น = 0.8

จึงสามารถกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการนำเสนอที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ได้ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึง ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2.61-3.40 หมายถึง ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

1.81-2.60 หมายถึง ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย

1.00-1.80 หมายถึง ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือ

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ ตำราและเอกสารต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

2. ผู้วิจัยร่างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ม. 4-6 โรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนี) 2 ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (2) แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ม. 4-6 โรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนี) 2 (3) แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเบื้องต้นเพื่อตรวจสอบ เสนอแนะปรับปรุง เพิ่มเติมข้อคำถามทั้งหมดให้เหมาะสม และครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้อง

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้ว จะนำไปเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-Objective Congruence--IOC)

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ คือ ค่าอำนาจจำแนก (r) และค่าความเชื่อมั่น (x)

6. นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วมาจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามออนไลน์เพื่อส่งให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษารั้งนี้ ศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์คส์ในช่วงวันที่ 16-23 พฤษภาคม 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ จะวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

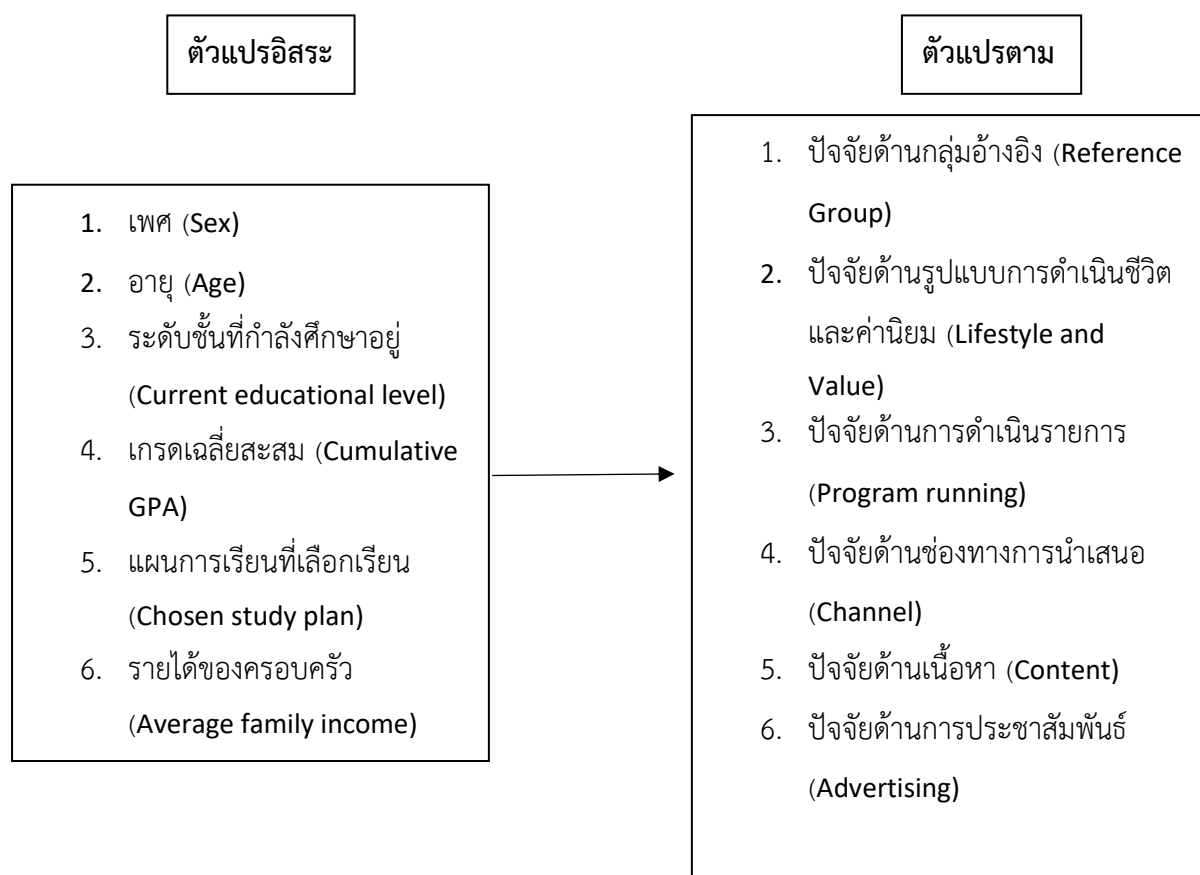
1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษาอยู่ เกรดเฉลี่ยสะสม แผนการเรียนที่ท่านเลือกเรียน รายได้เฉลี่ยของครอบครัว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ซึ่งค่าสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งพิจารณาจากประสบการณ์การรับชมรายการ อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการ ความถี่ในการรับชมรายการ ระยะเวลาการรับชมรายการ สื่อที่ใช้ในการรับชมรายการ ปฏิสัมพันธ์กับการรับชมรายการ จุดประสงค์ในการรับชมรายการ และบุคคลที่มีผลต่อการรับชมรายการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ซึ่งค่าสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินปัจจัยรายด้านโดยใช้ข้อมูลประชากรเป็นตัวตั้ง ได้แก่ ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ปัจจัยด้านการดำเนินรายการ ปัจจัยด้านช่องทางการนำเสนอ ปัจจัยด้านเนื้อหา และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ โดยการใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เพื่อทดสอบหาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อการประเมินปัจจัยการเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา “การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามที่ทำบน Google Forms เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงวันที่ 16-23 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 โดยประชากรของการศึกษาวิจัยนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม. 4-6) โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานครเขต 2 สหวิทยาเขตนวนรินทร์ จำนวน 251 คนโดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย อีกทั้งตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา เกรดเฉลี่ย

สะสม แผนการเรียน และ รายได้เฉลี่ยของครอบครัว และตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาคือการประเมินปัจจัยรายด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ปัจจัยด้านการดำเนินรายการ ปัจจัยด้านเนื้อหาภาษาอังกฤษ ปัจจัยด้านช่องทางการนำเสนอ และปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรได้ดัง ภาพ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ปัจจัยด้านการดำเนินรายการ ปัจจัยด้านช่องทางการนำเสนอ ปัจจัยด้านเนื้อหา และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษาอยู่ เกรดเฉลี่ยสะสม แผนการเรียนที่เลือกเรียน และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยประชากรของการศึกษาวิจัยนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ม. 4-6 โรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนี) 2 ที่รับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ภายหลังจากทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในอดีต ประกอบกับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยสำรวจผ่านแบบสอบถามออนไลน์ระหว่างวันที่ 16 – 23 พฤษภาคม 2566 ทำให้ได้รับข้อมูลจากการตอบกลับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 251 ชุด

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 251 คนนั้น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเพศหญิงจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 เพศชายจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ตามมาด้วย LGBTQIA+ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และไม่ต้องการระบุจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8

จากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาคือ อายุ 17 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 62.80 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 97 คน โดยส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 3.50-4.00 จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาคือ 3.00-3.49 จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 ในส่วนแผนการศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างเรียนมากที่สุดคือ คณิตศาสตร์ - วิทยาศาสตร์ และ คณิตศาสตร์ - อังกฤษ ซึ่งจำนวนแผนละ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 รายได้ครอบครัวเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 20,000 - 39,999 จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และรองลงมาคือรายได้ระหว่าง 40,000 - 59,999 จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5

2.พฤติกรรมการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับพฤติกรรม
ด้านประสบการณ์การใช้งาน	3.50	0.969	มาก
- ประสบการณ์การรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์			
ด้านอุปกรณ์			
- Smart Phone	4.10	0.920	มาก
- Smart TV	2.52	1.089	น้อย
- Computer	2.16	0.968	น้อย
- Tablet/Laptop	3.88	1.050	มาก
ด้านความถี่การรับชม			
- มากกว่า 4 ชั่วโมง	2.87	1.333	ปานกลาง
- 3 – 4 ชั่วโมง	2.74	1.107	ปานกลาง
- 1 – 2 ชั่วโมง	3.33	.924	ปานกลาง
- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	3.57	1.039	มาก
ด้านประเภทสื่อออนไลน์			
- YouTube	3.76	.982	มาก
- TikTok	3.82	.958	มาก
- Facebook	3.75	1.058	มาก
- Instagram	3.14	1.170	ปานกลาง
- Twitter	3.13	1.115	ปานกลาง
- Web Browser	3.46	1.356	มาก
ด้านรูปแบบรายการ และการมีส่วนร่วม			
- รายการที่ผู้ดำเนินรายการมีชื่อเสียง	3.83	1.069	มาก
	2.59	1.500	ปานกลาง

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับพฤติกรรม
- โพสต์หรือติดต่อสอบถามเมื่อมีข้อสงสัย	2.68	1.581	ปานกลาง
- แบ่งปันรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ที่ท่าน รับชมให้แก่ผู้อื่น	2.57	1.551	ปานกลาง
- แสดงความคิดเห็นต่อรายการสอนภาษาอังกฤษออนไลน์ที่ ทำรับชม	2.93	1.335	ปานกลาง
- กดถูกใจให้กับรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ ที่ท่านสนใจ			
ด้านวัตถุประสงค์ในการรับชม			
- เพื่อความบันเทิง/พักผ่อน/คลายเครียด	2.12	1.297	น้อย
- เพื่อนำหัวข้อไปสนทนากับผู้อื่น	2.28	1.471	น้อย
- เพื่ออัปเดตข้อมูลความรู้ใหม่ๆ	3.89	1.119	มาก
- เพื่อทำตามกระแสสังคม	2.36	1.507	น้อย
ด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชม			
- สมาชิกในครอบครัว	1.52	1.040	น้อยที่สุด
- เพื่อน	1.50	1.005	น้อยที่สุด
- แฟน	1.50	.997	น้อยที่สุด
- ตัดสินใจด้วยตัวเอง	3.45	1.036	มาก

ผู้วิจัยทำการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยดูจาก ประสิทธิภาพการรับชมรายการ อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการ ความถี่ในการรับชมรายการ ระยะเวลาการรับชมรายการ สื่อที่ใช้ในการรับชมรายการ ปฏิสัมพันธ์กับการรับชมรายการ จุดประสงค์ในการรับชมรายการ และบุคคลที่มีผลต่อการรับชมรายการ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการรับชมรายการสอน

ภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนบดินทร์เดชา สิงห์ สิงหเสนี 2 อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) อยู่ที่ 3.50 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) อยู่ที่ 0.969 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์โดยใช้ Smart Phone ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$, $SD = .920$) รองลงมาคือ Tablet/Laptop อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ($\bar{x} = 3.88$, $SD = .1.050$)

ส่วนความถี่ในการรับชมของกลุ่มตัวอย่างคือทุกวัน ซึ่งอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.14$, $SD = 1.998$) ขณะที่ระยะเวลาในการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างจะน้อยกว่า 1 ชั่วโมงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, $SD = 1.039$) รองลงมาคือระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง ($\bar{x} = 3.33$, $SD = .924$) ส่วนประเภทสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, $SD = .958$) รองลงมาคือ YouTube ($\bar{x} = 3.76$, $SD = .982$) ในส่วนของระยะเวลาการรับชมนั้น กลุ่มตัวอย่างจะรับชมด้วยระยเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ซึ่งอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, $SD = 1.039$) รองลงมาคือรับชมด้วยระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง ($\bar{x} = 3.33$, $SD = .924$) ส่วนประเภทสื่อออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, $SD = .958$) รองลงมาคือ YouTube ($\bar{x} = 3.76$, $SD = .982$)

กลุ่มตัวอย่างจะมีส่วนร่วมับรายการที่ผู้ดำเนินรายการมีชื่อเสียงในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, $SD = 1.069$) โดยส่วนใหญ่จะกดถูกใจให้กับรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ที่สนใจ ($\bar{x} = 3.93$, $SD = 1.335$) ด้านวัตถุประสงค์การเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างรับชมเพื่ออัปเดตข้อมูลความรู้ใหม่ๆ ($\bar{x} = 3.89$, $SD = 1.119$) รองลงมาคือเพื่อทำตามกระแสสังคม ($\bar{x} = 2.36$, $SD = 1.507$) ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลตัดสินใจรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างคือตัดสินใจด้วยตนเอง ($\bar{x} = 3.45$, $SD = 1.036$) รองลงมาคือสมาชิกในครอบครัว ($\bar{x} = 1.52$, $SD = 1.040$)

3. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์

เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ด้านการดำเนินรายการ ด้านเนื้อหาภาษาอังกฤษที่น่าสนใจ ด้านช่องทางการนำเสนอ และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยสะสม แผนการศึกษา และรายได้เฉลี่ยของครอบครัว ได้ผลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ไม่ต่างกันในทุกด้าน

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ และระดับชั้น ต่างกันมีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม ต่างกัน มีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ด้านการดำเนินรายการ และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีแผนการศึกษาต่างกัน มีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่างกัน มีระดับการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ด้านการดำเนินรายการต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 251 คนนั้น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลด้านประชากรในประเทศไทยที่รายงานโดย Kem, S. (2023) ซึ่งมีเพศหญิงร้อยละ 51.5 และเพศชายร้อยละ 48.5 ที่ใช้โซเชียลมีเดีย และเหตุผลหนึ่งในสามของการใช้โซเชียลมีเดียจาก We Are Social & Meltwater (2023: Online) คือต้องการศึกษาความรู้และข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ

จากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16 ปี ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 โดยส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 3.50-4.00 ในส่วนแผนการศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างเรียนมากที่สุดคือ คณิตศาสตร์ - วิทยาศาสตร์ และ คณิตศาสตร์ - อังกฤษ อาจเป็นได้ว่านักเรียนที่เรียนแผน คณิตศาสตร์ - วิทยาศาสตร์ ต้องการเพิ่มทักษะด้านภาษาอังกฤษให้มากขึ้นเพื่อเตรียมตัวกับโลกาภิวัตน์ที่ระบบนิเวศการทำงานได้เปลี่ยนแปลงไปพึ่งพาภาษาอังกฤษมากขึ้น ส่วนรายได้ครอบครัวเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 20,000 - 39,999

2. พฤติกรรมการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์

ประสบการณ์การรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนบดินทร์เดชา สิงห์ สิงหเสนี 2 อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์โดยใช้ Smart Phone ในระดับมาก โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับรายงานด้านดิจิทัลของ We Are Social & Meltwater (2023: Online) ที่ระบุว่า อุปกรณ์ที่คนไทยใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 95.3

ส่วนความถี่ในการรับชมของกลุ่มตัวอย่างคือทุกวัน ซึ่งอยู่ในระดับมาก ขณะที่ระยะเวลาในการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างจะน้อยกว่า 1 ชั่วโมงอยู่ในระดับมาก ส่วนประเภทสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้คือแอปพลิเคชัน TikTok ซึ่งอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยการรายงานของ We Are Social & Meltwater (2023: Online) ระบุว่า แม้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุดคือ Facebook ขณะที่ TikTok มีการใช้มากที่สุดเป็นอันดับ 4 แต่ภายในระยะเวลาอีกไม่กี่ปีข้างหน้า TikTok จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นไปถึงสูงสุดได้ ทั้งนี้ Yurieff (2018: Online) กล่าวว่า ผู้คนสามารถมีส่วนอย่างเต็มที่ในแอปพลิเคชัน TikTok สามารถสร้างวิดีโอสั้นๆ ได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านสมาร์ทโฟน รวมทั้งคนหนุ่มสาวปัจจุบันยอมรับสิ่งใหม่ๆ ที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว มีการปรับสไตล์ความชอบของแต่ละคน ทำให้ TikTok แพร่ขยายอย่างรวดเร็ว

กลุ่มตัวอย่างจะมีส่วนร่วมกับการรายการที่ผู้ดำเนินรายการมีชื่อเสียงในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ภทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559 : 66) ที่พบว่า การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นกลุ่มอ้างอิงในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสวมใส่ให้ดูดีและได้รับการยอมรับจากสังคมด้วยการสวมใส่เสื้อผ้าที่มีชื่อเสียง โดยส่วนใหญ่จะกดถูกใจให้กับรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ที่สนใจ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมในปัจจุบันที่ผู้คนส่วนใหญ่จะดูเนื้อหาที่น่าสนใจบนโซเชียลมีเดีย แต่ไม่ค่อยมีการปฏิสัมพันธ์ที่ใช้เวลากับเนื้อหาที่รับชมเท่าไรนัก ดังนั้นการกดถูกใจจึงเป็นการปฏิสัมพันธ์ที่สะดวกที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทวัส ทองธีรภาพและศิริกุล แก้วขาว (2559 : 9) ที่พบว่าการปฏิสัมพันธ์ด้วยการกดไลค์เป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกที่สุดเพื่อแสดงความสนใจในเนื้อหานั้น ด้านวัตถุประสงค์การเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างรับชมเพื่ออัปเดตข้อมูลความรู้ใหม่ๆ ผลการสำรวจนี้สอดคล้องกับรายงานของ We Are Social & Meltwater (2023: Online) ที่ระบุว่าเหตุผลหลักในการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยคือการค้นหาข้อมูลถึงร้อยละ 64.9 รองลงมาคือการอัปเดตข่าวและเหตุการณ์ต่างๆ ร้อยละ 58.1 และการดูหนัง รายการโทรทัศน์ และวิดีโอรูปแบบต่างๆ ตามลำดับ

ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลตัดสินใจรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างคือตัดสินใจด้วยตนเอง ทั้งนี้เนื่องจากการเสพเนื้อหาต่างๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นบางครั้งอาจได้รับอิทธิพลจากคนรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน แต่สุดท้ายแล้วผู้ที่ตัดสินใจจะเลือกเสพเนื้อหานั้นๆ หรือไม่ขึ้นอยู่กับมติตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Plunkett & Attner (1994;1) ที่จะต้องเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternatives) เพียงทางเลือกเดียว ซึ่งทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุดและให้ผลประโยชน์มากที่สุด

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า เพศไม่ส่งผลต่อการประเมินปัจจัยการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิรสิน มีลาภ และคณะ (2561 : 5) เรื่อง ความตั้งใจในการใช้

สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประกอบธุรกิจ ระบุว่า เพศไม่มีผลต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันความสามารถในการเข้าถึงสื่อไม่ได้จำกัดที่เรื่องเพศ ทุกคนสามารถใช้สื่อได้อย่างเท่าเทียมกัน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาของผู้วิจัยจะแตกต่างกับการศึกษาของ อัจฉริยา ทุงแจ่ม (2560 :57) ที่ว่าเพศที่ต่างกันจะส่งผลต่อการรับชมรายการผ่านสื่อออนไลน์ที่ต่างกัน

ในขณะที่อายุส่งผลต่อการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า นักเรียนที่มีอายุต่างกันจะมีการประเมินปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โยชิตา นันทิกาศย์ และ คม คัมภีรานนท์ (2563 : 138) ที่ระบุว่าเมื่อช่วงอายุเปลี่ยนทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ตามความรู้ ความรอบคอบ และประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น ดังเช่นที่วัยรุ่นมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ได้ง่ายกว่าผู้ใหญ่

ส่วนระดับชั้นที่กำลังศึกษาอยู่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า นักเรียนที่มีศึกษาในระดับชั้นต่างกันจะมีการประเมินปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สานิตย์ หนูนิล และ กนกวรรณ พวงประยงค์ (2562 : 182) ที่กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้นได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคลที่หลากหลาย สภาพแวดล้อมรอบตัว ค่านิยม รวมถึงบุคลิกภาพส่วนบุคคล ซึ่งในที่นี้คือเพื่อนร่วมชั้นเรียน

ในส่วนเกรดเฉลี่ยก็ส่งผลต่อการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยต่างกัน จะมีการประเมินปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม ด้านการดำเนินรายการ และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยในระดับเดียวกันอาจสนใจรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษคล้ายกัน นอกจากเพื่ออัปเดตความรู้ใหม่ๆ แล้ว ยังเพื่อให้ตัวเองทันสมัยและอยู่ในกระแสสังคม สามารถนำเรื่องราวที่รับชมไปสนทนากับผู้อื่นได้

ขณะที่แผนการศึกษาส่งผลต่อการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า นักเรียนที่มีเลือกแผนการศึกษาต่างกัน จะมีการประเมินปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิงและด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยภาพรวมนักเรียนแต่ละแผนการศึกษาจะประเมินเหตุผลในการรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษจากกลุ่มอ้างอิงแตกต่างกัน นักเรียนแต่ละแผนการศึกษาอาจบุคคลที่อยู่ในสื่อออนไลน์ไม่เหมือนกัน นักเรียนที่เรียนวิชาเอกภาษาอังกฤษอยู่แล้วจะชอบครูผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาและเน้นการสื่อสารเป็นหลัก ในขณะที่นักเรียนแผนการเรียนอื่นจะชอบเรียนด้านไวยากรณ์กับครูผู้สอนคนไทยเพื่อนำมาสอบ

และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวส่งผลต่อการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า นักเรียนที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่างกัน จะมีการประเมินปัจจัยด้านการดำเนินรายการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำจะประเมินปัจจัยด้านการดำเนินรายการต่างกับกลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้มาก ซึ่งอาจเป็นเรื่องเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เนื่องจากปัจจัยด้านการดำเนินรายการจะรวมถึงคุณภาพของภาพและเสียง ไม่มีโฆษณาครั้น เป็นต้น สอดคล้องกับรายงานของ พรศก้าวไกล (2565:ออนไลน์) ที่นำเสนอข้อมูลจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และ UNICEF พบว่า เด็กที่อยู่ในครัวเรือนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำกว่าจะเข้าถึงโลกดิจิทัลได้น้อยลงอย่างมาก โดยเฉพาะการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและการมีคอมพิวเตอร์ ซึ่งสัมพันธ์กับฐานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือนอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผู้สอนควรแนะนำช่องทางการเรียนภาษาอังกฤษผ่านทางออนไลน์ให้กับผู้เรียน โดยอิงจากช่องทางการนำเสนอ เนื้อหา และการดำเนินรายการ
2. การสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ ผู้สอนควรเลือกสื่อออนไลน์ที่ผู้เรียนเข้าถึงมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อการสอนและรับชมรายการสอนได้อย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาอิสระนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) และการสังเกตการณ์ (Observation) เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกที่มีความหลากหลายและละเอียดมากขึ้น
2. ศึกษาถึงทัศนคติและการใช้ประโยชน์จากการเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์ จากนั้นนำมาวิเคราะห์อย่างละเอียดว่าแต่ละด้านส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางสื่อออนไลน์หรือไม่อย่างไร
3. การศึกษาอิสระนี้ศึกษาเฉพาะรายการทางสื่อออนไลน์เท่านั้น อาจมีการศึกษาเปรียบเทียบรายการทางสื่อออนไลน์กับรายการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางออฟไลน์อื่นๆ เพื่อหาข้อแตกต่างและประเมินกลยุทธ์ของแต่ละรายการ ทั้งนี้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เอกสารอ้างอิง

- จิรสิน มีลาภ และคณะ. (2561). ความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประกอบธุรกิจ. *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติ “วลัยลักษณ์วิจัย”*. 27-28 มีนาคม 2561. มหาวิทยาลัยทักษิณ. นครศรีธรรมราช : Walailak Procedia
- พรรคก้าวไกล. (2565). ความเหลื่อมล้ำที่ (อาจ) ยังไม่จบที่รุ่นเรา : สถานการณ์เด็กและเยาวชนไทย และข้อเสนอเชิงนโยบาย. *Online*. Retrieved August, 8 2023. From : <https://think.Moveforwardparty.org/article/economy/1861/>
- ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่าย เฟซบุ๊กและอินสตาแกรม. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิทวัส ทองธีรภาพ และ ศิริกุล แก้วขาว. (2559). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสังคม ออนไลน์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้าและองค์กร. *วารสารราชมงคลล้านนา*, 4 (1), 8.
- सानิตย์ หนูนิล และ กนกวรรณ พวงประยงค์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ ในชนบทไทย. *วารสารพัฒนาสังคม*, 21 (2), 182.
- โยชิตา นันทิกาศย์ และ คม คัมภีรานนท์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้ามัลติแบรนด์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภท Instagram ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย. *วารสารรัชตภาค*, 14 (36), 138.
- อัญฉริยา พุ่งแจ้ง. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Education First. (2022). The world's largest ranking of countries and regions by English skills. English Proficiency Index. *Online*. Retrieved July 14, 2023. From : <https://www.ef.co.th/epi/>
- Kaya Yurieff. (2018). TikTok is the latest social network sensation. *Online*. Retrieved July 9, 2023. From : <https://edition.cnn.com/2018/11/21/tech/tiktok-app/index.html>.
- Statista (2023). Internet. *Online*. Retrieved July14, 2023 From : <https://www.statista.com/markets/424/internet/>
- Plunkett, W.R., & Attner. R. F. (1994). Introduction to Management. Belmont: Wadsworth.
- We Are Social & Meltwater (2023), Digital 2023 Thailand. *Online*. Retrieved June 31, 2023. From : <https://datareportal.com/reports/digital-2023-thailand> on 01 June 2023.