

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันเศรษฐกิจมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ประเทศไทยได้มีการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทยให้เพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคและในระดับโลก เนื่องด้วยเทคโนโลยีสามารถที่จะลดต้นทุนดำเนินงานต่าง ๆ ได้ และช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ให้รวดเร็วและแม่นยำ โดยเฉพาะในยุคข้อมูลข่าวสารอย่างในปัจจุบันนั้น เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีส่วนสำคัญในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นอย่างมาก โดยการเลือกรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้องและรวดเร็วย่อมถือเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการเพื่อนำข้อมูลข่าวสารที่ได้มาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ การนำเสนอข่าวสารในปัจจุบันมีหลายช่องทาง และหนึ่งในช่องทางเหล่านั้นคือการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งถือเป็นช่องทางสื่อสารที่เป็นผลจากการพัฒนาของเทคโนโลยี ที่มีความสามารถในการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายโดยมีต้นทุนที่ถูกกว่าสื่อเดิมในอดีต (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549 : 43)

การเลือกสื่อเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาดในยุคปัจจุบันนั้น สื่อออนไลน์ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความนิยม โดยในปี 2550 มีจำนวนเงินโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ประมาณ 900 ล้านบาท และคาดว่าจะมีการเติบโตขึ้นในปี 2551 เป็น 1,000 ล้านบาท (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ, 2551 : ออนไลน์) โดยสื่อโฆษณาออนไลน์ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีความสำคัญในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน เนื่องจากต้นทุนของการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ที่ต่ำกว่า สื่อโทรทัศน์หรือวิทยุ รวมทั้งประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แม่นยำกว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีศักยภาพในการเข้าถึงข่าวสารออนไลน์ได้ โดยจากผลการศึกษาวัยปฏิบัติการบริโภคนิยมของประชาชนชาวอเมริกา พบว่า กลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด โดยเพิ่มขึ้นจาก 24% ในปี 1998 เป็น 61% ในปี 2008 เพิ่มขึ้นถึง 37% โดยส่วนใหญ่จะรับข่าวในรูปแบบของสื่อวีดิโอออนไลน์ (Pew Research Center, 2551 : 21) และจากการศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตของของกลุ่ม Gen-M (Millennial Generations) คือ กลุ่มประชากรที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่ม Gen-M ทำกิจกรรมเล่น

อินเทอร์เน็ต ค่อนข้างบ่อยและให้ความสนใจเทคโนโลยีใหม่ และสนใจกิจกรรมข่าวสารสำหรับวัยรุ่น ในระดับมาก (ณัฐพล จิตประไพ, 2550 : ออนไลน์)

ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสาร ผ่านสื่อออนไลน์ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ จะได้ข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุงให้รูปแบบการเสนอบริการข่าวสารออนไลน์สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น และทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเพื่อหาโอกาสในการทำธุรกิจในด้านต่างๆ ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

### 1.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางการวางแผนธุรกิจของผู้ที่สนใจ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

### 1.4 นิยามศัพท์

**พฤติกรรมการรับข่าวสาร** หมายถึง ลักษณะการเปิดรับข่าวสารออนไลน์ ประกอบด้วย การใช้บริการข่าวออนไลน์ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทใด ประเภทของข่าวสาร ความถี่ ระยะเวลา ช่วงเวลา สถานที่ในการเปิดรับข่าวสารออนไลน์ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ

**ข่าวสาร** หมายถึง การรายงาน การนำเสนอเรื่องราวเพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับเหตุการณ์ข้อเท็จจริงหรือ ข้อคิดเห็นของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

**สื่อออนไลน์** หมายถึง ตัวกลางหรือพาหนะที่จะนำข่าวสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

**นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่** หมายถึง นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอก