

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลังการวิจัย

สำหรับเด็กอนุบาลและประถมศึกษา การตัดสินใจเลือกโรงเรียนที่จะเข้าเรียนถือเป็นหนึ่งในการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดที่ผู้ปกครองจะต้องทำ ผู้ปกครอง/นักเรียนเลือกโรงเรียนหนึ่งเหนือโรงเรียนอื่นด้วยเหตุผลที่หลากหลาย เหตุผลหรือปัจจัยเหล่านี้รวมถึงความใกล้ชิดกับบ้าน ค่าใช้จ่าย ความช่วยเหลือทางการเงินทุนการศึกษา ที่พัก โครงการที่โรงเรียนเสนอ ชีวิตนักเรียน ชื่อเสียงทางวิชาการ เกียรติยศของโรงเรียน และโปรแกรมกีฬา นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลอื่น ๆ อีกมากมายที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักเรียนครั้งแรกว่าจะเข้าเรียนที่ไหน อิทธิพลเหล่านี้รวมถึงความคิดเห็นของผู้ปกครอง ที่ที่เพื่อนจะไป สิ่งพิมพ์ของโรงเรียน คำบอกเล่า ผู้สรรหาโรงเรียน คำแนะนำจากที่ปรึกษาโรงเรียน และเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ ความสนใจของผู้จัดการการลงทะเบียนคือการเข้าใจเหตุผลที่ผู้ปกครอง/นักเรียนเลือกโรงเรียนซึ่งเป็นเพียงความต้องการและความจำเป็นของโรงเรียนในการเพิ่มจำนวนนักเรียนที่สมัครเข้าเรียน ด้วยการลงทะเบียนในสถาบันการศึกษาระดับต่ำยังคงอยู่หนึ่ง และการแข่งขันที่เข้มข้นสำหรับนักเรียน/ผู้เรียนโรงเรียนจึงต้องเข้าใจการพิจารณาหรือเหตุผลที่นักเรียนที่มีศักยภาพใช้ในการตัดสินใจว่าจะใช้ชีวิตอีกหกปีหรือสิบปีต่อไปในโรงเรียนไหน โรงเรียนต่าง ๆ ได้พยายามหาวิธีเพื่อชดเชยการลดลงของการสนับสนุนจากรัฐในขณะเดียวกันก็เพิ่มรายได้

การมาถึงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน การสื่อสาร การทำธุรกรรม การสรรหา และการดำเนินธุรกิจของผู้คนและองค์กร เพื่อให้ทันกับแนวโน้มธุรกิจและการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ องค์กรธุรกิจจึงได้บูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารรวมถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ากับกระบวนการธุรกิจและการสื่อสาร ตลอดจนกลยุทธ์การผลิตและการตลาด การมาถึงของสื่อสังคมออนไลน์และการพัฒนาและนวัตกรรมในสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันได้ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ค้นหาวิธีการที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในการสื่อสารกับฐานผู้บริโภคของพวกเขา และดึงดูดผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีศักยภาพ ความท้าทายด้านการสื่อสารและการตลาดรูปแบบใหม่นี้ได้ขยายไปถึงสถาบันการศึกษา ซึ่งพยายามที่จะมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักเรียน

ก่อนหน้านี้ แหล่งข้อมูลแบบดั้งเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียง เพื่อน ครอบครัว และเว็บไซต์ เป็นแหล่งข้อมูลหลักเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา อย่างไรก็ตาม การศึกษาหลายชิ้นเกี่ยวกับเยาวชนวัยรุ่น และคนเจนวาย (Gen Y) พบว่ากลุ่มเหล่านี้เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ ในฐานะนักเรียนที่มีศักยภาพในอนาคต พวกเขามีแนวโน้มที่จะหันไปใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Google+ เพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนและโปรแกรมการศึกษา

ดังนั้น เมื่อพูดถึงกรณีเฉพาะของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ซึ่งเป็นโรงเรียนประถมศึกษาภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ที่ให้การศึกษาด้าน STEM PBL และโปรแกรมภาษาต่างประเทศแก่เด็กนักเรียน โรงเรียนแห่งนี้ได้รับการลงทะเบียนที่ดีในโปรแกรม STEM PBL และ

ภาษาต่างประเทศตลอดหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือการตลาดและการสื่อสารเพื่อเข้าถึงนักเรียนที่มีศักยภาพของพวกเขา สิ่งนี้จึงกระตุ้นให้ผู้เขียนงานวิจัยนี้ดำเนินการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจว่า สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนและกระบวนการตัดสินใจของผู้ปกครอง/นักเรียนในการเข้าร่วมโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีอย่างไร

โครงสร้างและรูปแบบของการรับสมัครนักเรียนกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องเนื่องจากการปฏิวัติสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจ ความเชื่อ และการรับรู้ของผู้คน การแยกส่วนของสื่อการสื่อสารและเทคโนโลยีได้นำไปสู่การเพิ่มอำนาจให้กับผู้บริโภคและการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นระหว่างสถาบันการศึกษา (Flew, 2011, p. 165) ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตต่อพฤติกรรมการซื้อและการตัดสินใจของผู้คน ได้กระตุ้นให้สถาบันการศึกษาปรับตัวเข้ากับแนวโน้มและการพัฒนาใหม่ ๆ โดยการตอบสนองและการนำเทคนิคการตลาดและการสมัครที่มีประสิทธิภาพมาใช้

อย่างไรก็ตาม โรงเรียนต้องเผชิญกับปัญหาและความท้าทายหลายประการในการพัฒนาและดำเนินการตามเป้าหมายและกลยุทธ์การตลาดของพวกเขา ปัญหาและความท้าทายเหล่านี้รวมถึงการขาดความรู้และความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือการตลาด เทคนิคการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีประสิทธิภาพ ความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นของกลยุทธ์และการปฏิบัติในการตลาดและการรับสมัคร การพัฒนาที่รวดเร็วของสื่อสังคมออนไลน์ การเปลี่ยนแปลงกระบวนการตัดสินใจและตัวเลือกการสื่อสารของนักเรียนที่มีศักยภาพ รวมถึงการใช้อุปกรณ์ใหม่และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

การมาถึงและการพัฒนาของ Web 2.0 ได้นำไปสู่การเติบโตอย่างรวดเร็วของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งรวมถึงเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter และบล็อกไซต์ บริการโฮสต์ วิดีโอ แชร์ริงไซต์ (เช่น YouTube, Vimeo, Line me, Yahoo เป็นต้น) และเว็บแอปพลิเคชันอื่น ๆ การศึกษาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ดึงดูดผู้คน โดยเฉพาะวัยรุ่น ตัวอย่างเช่น การสำรวจล่าสุดแสดงให้เห็นว่า 73% ของผู้คน หรือประมาณ 347 ล้านคน ใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (InSite's, 2011) เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทยคือ Facebook โดยมีผู้ใช้ที่ลงทะเบียนอย่างน้อย 62%

การศึกษาในประเทศไทยระหว่างปี 2011-2012 เปิดเผยว่าคนไทย โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 24 ปี ใช้เวลา 35% ของเวลาออนไลน์ (Brand Watch, 2012) คนไทยที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 35 ปีใช้เวลาในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่น ๆ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 35 ถึง 45 ปีมีการใช้งานเว็บบนมือถืออย่างน้อย 82% นอกจากนี้ยังพบว่าในขณะที่ 94% ของคนไทยยังคงใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลสำหรับการทำงานสื่อสังคมออนไลน์ การใช้อุปกรณ์ใหม่อื่น ๆ เช่น สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต กำลังเพิ่มขึ้น (Brand Watch) ในระดับโลก จำนวนผู้สมัครสมาชิกมือถือทั้งหมดถึง 6.5 พันล้านคนในปี 2012 (Social Networking Watch, 2012) และคาดว่าจะถึง 7.5 พันล้านคนในปี 2015 โดยแอฟริกาและเอเชียแปซิฟิกที่มีประชากรมาก คาดว่าจะมีส่วนร่วมถึง 65% ของผู้สมัครสมาชิกมือถือทั้งหมด

สถิติล่าสุดและการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เหล่านี้ ยังคงกดดันให้สถาบันการศึกษาค้นหาวิธีการ และเทคนิคใหม่ ๆ ในการสื่อสารและดึงดูดนักเรียนที่มีศักยภาพในประเทศต่าง ๆ สถาบันการศึกษานานาชาติในหลายประเทศไม่ได้แข่งขันกันเพียงเพื่อดึงดูดนักเรียนที่มีศักยภาพเท่านั้น แต่ยังแข่งขันเพื่อหานักเรียนที่ดีที่สุดและฉลาดที่สุดจากทั่วทุกมุมโลก (Social Media Week, 2012) เนื่องจากสื่อสังคมและแคมเปญการตลาดมีค่าใช้จ่ายสูงและมีข้อจำกัดในการเข้าถึงนักเรียนต่างชาติ โรงเรียนหลายแห่งจึงได้ตระหนักถึงศักยภาพของสื่อสังคมออนไลน์และนำมาใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมโปรแกรมของพวกเขาและดึงดูดผู้ปกครองที่มีศักยภาพ

โรงเรียนส่วนใหญ่ได้เห็นศักยภาพที่ไร้ขีดจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ในการเชื่อมต่อและรับสมัครนักเรียน โรงเรียนที่มีชื่อเสียงเหล่านี้ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ 92 จาก 100 วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยชั้นนำในสหรัฐอเมริกาได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมโปรแกรมของพวกเขาให้กับนักเรียนที่มีศักยภาพ อย่างไรก็ตาม จำนวนเฉลี่ยของแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้คือ 3.7 โดย Facebook ยังคงเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด

1.2 ปัญหาการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยนี้คือเพื่อกำหนดว่าผู้ปกครองได้รับการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์ในระดับใด และวิธีที่ผู้ปกครองใช้ข้อมูลดังกล่าวในการสมัครและเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลานของพวกเขา นอกจากนี้ยังสำรวจวิธีการที่ผู้ปกครองต้องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการค้นหาโรงเรียน หากสื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้มีให้บริการในโรงเรียนที่พวกเขาเลือก ข้อมูลนี้จะช่วยชี้แนะโรงเรียนในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และช่วยในการกำหนดเป้าหมายกิจกรรมทางการตลาดได้อย่างแม่นยำมากขึ้น เนื่องจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการรับสมัครทางวิชาการยังเป็นสิ่งใหม่ สิ่งที่ยังต้องสำรวจคือวิธีการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการลงทะเบียน หรือช่วยมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานของพวกเขาไปยังวิทยาลัยเฉพาะ การระบุมุมมองความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกโรงเรียนของผู้ปกครองกับโรงเรียนเฉพาะจะช่วยให้แผนการรับสมัครและการตลาดทราบถึงวิธีที่ดีที่สุดในการเข้าถึงกลุ่มนักเรียนที่มีศักยภาพนี้

โรงเรียนได้เผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและทำงานเพื่อระบุโอกาสในการฟื้นฟูรายได้ที่สูญเสียไป โดยการเพิ่มจำนวนนักเรียนที่ลงทะเบียนเข้าเรียน ด้วยเหตุนี้ โรงเรียนจึงเริ่มมองว่าการลงทะเบียนนักเรียนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการชดเชยการขาดดุลงบประมาณขณะเดียวกันก็ยังคงพัฒนาโรงเรียนต่อไป (Casey & Llewellyn, 2012; Han, 2014) โรงเรียนมุ่งเน้นไปที่การรับสมัครนักเรียนที่มีศักยภาพและการเพิ่มจำนวนนักเรียนใหม่ โดยการระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของนักเรียน และวิธีที่ปัจจัยเหล่านั้นส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดและการรับสมัครของโรงเรียน มีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียน รวมถึงสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม เพศ ค่าใช้จ่าย ที่ตั้งของโรงเรียน ชาติพันธุ์ ภูมิหลังทางเชื้อชาติ ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อิทธิพลของเพื่อน สิ่งพิมพ์ของโรงเรียน คำบอกเล่า ทุนการศึกษา ชื่อเสียงของโรงเรียน และการตลาดของ

โรงเรียน เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยโรงเรียน นักเรียน และผู้ปกครองที่มีศักยภาพ (Han, 2014; Joseph, Mullen, & Spake, 2012)

โครงสร้างและรูปแบบของการรับสมัครนักเรียนกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องเนื่องจากการปฏิวัติสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การตัดสินใจ ความเชื่อ และการรับรู้ของผู้คน การแยกส่วนของสื่อการสื่อสารและเทคโนโลยีได้นำไปสู่การเพิ่มอำนาจให้กับผู้บริโภค และการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นระหว่างสถาบันการศึกษา (Flew, 2011, p. 165) ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตต่อพฤติกรรมการซื้อและการตัดสินใจของผู้คน ได้กระตุ้นให้สถาบันการศึกษาปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มและการพัฒนาใหม่ ๆ โดยการตอบสนองและการใช้เทคนิคการตลาดและการรับสมัครที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม สถาบันการศึกษาต้องเผชิญกับปัญหาและความท้าทายหลายประการในการพัฒนาและดำเนินการตามเป้าหมายและกลยุทธ์การตลาดของพวกเขา ปัญหาและความท้าทายเหล่านี้รวมถึงการขาดความรู้และความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือการตลาด เทคนิคการตลาดออนไลน์ที่ไม่มีประสิทธิภาพ ความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นของกลยุทธ์และการปฏิบัติด้านการตลาด และการรับสมัคร การพัฒนาที่รวดเร็วของสื่อสังคมออนไลน์ การเปลี่ยนแปลงในกระบวนการตัดสินใจและตัวเลือกการสื่อสารของนักเรียนที่มีศักยภาพ รวมถึงการใช้อุปกรณ์ใหม่ ๆ และแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์

การมาถึงและการพัฒนาของ Web 2.0 ได้นำไปสู่การเติบโตอย่างรวดเร็วของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งรวมถึงเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter เว็บไซต์แชร์วิดีโอ (เช่น YouTube, Yahoo เป็นต้น) และเว็บแอปพลิเคชันอื่น ๆ การศึกษาหลายฉบับแสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะวัยรุ่น ตัวอย่างเช่น จากการสำรวจล่าสุดในประเทศไทย พบว่ามีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานอยู่ประมาณ 58.1 ล้านคน (เข้าสู่ระบบอย่างน้อยหนึ่งครั้งในหนึ่งเดือน) ในปี 2022 ซึ่งคิดเป็น 81.2% ของประชากรที่สามารถเข้าถึงได้ นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2021 ถึง 2022 จำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้น 3.4% (ข้อมูลอัปเดตล่าสุด: 30 ตุลาคม 2023) โดยเว็บไซต์ facebook.com ได้รับการจัดอันดับเป็นอันดับที่ 1 และเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดในประเทศไทยในเดือนธันวาคม 2023 ตามมาด้วย twitter.com ในอันดับที่ 2 และ line.me อยู่ในอันดับที่ 3 ในฐานะผู้นำของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทย (ข้อมูลอัปเดตล่าสุด: 1 กุมภาพันธ์ 2024)

ในปี 2023 ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยประมาณ 74.7% อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18 ถึง 24 ปี ในขณะที่ผู้ใช้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไปมีเพียง 1.2% เท่านั้น สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ที่มีความสำคัญอย่างมากในหมู่คนไทย (Statista Research Department, 29 กันยายน 2023)

ในทางกลับกัน แม้ว่าจะมีข้อจำกัด การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจที่ดำเนินการในไตรมาสที่สี่ของปี 2022 ในประเทศไทย พบว่าประมาณ 99.9% ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี ระบุว่าพวกเขาใช้สมาร์ทโฟน ในขณะที่ประมาณ

77.3% ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไประบุว่าใช้สมาร์ทโฟน (Statista Research Department, 4 เมษายน 2023) ตัวเลขนี้สูงขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อน ๆ ที่น่าสนใจคือเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์จากต่างประเทศ เช่น Facebook, YouTube และ Twitter ยังคงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม จำนวนเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ของไทยยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

สถิติล่าสุดและการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เหล่านี้ ยังคงกดดันให้สถาบันการศึกษาค้นหาวิธีการและเทคนิคใหม่ ๆ ในการสื่อสารและดึงดูดนักเรียนที่มีศักยภาพในภูมิภาคต่าง ๆ สถาบันการศึกษานาขนาดใหญ่ในหลายภูมิภาคไม่ได้แข่งขันกันเพียงเพื่อดึงดูดนักเรียนที่มีศักยภาพเท่านั้น แต่ยังแข่งขันเพื่อหานักเรียนที่ดีที่สุดและมีความสามารถสูงจากทุกมุมของภูมิภาค เนื่องจากสื่อดั้งเดิมและแคมเปญการตลาดแบบดั้งเดิมมีค่าใช้จ่ายสูงและมีข้อจำกัดในการเข้าถึงนักเรียน สถาบันการศึกษาจึงได้ตระหนักถึงศักยภาพของสื่อสังคมออนไลน์และนำมาใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมโปรแกรมการเรียนรู้และดึงดูดนักเรียนที่มีศักยภาพ

สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ได้เห็นศักยภาพที่ไร้ขีดจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ในการเชื่อมต่อและรับสมัครนักเรียน นอกจากนี้ 92 จาก 100 สถาบันการศึกษาชั้นนำในประเทศไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อโปรโมตโปรแกรมของพวกเขาให้กับนักเรียนที่มีศักยภาพ อย่างไรก็ตาม จำนวนเฉลี่ยของแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้คือ 3.7 โดย Facebook ยังคงเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานมากที่สุด

การสื่อสารออนไลน์ประเภทนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักเรียนและผู้ปกครองในปัจจุบัน รวมถึงนักเรียนและผู้ปกครองที่มีศักยภาพ เว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์สองแห่งที่ได้รับความนิยมมากที่สุดใหมู่นักเรียนและผู้ปกครองทั้งปัจจุบันและที่มีศักยภาพ ได้แก่ Facebook, YouTube และในบางส่วน แอปพลิเคชัน Line me แม้ว่านักเรียนและผู้ปกครองส่วนใหญ่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นคว้าเกี่ยวกับโรงเรียนที่จะเข้าเรียน แต่ระดับอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของนักเรียน/ผู้ปกครองยังไม่ใช่ที่ทราบแน่ชัด อย่างไรก็ตาม การสื่อสารประเภทนี้จะเป็นประโยชน์ต่อโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในการนำไปใช้ในการตลาดและการรับสมัครนักเรียนที่มีศักยภาพ และการศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์และทำความเข้าใจอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของผู้ปกครอง

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. วิเคราะห์และทำความเข้าใจอิทธิพลของการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียน
2. สำรวจความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์กับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

คำถามการวิจัยรองมีดังนี้

1. การเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในระดับใด?
2. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสังคมออนไลน์และการเปิดเผยต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีคืออะไร?

1.4 ประโยชน์การวิจัย

เช่นเดียวกับองค์การส่วนใหญ่ ทั้งภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษาควรสามารถสื่อสารวิสัยทัศน์ โปรแกรม และหลักสูตรของพวกเขาให้กับลูกค้าและนักเรียนที่มีศักยภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพวิธีหนึ่งคือการใช้วิธีการสื่อสารและเทคนิคการตลาดที่มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อแจ้งและดึงดูดนักเรียนที่มีศักยภาพอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ คำถามไม่ใช่ว่าโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีควรเลือกระหว่างวิธีการตลาดแบบดั้งเดิมและวิธีการตลาดดิจิทัลหรือออนไลน์ คำถามสำคัญคือโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีจะใช้หรือเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์อย่างไรเพื่อดึงดูดและรับสมัครนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้รับประโยชน์ที่ตั้งใจไว้จากการศึกษานี้มีดังนี้

การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อแจ้งให้สถาบันการศึกษาทราบถึงเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงเทคนิคการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพซึ่งสามารถใช้ในการดึงดูดนักเรียนที่มีศักยภาพ ดังที่ได้กล่าวไว้ในส่วนบทนำ หนึ่งในความท้าทายที่สถาบันการศึกษาต้องเผชิญเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์คือความซับซ้อนและลักษณะ 'วิวัฒนาการ' ของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและกระบวนการเลือกสื่อสังคมออนไลน์และการตัดสินใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน การศึกษานี้สามารถช่วยสถาบันการศึกษาโดยการสำรวจเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์และอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดโดยวัยรุ่น รวมถึงวิธีและเทคนิคที่มีประสิทธิภาพที่สุดในการดึงดูดและสื่อสารกับนักเรียนต่างชาติที่มีศักยภาพ การศึกษานี้ยังพยายามแนะนำวิธีและแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงนักเรียน ไม่เพียงพที่วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยจะเพียงแค่สร้างการเชื่อมต่อนักเรียนที่มีศักยภาพของพวกเขาเท่านั้น แต่ยังสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจและการมีส่วนร่วมของพวกเขา และสร้างการเชื่อมต่อเชิงรุก

การศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปกครองในด้านการใช้เทคนิคการตลาดที่มีประสิทธิภาพของโรงเรียน และการมีช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียน นอกเหนือจากการพึ่งพาแหล่งข้อมูลแบบดั้งเดิม ผู้ปกครองยังจะพึ่งพาเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลทางการศึกษาและข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เป้าหมายของโรงเรียนคือการเข้าถึงนักเรียนเหล่านี้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การมีส่วนร่วมในงานวิจัยด้านการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ แม้ว่าจะมีการศึกษาและสำรวจคุณค่าด้านการตลาดและการสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์ในหลายงานวิจัย แต่มีเพียงไม่กี่งานที่มุ่งเน้นถึงผลกระทบของการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียน

การศึกษานี้มีส่วนร่วมในวรรณกรรมด้านสื่อสังคมออนไลน์และการตลาด โดยการแนะนำกลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ใหม่ที่สามารถใช้โดยสถาบันการศึกษา และสามารถตรวจสอบเพิ่มเติมโดยนักวิจัยและนักวิชาการ

1.5 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษานี้ถูกจำกัดไว้ที่การสำรวจโดยผู้ปกครอง เพื่อระบุอิทธิพลของการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่การศึกษามลกระทบของการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2. ขอบเขตประชากร

ขอบเขตประชากรของการศึกษานี้คือผู้ปกครองทั้งหมดของนักเรียนที่มีอายุระหว่าง 3 ถึง 14 ปี ซึ่งได้เลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีแล้ว ขนาดตัวอย่างคืออย่างน้อย 250 ถึง 350 ผู้ปกครอง ผ่านการสำรวจออนไลน์

3. ขอบเขตระยะเวลา

ขอบเขตระยะเวลาของการศึกษานี้คือระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนธันวาคม 2024 โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางออนไลน์ (ผ่าน Google Form) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา

โดยการสำรวจอิทธิพลของการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าสำหรับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในการเสริมสร้างสถานะออนไลน์ของตนเอง ดึงดูดนักเรียนที่มีศักยภาพ และสุดท้ายปรับปรุงชื่อเสียงของโรงเรียน

1.6 คำนิยาม

การเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึงระดับที่บุคคลเข้ามาสัมผัสกับเนื้อหา ข้อมูล และปฏิสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมถึงความถี่และระยะเวลาที่บุคคลมีส่วนร่วมกับเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ การเปิดเผยสามารถเกิดขึ้นผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โพสต์ วิดีโอ โฆษณา เรื่องราว และความคิดเห็น

การตัดสินใจ หมายถึงกระบวนการทางปัญญาที่บุคคลใช้ในการเลือกแนวทางปฏิบัติหรือเลือกจากทางเลือกต่าง ๆ เพื่อทำการตัดสินใจที่สำคัญ เป็นส่วนสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ ซึ่งเกิดขึ้นทั้งในชีวิตประจำวันและการตัดสินใจที่เปลี่ยนแปลงชีวิต

โรงเรียนสาธิต หมายถึงสถาบันการศึกษาที่แสดงวิธีการสอน หลักสูตร และการปฏิบัติที่เป็นแบบอย่าง ซึ่งทำหน้าที่เป็นต้นแบบหรือโปรโตไทป์ให้โรงเรียนอื่น ๆ นำไปปฏิบัติ โดยแสดงแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการศึกษา

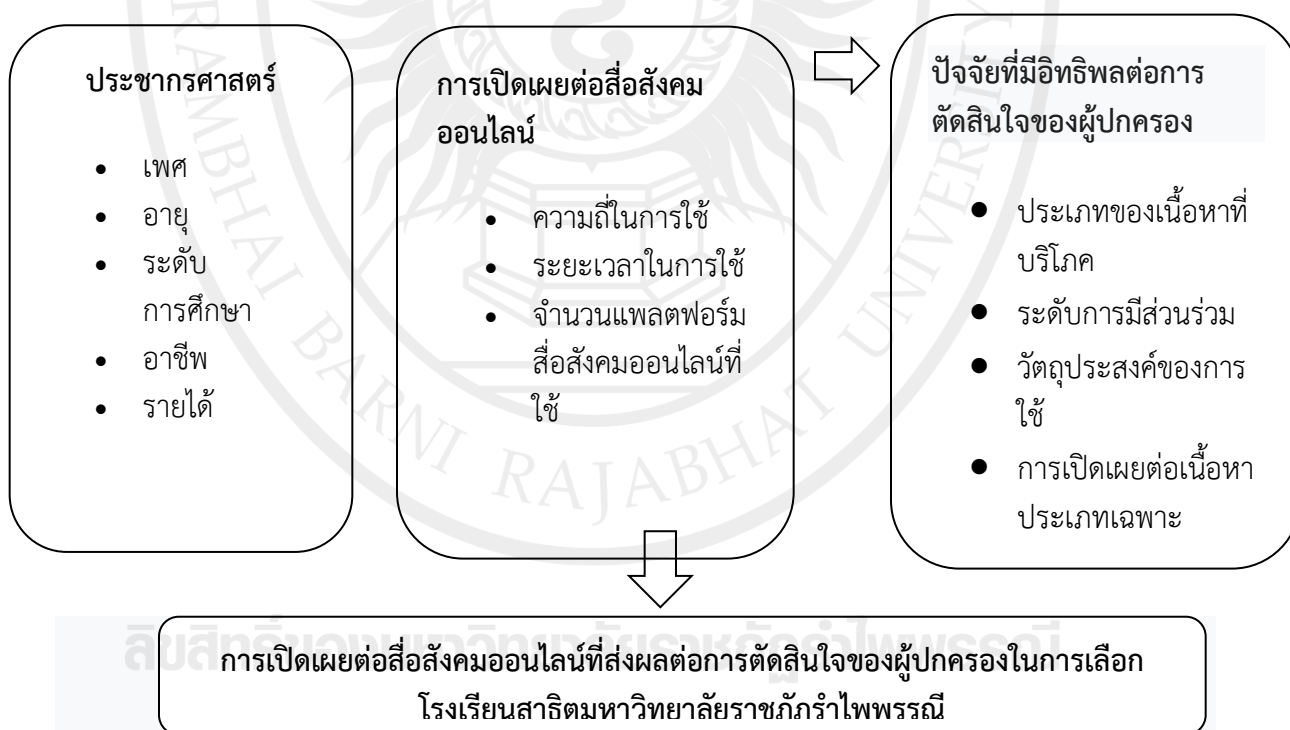
การเลือก หมายถึงการกระทำของการเลือกหนึ่งตัวเลือกหรือทางเลือกจากชุดความเป็นไปได้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจหรือการพิจารณาว่าตัวเลือกใดเหมาะสมที่สุด เป็นประโยชน์ หรือมีความต้องการมากที่สุด

อิทธิพล หมายถึงพลังหรือความสามารถในการส่งผลต่อความคิด ความรู้สึก หรือการกระทำของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนหรือกำหนดพฤติกรรม การตัดสินใจ หรือความคิดเห็นของผู้อื่น ผ่านวิธีการต่าง ๆ เช่น การชักจูง แรงกดดันทางสังคม การเป็นตัวอย่าง การแบ่งปันข้อมูล และการเชื่อมโยงทางอารมณ์

ผู้ปกครอง หมายถึงบุคคลที่มีบุตรหรือเด็กในความดูแล ไม่ว่าจะโดยทางชีววิทยา การรับเลี้ยง หรือการเป็นผู้ปกครองตามกฎหมาย โดยทั่วไปผู้ปกครองมีหน้าที่ดูแล สนับสนุน และให้คำแนะนำแก่บุตรหลาน รวมถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลี้ยงดู การศึกษา และความเป็นอยู่ที่ดีของเด็ก

1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาวิเคราะห์อิทธิพลของการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์และสรุปแนวคิดจากการศึกษาก่อนหน้า และพัฒนารอบแนวคิดการวิจัยซึ่งแสดงอยู่ในแผนภาพด้านล่าง



รูปที่ 1. กรอบแนวคิด

สมมติฐานการวิจัย

มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์กับการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กล่าวคือ การเปิดเผยต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นจะนำไปสู่โอกาสที่สูงขึ้นในการเลือกโรงเรียนดังกล่าว

สมมติฐานย่อย ได้แก่

1. ผู้ปกครองที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยครั้งมีแนวโน้มที่จะพิจารณาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีเป็นทางเลือกสำหรับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา
2. แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอัตราการใช้งานสูงในกลุ่มผู้ปกครอง (เช่น Facebook) จะมีอิทธิพลมากขึ้นต่อการตัดสินใจของพวกเขาในการเลือกโรงเรียนสาธิต
3. ประเภทของเนื้อหาที่แชร์บนสื่อสังคมออนไลน์ (เช่น ความสำเร็จทางวิชาการ กิจกรรมนอกหลักสูตร ชีวิตในวิทยาเขต) จะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิต
4. การรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับสถานะของโรงเรียนในสื่อสังคมออนไลน์และชื่อเสียงทางออนไลน์ของโรงเรียนจะส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจของพวกเขาในการเลือกโรงเรียนสาธิต

สื่อสังคมออนไลน์มอบโอกาสสำคัญให้กับโรงเรียนที่ใช้แพลตฟอร์มนี้สร้างสรรค์ คนรุ่นมิลเลนเนียลเชื่อมโยงกันอย่างแน่นแฟ้น และโครงการนี้จะช่วยวิเคราะห์ว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถส่งผลต่อการเลือกโรงเรียนได้หรือไม่ ที่สำคัญที่สุดคือจะช่วยตอบคำถามว่าโรงเรียนจะใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างไรให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างความมีส่วนร่วมแก่นักเรียนที่มีศักยภาพ และนำไปสู่การลงทะเบียนเรียนในที่สุด.

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี