

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยนำเสนอผลการศึกษาด้วยการวิเคราะห์สถิติที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน และใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะของประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แบ่งออกเป็นส่วนๆ ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา คณะ สถานที่ใช้งาน ระยะเวลาในการทำงาน ระยะเวลาในการใช้งาน ความถี่ในการใช้งาน จุดประสงค์หลักในการใช้งาน อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่อ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งาน วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านความคิดเห็น ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (x) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

**ส่วนที่ 3** วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ด้วยการหาค่าสถิติ t-test และ F-test โดย Independent t-test (วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย) ใช้กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร และ One-Way ANOVA หรือ F-test (วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว) ใช้กับตัวแปรอิสระมากกว่า 2 ตัวแปร กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% ด้วยวิธีการของ Least Significant Difference (LSD)

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องในการศึกษา ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ใน F-distribution
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติที่คำนวณได้ ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\* แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา คณะ สถานที่ใช้งาน ระยะเวลาในการทำงาน ช่วงเวลาในการใช้งาน ความถี่ในการใช้งาน จุดประสงค์หลักในการใช้งาน อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่อ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งาน วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ปรากฏผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

**ตาราง 2** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	166	41.19
หญิง	237	58.81
รวม	403	100

จากตาราง 2 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน เป็นเพศชาย 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.19 และเป็นเพศหญิง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 58.81 สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

**ตาราง 3** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา

ชั้นปีที่ศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	97	24.07
ชั้นปีที่ 2	99	24.57
ชั้นปีที่ 3	83	20.60
ชั้นปีที่ 4	101	25.06
ชั้นปีอื่นๆ	23	5.71
รวม	403	100

จากตาราง 3 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน อยู่ชั้นปีที่ 4 มากที่สุดจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.06 รองลงมาอยู่ชั้นปีที่ 2 จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.57 ชั้นปีที่ 1 จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.07 ชั้นปีที่ 3 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 และปีอื่นๆ ได้แก่ ชั้นปีที่ 5 จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 ตามลำดับ

**ตาราง 4** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคณะ

คณะ	จำนวน	ร้อยละ
คณะครุศาสตร์	108	26.80
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	88	21.84
คณะวิทยาการจัดการ	173	42.93
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	34	8.44
<b>รวม</b>	<b>403</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน อยู่คณะวิทยาการจัดการ มากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 42.93 รองลงมาอยู่คณะครุศาสตร์ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.84 และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.44 ตามลำดับ

**ตาราง 5** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามสถานที่ที่ใช้งาน

สถานที่ใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	320	79.40
มหาวิทยาลัย	63	15.63
ร้านอินเทอร์เน็ต	18	4.47
ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>403</b>	<b>100</b>

จากตาราง 5 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน เลือกใช้งานที่บ้าน มากที่สุด จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 79.40 รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัย จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.63

ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.47 และร้านอาหาร/ร้านกาแฟ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

**ตาราง 6** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามระยะเวลาในการใช้งาน

ระยะเวลาในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	13	3.23
30 นาที – 1 ชั่วโมง	80	19.85
1 ชั่วโมง 1 นาที – 2 ชั่วโมง	81	20.10
มากกว่า 2 ชั่วโมง	229	56.82
<b>รวม</b>	<b>403</b>	<b>100</b>

จากตาราง 6 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน มีระยะเวลาในการใช้งาน เป็นเวลามากกว่า 2 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.82 รองลงมาเป็น 1 ชั่วโมง 1 นาที – 2 ชั่วโมง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.10 ระยะเวลา 30 นาที – 1 ชั่วโมง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.85 และน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 ตามลำดับ

**ตาราง 7** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้งาน

ช่วงเวลาในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
06.01 – 12.00 น.	19	4.71
12.01 – 18.00 น.	101	25.06
18.01 – 24.00 น.	166	66.00
00.01 – 06.00 น.	17	4.22
<b>รวม</b>	<b>403</b>	<b>100</b>

จากตาราง 7 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน มีช่วงเวลาในการใช้งาน 18.01 – 24.00 น. มากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมา 12.01 – 18.00 น. จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.06 ช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.71 และ 00.01 – 06.00 น. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.22 ตามลำดับ

**ตาราง 8** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามความถี่ในการใช้งาน

ความถี่ในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง/สัปดาห์	10	2.48
2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์	53	13.15
4 – 5 ครั้ง/สัปดาห์	53	13.15
มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์	287	71.22
<b>รวม</b>	<b>403</b>	<b>100</b>

จากตาราง 8 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน มีความถี่ในการใช้งานมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.22 รองลงมา 2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.15 ความถี่ 4 – 5 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.15 และ 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.48 ตามลำดับ

**ตาราง 9** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามจุดประสงค์หลักในการใช้งาน

จุดประสงค์หลักในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
โพสต์ข้อความ/รูปภาพ	62	15.38
แชทอิน	35	8.72
ติดตามเพื่อน/คนอื่นๆ	42	10.36
เล่นเกมส์	58	14.28
พูดคุยกับเพื่อน	73	18.19
ติดตามข่าวสาร/งาน	52	12.82
หาเพื่อนใหม่	16	4.04
ประชาสัมพันธ์สินค้า/บริการ	13	3.22
แลกเปลี่ยนข้อมูล/สิ่งสนใจร่วมกัน	26	6.57
ซื้อสินค้าออนไลน์	26	6.57
<b>รวม</b>	<b>403</b>	<b>100</b>

จากตาราง 9 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน มีจุดประสงค์หลักในการใช้งานการพูดคุยกับเพื่อน มากที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.19 รองลงมาเป็นการโพสต์ข้อความ/

รูปภาพ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38 เล่นเกมส์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.28 ติดตามข่าวสาร/งาน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.82 ติดตามเพื่อน/คนอื่นๆ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.36 เซ็คอิน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.72 แลกเปลี่ยนข้อมูล/สิ่งสนใจร่วมกัน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.57 ซื้อสินค้าออนไลน์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.57 หาเพื่อนใหม่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.04 และประชาสัมพันธ์สินค้า/บริการ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.22 ตามลำดับ

**ตาราง 10** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามอุปกรณ์ในการใช้งาน

อุปกรณ์ในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)	203	50.34
โน้ตบุ๊ก (Notebook/Laptop)	91	22.55
คอมพิวเตอร์ (PC)	90	22.42
แท็บเล็ต (Tablet)	19	4.70
<b>รวม</b>	<b>403</b>	<b>100</b>

จากตาราง 10 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน มีอุปกรณ์ในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) มากที่สุด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.34 รองลงมา โน้ตบุ๊ก (Notebook/Laptop) จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.55 คอมพิวเตอร์ (PC) จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.42 และแท็บเล็ต (Tablet) จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

**ตาราง 11** แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งาน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
Facebook	100	24.81
Line	86	21.34
Twitter	29	7.09
Instagram	71	17.70
Google Plus	23	5.63
YouTube	84	20.74
Skype	7	1.66
Weblog	3	0.73
<b>รวม</b>	<b>403</b>	<b>100</b>

จากตาราง 11 พบว่า นักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการใช้งาน Facebook มากที่สุด จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.06 รองลงมา Line จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.34 YouTube จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.74 Instagram จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 Twitter จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.09 Google Plus จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.63 Skype จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.66 และ Weblog จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.73 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ทศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การวิเคราะห์ส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยมุ่งเน้นในด้านความคิด ด้านความรู้สึกรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตาราง 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในด้านทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา จำแนกตามด้านความคิด

ด้านความคิด	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. การสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้ท่านทันสมัย	173 (42.93)	185 (45.91)	40 (9.93)	4 (0.99)	1 (0.25)	4.30	0.707	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	2
2. การติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มีการอัปเดตเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	199 (49.38)	157 (38.96)	46 (11.41)	1 (0.25)	-	4.37	0.692	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	1
3. สื่อออนไลน์มีการจัดหมวดหมู่ หรือหัวข้อได้อย่างชัดเจน	124 (30.77)	177 (43.92)	88 (21.84)	13 (3.23)	1 (0.25)	4.02	0.824	เห็นด้วย	4
4. สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ในประเด็นที่สนใจได้โดยตรง เช่น ด้านเทคโนโลยี ไอที กีฬา แฟชั่น	138 (34.24)	201 (49.88)	59 (14.64)	4 (0.99)	1 (0.25)	4.17	0.724	เห็นด้วย	3
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						4.22	0.544	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	

จากตาราง 12 พบว่านักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน ทศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านความคิด ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.22 (S.D. = 0.544) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ การติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มีการอัปเดตเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.37 (S.D. = 0.692) อันดับที่ 2 คือ การสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้ท่านทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.30 (S.D. = 0.707) อันดับที่ 3 คือ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ในประเด็นที่สนใจได้โดยตรง เช่น ด้านเทคโนโลยี ไอที กีฬา แฟชั่น มีค่าเฉลี่ย 4.17 (S.D. = 0.724) อันดับที่ 4 คือ สื่อออนไลน์มีการจัดหมวดหมู่ หรือหัวข้อได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.02 (S.D. = 0.824)

**ตาราง 13** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในด้านทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา จำแนกตามด้านความรู้สึกรู้สึก

ด้านความรู้สึกรู้สึก	ระดับความคิดเห็น					X	S.D.	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์	159 (39.45)	184 (45.66)	52 (12.90)	7 (1.74)	1 (0.25)	4.22	0.753	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3
2. ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์	174 (43.18)	173 (42.93)	52 (12.90)	4 (0.99)	-	4.28	0.722	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2
3. ความหลากหลายของข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์	195 (48.39)	158 (39.21)	47 (11.66)	3 (0.74)	-	4.35	0.712	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
4. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์	87 (21.59)	150 (37.22)	139 (34.49)	23 (5.71)	4 (1.00)	3.73	0.898	เห็นด้วย	4
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						4.15	0.543	เห็นด้วย	

จากตาราง 13 พบว่านักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน ทศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านความรู้สึกรู้สึก ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = 0.543) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ความหลากหลายของข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.35 (S.D. = 0.712) อันดับที่ 2 คือ ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 (S.D. = 0.722) อันดับที่ 3 คือ ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.22 (S.D. = 0.753) อันดับที่ 4 คือ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D. = 0.898)



ตาราง 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในด้านทัศนคติของการใช้  
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา จำแนกตามด้านการกระทำ

ด้านการกระทำ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ ท่านสามารถนำเสนอตัวตนและ เผยแพร่เรื่องราวของตนเอง	123 (30.52)	172 (42.68)	94 (23.33)	10 (2.48)	4 (0.99)	3.99	0.854	เห็นด้วย	4
2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ ท่านสามารถสร้างอัลบั้มรูป โป สต์รูป แบ่งปันรูปภาพกับกลุ่ม เพื่อนในเครือข่าย	159 (39.45)	175 (43.42)	55 (13.65)	12 (2.98)	2 (0.50)	4.18	0.814	เห็นด้วย	1
3. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ ท่านสามารถสร้างกลุ่มเพื่อนและ กลุ่มเครือข่ายที่มีความสนใจใน เรื่องเดียวกันได้	146 (36.23)	189 (46.90)	63 (15.63)	4 (0.99)	1 (0.25)	4.18	0.742	เห็นด้วย	1
4. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ ท่านสามารถเขียนบล็อก (Blog) เล่าเรื่องราว และประสบการณ์ ต่างๆ	112 (27.79)	189 (46.90)	82 (20.35)	18 (4.47)	2 (0.50)	3.97	0.840	เห็นด้วย	5
5. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ ท่านสามารถแสดงความคิดเห็น ในประเด็นต่างๆ	136 (33.75)	186 (46.15)	69 (17.12)	9 (2.23)	3 (0.74)	4.10	0.810	เห็นด้วย	3
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						4.08	0.615	เห็นด้วย	

จากตาราง 14 พบว่านักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน ทัศนคติของการใช้เครือข่าย  
สังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านการกระทำ ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 4.08  
(S.D. = 0.615) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ร่วมกัน 2 ข้อ คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้  
ท่านสามารถสร้างอัลบั้มรูป โปสต์รูป แบ่งปันรูปภาพกับกลุ่มเพื่อนในเครือข่าย มีค่าเฉลี่ย 4.18 (S.D. =  
0.814) และเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านสามารถสร้างกลุ่มเพื่อนและกลุ่มเครือข่ายที่มีความสนใจใน  
เรื่องเดียวกันได้ มีค่าเฉลี่ย 4.18 (S.D. = 0.742) อันดับที่ 3 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่าน  
สามารถแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.10 (S.D. = 0.810) อันดับที่ 4 คือ เครือข่าย  
สังคมออนไลน์ทำให้ท่านสามารถนำเสนอตัวตนและเผยแพร่เรื่องราวของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 3.99 (S.D. =  
0.854) อันดับที่ 5 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านสามารถเขียนบล็อก (Blog) เล่าเรื่องราว และ  
ประสบการณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.840)

ตาราง 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในด้านทัศนคติของการใช้  
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา จำแนกตามด้านการเรียน

ด้านการเรียน	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ท่านมีการค้นหาข้อมูลความรู้ผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์	201 (49.88)	158 (39.21)	44 (10.92)	-	-	4.39	0.676	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
2. ท่านมีการผลิตวิดีโอ เพื่อเผยแพร่ความรู้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	102 (25.31)	163 (40.45)	98 (24.32)	28 (6.95)	12 (2.98)	3.78	0.998	เห็นด้วย	8
3. ท่านมีการศึกษาจากวิดีโอที่มีคนเผยแพร่ความรู้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	160 (39.70)	149 (36.97)	85 (21.09)	8 (1.99)	1 (0.25)	4.14	0.832	เห็นด้วย	4
4. ท่านมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออ่านบล็อก (Blog) ความรู้ต่างๆ	116 (28.78)	190 (47.15)	81 (20.10)	14 (3.47)	2 (0.50)	4.00	0.821	เห็นด้วย	6
5. ท่านมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเรียนผ่านห้องสนทนา เช่น Tutor Online	109 (27.05)	152 (37.72)	107 (26.55)	25 (6.20)	10 (2.48)	3.81	0.986	เห็นด้วย	7
6. ท่านมีการใช้เป็นช่องทางในการส่งไฟล์งาน เช่น การบ้าน รายงาน	165 (40.94)	160 (39.70)	66 (16.38)	11 (2.73)	1 (0.25)	4.18	0.820	เห็นด้วย	2
7. ท่านมีการใช้เป็นช่องทางในการถาม-ตอบปัญหาในด้านต่างๆ	141 (34.99)	164 (40.69)	82 (20.35)	14 (3.47)	2 (0.50)	4.06	0.857	เห็นด้วย	5
8. ท่านมีการใช้เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ในกลุ่มต่างๆ	144 (35.73)	186 (46.15)	63 (15.63)	8 (1.99)	2 (0.50)	4.15	0.786	เห็นด้วย	3
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						4.06	0.578	เห็นด้วย	

จากตาราง 15 พบว่านักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านการเรียน ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D. = 0.578) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ท่านมีการค้นหาข้อมูลความรู้ผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.39 (S.D. = 0.676) อันดับที่ 2 คือ ท่านมีการใช้เป็นช่องทางในการส่งไฟล์งาน เช่น การบ้าน รายงาน มีค่าเฉลี่ย 4.18 (S.D. = 0.820) อันดับที่ 3 คือ ท่านมีการใช้เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ในกลุ่มต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = 0.786) อันดับที่ 4 คือ ท่านมี

การศึกษาจากวิดีโอที่มีคนเผยแพร่ความรู้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.14 (S.D. = 0.832) อันดับที่ 5 คือ ท่านมีการใช้เป็นช่องทางในการถาม-ตอบปัญหาด้านต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D. = 0.857) อันดับที่ 6 คือ ท่านมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออ่านบล็อก (Blog) ความรู้ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.00 (S.D. = 0.821) อันดับที่ 7 คือ ท่านมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเรียนผ่านห้องสนทนา เช่น Tutor Online มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 0.986) อันดับที่ 8 คือ ท่านมีการผลิตวิดีโอ เพื่อเผยแพร่ความรู้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.998)

**ตาราง 16** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในด้านทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา จำแนกตามด้านสุขภาพ

ด้านสุขภาพ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ท่านมีอาการเสตาเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาเวลานาน	139 (34.49)	147 (36.48)	91 (22.58)	17 (4.22)	9 (2.23)	3.97	0.970	เห็นด้วย	1
2. ท่านมีอาการปวดหัวเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาเวลานาน	105 (26.05)	140 (34.74)	121 (30.02)	21 (5.21)	16 (3.97)	3.74	1.030	เห็นด้วย	4
3. ท่านมีอาการเมื่อยมือเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาเวลานาน	114 (28.29)	146 (36.23)	108 (26.80)	23 (5.71)	12 (2.98)	3.81	1.007	เห็นด้วย	2
4. ท่านมีอาการปวดไหล่เมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาเวลานาน	113 (28.04)	138 (34.24)	112 (27.79)	29 (7.20)	11 (2.73)	3.78	1.022	เห็นด้วย	3
5. ท่านมีอาการเครียดเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	94 (23.33)	101 (25.06)	119 (29.53)	55 (13.65)	34 (8.44)	3.41	1.221	เห็นด้วย	5
6. ท่านมีอาการเครียดเมื่อไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	98 (24.32)	97 (24.07)	99 (24.57)	65 (16.13)	44 (10.92)	3.35	1.302	ไม่เห็นใจ	6
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						3.68	0.866	เห็นด้วย	

จากตาราง 16 พบว่านักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านสุขภาพ ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D. = 0.866) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ท่านมีอาการเสตาเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.970) อันดับที่ 2 คือ ท่านมีอาการเมื่อยมือเมื่อใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 1.007) อันดับที่ 3 คือ ท่านมีอาการปวดไหล่เมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 1.022) อันดับที่ 4 คือ ท่านมีอาการปวดหัวเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.74 (S.D. = 1.030) อันดับที่ 5 คือ ท่านมีอาการเครียดเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.41 (S.D. = 1.221) อันดับที่ 6 คือ ท่านมีอาการเครียดเมื่อไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.35 (S.D. = 1.302)

**ตาราง 17** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในด้านทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา จำแนกตามด้านสังคม

ด้านสังคม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านติดต่อสื่อสารได้สะดวก รวดเร็วขึ้น	206 (51.12)	155 (38.46)	37 (9.18)	2 (0.50)	3 (0.74)	4.39	0.736	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	1
2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านทราบข้อมูล/ข่าวสารได้เร็วมากขึ้น	192 (47.64)	167 (41.44)	37 (9.18)	6 (1.49)	1 (0.25)	4.35	0.729	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	3
3. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านติดต่อกับเพื่อน ค้นหาเพื่อนเก่าหรือเพื่อนใหม่	195 (48.39)	161 (39.95)	45 (11.17)	2 (0.50)	-	4.36	0.697	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	2
4. เครือข่ายสังคมออนไลน์ใช้สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ	177 (43.92)	160 (39.70)	57 (14.14)	9 (2.23)	-	4.25	0.779	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	6
5. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านมีความหลากหลายในกลุ่ม ชุมชนหรือกลุ่มสังคม เช่น ห้องสนทนาต่างๆ	178 (44.17)	163 (40.45)	56 (13.90)	4 (0.99)	2 (0.50)	4.27	0.771	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	5
6. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านมีการส่งต่อและแบ่งปันข้อมูลต่างๆ	198 (49.13)	144 (35.73)	52 (12.90)	6 (1.49)	3 (0.74)	4.31	0.808	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						4.32	0.577	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	

จากตาราง 17 พบว่านักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านสังคม ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.32 (S.D. = 0.577) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่าน

ติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็วขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.39 (S.D. = 0.736) อันดับที่ 2 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้ท่านติดต่อกับเพื่อน ค้นหาเพื่อนเก่าหรือเพื่อนใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.36 (S.D. = 0.697) อันดับที่ 3 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านทราบข้อมูล/ข่าวสารได้เร็วมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.35 (S.D. = 0.729) อันดับที่ 4 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านมีการส่งต่อและแบ่งปันข้อมูลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.31 (S.D. = 0.808) อันดับที่ 5 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านมีความหลากหลายในกลุ่มชุมชนหรือกลุ่มสังคม เช่น ห้องสนทนาต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.27 (S.D. = 0.771) อันดับที่ 6 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ใช้สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.25 (S.D. = 0.779)

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะของประชากรที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา คณะ มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

**ตาราง 18** แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามเพศ

t-test for Equality of Means						
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ด้านความคิด	ชาย	4.224	0.567	0.263	401	0.793
	หญิง	4.210	0.528			
ด้านความรู้สึก	ชาย	4.211	0.583	2.003	401	0.046*
	หญิง	4.101	0.509			
ด้านการกระทำ	ชาย	4.146	0.631	1.668	401	0.096
	หญิง	4.042	0.601			
ด้านการเรียน	ชาย	4.078	0.593	0.419	401	0.676
	หญิง	4.054	0.567			
ด้านสุขภาพ	ชาย	3.733	0.888	1.118	401	0.264
	หญิง	3.635	0.849			
ด้านสังคม	ชาย	4.315	0.609	-0.177	401	0.860
	หญิง	4.326	0.555			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.793, 0.096, 0.676, 0.264 และ 0.860 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  ส่วนด้านความรู้สึกรู้สึกมีค่า Sig. เท่ากับ 0.046 แสดงว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึก แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$

สมมติฐานที่ 1.2 ชั้นปีการศึกษา มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : ชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามชั้นปีการศึกษา

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		SS	df	M.S.	F	Sig.
ด้านความคิด	ระหว่างกลุ่ม	0.931	4	0.233	0.785	0.536
	ภายในกลุ่ม	118.037	398	0.297		
	รวม	118.968	402			
ด้านความรู้สึก	ระหว่างกลุ่ม	1.729	4	0.432	1.475	0.209
	ภายในกลุ่ม	116.633	398	0.293		
	รวม	118.362	402			
ด้านการกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	3.561	4	0.890	2.387	0.051
	ภายในกลุ่ม	148.456	398	0.373		
	รวม	152.018	402			
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	.887	4	0.222	0.662	0.619
	ภายในกลุ่ม	133.249	398	0.335		
	รวม	134.136	402			
ด้านสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.932	4	0.233	0.309	0.872
	ภายในกลุ่ม	300.232	398	0.754		
	รวม	301.164	402			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.489	4	0.372	1.119	0.347
	ภายในกลุ่ม	132.315	398	0.332		
	รวม	133.803	402			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า ชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.536, 0.209, 0.051, 0.619, 0.872 และ 0.347 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$

สมมติฐานที่ 1.3 คณะ มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : คณะที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : คณะที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามคณะ

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		SS	df	M.S.	F	Sig.
ด้านความคิด	ระหว่างกลุ่ม	2.197	3	0.732	2.503	0.059
	ภายในกลุ่ม	116.771	399	0.293		
	รวม	118.968	402			
ด้านความรู้สึก	ระหว่างกลุ่ม	1.636	3	0.545	1.865	0.135
	ภายในกลุ่ม	116.726	399	0.293		
	รวม	118.362	402			
ด้านการกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	1.844	3	0.615	1.633	0.181
	ภายในกลุ่ม	150.173	399	0.376		
	รวม	152.018	402			
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	3.065	3	1.022	3.110	0.026*
	ภายในกลุ่ม	131.071	399	0.328		
	รวม	134.136	402			
ด้านสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.297	3	0.766	1.022	0.383
	ภายในกลุ่ม	298.867	399	0.749		
	รวม	301.164	402			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	3.095	3	1.032	3.149	0.025*
	ภายในกลุ่ม	130.709	399	0.328		
	รวม	133.803	402			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า คณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ และด้านสุขภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.059, 0.135, 0.181 และ 0.383 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าคณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  ด้านการเรียน และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.026 และ 0.025 แสดงว่า คณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการเรียน แตกต่างกัน ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  จึงสามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

**ตาราง 21** แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบระหว่างคณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านการเรียนเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

คณะ		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ครุศาสตร์	มนุษยศาสตร์	-0.04951	0.08231	0.548	-0.2113	0.1123
	และสังคมศาสตร์					
	วิทยาการจัดการ	-0.00830	0.07029	0.906	-0.1465	0.1299
มนุษยศาสตร์	ครุศาสตร์	0.04951	0.08231	0.548	-0.1123	0.2113
	และสังคมศาสตร์					
	วิทยาการจัดการ	0.04121	0.07505	0.583	-0.1063	0.1887
วิทยาศาสตร์	ครุศาสตร์	-0.29099*	0.11271	0.010*	-0.5126	-0.0694
	และสังคมศาสตร์					
	วิทยาการจัดการ	-0.29928*	0.10752	0.006*	-0.5107	-0.0879
วิทยาการจัดการ	ครุศาสตร์	0.00830	0.07029	0.906	-0.1299	0.1465
	มนุษยศาสตร์	-0.04121	0.07505	0.583	-0.1887	0.1063
	และสังคมศาสตร์	0.29928*	0.10752	0.006*	0.0879	0.5107
วิทยาศาสตร์	ครุศาสตร์	-0.29099*	0.11271	0.010*	-0.5126	-0.0694
	และสังคมศาสตร์					
	วิทยาการจัดการ	-0.29928*	0.10752	0.006*	-0.5107	-0.0879

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตาราง 21 เมื่อทดสอบคณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านการเรียนเป็นรายคู่ พบว่า คณะครุศาสตร์มีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะวิทยาการจัดการมีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบระหว่างคณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านสังคมเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

คณะ	คณะ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ครุศาสตร์	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	0.19746*	0.08219	0.017*	0.0359	0.3590
	วิทยาการจัดการ	0.00352	0.07019	0.960	-0.1345	0.1415
	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	0.18019	0.11255	0.110	-0.0411	0.4015
	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	-0.19746*	0.08219	0.017*	-0.3590	-0.0359
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	วิทยาการจัดการ	-0.19394*	0.07494	0.010*	-0.3413	-0.0466
	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-0.01727	0.11558	0.881	-0.2445	0.2099
วิทยาการจัดการ	ครุศาสตร์	-0.00352	0.07019	0.960	-0.1415	0.1345
	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	0.19394*	0.07494	0.010*	0.0466	0.3413
	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	0.17667	0.10737	0.101	-0.0344	0.3878
	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-0.18019	0.11255	0.110	-0.4015	0.0411
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	0.01727	0.11558	0.881	-0.2099	0.2445
	วิทยาการจัดการ	-0.17667	0.10737	0.101	-0.3878	0.0344

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 เมื่อทดสอบขณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านสังคมเป็นรายคู่ พบว่า คณะครุศาสตร์มีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะ วิทยาการจัดการมีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

**สมมติฐานที่ 2** พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติในการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 สถานที่ที่ใช้งาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : สถานที่ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : สถานที่ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

**ตาราง 23** แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามสถานที่ที่ใช้งาน

ทัศนคติของการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์		SS	df	M.S.	F	Sig.
ด้านความคิด	ระหว่างกลุ่ม	0.371	3	0.124	0.416	0.741
	ภายในกลุ่ม	118.597	399	0.297		
	รวม	118.968	402			
ด้านความรู้สึก	ระหว่างกลุ่ม	0.327	3	0.109	0.369	0.776
	ภายในกลุ่ม	118.035	399	0.296		
	รวม	118.362	402			
ด้านการกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	0.794	3	0.265	0.699	0.553
	ภายในกลุ่ม	151.223	399	0.379		
	รวม	152.018	402			
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	0.509	3	0.170	0.507	0.678
	ภายในกลุ่ม	133.627	399	0.335		
	รวม	134.136	402			
ด้านสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.595	3	0.532	0.708	0.548
	ภายในกลุ่ม	299.569	399	0.751		
	รวม	301.164	402			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	0.166	3	0.055	0.165	0.920
	ภายในกลุ่ม	133.637	399	0.335		
	รวม	133.803	402			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 พบว่า สถานที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึกรู้ ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.741, 0.776, 0.553, 0.678, 0.548 และ 0.920 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า คณะที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$

สมมติฐานที่ 2.2 ระยะเวลาที่ใช้งานโดยเฉลี่ย ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน

สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : ระยะเวลาที่ใช้งานโดยเฉลี่ยที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระยะเวลาที่ใช้งานโดยเฉลี่ยที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้งานโดยเฉลี่ย

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		SS	df	M.S.	F	Sig.
ด้านความคิด	ระหว่างกลุ่ม	0.755	3	0.252	0.849	0.468
	ภายในกลุ่ม	118.214	399	0.296		
	รวม	118.968	402			
ด้านความรู้สึกรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.315	3	0.105	0.355	0.786
	ภายในกลุ่ม	118.047	399	0.296		
	รวม	118.362	402			
ด้านการกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	0.708	3	0.236	0.623	0.601
	ภายในกลุ่ม	151.309	399	0.379		
	รวม	152.018	402			
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	0.248	3	0.083	0.247	0.864
	ภายในกลุ่ม	133.888	399	0.336		
	รวม	134.136	402			
ด้านสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.512	3	0.171	0.227	0.878
	ภายในกลุ่ม	300.652	399	0.754		
	รวม	301.164	402			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	0.372	3	0.124	0.371	0.774
	ภายในกลุ่ม	133.431	399	0.334		
	รวม	133.803	402			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 พบว่า ระยะเวลาที่ใช้งานโดยเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.468, 0.786, 0.601, 0.864, 0.878 และ 0.774 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าขณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$

สมมติฐานที่ 2.3 ช่วงเวลาที่ใช้งาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : ช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

ตาราง 25 แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้งาน

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		SS	df	M.S.	F	Sig.
ด้านความคิด	ระหว่างกลุ่ม	3.466	3	1.155	3.991	0.008*
	ภายในกลุ่ม	115.503	399	0.289		
	รวม	118.968	402			
ด้านความรู้สึก	ระหว่างกลุ่ม	0.097	3	0.032	0.109	0.955
	ภายในกลุ่ม	118.266	399	0.296		
	รวม	118.362	402			
ด้านการกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	1.322	3	0.441	1.166	0.322
	ภายในกลุ่ม	150.696	399	0.378		
	รวม	152.018	402			
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	1.711	3	0.570	1.719	0.163
	ภายในกลุ่ม	132.425	399	0.332		
	รวม	134.136	402			
ด้านสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.161	3	0.387	0.515	0.672
	ภายในกลุ่ม	300.003	399	0.752		
	รวม	301.164	402			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.808	3	0.603	1.822	0.142
	ภายในกลุ่ม	131.995	399	0.331		
	รวม	133.803	402			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.955, 0.322, 0.163, 0.672 และ 0.142 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าขณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  ด้านความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 แสดงว่าช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด แตกต่างกัน ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  จึงสามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

**ตาราง 26** แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านการเรียนเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

ช่วงเวลา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
06.01 – 12.00 น.	12.01 – 18.00 น.	0.38458*	0.13454	0.004	0.1201 0.6491
	18.01 – 24.00 น.	0.22086	0.12777	0.085	-0.0303 0.4720
	00.01 – 06.00 น.	0.37074*	0.17962	0.040	0.0176 0.7239
12.01 – 18.00 น.	06.01 – 12.00 น.	-0.38458*	0.13454	0.004	-0.6491 -0.1201
	18.01 – 24.00 น.	-0.16371*	0.06288	0.010	-0.2873 -0.0401
	00.01 – 06.00 น.	-0.01383	0.14105	0.922	-0.2911 0.2635
18.01 – 24.00 น.	06.01 – 12.00 น.	-0.22086	0.12777	0.085	-0.4720 0.0303
	12.01 – 18.00 น.	0.16371*	0.06288	0.010	0.0401 0.2873
	00.01 – 06.00 น.	0.14988	0.13460	0.266	-0.1147 0.4145
00.01 – 06.00 น.	06.01 – 12.00 น.	-0.37074*	0.17962	0.040	-0.7239 -0.0176
	12.01 – 18.00 น.	0.01383	0.14105	0.922	-0.2635 0.2911
	18.01 – 24.00 น.	-0.14988	0.13460	0.266	-0.4145 0.1147

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 เมื่อทดสอบขณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านการเรียนเป็นรายคู่ พบว่า ช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. และช่วงเวลา 00.01 – 06.00 น. ช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น.

สมมติฐานที่ 2.4 ความถี่ที่ใช้งาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : ความถี่ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ความถี่ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามความถี่ที่ใช้งาน

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		SS	df	M.S.	F	Sig.
ด้านความคิด	ระหว่างกลุ่ม	1.400	3	0.467	1.584	0.193
	ภายในกลุ่ม	117.568	399	0.295		
	รวม	118.968	402			
ด้านความรู้สึก	ระหว่างกลุ่ม	1.570	3	0.523	1.788	0.149
	ภายในกลุ่ม	116.792	399	0.293		
	รวม	118.362	402			
ด้านการกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	0.598	3	0.199	0.525	0.665
	ภายในกลุ่ม	151.420	399	0.379		
	รวม	152.018	402			
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	0.704	3	0.235	0.702	0.551
	ภายในกลุ่ม	133.432	399	0.334		
	รวม	134.136	402			
ด้านสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.853	3	0.951	1.272	0.284
	ภายในกลุ่ม	298.311	399	0.748		
	รวม	301.164	402			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.902	3	0.634	1.918	0.126
	ภายในกลุ่ม	131.901	399	0.331		
	รวม	133.803	402			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 พบว่า ความถี่ที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า

Sig. เท่ากับ 0.193, 0.149, 0.665, 0.551, 0.284 และ 0.126 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า  
 คณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$   
 ปฏิเสธ  $H_1$

สมมติฐานที่ 2.5 จุดประสงค์ที่ใช้งาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคม  
 ออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : จุดประสงค์ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่  
 แตกต่างกัน

$H_1$  : จุดประสงค์ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์  
 แตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามจุดประสงค์ที่ใช้งาน

ทัศนคติของการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์		SS	df	M.S.	F	Sig.
ด้านความคิด	ระหว่างกลุ่ม	2.782	9	0.309	1.046	0.403
	ภายในกลุ่ม	116.186	393	0.296		
	รวม	118.968	402			
ด้านความรู้สึก	ระหว่างกลุ่ม	2.824	9	0.314	1.067	0.386
	ภายในกลุ่ม	115.538	393	0.294		
	รวม	118.362	402			
ด้านการกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	2.242	9	0.249	0.654	0.751
	ภายในกลุ่ม	149.776	393	0.381		
	รวม	152.018	402			
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	3.581	9	0.398	1.198	0.295
	ภายในกลุ่ม	130.555	393	0.332		
	รวม	134.136	402			
ด้านสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	10.250	9	1.139	1.538	0.132
	ภายในกลุ่ม	290.914	393	0.740		
	รวม	301.164	402			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	4.026	9	0.447	1.355	0.207
	ภายในกลุ่ม	129.777	393	0.330		
	รวม	133.803	402			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 พบว่า จุดประสงค์ที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึกรู้ ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.403, 0.386, 0.751, 0.295, 0.132 และ 0.207 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า คณะที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$

สมมติฐานที่ 2.6 อุปกรณ์ที่ใช้งาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : อุปกรณ์ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อุปกรณ์ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้งาน

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		SS	df	M.S.	F	Sig.
ด้านความคิด	ระหว่างกลุ่ม	0.154	3	0.051	0.172	0.915
	ภายในกลุ่ม	118.814	399	0.298		
	รวม	118.968	402			
ด้านความรู้สึกรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.115	3	0.372	1.265	0.286
	ภายในกลุ่ม	117.247	399	0.294		
	รวม	118.362	402			
ด้านการกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	1.269	3	0.423	1.119	0.341
	ภายในกลุ่ม	150.749	399	0.378		
	รวม	152.018	402			
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	1.269	3	0.423	1.270	0.284
	ภายในกลุ่ม	132.867	399	0.333		
	รวม	134.136	402			
ด้านสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.204	3	0.401	0.534	0.659
	ภายในกลุ่ม	299.960	399	0.752		
	รวม	301.164	402			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	0.481	3	0.160	0.480	0.697
	ภายในกลุ่ม	133.322	399	0.334		
	รวม	133.803	402			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตาราง 29 พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.915, 0.286, 0.341, 0.284, 0.659 และ 0.697 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ขณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$

สมมติฐานที่ 2.7 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการทดสอบ ได้ดังนี้

$H_0$  : เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งาน

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		SS	df	M.S.	F	Sig.
ด้านความคิด	ระหว่างกลุ่ม	1.032	7	0.147	0.494	0.839
	ภายในกลุ่ม	117.936	395	0.299		
	รวม	118.968	402			
ด้านความรู้สึก	ระหว่างกลุ่ม	0.855	7	0.122	0.411	0.896
	ภายในกลุ่ม	117.507	395	0.297		
	รวม	118.362	402			
ด้านการกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	1.117	7	0.160	0.418	0.891
	ภายในกลุ่ม	150.901	395	0.382		
	รวม	152.018	402			
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	2.774	7	0.396	1.192	0.306
	ภายในกลุ่ม	131.362	395	0.333		
	รวม	134.136	402			
ด้านสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.732	7	0.676	0.901	0.506
	ภายในกลุ่ม	296.432	395	0.750		
	รวม	301.164	402			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	3.095	7	0.442	1.336	0.232
	ภายในกลุ่ม	130.708	395	0.331		
	รวม	133.803	402			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

