บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยนำเสนอผลการศึกษาด้วยการวิเคราะห์สถิติที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน และใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะของประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะของประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 58.81 และเพศชาย จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.19

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.06 รองลงมาอยู่ชั้นปีที่ 2 จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.57 อยู่ชั้นปีที่ที่ 1 จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.07 อยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 และปีอื่นๆ ได้แก่ ชั้นปีที่ 5 จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาในคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 42.93 รองลงมาอยู่คณะ ครุศาสตร์ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.84 และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.44

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกใช้งานที่บ้าน 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

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้งาน เป็นเวลามากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 56.82

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

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

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการใช้งาน เป็นช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. 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

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ 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

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักในการใช้งาน การพูดคุยกับเพื่อน 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 เช็คอิน 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

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ในการใช้งาน โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.34 รองลงมา โน้ตบุ๊ค (Notebook/Laptop) จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.55 คอมพิวเตอร์ (PC) จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.42 และแท็บเล็ต (Tablet) จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้งาน Facebook 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

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.22 (S.D. = 0.544) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ การติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มีการอัพเดทเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา 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)

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึก ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 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)

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการกระทำ ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D. = 0.615) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ร่วมกัน 2 ข้อ คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านสามารถสร้างอัลบั้มรูป โพสต์รูป แบ่งปันรูปภาพกับกลุ่มเพื่อนในเครือข่าย มีค่าเฉลี่ย 4.18 (S.D. = 0.814) และเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านสามารถสร้างกลุ่มเพื่อนและกลุ่มเครือข่ายที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ มีค่าเฉลี่ย 4.18 (S.D. = 0.742) อันดับที่ 3 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.10 (S.D. = 0.810) อันดับที่ 4 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านสามารถนำเสนอตัวตนและเผยแพร่เรื่องราวของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 3.99 (S.D. = 0.854) อันดับที่ 5 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านสามารถเขียนบล็อก (Blog) เล่าเรื่องราว และประสบการณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.840)

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการเรียน ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D. = 0.578) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ท่านมีการค้นหาข้อมูลความรู้ ผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ 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 ท่านมีการศึกษาจากวิดีโอที่มีคนเผยแพร่ความรู้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มี

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ค่าเฉลี่ย 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)

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านสุขภาพ ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D. = 0.866) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ท่านมีอาการแสบตาเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.970) อันดับที่ 2 คือ ท่านมีอาการเมื่อยมือเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 1.007) อันดับที่ 3 คือ ท่านมีอาการปวดไหล่เมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 1.022) อันดับที่ 4 คือ ท่านมีอาการปวดหัวเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลานาน 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)

ผลการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านสังคม ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32 (S.D. = 0.577) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็วขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.39 (S.D. = 0.736) อันดับที่ 2 คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านติดต่อกับเพื่อน 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 เครือข่ายสังคมออนไลน์ใช้สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.25 (S.D. = 0.779)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของประชากรที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา คณะ มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่แตกต่างกัน

พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.793, 0.096, 0.676, 0.264 และ 0.860 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่าย

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธ H_1 ส่วนด้านความรู้สึกมีค่า Sig. เท่ากับ 0.046 แสดงว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึก แตกต่างกัน ปฏิเสธ H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1

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

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 คณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติในการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ปฏิเสธ H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 จึงสามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

เมื่อทดสอบคณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านการเรียนเป็นรายคู่ พบว่า คณะครุศาสตร์มีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะวิทยาการจัดการมีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เมื่อทดสอบคณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านสังคมเป็นรายคู่ พบว่า คณะครุศาสตร์มีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการมีค่าเฉลี่ยมากกว่าคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

พบว่า สถานที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.741, 0.776, 0.553, 0.678, 0.548 และ 0.920 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าสถานที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธ H_1

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 แสดงว่า

ระยะเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธ H_1

พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.955, 0.322, 0.163, 0.672 และ 0.142 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธ H_1 ด้านความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 แสดงว่าช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ปฏิเสธ H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 จึงสามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

เมื่อทดสอบคณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 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.

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 แสดงว่าความถี่ที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธ H_1

พบว่า จุดประสงค์ที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.403, 0.386, 0.751, 0.295, 0.132 และ 0.207 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าจุดประสงค์ที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธ H_1

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 แสดงว่าอุปกรณ์ที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธ H_1

พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.839, 0.896, 0.891, 0.306, 0.506 และ 0.232 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธ H_1

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

2. การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 มากที่สุด ส่วนใหญ่อยู่คณะวิทยาการจัดการ เลือกใช้งานที่บ้านมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้งานมากกว่า 2 ชั่วโมง ใช้งานในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มากที่สุด ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ มีจุดประสงค์หลักในการใช้งาน คือ การพูดคุยกับเพื่อน ส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) ใช้งาน Facebook มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์ (2558: 1490) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า นิสิตเข้าใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 6 ครั้งขึ้นไปต่อวัน เฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป สถานที่ที่นิสิตเข้าใช้งานมากที่สุดคือที่ พักอาศัย และเข้าใช้งานช่วงเวลา 20.01 – 00.00 น. อุปกรณ์ที่นิสิตใช้เชื่อมต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ Smartphone เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิสิตเข้าใช้งานมากที่สุด คือ Facebook และกิจกรรมที่นิสิตทำมากที่สุดเมื่อเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ พูดคุย ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก

จากผลการศึกษาทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อันดับที่ 1 คือ ด้านสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ ด้านความคิด มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านการกระทำ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ด้านการเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และด้านสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการค้นหาสารสนเทศ (Information Search Process: ISP) ของแคโรล (Carol Kuhlthau) ขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิด และทัศนคติของผู้ใช้ ในระหว่างค้นหาสารสนเทศ เช่น ความสับสน ลังเล ไม่แน่ใจ เกิดข้อสงสัยและปัญหา ตลอดจนเกิดความมั่นใจ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ การเริ่มงาน การเลือกเรื่อง การสำรวจ การสร้างกรอบแนวคิดของเรื่องที่ต้องการ การรวบรวม การนำเสนอและจบกระบวนการ แต่ทุกขั้นตอนจะประกอบไปด้วย 4 แง่มุม คือ ความคิด (Thoughts), ความรู้สึก (Feelings), การกระทำ (Actions), กลยุทธ์ (Strategies)

จากผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามลักษณะของประชากร และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึก แตกต่างกัน คณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการเรียน และด้านสังคม แตกต่างกัน และช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิดแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของนักศึกษาต่อการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึกและด้านการกระทำ และสอดคล้องกับแนวคิดเป็นความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้ (Anomalous State of Knowledge : ASK) ของ นิโคลัส (Nicholas J.

Belkin) ซึ่งกล่าวว่า ผู้ใช้ต้องทราบความต้องการของตนเองและตั้งคำถาม โดยจะได้คำตอบและส่งสารสนเทศมาให้ในรูปแบบข้อความ ผู้ใช้จะประเมินสารสนเทศที่ได้รับ และตัดสินใจว่าสารสนเทศนั้นตอบสนองกับความต้องการหรือไม่ และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Goffman (1963) ได้จำแนกอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) หมายถึง ลักษณะที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนคนอื่น และอีกระดับคือ อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) หมายถึง สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ศาสนา เป็นต้น ซึ่ง อัตลักษณ์ทั้ง 2 ประเภทนี้ต่างมีความสัมพันธ์และคาบเกี่ยวกันอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสังคมและวัฒนธรรมต่างก็มีบทบาทในสร้างภาพตัวแทนของคนในสังคมเสมอ อัตลักษณ์ทางสังคมจึงมีสองส่วน ส่วนแรกคือสิ่งที่สังคมเรียกรองจากปัจเจกบุคคล (Virtual Identity) และอีกส่วนคืออัตลักษณ์ที่แท้จริงของบุคคลนั้น (Actual Identity)

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้งาน 2 ชั่วโมงขึ้นไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์และสังคมออนไลน์เป็นอย่างมาก โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการพูดคุยกับเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือมากที่สุด และช่วงเวลาที่ใช้งานมากที่สุด คือ 18.01 – 24.00 น. ซึ่งเป็นเวลาหลังเลิกเรียน โดยสถานที่ที่ใช้งานมากที่สุด คือ ที่บ้าน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าอาจมีปัญหาด้านการแบ่งเวลา หรือลดการพูดคุยกับบุคคลรอบข้างไป

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักในการใช้งาน คือ ใช้ในการพูดคุยกับเพื่อน การโพสต์ข้อความหรือรูปภาพ เล่นเกมส์ และติดตามข่าวสารหรืองาน เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นหากอาจารย์และผู้ปกครองเข้าใจพฤติกรรมและให้คำแนะนำ โดยปรับมาให้นักศึกษาพูดคุยกับเพื่อนในเรื่องของการเรียน หรืออาจารย์มอบหมายงานกลุ่มให้ทำที่บ้านโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ก็จะส่งผลดีกับการเรียนของนักศึกษามากขึ้น

สำหรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานมากที่สุด คือ Facebook, Line, Youtube และ Instagram ตามลำดับ ซึ่งหากอาจารย์ใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายซึ่งในที่นี้ก็คือนักศึกษาได้ง่าย เพราะสามารถกระตุ้นความสนใจ การบอกปากต่อปาก หรือการกดแชร์แบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นหากมอบหมายงานให้นักศึกษาจัดทำวิดีโอและเอาขึ้นผ่าน Facebook หรือ Youtube ในหัวข้อต่างๆ และมีการเข้าไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แสดงความคิดเห็น หรือกดไลค์กดแชร์ก็ยิ่งจะทำให้การเรียนการสอนมีความน่าสนใจมากขึ้น

ทั้งนี้นักศึกษาส่วนใหญ่ยังเห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เข้าถึงข้อมูลต่างๆได้อย่างรวดเร็วและมีความหลากหลายของข้อมูลเป็นอย่างมาก อีกทั้งนักศึกษายังสามารถค้นหาข้อมูลความรู้ต่างๆ ใช้เป็นช่องทางในการส่งไฟล์งาน เช่น การบ้าน รายงาน และใช้เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ในกลุ่ม

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ต่างๆ แต่ยังเห็นว่าข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความน่าเชื่อถือค่อนข้างน้อย ดังนั้นหากสามารถจัดทำข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือให้มากยิ่งขึ้น จะทำให้สามารถใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี