

การศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

วันที่รับบทความ	22/05/2563
วันแก้ไขบทความ	25/01/2564
วันที่ตอบรับบทความ	05/02/2564

กัลยานี เลื่องสุนทร¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และ 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำนวน 403 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ทดสอบค่า Independent Samples T-Test และค่า F-Test เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้ค่า LSD (Least Significant Difference) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการมากที่สุด ใช้งานส่วนใหญ่ที่บ้าน ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง ในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มีความถี่ในการใช้งานมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ มีจุดประสงค์หลักด้านการพูดคุยกับเพื่อน อุปกรณ์ที่ใช้คือ โทรศัพท์มือถือ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุดคือ Facebook และพบว่าทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา อันดับที่ 1 คือ ด้านสังคม ค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ ด้านความคิด ค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านความรู้สึก ค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านการกระทำ ค่าเฉลี่ย 4.08 ด้านการเรียน ค่าเฉลี่ย 4.06 และด้านสุขภาพ ค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ รวมทั้งผลการเปรียบเทียบทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา เมื่อจำแนกตามลักษณะของประชากร พบว่า เพศ และคณะของนักศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความรู้สึก ด้านการเรียน และด้านสังคมของนักศึกษาแตกต่างกันตามลำดับ เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาพบว่า ช่วงเวลาที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน ทำให้ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความคิดของนักศึกษาแตกต่างกัน

คำสำคัญ : ทัศนคติ พฤติกรรม เครือข่ายสังคมออนไลน์

¹ อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อีเมล: kanlayanee.l@dru.ac.th

A Study of Attitude towards Using Online Social Networks of Dhonburi Rajabhat University's Students

Received	22/05/2020
Revised	25/01/2021
Accepted	05/02/2021

Kanlayanee Luangsoontorn¹

Abstract

This research aimed to study and compare the behaviors and attitudes towards using online social networks of students. The population of this study consisted of 403 students of Dhonburi Rajabhat University. The gather Data were statistically analyzed by percentage, mean and standard deviation. The statistics used for hypothesis testing were t-test, f-test, and the least significant difference method (LSD) for multiple comparison testing. The results revealed that most respondents were fourth-year female students of the Faculty of Management Science. Also, the respondents used online social media networks mostly at home with an average usage duration of two hours from 6:01 p.m. to midnight. The usage frequency was more than five times a week with the primary purpose to have a conversation with friends via mobile phones, and the most used online social media network was Facebook. In terms of attitudes towards using online social media networks, the highest average was the 'social' aspect (4.32), followed by the aspect of 'thinking' (4.22), 'feeling' (4.15), 'action' (4.08), 'learning' (4.06), and 'health' (3.68), respectively. Moreover, the comparison of students' attitudes towards using online social networks showed that gender and faculty type differences affected students' attitudes towards using the networks in 'feeling', 'learning', and 'social'. Furthermore, the comparison of students' behaviors in using online social networks unveiled that usage period differences affected students' attitude towards using the networks in 'thinking'.

Keywords: attitude, behavior, online social networks

¹ Instructor, Business Computer Program, Dhonburi Rajabhat University
e-mail: kanlayanee.l@dru.ac.th

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร การบริโภคข่าวสาร และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ซึ่งข้อมูลข่าวสารสามารถส่งผ่านถึงกันทั่วโลกอย่างไร้พรมแดน เกิดสังคมที่เรียกว่า “สังคมข้อมูลข่าวสาร” (Information Society) ซึ่งเป็นสังคมที่มีการนำสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ มาช่วยดำเนินกิจกรรม ทั้งเพื่อตนเอง องค์กร สังคม และชุมชน โดยผ่านเครือข่ายของคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า อินเทอร์เน็ต ซึ่งการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันทำได้หลากหลาย เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล (e-mail) สนทนา (chat) การอ่านหรือแสดงความคิดเห็นผ่านทางเว็บบอร์ด การติดตามข่าวสาร การสืบค้นข้อมูล การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ การทำธุรกรรมทางการเงิน การดาวน์โหลดเกมส์ เพลง หรือภาพยนตร์ การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ เป็นต้น (อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ และอนิรุทธ์ สติมัน, 2555, หน้า 204-211)

ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น มีแนวโน้มในอนาคตว่าจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ เพื่อสร้างเครือข่ายสังคม ซึ่งพบว่าปัจจุบันเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าว กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) กูเกิ้ลพลัส (Google Plus) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) และมีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Internet) มากขึ้น จากผลการสำรวจ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558, หน้า 9) พบว่า กิจกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต 5 อันดับแรก พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ Social Network (เช่น Facebook, Twitter, Google Plus, Line, Instagram) ร้อยละ 88.6 รองลงมาคือ ใช้ดาวน์โหลด รูปภาพ/หนัง/วิดีโอ/เพลง/เกมส์ เล่นเกมส์ ดูหนัง ฟังเพลง วิชยู ร้อยละ 87.4 ใช้ในการอัปโหลด ข้อมูล รูปภาพ/ภาพถ่าย วิดีโอ เพลง software เพื่อแบ่งปันบนเว็บไซต์ ร้อยละ 59.1 ติดตามข่าวสาร/อ่านหรือดาวน์โหลด นสพ.นิตยสาร (e-book) ร้อยละ 47.1 และรับ-ส่งอีเมล ร้อยละ 44.6 ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558, หน้า 9; กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559, หน้า 9-19) จากผลการศึกษาของ Rahman, N. (2014, หน้า 65) พบว่าช่วงอายุของผู้ที่เข้าใช้งานมากที่สุดคืออายุ 21-25 ปี และเครือข่ายที่คนนิยมมากที่สุด คือ Facebook, Google Plus, Twitter, QQ, MySpace และLinkedin ตามลำดับ จากผลการศึกษาของ Abbas, J., et al (2019, หน้า 11) พบว่าผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอายุ 16-20 ปี, 21-25 ปี และ 26-30 ปีตามลำดับ และวัตถุประสงค์ของการใช้งาน คือ สร้างการรับรู้ แบ่งปันเนื้อหาบทเรียน และเพื่อติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ โดยเครือข่ายออนไลน์ที่มีผู้ใช้มากที่สุดคือ Facebook and What's App, YouTube, Skype and Twitter และWebchat and Snape Chat ตามลำดับ ผลการศึกษาของ M-Saleh, Abdul, and Ameen. (2017, หน้า 7596) พบว่า ระยะเวลาในการใช้งาน facebook ของนักศึกษา คือ มากกว่า 4 ชั่วโมง และจากผลการศึกษาของ Mensah. (2016, หน้า 14) พบว่าการใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปทำให้ผลการเรียนลดลง แต่ระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็ช่วยให้สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเพื่อพูดคุยในเรื่องที่สนใจซึ่งส่งผลให้มีผลการเรียนดีขึ้น

การสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้มีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะกับกลุ่มนักศึกษา มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นวัยรุ่นที่นิยมเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์นั้น ได้แก่ คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต (พงษ์พิพัฒน์ สายทอง, 2557) จึงทำให้สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก ทุกที่ และทุกเวลา ทำให้การสื่อสารง่ายและรวดเร็วมากขึ้น ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นมีให้เห็นมากมาย เช่น สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้ สามารถเสนอและแสดงความคิดเห็นได้ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร สะดวก รวดเร็ว สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อนได้ (จิระศักดิ์ พิงจาบ, 2558)

ดังนั้น เนื่องจากกลุ่มนักศึกษาโดยเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมทั้งการสื่อสารแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่องทางต่างๆ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในส่วนนี้ที่จะศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี และศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางแก่สถานศึกษาในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และทำให้อาจารย์มีแนวทางในการเข้าถึงนักศึกษาได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามลักษณะของประชากร และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะของประชากรที่ต่างกัน มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่ได้ใช้งาน และเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 4 คณะ ได้แก่ คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะวิทยาการจัดการ ปีการศึกษา 2560 จำนวน 9,326 คน (มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, 2560)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนนักศึกษาที่ได้ใช้งาน และเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

การวิจัยครั้งนี้พิจารณาเลือกขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม คำนวณจากการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ กำหนดความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned}n &= \frac{9,326}{1+9,326(0.05)^2} \\ &= \frac{9,326}{24.315} \\ &= 384\end{aligned}$$

จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน เพื่อป้องกันกรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ทำการสำรองข้อมูลไว้ 5% ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด $384+19 = 403$ คน

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้นักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยใช้หลักความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่าง (Probability Sampling) แบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) และแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ขึ้นมา 1 ชุด ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา คณะ ซึ่งจะมีลักษณะเป็นแบบสอบถามเลือกตอบ (Check List) จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ สถานที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จุดประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ ซึ่งจะมีลักษณะเป็นแบบสอบถามเลือกตอบ (Check List) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายปิดสอบถามทัศนคติในการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพด้านสังคม โดยโครงสร้างแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) เพื่อให้ผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติ 5 ระดับ ตามทัศนคติ ดังนี้

วิธีแบ่งช่วงเท่าของพิสัยคะแนนของข้อคำถามเป็นระดับ 5 ระดับ โดยใช้ค่าเฉลี่ยเป็นดัชนีในการแบ่งระดับความพึงพอใจ ดังนี้

$$\text{พิสัย} = \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

3. นำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของแบบสอบถาม โดยคัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ย 0.50 ขึ้นไป พบว่าดัชนีความสอดคล้องต่ำสุด 0.67 และมีค่าดัชนีความสอดคล้องสูงสุด 1 และปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามให้สมบูรณ์ตามคำแนะนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปทดลองใช้

4. นำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ได้รับการแก้ไขไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Try Out) กับกลุ่มประชากรนักศึกษาภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรของ Cronbach เพื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ Alpha = 0.934

5. แล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่ผ่านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 403 คน

2. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามและแปรสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถประมวลผลได้ และทำการแปลผลด้วยโปรแกรมทดสอบทางสถิติแล้วจึงจะนำผล

ที่ได้มาศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยต้องทำการลงรหัสจากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมทดสอบทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัย จะใช้ค่าสถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เช่น ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552, หน้า 152-157) โดยใช้ค่าโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้วิธีทดสอบค่า Independent Samples T-Test (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555, หน้า 109)

2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เมื่อพบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ในกรณีความแปรปรวนของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม แตกต่างกัน ทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธีการของ Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555, หน้า 333)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะของประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ข้อมูลลักษณะของประชากร ซึ่งในที่นี้คือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่ตอบแบบสอบถามพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.81 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 25.06 รองลงมาอยู่ชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 24.57 อยู่ชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 24.07 อยู่ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 20.60 และชั้นปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 5.71 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในคณะวิทยาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 42.93 รองลงมาอยู่คณะครุศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 26.80 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 21.84 และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 8.44 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกใช้งานที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 79.40 มีระยะเวลาในการใช้งาน เป็นเวลามากกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.82 ใช้งานในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 66.00 ความถี่ในการใช้งานมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 71.22 โดยมีจุดประสงค์ในการใช้งาน คือ การพูดคุยกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 18.11 รองลงมาเป็นการโพสต์ข้อความ/รูปภาพ คิดเป็นร้อยละ 15.38 และเล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 14.39 ตามลำดับ และพบว่ามากกว่าครึ่ง ใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) คิดเป็นร้อยละ 50.37 โดยส่วนใหญ่ใช้งาน Facebook คิดเป็นร้อยละ 24.81 รองลงมา คือ Line คิดเป็นร้อยละ 21.34 และ YouTube คิดเป็นร้อยละ 20.84 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ทศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ทศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ด้านความคิด พบว่า ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.22 (S.D. = 0.750) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ การติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มีการอัพเดทเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.37 (S.D. = 0.692) อันดับที่ 2 คือ การสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.30 (S.D. = 0.707) อันดับที่ 3 คือ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ในประเด็นที่สนใจได้โดยตรง เช่น ด้านเทคโนโลยี ไอที กีฬา แฟชั่น มีค่าเฉลี่ย 4.17 (S.D. = 0.724) ทศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ด้านความรู้สึกรู้สึก พบว่า ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = 0.812) 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)

ทศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ด้านการกระทำ พบว่า ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D. = 0.817) 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)

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ด้านการเรียนรู้ พบว่า ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D. = 0.872) 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)

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ด้านสุขภาพ พบว่า ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 (S.D. = 1.120) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ท่านมีอาการแสบตาเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.970) อันดับที่ 2 คือ ท่านมีอาการเมื่อยมือเมือใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 1.007) อันดับที่ 3 คือ ท่านมีอาการปวดไหล่เมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 1.022)

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ด้านสังคม พบว่า ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32 (S.D. = 0.755) 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)

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยจำแนกตามลักษณะของประชากรและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ลักษณะของประชากร และพฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์											
	ด้าน ความคิด		ด้านความ รู้สึก		ด้าน การกระทำ		ด้าน การเรียนรู้		ด้าน สุขภาพ		ด้าน สังคม	
	ต่าง	ไม่ต่าง	ต่าง	ไม่ต่าง	ต่าง	ไม่ต่าง	ต่าง	ไม่ต่าง	ต่าง	ไม่ต่าง	ต่าง	ไม่ต่าง
ลักษณะของประชากร												
1. เพศ	-	✓	✓	-	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
2. ชั้นปี	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
3. คณะ	-	✓	-	✓	-	-	✓	-	✓	✓	-	-
พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์												
1. สถานที่ใช้งาน	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
2. ระยะเวลาที่ใช้งาน	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
3. ช่วงเวลาที่ใช้งาน	✓	-	-	-	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
4. ความถี่ในการใช้งาน	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
5. จุดประสงค์ในการใช้งาน	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
6. อุปกรณ์ในการใช้งาน	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
7. เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งาน	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓

สรุปตารางที่ 1

การเปรียบเทียบทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำแนกตามลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ ชั้นปี และคณะ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (sig = 0.046) และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่ศึกษาในคณะที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการเรียนรู้และด้านสังคมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Sig = 0.026 และ 0.025 ตามลำดับ) ส่วนนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ สถานที่ใช้งาน ระยะเวลาที่ใช้งาน ช่วงเวลาที่ใช้งาน ความถี่ในการใช้งาน จุดประสงค์ในการใช้งาน อุปกรณ์ในการใช้งาน และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งาน พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่มีช่วงเวลาที่ใช้งานแตกต่างกัน มีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($\text{sig} = 0.008$) ส่วนสถานที่ใช้งาน ระยะเวลาที่ใช้งาน ความถี่ในการใช้งาน จุดประสงค์ในการใช้งาน อุปกรณ์ในการใช้งาน และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของประชากรที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา คณะ มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี แตกต่างกัน

เพศ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.793, 0.096, 0.676, 0.264 และ 0.860 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าเพศที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความคิด ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความรู้สึกมีค่า Sig. เท่ากับ 0.046 แสดงว่า เพศที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึก แตกต่างกัน

ชั้นปี พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่ศึกษาในชั้นปีการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.536, 0.209, 0.051, 0.619, 0.872 และ 0.347 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าชั้นปีการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

คณะ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่ศึกษาในคณะที่ต่างกันมีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ และด้านสุขภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.059, 0.135, 0.181 และ 0.383 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าคณะที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ และด้านสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านเรียน และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.026 และ 0.025 ตามลำดับ แสดงว่าคณะที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านเรียนและด้านสังคม แตกต่างกัน จึงสามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการเรียนเมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาคณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และคณะวิทยาการจัดการมีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการเรียนมากกว่าคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านสังคมเมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาคณะครุศาสตร์ และคณะวิทยาการจัดการมีทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสังคม มากกว่าคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สถานที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.741, 0.776, 0.553, 0.678, 0.548 และ 0.920 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าสถานที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ระยะเวลาที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.468, 0.786, 0.601, 0.864, 0.878 และ 0.774 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าระยะเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ช่วงเวลาที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.955, 0.322, 0.163, 0.672 และ 0.142 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 แสดงว่าช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความคิดแตกต่างกัน จึงสามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้ เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า ช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. และช่วงเวลา 00.01 – 06.00 น. และช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าช่วงเวลา 12.01–18.00 น.

ความถี่ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน

ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.193, 0.149, 0.665, 0.551, 0.284 และ 0.126 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความถี่ในการใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

จุดประสงค์ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.403, 0.386, 0.751, 0.295, 0.132 และ 0.207 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าจุดประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

อุปกรณ์ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.915, 0.286, 0.341, 0.284, 0.659 และ 0.697 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าอุปกรณ์ในการใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ ด้านการเรียน ด้านสุขภาพ และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.839, 0.896, 0.891, 0.306, 0.506 และ 0.232 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งานแตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาพบว่า นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 มากที่สุด ส่วนใหญ่อยู่คณะวิทยาการจัดการ เกือบร้อยละ 80 เลือกใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้าน มากกว่าร้อยละ 50 ใช้งานมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง ใช้งานในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. และมากกว่าร้อยละ 70 ใช้งานมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ โดยมีจุดประสงค์หลักในการใช้งาน คือ การพูดคุยกับเพื่อน มากกว่าครึ่งใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) และส่วนใหญ่ใช้งาน Facebook มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์ (2558, หน้า 503-516) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า นิสิตเข้าใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ออนไลน์ โดยเฉลี่ย 6 ครั้งขึ้นไปต่อวัน เฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป สถานที่ที่นิสิตเข้าใช้งานมากที่สุดคือที่ พักอาศัย และเข้าใช้งานช่วงเวลา 20.01 – 00.00 น. อุปกรณ์ที่นิสิตใช้เชื่อมต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ

Smartphone เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิสิตเข้าใช้งานมากที่สุด คือ Facebook และสอดคล้องกับ Gok. (2016, pp. 85-93) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง The Effects of Social Networking Sites on Students' Studying and Habits พบว่า จุดประสงค์ในการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตอันดับหนึ่งคือ เพื่อใช้งาน Facebook และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Meşe. and Aydın. (2019, pp. 190-199) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง The use of social networks among university students พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร

จากผลการศึกษาค้นคว้าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อันดับที่ 1 คือ ด้านสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ ด้านความคิด มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านความรู้สึกรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านการกระทำ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ด้านการเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และด้านสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการค้นหาสารสนเทศ (Information Search Process: ISP) ของแคโรล (Carol Kuhlthau) (รุจเรขา วิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2554) ขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิด และทัศนคติของผู้ใช้ ในระหว่างค้นหาสารสนเทศ เช่น ความสับสน ลังเล ไม่แน่ใจ เกิดข้อสงสัยและปัญหา ตลอดจนเกิดความมั่นใจ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ การเริ่มงาน การเลือกรื่อง การสำรวจ การสร้างกรอบแนวคิดของเรื่องที่ต้องการ การรวบรวม การนำเสนอและจบกระบวนการ แต่ทุกขั้นตอนจะประกอบไปด้วย 4 แง่มุม คือ ความคิด (Thoughts), ความรู้สึก (Feelings), การกระทำ (Actions), กลยุทธ์ (Strategies)

จากผลการศึกษา เปรียบเทียบทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามลักษณะของประชากร และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ Abdulahi, A., Samadi, B. and Gharleghi, B. (2014, pp. 133-145) ได้ศึกษาเรื่อง A Study on the Negative Effects of Social Networking Sites Such as Facebook among Asia Pacific University Scholars in Malaysia. พบว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ

จากผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามลักษณะของประชากร และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้สึก แตกต่างกัน ขณะที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการเรียน และด้านสังคม แตกต่างกัน และช่วงเวลาที่ใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชวมงคลธัญบุรี พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของนักศึกษาต่อการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด ด้าน

ความรู้สึกและด้านการกระทำ และสอดคล้องกับแนวคิดเป็นความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้ (Anomalous State of Knowledge : ASK) ของนิโคลัส (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 อัตลักษณ์ ทั้ง 2 ประเภทนี้ต่างมีความสัมพันธ์และคาบเกี่ยวกันอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสังคมและวัฒนธรรมต่างก็มีบทบาทในการสร้างภาพตัวแทนของคนในสังคมเสมอ อัตลักษณ์ทางสังคมจึงมีสองส่วน ส่วนแรกคือสิ่งที่สังคมเรียกรองจากปัจเจกบุคคล (Virtual Identity) และอีกส่วนคืออัตลักษณ์ที่แท้จริงของบุคคลนั้น (Actual Identity)

ลักษณะของประชากรที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีแตกต่างกัน

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

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

2. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักในการใช้งาน คือ ใช้ในการพูดคุยกับเพื่อน การโพสต์ข้อความหรือรูปภาพ เล่นเกมส์ และติดตามข่าวสารหรืองาน เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นหากอาจารย์และผู้ปกครองเข้าใจพฤติกรรมและให้คำแนะนำ โดยปรับมาให้ให้นักศึกษาพูดคุยกับเพื่อนในเรื่องของการเรียน หรืออาจารย์มอบหมายงานกลุ่มให้ทำที่บ้านโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ก็จะส่งผลดีกับการเรียนของนักศึกษามากขึ้น

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

4. นักศึกษาส่วนใหญ่ยังเห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และมีความหลากหลายของข้อมูลเป็นอย่างมาก อีกทั้งนักศึกษายังสามารถค้นหาข้อมูลความรู้ต่างๆ ใช้เป็นช่องทางในการส่งไฟล์งาน เช่น การบ้าน รายงาน และใช้เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ในกลุ่มต่างๆ แต่ยังคงเห็นว่าข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความน่าเชื่อถือค่อนข้างน้อย ดังนั้นหากสามารถจัดทำข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือให้มากยิ่งขึ้น จะทำให้สามารถใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยในอนาคต

ควรเก็บข้อมูลของนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพิ่มขึ้นด้วย เพื่อจะได้ทราบถึงทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาทั้งหมด เพราะบริบทของนักศึกษาแต่ละสถาบันอาจแตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). **แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.** กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. หน้า 9-19.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). **สถิติสำหรับงานวิจัย.** (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิระศักดิ์ พึ่งจาบ. (2558). **หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสังคมออนไลน์.** ค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2559, จาก <http://5822011301.blogspot.com>.
- ชานินทร์ ศิลปจารุ. (2552). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พงษ์พิพัฒน์ สายทอง. (2557). **สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนการสอน.** ค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2559. จาก <http://smforedu.blogspot.com/2014/02/blog-post.html?>
- พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์. (2558, 26 มิถุนายน). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6,** (หน้า 503-516). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- รุจเรชา วิทยาอุทมิกุล. (2554). **พฤติกรรมสารสนเทศ.** ค้นเมื่อ 4 มกราคม 2560. จาก <https://ruchareka.wordpress.com/2011/07/15/พฤติกรรมสารสนเทศ-information-behaviour>.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน. (2560). **สถิตินักศึกษาจำแนกสภาพตามปีที่รับ.** ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2560. จาก <http://reg.dru.ac.th/registrar/studentByProgram.asp?>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). **สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2558.** กรุงเทพมหานคร : กลุ่มบูรณาการข้อมูลสถิติ สำนักสถิติพยากรณ์.
- อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ และอนิรุทธ์ สติมัน. (2555). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติด้านอิเล็กทรอนิกส์ บูรณาการการเรียนรู้ออนไลน์ประชาคมอาเซียน: นโยบายและกระบวนการ.** (หน้า 204-211). กรุงเทพมหานคร.

- Abbas, J., et al. (2019). The impact of social media on learning behavior for sustainable education: Evidence of students from selected universities in Pakistan. **Sustainability**. 11(1683), pp. 1-23.
- Abdulahi, A., Samadi, B. and Gharleghi, B. (2014). A study on the negative effects of social networking sites such as facebook among Asia Pacific University Scholars in Malaysia. **International Journal of Business and Social Science**. 5(10), pp. 133-145.
- Anatasi, A. (1976). **Psychological testing**. New York: MacMillan.
- Gok, T. (2016). The effects of social networking sites on students' studying and habits. **International Journal of Research in Education and Science**. 2(1). pp. 85-93.
- Hunt, T. and Ruben, B. D. (1993). **Mass Communication Producers and Consumers**. New York: Harper Collins.
- Mensah, S. O. (2016). The impact of social media on students' academic performance-a case of Malaysia Tertiary Institution. **International Journal of Education, Learning and Training**. 1(1), pp. 14-21.
- Meşe, C. and Aydın, G. S. (2019). The use of social networks among university students. **Educational Research and Reviews**. 14(6), pp. 190-199.
- M-Saleh, H. M., Abdul, Z. K. and Ameen, A. A. (2017). The effect of facebook on academic performance for undergraduate students at Charmo University. **International Journal of Computer & Technology**. 16(2), pp. 7596-7602.
- Rahman, N. (2014). The usage and online behavior of social networking sites among international students in New Zealand. **The Journal of Social Media in Society** 3(2), pp. 65-81.