



รายงานการวิจัย
เรื่อง

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Social Network Usage Behaviors of
Rajabhat Maha Sarakham University's Students

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY
สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2561)



รายงานการวิจัย
เรื่อง

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Social Network Usage Behaviors of
Rajabhat Maha Sarakham University's Students

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY
สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2561)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. รังสรรค์ สิงห์เลิศ คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อาจารย์ นัยนา ประทุมรัตน์ ประธานหลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการทำวิจัยด้วยดีมาตลอด และขอขอบคุณคณาจารย์หลักสูตรสาขาวิชา บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่คอยให้คำปรึกษา และให้กำลังใจในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยในครั้งนี้คงเป็น ประโยชน์สำหรับผู้สนใจและเป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไปได้เป็นอย่างดี

นางสาวสุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี

2562

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ดำเนินการวิจัย	สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี
หน่วยงาน	หลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ปี พ.ศ.	2562

บทคัดย่อ

รายงานการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และ 3) เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2561 จำนวน 386 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOWA)

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์คือ มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน โดยมีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้ง 3 ชั่วโมงขึ้นไป และมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงกลางคืน โดยเข้าใช้จากที่บ้านหรือหอพัก ทั้งนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) โดยมีความนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) และเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Face Book) มากที่สุด ทั้งนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่มีการตกแต่งหน้าตาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น ฟิล์มหลัง หรืออิม) บ้างแต่ไม่มาก รวมไปถึงมีการเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) แบบนาน ๆ ครั้ง ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์จากการแนะนำของเพื่อนหรือแฟน มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยติดต่อสื่อสาร และนักศึกษาส่วนใหญ่มักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาด้านความบันเทิง และผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นักศึกษามีความคิดเห็นว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบในด้านการเรียน

ด้านครอบครัว และด้านสังคมในระดับปานกลาง และมีผลกระทบด้านอารมณ์ในระดับน้อย อีกทั้งผลจากการเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักศึกษาต่างชั้นปีมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านครอบครัว นักศึกษาต่างคณะมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านอารมณ์และด้านสังคม นักศึกษาที่มีประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันในการเรียน และนักศึกษาที่ได้รับทุนและไม่ได้รับทุนมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

Title	Social Network Usage Behaviors of Rajabhat Mahasarakham University's Students
Author	Suchalak Thamduengsri
Institute	Library and Information Science, the Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University
Academic Year	2019

The purposes of the current study were 1) to study behaviors in social media uses of students in Rajabhat Maha Sarakham University, 2) to investigate the impact of social media uses of students in Rajabhat Maha Sarakham University, and 3) to compare social media uses of students in Rajabhat Maha Sarakham University.

The participants were 386 students in Rajabhat Mahasarakham University selected by the accidental sampling method. The instrument was a questionnaire. The statistics used in the data analysis were Percentage, Mean Score, Standard Deviation, T-test and Analysis of Variance (ANOVA)

The results of the study were as follows. The frequency of social media uses of the study was at once a day. They reported that they used social media every 3 hours, and they used it at night in their places. The device that was most used to expose social media was the smartphone. Facebook was the most popular social media used among the students. The participants reported that they occasionally adjust preferences of their profile pages and pictures.

In terms of university information exposure, the students reported that they knew the university social media from friends and their relationships. Most students reported that social media was only used for entertainment.

In terms of the impacts of social media, the students reported that social media affect their study, family, and society at an average level. The impact of students' emotions was found at a low level.

In terms of the comparison of the impact on social media uses, it was found that there was a significant difference between the impacts of social media uses of students with different years of study in terms of family at the statistical level of 0.05. Moreover, there was a significant difference between the impacts of social

media uses of students with different faculties in terms of emotions and society at the statistical level of 0.05. In addition, there was a significant difference between the impacts of social media uses of students with different experiences of social media uses in terms of studying at the statistical level of 0.05. Lastly, there was no significant difference between the impacts of social media uses of students with and without government funds.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์และการสื่อสารมีความทันสมัยมากขึ้น การรับรู้ข่าวสารเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในทั้งในชีวิตประจำวันและในวงการศึกษาเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น Facebook , LINE Application , Myspace , Hi 5 , Twitter, Instagram เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีอุปกรณ์ที่สำคัญที่เป็น Mobile Devices ต่าง ๆ เช่น Smart Phone , Tablet ซึ่งปัจจุบันเป็นมากกว่าอุปกรณ์หรือโทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารเพียงอย่างเดียว (ณัฐจิตต์ บุราณทวีคุณ, 2558)

เครือข่ายสังคมออนไลน์มักปรากฏให้เห็นในลักษณะของการนำมาใช้เพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีบุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ ปัจจุบันมีเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์เกิดขึ้นจำนวนมากทั้งที่มีเป้าหมายเชิงพาณิชย์และไม่แสวงหากำไร จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ประเทศไทยมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลายมากจนได้ชื่อว่าเป็นประเทศอันดับที่ 4 โดยใช้เวลาเฉลี่ยที่ 8.7 ชั่วโมง (“ไทยติดอันดับ 4 ใช้เวลาท่องโซเชียลเน็ตเวิร์ก”, 2555) เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่เป็นที่นิยมและมีคนใช้เป็นจำนวนมากทำให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้แต่เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ Facebook รองลงมา ได้แก่ Twitter และ Google ตามลำดับ (“Thailand Social Awards 2014”, 2557)

กระแสนิยมในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ชีวิตของแต่ละคนไม่มากนักน้อย มีบทบาทในชีวิตมากขึ้นไม่ว่าเป็นวัยรุ่น อย่างนักเรียน นักศึกษา ซึ่งได้รับอิทธิพลมากที่สุดที่เรียกว่าขาดสิ่งเหล่านี้ไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นตอนกิน เที่ยว นอน ทุกเวลาจะต้องมีการนำเสนอการใช้ชีวิตให้คนอื่น ๆ ได้รับทราบ จากการสรุปสถิติพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันของคนไทยในปี 2016 จากงาน Thailand Social Awards 2016 ได้ข้อมูลดังนี้ คือ Facebook 41 ล้านคน โตขึ้นจากเดิม ร้อยละ 17 คิดเป็น ร้อยละ 60 ของประชากรไทย และใช้

Facebook สัดส่วนเพศ ชาย: หญิง ที่ 21: 20, Line 33 ล้านคน ต่อมาเป็น Twitter 5.3 ล้านราย สูงขึ้นมา 1.2 ล้านคน โตขึ้น ร้อยละ 18 และ Instagram มีผู้ใช้ถึง 7.8 ล้านคน และยังพบว่ามีคนหลายช่วงอายุที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่นกลุ่ม Gen-Z คือ ใช้เพื่อเรียนรู้เรื่องต่างๆ ผ่านเกมออนไลน์ กลุ่ม Gen-Y และ Gen-D (Digital) ใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนและเพื่อความบันเทิง กลุ่ม Gen-X ผู้ใหญ่วัยทำงานที่ใช้สำหรับการค้นคว้า หรือใช้เป็นเครื่องมือในการทำงาน อย่างการสื่อสารการตลาด เป็นต้น (“สรุปสถิติผู้ใช้ Social Media”, 2559)

บทบาทของเครือข่ายทางสังคมออนไลน์เริ่มขยายใหญ่ตัวมากขึ้นเรื่อย ๆ ส่วนหนึ่งมีผลมาจากนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตขึ้นอย่างแพร่หลายมีผลทำให้ปัจจุบันเด็กและวัยรุ่นมีช่องทางที่จะก้าวเข้าสู่โลกออนไลน์ได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะวัยรุ่นในช่วงอายุ 17-22 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยของการศึกษาในระดับอุดมศึกษา นักศึกษาสามารถเรียนรู้เทคโนโลยีด้วยตนเองอย่างรวดเร็วเนื่องจากมีทักษะการเข้ามาบ้างแล้วในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน รวมถึงเมื่อได้รับการเรียนรู้เพิ่มเติมจากอาจารย์ผู้สอนในสถาบันอุดมศึกษา ทำให้การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารรวมไปถึงการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างสะดวกมากขึ้น อีกทั้งความหลากหลายของเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักศึกษา ส่งผลให้นักศึกษามีความต้องการเข้าถึงโลกออนไลน์ เข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงขึ้นแต่ไม่ยังไม่ได้มีการศึกษาว่าในการใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้น มีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการใช้อย่างไร และส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของนักศึกษาอย่างไรบ้าง รวมไปถึงปัจจัยที่ส่งเสริมหรือผลักดันให้นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์มาจากสิ่งใด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการนำไปบูรณาการกับการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักศึกษา ซึ่งนับว่ายังอยู่ในช่วงของวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่ต้องใช้วิจารณญาณในการเลือกรับข้อมูลข่าวสาร หากได้รับข้อมูลแบบไม่ถูกต้องหรือไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อภาระการเรียนและการใช้ชีวิตในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
3. เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ นักศึกษาภาคปกติ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในปีการศึกษา 2561
2. ขอบเขตด้านเวลา ได้แก่ ปีการศึกษา 2561
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 3.1 ตัวแปรอิสระ เป็นข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ได้แก่
 - 3.1.1 เพศ
 - 3.1.2 คณะ
 - 3.1.3 ชั้นปีที่ศึกษา
 - 3.1.4 ประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 3.1.5 รายได้ของผู้ปกครอง
 - 3.1.6 การได้รับทุนการศึกษา
 - 3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่
 - 3.2.1 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ ระยะเวลา ระยะเวลา ช่วงเวลา และสถานที่ในการใช้ อุปกรณ์ในการเข้าถึง และประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 3.2.2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้แก่ การรู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์ วัตถุประสงค์ในการใช้ และเนื้อหาของเครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 3.2.3 ผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ผลกระทบด้านการเรียน ด้านครอบครัว ด้านอารมณ์และด้านสังคม

4. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาภาคปกติ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ในปีการศึกษา 2561

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาภาคปกติ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในปีการศึกษา 2561 จำนวน 10,975 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 386 คน

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย/(นิยามศัพท์เฉพาะ)

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2561

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบของเว็บไซต์หรือโปรแกรมประยุกต์ (Application Program) ที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์เสมือนที่โยงใยให้บุคคลที่มีเรื่องที่น่าสนใจเหมือนกันมาพูดคุยกันสามารถเชื่อมโยงระหว่างบุคคลอีกบุคคลหนึ่งได้ มักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่งข้อความ ส่งอีเมลล์ วิดีโอ เพลงอัปโหลดรูป บล็อก เช่น Facebook, Line, Twitter และ Instagram

พฤติกรรมการใช้ หมายถึง ลักษณะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์สถานที่ที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ช่องทางในการรู้จักกับสื่อสังคมออนไลน์ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเนื้อหาต่าง ๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
2. เพื่อได้ทราบถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
3. เพื่อทราบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ มาใช้ในงานวิจัยดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมติดการใช้งาน
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
5. แนวคิดพฤติกรรมวัยรุ่นและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรม
6. บริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

1.1. ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์มีการใช้งานกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน จึงมีนักวิจัยหลายท่านได้ให้คำนิยามเกี่ยวเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554, น. 7) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บพื้นฐานในการบริการที่จะให้แต่ละบุคคลสามารถสร้างเครือข่ายอย่างเป็นระบบทั้งระดับ เล็กหรือใหญ่ในสังคม มีการสร้างบัญชีรายชื่อผู้ติดต่อที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือสิ่งที่สนใจเหมือนกันได้โดยผ่านการติดต่อกันเป็นเครือข่าย

Wertime & Fenwick (2008 อ้างใน สิตา โพธิพิพิธ, 2556,น. 24) ได้อธิบายคำว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเว็บไซต์ประเภทชุมชนออนไลน์ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่ชุมนุมของกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือความต้องการคล้าย ๆ กัน ผู้ใช้บริการให้ข้อมูลประวัติส่วนตัว (Profile) ของตนเองหรือจะร่วมกับผู้บริการคนอื่นสร้าง “กลุ่ม” ของตนเองได้ ชุมชนออนไลน์ลักษณะนี้มีนโยบายความเป็นส่วนตัวที่เคร่งครัดที่ชัดเจน ผู้บริการสามารถกำหนดได้ว่าจะให้สมาชิกคนใดเข้ามาดูประวัติส่วนตัวหรือติดต่อกันได้

Hoffman (2005 อ้างใน สิตา โพธิพิพิธ, 2556, น. 26) ผู้ก่อตั้งลิงค์อิน (Linkedin) กล่าวว่า มิตรภาพในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เปรียบเสมือนตลาดในการแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เขากล่าวว่าเขาสามารถสร้างโอกาสให้กับใครสักคนเพียงเวลาไม่เกิน 30 วินาที และส่งการแนะนำตัวไปยังเพื่อนอีกคนหนึ่ง เป็นการลงทุนเวลาเพียงเล็กน้อยแต่มีโอกาสได้ผลตอบแทนที่ยิ่งใหญ่

เอมิกา เหมมินทร์ (2556, น. 4) ได้กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง รูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารเรื่องราว รูปภาพ และวิดีโอ เชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น แบ่งปันให้ผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายได้รับรู้ในบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่งข้อความ ส่งอีเมล วิดีโอ เพลง อัปโหลดรูป บล็อก บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยม ได้แก่ Facebook Line Twitter Instagram Google+ Youtube เป็นต้น

ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาลอ (2556) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง สังคม หรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบของกลุ่ม คนรูปแบบหนึ่ง ที่ปรากฏเกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ทำให้ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันและเชื่อมโยงกันในทิศทางใด ทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นเครือข่าย เช่น เว็บไซต์ Facebook YouTube Twitter เป็นต้น

ขวัญชนก กมลศุภจินดา (2557, น. 8) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นสังคมบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผ่านรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถแผ่ขยายออกไปเรื่อย ๆ ผ่านการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดเป็นสังคมใหม่ขึ้นมา

นนทรัฐ ไม้เจริญ (2557, น. 14) ได้ให้ความหมายว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เว็บไซต์ในการสร้างสังคมบนระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น นัดหมาย หรือพบปะสังสรรค์

น้ำทิพย์ วิภาวิน (2558) สรุปความหมาย เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Services: SNS) ว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการ ออนไลน์ที่เน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นความสนใจร่วมกันเกี่ยวกับกิจกรรม เหตุการณ์ เรื่องราว ภาพ เพื่อสร้าง เครือข่ายสังคม (Social Networks) หรือความสัมพันธ์ในสังคม (Social Relation) ระหว่างกลุ่มบุคคล แหล่งบริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นบริการสารสนเทศบนเว็บที่อนุญาตให้แต่ละคนสร้างโปรไฟล์ของตนเอง สร้างรายชื่อของสมาชิกในกลุ่มเพื่อสร้างชุมชนออนไลน์ที่เชื่อมโยงกันแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันภายในระบบ

ตัวอย่างบริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตเช่น email, Google, Facebook, Web Blog, Twitter, LinkedIn, Instagram และอื่น ๆ ดังนั้นสังคมปัจจุบันจึงมีเครือข่ายสังคมที่เชื่อมโยงข้อมูลกันในสังคมเครือข่าย โดยมีบริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือทางเทคโนโลยี

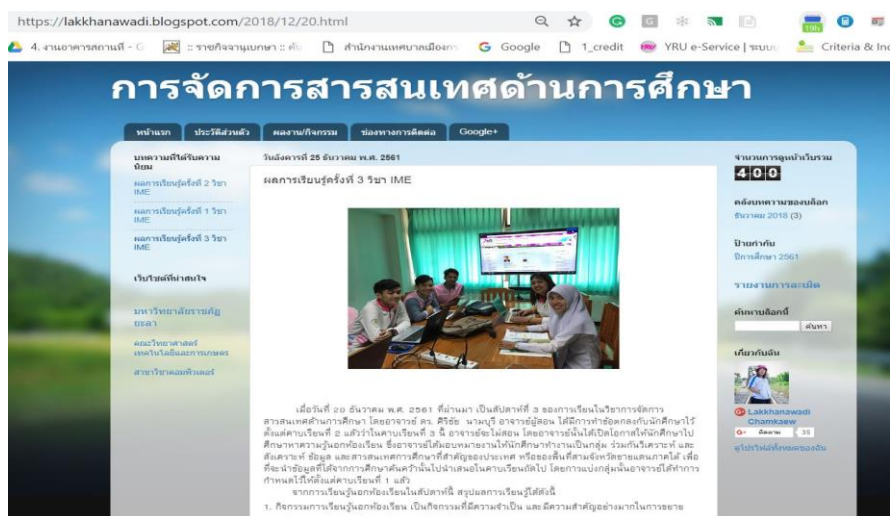
ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ รูปแบบของเว็บไซต์หรือโปรแกรมประยุกต์ (Application) ที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์เสมือนที่โยงใยให้บุคคลที่มีเรื่องที่สนใจเหมือนกันมาพูดคุยกันสามารถเชื่อมโยงระหว่างบุคคลอีกบุคคลหนึ่งได้ เป็นการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจ กิจกรรมที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น ในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่งข้อความ ส่งอีเมลล์ วิดีโอ เพลง อัปโหลดรูป บล็อก โดยแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมได้แก่ Facebook, Line, Twitter และ Instagram

1.2. ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ยังได้มีการแบ่งตามวัตถุประสงค์เป้าหมายการใช้งาน คุณลักษณะของการให้บริการตามเว็บไซต์ ได้เป็น 7 ประเภท (ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาลอ, 2556)

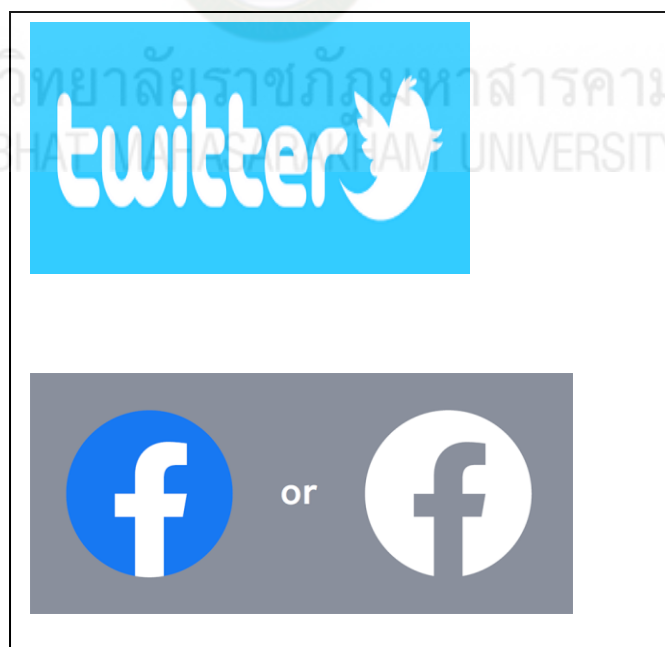
1.2.1) สร้างและประกาศตัวตน (Identity Network) เป็นการที่ให้ผู้ใช้ใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์ เป็นการเผยแพร่เรื่องราวของผู้ใช้งานผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของการเผยแพร่มีทั้ง รูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก และยังสามารถที่จะหาเพื่อนใหม่ หรือหาเพื่อนเก่า คนรู้จักที่ห่างหายไป มีการเขียนบทความได้อิสระ โดยมี 2 รูปแบบ ได้แก่

1) Blog บล็อก เป็นชื่อเรียกสั้น ๆ ของ Weblog ซึ่งมาจากคำว่า “Web” รวมกับคำว่า “Log” ที่เป็นเสมือนบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูลที่เก็บไว้ ดังนั้นบล็อกจึงเป็นโปรแกรมประยุกต์บนเว็บที่ใช้เก็บบันทึกเรื่องราว หรือเนื้อหาที่เขียนไว้โดยเจ้าของเขียนแสดงความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ โดยทั่วไปจะมีผู้ที่ทำหน้าที่หลักที่เรียกว่า “Blogger” เขียนบันทึกหรือเล่าเหตุการณ์ที่อยากให้คนอื่นได้รับรู้ หรือเป็นการเสนอมุมมองและแนวความคิดของตนเองใส่เข้าไปในบล็อกนั้น



ภาพที่ 2.1 ไอคอนเว็บไซต์ Blog บล็อก

2) ไมโครบล็อก (Micro Blog) มีลักษณะเด่นโดยการให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความจำนวนสั้น ๆ ผ่านเว็บผู้ให้บริการ และสามารถกำหนดให้ส่งข้อความนั้น ๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เช่น Twitter, Facebook เป็นต้น



ภาพที่ 2.2 ไอคอนเว็บไซต์ Facebook และ twitter

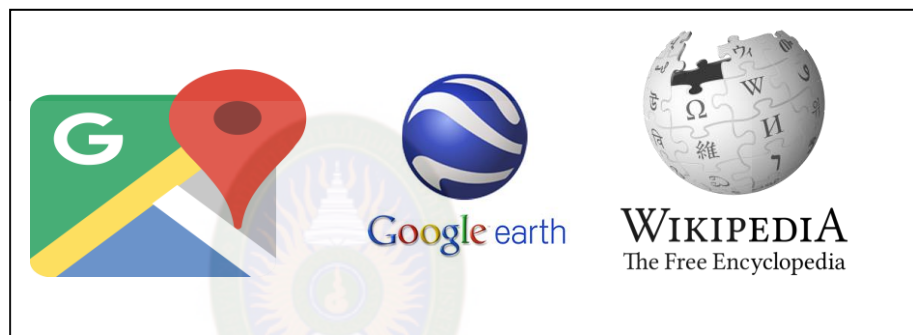
1.2.2) สร้างและประกาศผลงาน (Creative Network) เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเองได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) ที่ใช้จัดโชว์ผลงานของตัวเองไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ เพลง อีกทั้งยังมีจุดประสงค์หลักเพื่อแชร์เนื้อหาระหว่างผู้ใช้เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ ได้แก่ YouTube, Flickr, Multiply, Photobucket, MySpace และ Slideshare เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 ไอคอนเว็บไซต์ Multiply, YouTube, MySpace, Flickr และ Slideshare

1.2.3) ความสนใจตรงกัน (Passion Network) ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่ายเป็นการสร้างที่คั่นหนังสือออนไลน์ (Online Bookmarking) มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่ค้นไว้ในเครื่องคนเดียวก็นำมาเก็บไว้บนเว็บไซต์ได้เพื่อที่จะได้เป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้ และนอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่นหนังสือออนไลน์ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Digg, Zickr, Ning, del.icio.us, Catchh และ Reddit เป็นต้น

1.2.4) เครือข่ายทำงานร่วมกัน (Collaboration Network) เป็นที่ที่ต้องการความคิด ความรู้และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเกิดการ พัฒนาในที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความ ภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเพื่อรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่อง ต่าง ๆ ในลักษณะเนื้อหา ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่มักเป็น นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน ใน ลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน เช่น Wikipedia, Google earth และ Google Maps เป็นต้น



ภาพที่ 2.4 ไอคอนเว็บไซต์ Wikipedia Google Map, และ Google earth

1.2.5) ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ (Online Games) ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอ เกมที่ผู้ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติที่ผู้ใช้นำเสนอ ตัวตนตามบทบาทในเกม ผู้เล่นสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่ง ความเป็นจริงสร้างความรู้สึกร่วมเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีกราฟิก ที่สวยงามดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง เช่น Second Life, Audition, Ragnarok, Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

1.2.6) เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ (Professional Network) เพื่อการทำงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติ ของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ LinkedIn เป็นต้น

1.2.7) เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (Peer to Peer: P2P) เป็นการเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องผู้ใช้ด้วยกันโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ทันที ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ได้แก่ Skype และ BitTorrent เป็นต้น



ภาพที่ 2.5 ไอคอนเว็บไซต์ Skype

ทั้งนี้ทั้งนั้นการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ว่าใช้ด้วยจุดประสงค์ใด ทั้ง 7 ประเภทที่กล่าวถึงนี้ เป็นการแบ่งตามลักษณะของการให้บริการของเว็บไซต์ต่างๆ โดยปัจจุบันมีความสะดวกในการใช้งานทั้งใช้งานบนคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถืออย่างสมาร์ทโฟน มีการสร้างเว็บไซต์และแอปพลิเคชันขึ้นมามากมายให้เลือกใช้งาน ทั้งการติดต่อสื่อสาร การเดินทาง แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ฟังเพลง ดูหนัง แชรข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

1.3 บทบาทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

แนวคิดเรื่องบทบาทของเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์มักปรากฏให้เห็นในลักษณะของการนำมาใช้เพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีตัวบุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมกันเป็นเครือข่าย เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ แต่ปัจจุบันคำว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์จะหมายถึง ระบบเครือข่ายบนโลกออนไลน์หรือการติดต่อสื่อสารถึงกันผ่านอินเทอร์เน็ตนั่นเอง

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (2557, เว็บไซต์) ให้ความหมายเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่าเป็นโครงสร้างสังคมที่ประกอบด้วยโหนด (Node) ต่าง ๆ เชื่อมต่อกัน ซึ่งแต่ละโหนดที่เชื่อมโยงกันก็อาจมีความสัมพันธ์กับโหนดอื่น ๆ ด้วย โดยอาจมีระดับของความสัมพันธ์กันมีความซับซ้อน มีเป้าหมาย ดังนั้นเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงหมายถึง การที่มนุษย์สามารถเชื่อมโยงถึงกันทำความรู้จักกัน สื่อสารถึงกันได้ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็นเว็บเครือข่ายสังคม

ออนไลน์ก็คือ เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกันนั่นเอง โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนที่เข้ามารู้จักกัน มีการให้พื้นที่บริการเครื่องมือต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย สร้างเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้ ปัจจุบันมีเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์เกิดขึ้นจำนวนมาก ทั้งที่มีเป้าหมายเชิงพาณิชย์และไม่แสวงหากำไร เช่น Wikipedia

จากแนวคิดที่กล่าวข้างต้น สามารถสรุปประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media) ดังต่อไปนี้

- 1) สามารถทำให้ค้นหาคำตอบในเรื่องบางอย่างได้โดยการเปิดหัวข้อไว้ก็จะมีผู้สนใจและมีความรู้แสดงความคิดเห็นไว้มากมาย
- 2) ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล
- 3) ช่วยสนับสนุนในการทำ e-Commerce เป็นรูปแบบการค้าบนอินเทอร์เน็ตที่สั่งซื้อสินค้าได้ทันทีโดยไม่ต้องใช้ Catalog อีกต่อไป
- 4) สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในระยะเวลาพร้อม ๆ กัน
- 5) สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก
- 6) ไม่ต้องเสียค่าเวลา สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ให้นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพราะเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์และภาพยนตร์แล้ว มีอัตราค่าเช่าจะถูกลงกว่า
- 7) สื่อใหม่ยังเป็นสื่อที่มีความสามารถในการติดต่อ 2 ทาง จึงทำให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบได้ทันที

เปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ที่ข้อจำกัดของสื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้มีความทันสมัยมากขึ้น สามารถโต้ตอบสื่อสารได้แบบ Real-time ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องพึ่งบุคคลอื่น

1.4 อิทธิพลทางสังคมในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

การที่สังคมมนุษย์จะมีการใช้เทคโนโลยีหนึ่งเทคโนโลยีใดในสังคมได้ต้องผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประดิษฐ์และผู้ใช้ในสังคม (Interactive between Innovator and User) กลับไปกลับมาหลายครั้งจนเกิด “การยอมรับ” หรือที่เรียกว่า “Technology Adoption” ดังนั้น กระแสของการใช้ Social Networking ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่นั้น จึงเกิดมาจากกระบวนการถ่ายโอน

พฤติกรรมและความคิดของคนกลุ่มคนแรก (Innovator) ในสังคมที่ชอบในความทันสมัยของเทคโนโลยี มีการทดลองใช้งานจนเกิดการยอมรับ แล้วจึงสื่อสารหรือถ่ายทอดไปยังกลุ่มคนต่างๆ ในสังคม ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นสิ่งที่นักการตลาดให้ความสนใจเป็นอย่างมาก จากทฤษฎีของ Roger (1995) ที่ว่าด้วย “Diffusion of Innovation: DOI” ซึ่งเป็นการอธิบายถึงการเผยแพร่ (Diffusion) นวัตกรรมให้ได้รับการยอมรับและถูกนำไปใช้โดยสมาชิกของชุมชนเป้าหมาย โดยเริ่มจาก ผู้ที่มีศักยภาพที่จะรับนวัตกรรมได้เรียนรู้เกี่ยวกับตัวนวัตกรรมนั้น จนมีความรู้ความเข้าใจในนวัตกรรม อย่างดีและถูกชักนำโน้มน้าวให้เชื่อถือในตัวนวัตกรรม หลังจากนั้น จะมีการตัดสินใจว่าจะรับเอา นวัตกรรมนี้มาใช้เมื่อตัดสินใจแล้วก็ลงมือปฏิบัติ นำเอานวัตกรรมสู่การปฏิบัติ และขั้นสุดท้ายคือการ ยืนยัน (หรืออาจจะปฏิเสธ) การตัดสินใจยอมรับและใช้นวัตกรรมนั้นต่อไป ฉะนั้น การเผยแพร่จึงเป็น กระบวนการที่นวัตกรรม (Innovation) จะถูกนำไปถ่ายทอดผ่านช่องทางของการสื่อสาร (Communication Channels) ในช่วงเวลาหนึ่ง (Time) กับสมาชิกที่อยู่ในระบบสังคมหนึ่ง (Social System) ให้เกิดการยอมรับ (Adoption) ซึ่งลักษณะของนวัตกรรม (Innovation) มีดังนี้

- 1) เป็นสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน
- 2) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วแต่ไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ต่อมาได้มีการนำมาใช้ประโยชน์
- 3) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วและเคยนำมาใช้ในช่วงเวลาหนึ่งแต่ไม่ได้รับความนิยม ต่อมานำมาใช้ใหม่ ภายใต้สถานการณ์และเงื่อนไขใหม่ที่เปลี่ยนไป
- 4) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วและใช้ได้ดีในสังคมอื่น หรือประเทศอื่น แล้วนำมาใช้ในอีกสังคมหนึ่ง หรืออีกประเทศหนึ่ง
- 5) เป็นการพัฒนาปรับปรุงจากของเดิมที่มีอยู่ให้มีลักษณะต่างจากต้นแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม

การที่สังคมไทยยอมรับระบบเทคโนโลยีเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ว่ามีบทบาทอย่างหนึ่ง ที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันนั้นเป็นการแสดงให้เห็นได้ว่าอิทธิพลทางสังคมมีบทบาทต่อเรื่อง ดังกล่าวนี กล่าวคือ สังคมเป็นตัวแปรสำคัญที่ผลักดันให้ทิศทางและแนวโน้มความนิยมในเรื่องของ เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ เพราะว่าคนที่สังคมใด ๆ จะยอมรับสิ่งแปลกใหม่เข้ามาให้มีบทบาทต่อ การดำรงชีวิต โดยมีสิ่งที่เป็นอิทธิพลสามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้ (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2552)

- 1) วัฒนธรรมกระแสนิยม

ด้วยเพราะสังคมไทยเป็นสังคมเปิดที่ยอมรับความเปลี่ยนแปลงอะไรง่ายและเร็วเกินไปโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้ประโยชน์กันเพียงเพื่อความบันเทิงที่เป็นไปตามกระแสนิยม มากกว่ามุ่งใช้เพื่อประโยชน์ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เรื่องของการบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth) ซึ่งเป็นการพูดต่อ ๆ กันไปทำให้เกิดขยายกันเป็นวงกว้างในการที่จะยอมรับหรือทดลองเข้าไปมีส่วนร่วมกับเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ หรือ อยากรู้ในส่วนที่อยากทดลองเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยตนเองเนื่องจากว่าเห็นว่าเป็นสิ่งแปลกใหม่หรือมาจากการที่เห็นเพื่อน ครอบครัว ผู้อื่นทั่ว ๆ ไปมีการใช้บริการกัน ซึ่งก็ถือว่าเป็นการทำตามกระแสนิยม การใช้สื่อเหล่านี้อาจเป็นไปได้ในลักษณะคลั่งไคล้ชั่วระยะหนึ่ง หรือทำตามผู้อื่นโดยเฉพาะเมื่อผู้นำทางสังคมอย่างดาราหรือนักการเมืองที่เป็นกลุ่มแรก ๆ ในการนำสิ่งเหล่านี้เข้าสู่สังคม วัยรุ่นจึงต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม อยากรู้อยากเห็นดารา หรือคนดัง อีกทั้งกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีนิสัยชอบความแปลกใหม่ ทันสมัยยอมรับสิ่งใหม่อย่างรวดเร็วแต่ในขณะเดียวกันก็เบื่อเร็ว

2) สื่อมวลชน

จากการที่สังคมไทยยังคงเป็นสังคมที่ยังต้องการความรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนสื่อมวลชน อย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิวต่าง ๆ ยังคงถูกนำมาใช้ในการสื่อสารเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวสาร การให้ความรู้การรับชมรายการ โทรทัศน์ ฟังวิทยุ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการต่าง ๆ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ยังคงมีค่าใช้จ่ายไปที่สื่อมวลชนเป็นหลัก โดยมี การนำ Social Networking อย่าง YouTube, Wikipedia หรือ Twitter มาใช้สามารถสรุปได้ว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง การที่พฤติกรรมของบุคคลหนึ่งมีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของอีกบุคคลหนึ่งในการจงใจ โน้มน้าว หรือส่งผลให้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำอยู่ให้ทำตามหรือคล้อยตาม

2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมติดการใช้งาน

2.1 พฤติกรรมการติดการใช้งาน (System Stickiness)

Stickiness หรือการติด การยึดติด Lin (2006) ได้กล่าวไว้ว่า การติด คือการที่ผู้ใช้บริการมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และเพิ่มระยะเวลาที่จะใช้บริการบนเว็บไซต์ในนานยิ่งขึ้น

Hallowell (1996) อ้างถึงความถี่ที่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์กลับมาใช้บริการเว็บไซต์ดังกล่าวอีกบ่อยครั้ง Lin (2006) เป็นการยืนยันต่อคำสัญญาที่จะกลับเข้ามาใช้บริการอีกในอนาคตข้างหน้า แม้ว่าสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบ ที่จะเป็นสาเหตุที่จะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้บริการ

ในแง่ของจิตเวชศาสตร์มองว่า พฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ตน่าจะเกิดมาจากการมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่เข้มข้น ทำให้เกิดความดึงดูด ทำให้พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นลักษณะอาการของผู้ที่ติด คือ หมกมุ่นกับการใช้อินเทอร์เน็ต รู้สึกว่ามีความอยากใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเวลานานกว่าปกติ จนกระทั่งเกิดผลลบต่อชีวิตประจำวัน การงาน การเรียน หน้าที่ ความรับผิดชอบ ไม่สามารถควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตของตนเองได้ทั้ง ๆ ที่รู้ว่ามีมากเกินไปแล้ว เข้าไปใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยไม่มีจุดมุ่งหมาย กล่าวโดยสรุป คือ ไม่สามารถควบคุมหยุดใช้อินเทอร์เน็ตได้ จนมีผลต่อสุขภาพกายและจิต สามารถพบได้ในคนที่มีอาการซึมเศร้า (Depression) หรืออาการแมเนีย (Mania) มีลักษณะ Hyperactive สามารถเล่นได้ข้ามวันข้ามคืนมีอาการครึกครื้นตลอดเวลา (ณัฐยานี ช่วยธานี อ้างถึงใน ไชยรัตน์ บุตรพรหม, 2545)

2.2 สาเหตุและลักษณะการติด

Gary (2007) ได้อธิบายถึงกรรมวิธีในการสร้างเว็บไซต์ ให้เกิดการติดของผู้ที่มาใช้บริการไว้ว่า โดยทั่วไปเกี่ยวกับการรักษาผู้เข้าชมในเว็บไซต์ของคุณให้นานที่สุด มั่นใจได้ว่าคุณมีสิ่งที่คุณกำลังมองหาและประกาศบนเว็บไซต์ของคุณให้เร็วที่สุด นอกจากนั้นสามารถใช้คำแนะนำต่อไปนี้เพื่อให้เว็บไซต์ให้ได้รับความนิยม

- 1) สร้างหัวข้อที่น่าสนใจ พาดหัวทันทีดึงดูดความสนใจเนื่องจากมีขนาดใหญ่กว่าส่วนที่เหลือของข้อความ กล่าวหาสิ่งที่น่าสนใจที่สุดผ่านหัวของคุณ แต่ไม่ได้หลอกลวง
- 2) สร้างสไตล์การออกแบบที่ไม่เป็นการรบกวน สร้างออกแบบเว็บไซต์ของคุณที่ทำให้ผู้ชมสนใจ ให้ประสบการณ์การดูหน้าเว็บในเว็บไซต์ของคุณพอใจ พยายามให้ทุกคนมีความสุขในการเข้าใช้
- 3) สร้างเนื้อหาใหม่อย่างต่อเนื่อง หากคุณต้องการให้ผู้ที่มาใช้บริการกลับมาอีกครั้งและให้เกิดความน่าสนใจ ต้องมีการเพิ่มเนื้อหาที่น่าสนใจและมองหาสิ่งใหม่ๆ

Orzack (1998) กล่าวว่าผู้ที่ติดอินเทอร์เน็ตจะต้องมีอาการอย่างน้อย 5 ข้อจากอาการต่อไปนี้

- 1) เมื่อใช้อินเทอร์เน็ตแล้วมีความรู้สึกพอใจ อิมเมจใจ หรือรู้สึกผ่อนคลาย

- 2) เมื่อไม่ได้ใช้จะมีอาการกระสับกระส่าย กระวนกระวาย หงุดหงิด มีปัญหาเรื่องการนอน วิตกกังวลเพิ่มมากขึ้น มีภาวะซึมเศร้า หรือความรู้สึกไม่เป็นมิตร
- 3) คิดหมกมุ่นกับการใช้ และวางแผนที่จะใช้หรือซื้ออุปกรณ์ที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตใหม่ ๆ
- 4) ต้องการที่จะใช้เงินและเวลาอย่างมาก ทุ่มเทให้กับการใช้อินเทอร์เน็ต
- 5) ละทิ้งครอบครัว เพื่อนฝูง สังคม การเรียน หรือหน้าที่การงาน
- 6) โกหกสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมชั้นเรียน หรือคนอื่น ๆ เกี่ยวกับ เวลาที่ใช้ในการเล่นอินเทอร์เน็ต
- 7) สัมพันธภาพกับผู้อื่นลดลง มีโอกาสสูญเสียการประสบความสำเร็จในการทำงาน การศึกษา ความมั่นคงทางการเงิน
- 8) ไม่สามารถควบคุมตนเองในการใช้อินเทอร์เน็ตได้
- 9) มีอาการทางกายแสดงให้เห็น เช่น ปวดหลัง ปวดศีรษะข้างเดียว สุขภาพทรุดโทรม carpal tunnel syndrome การดูแลสุขภาพตนเองลดลง เช่นการรับประทานอาหารไม่เป็นเวลา การไม่สนใจดูแลร่างกาย
- 10) ยังคงใช้อินเทอร์เน็ตทั้ง ๆ ที่เกิดปัญหา

ปัจจัยทางด้านจิตใจ อารมณ์และบุคลิกภาพของบุคคลก็มีส่วนสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรม การติด Robert D. McIlwraith (2002) ได้รายงานไว้ว่า ผู้ที่ติดนั้นส่วนมากจะเป็นผู้ที่มีภาวะทางอารมณ์ ไม่ปกติ เบื่อง่าย ใจกว้างวุ่น ควบคุมตัวเองได้น้อยกว่าผู้ที่ไม่ได้เกิดความหลงใหลจนติดปกติ และยังพบว่ากลุ่มเด็กเป็นกลุ่มที่เสี่ยงมากที่สุด เนื่องจากว่าเป็นวัยที่ยังไม่มีความมั่นคงทางอารมณ์ สังคมและจิตใจ ขาดพื้นฐานที่ดีของโลกความเป็นจริง หรือแยกแยะความแตกต่างระหว่างโลกแห่งความเป็นจริง และโลกจินตนาการไม่ได้ นอกจากนั้นความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมติดด้วย เมื่อบุคคลนั้น ๆ ไม่ได้ได้รับความพึงพอใจในชีวิต ไม่ว่าจะผ่านทางด้านจิตใจหรือสังคม อย่างไรก็ตามไม่ได้รับความสัมพันธ์ในครอบครัว กลุ่มเพื่อน สังคม ก็จะแสวงหาความต้องการที่ขาดแคลนเหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านี้ซึ่งเมื่อทำบ่อยครั้งก็จะกลายเป็นพฤติกรรมติดในที่สุด (ตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์, 2549)

การติดสื่อและความบันเทิงนั้น มีพื้นฐานมาจากพฤติกรรมที่บีบบังคับ และคลังโคล้ มีความหมกมุ่น ถูกครอบงำทางจิตใจจากสื่อและสิ่งบันเทิงต่าง ๆ ซึ่ง Derrick Mueller (1996) ได้นำเสนอ พฤติกรรมติดสื่อ ดังนี้

- 1) บุคคลจะถูกครอบงำจากสื่อ มีการใช้เวลามากขึ้นกับสื่ออื่น ๆ
- 2) ได้รับผลกระทบจากการที่ติดสื่ออื่นมากเกินไป เช่น ละทิ้งเพื่อน ครอบครัวหรือสังคม
- 3) พยายามหาโอกาสในการใช้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง
- 4) เป็นพฤติกรรมที่ยากจะบังคับหรือควบคุม
- 5) มีความหมกมุ่นและจินตนาการเพื่อฝันเกี่ยวกับสื่อ หรือแสดงลักษณะนี้ในสื่อ
- 6) มีความหมกมุ่น มีการใช้อย่างต่อเนื่อง มีความปรารถนา ความตื่นเต้นที่จะใช้สื่อและมีการแสดงออกซึ่งความรุนแรงและทางเพศ
- 7) จากการใช้สื่อทำให้เกิดอารมณ์แปรปรวน สื่อบางรูปแบบนั้นเสนอให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมมาก และสร้างความรู้สึกเสมือนจริงให้กับบุคคล
- 8) มีพฤติกรรมที่ใช้สื่อมากเกินไป ไม่สามารถควบคุมเวลาในการใช้ มีความต้องการติดต่อหรือเป็นส่วนหนึ่งในรูปแบบของความบันเทิง
- 9) ละทิ้งหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านหน้าที่การงาน การเรียน หรือครอบครัว
- 10) เมื่อได้รับคำตักเตือนในการที่ใช้งานมากเกินไป จะรู้สึกไม่พอใจ
- 11) มีการลงทุนในค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสื่อมากเกินไป

ความสัมพันธ์ในสังคมอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมการติด เมื่อบุคคลนั้นไม่ได้รับความพึงพอใจในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นทางด้านจิตใจหรือสังคม พวกเขา ก็จะแสวงหาสิ่งที่จะช่วยชดเชยความต้องการที่ขาดแคลนเหล่านี้ ซึ่งสื่อสามารถให้พวกเขาได้ ทำให้บุคคลยึดติดและใช้มันบ่อย ๆ จนกลายเป็นพฤติกรรม (ธนิกันต์ มาฆะศิริรานนท์, 2545)

สำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่มีการติดอินเทอร์เน็ต คือ การที่เข้าไปทำกิจกรรมใด ๆ บนอินเทอร์เน็ตบ่อยครั้งหรือนานเกินไปอาจจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตปกติของผู้ทำกิจกรรม และทำให้คนรอบข้างเกิดความเครียด (Young, 1999) นอกจากนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตแล้วยังลดกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตลง ปฏิเสธที่จะใช้เวลาทำกิจกรรมอื่น ที่จะส่งผลกระทบต่อเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นเวลาเรียน กิจกรรมทางสังคม การเปลี่ยนแปลงเวลานอน ไม่สนใจสุขภาพร่างกายของตนเอง ละทิ้งครอบครัว เพื่อนฝูง สิ่งแวดล้อมรอบข้าง และมักขอใช้เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น (Goldberg, 1996) มีการนั่งจ้องจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ และมีอาการกระวนกระวายเมื่อต้องหยุดหรือเลิกใช้ ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้ได้ (Young & Rogers, 1996; ญัฐยานี ช่วยธานี, 2550)

2.3 ผลกระทบจากการติด

กลุ่มวัยรุ่นที่ติดอินเทอร์เน็ต จะมีความรู้สึกที่ดี ผ่อนคลายเมื่อได้ใช้ (Griffiths, 1998) เมื่อไม่ได้ใช้ก็จะคิดหมกมุ่น ไม่สามารถควบคุมการเลิกใช้ได้ เนื่องจากว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเสมือนเครื่องมือที่ใช้ในการหลีกเลี่ยงปัญหา หรือบรรเทาอารมณ์ที่ไม่ดี เช่น ความรู้สึกสิ้นหวัง ขาดคนช่วยเหลือหรือแก้ปัญหา โดยที่จะพยายามลดกิจกรรมในชีวิตประจำวันเพื่อที่จะได้มีเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ไม่สนใจสุขภาพร่างกายของตนเอง เช่น รับประทานอาหารไม่เป็นเวลาและการเล่นอินเทอร์เน็ตนานๆ ทำให้มีอาการทางร่างกาย เช่น ปวดศีรษะข้างเดียว ปวดหลังสุขภาพทรุดโทรม (Goldberg, 1996 and Orzack, 1998 อ้างถึงใน ผจงจิต ภาภูมิ, 2546) โดยที่ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการติดอินเทอร์เน็ต พบว่าส่งผลกระทบต่อสุขภาพทุก ๆ ด้าน ดังนี้ (ณัฐยาน์ ช่วยธานี, 2550)

1) ผลกระทบทางด้านกาย

กลุ่มวัยรุ่นจะมีการละเลยการดูแลตนเอง การรับประทานอาหาร แบบแผนการนอน ถูกรบกวน ซึ่งอาจจะส่งผลถึงกระเพาะอาหาร (ไชยรัตน์ บุตรพรหม, 2545) หรือมีการรับประทานอาหารมากเกินไปขณะที่เล่นอยู่ เกิดการเสียสายตาเนื่องจากต้องเพ่งกับหน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน ๆ (ธนิกานต์ มาชะศิริานนท์, 2545) นอกจากนี้ยังส่งผลถึงระบบกล้ามเนื้อและระบบประสาท (Neuromuscular problem) มือ ข้อมือ กล้ามเนื้อบริเวณคอ ไหล่ เกิดอาการ Carpal Tunnel Syndrome จากการบีบรัดของเส้นประสาท เนื่องจากการใช้นิ้วมือที่ผิดและการเคลื่อนไหวที่ซ้ำ ๆ จากการใช้คอมพิวเตอร์ (Wieland, 2005)

2) ผลกระทบทางจิต

กลุ่มวัยรุ่นที่ติดอินเทอร์เน็ตจะมีความรู้สึกดีและมีความสุขที่ได้เล่นเนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นที่เดียวที่จะได้ปลดปล่อยตัวเองอย่างเต็มที่ ผ่อนคลายความเครียด ได้รับการตอบสนองที่ดี เมื่อไม่สามารถหยุดใช้ได้จะมีลักษณะของโรคประสาท (Psychoneurosis) เกิดขึ้น เช่น มีความวิตกกังวลหงุดหงิดง่าย ฟุ้งซ่าน ไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ เมื่อต้องหยุดจะเกิดพฤติกรรมที่ก้าวร้าว รุนแรงอารมณ์ซึมเศร้า (ไชยรัตน์ บุตรพรหม, 2545) มีผลกระทบทางด้านอารมณ์อย่างเด่นชัด รวมทั้งปัญหาด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ การเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว ไม่มั่นใจในตนเอง ต้อร้น (Young & Rogers, 1996) ซึ่งบุคคลที่ติดอินเทอร์เน็ตจะมีปัญหาทางด้านจิตใจและอารมณ์มากกว่าคนปกติ

3) ผลกระทบทางสังคม

สำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่ติดอินเทอร์เน็ตจะทำให้เกิดการเพิกเฉย ละทิ้งครอบครัว และเพื่อนฝูง มีปัญหาในการสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่น มีปัญหาในครอบครัว โรงเรียน เนื่องจากมีความเสื่อมถอยของหน้าที่ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการเรียน ละทิ้งเวลาในการทำการบ้าน ศึกษาหาความรู้เสียค่าใช้จ่ายมาก ให้เวลาน้อยลงกับบุคคลรอบข้าง และมีพฤติกรรมแยกตัว มีความรู้สึกว่างเปล่าซึมเศร้า (Young,1998; Christensen et.al., 2001)

4) ผลกระทบทางจิตวิทยา

Peele (1991) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตจะให้ความรู้สึกและตอบสนองอารมณ์ ซึ่งเราไม่สามารถรับได้จากทางอื่น มักสกัดกั้นความรู้สึกเจ็บปวด ความไม่มั่นคง ไม่สะดวกสบาย จะสร้างพลังต่อสู้กับอารมณ์ ทำให้บุคคลลืมปัญหาและรู้สึกยอมรับกับปัญหานั้นได้ จะให้ความปลอดภัย การมีพลังอำนาจควบคุม การได้เป็นเจ้าของ แต่อินเทอร์เน็ตก็ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงความเป็นจริงในโลกได้ แค่ให้ความรู้สึกชั่วคราวชั่วครวเท่านั้น ดังนั้นจึงอธิบายได้ว่า ทำไมบุคคลจึงกลับมาใช้อินเทอร์เน็ตจนกลายเป็นการติด (ธนิตกานต์ มาฆะศิริรานนท์, 2545) นอกจากนี้การที่บุคคลทำพฤติกรรมนั้นซ้ำๆ ปฏิบัติในสิ่งที่พึงพอใจ ได้รางวัล เช่น บุคคลซื้อขาย มีความฉลาดกลัวที่จะพบปะบุคคลใหม่ ๆ จึงหลีกเลี่ยงการพบปะ พูดคุยกับผู้อื่น ซึ่งการหลีกเลี่ยงความประหม่าตื่นเต็นนี้เป็นรางวัลซึ่งตอกย้ำพฤติกรรม (หลีกเลี่ยงปัญหา) อินเทอร์เน็ตก็ช่วยตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจให้กับบุคคลได้ ซึ่งจะได้รับความรัก ความตื่นเต็น ความสะดวกสบาย ข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย หรือแม้กระทั่งหลีกเลี่ยงความเป็นจริง ซึ่งเมื่อเข้าใช้เรื่อยๆก็จะกลายเป็นพฤติกรรมนั่นเอง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมการติด (System Stickiness) คือ การที่ผู้ใช้บริการมีความสนใจเกี่ยวกับการบริการเว็บไซต์ดังกล่าวนั้น แล้วจะกลับมาใช้บริการอีกครั้งเมื่อมีโอกาสหรือเวลาที่เหมาะสม โดยที่มีความมุ่งมั่นและตั้งใจที่กลับมาใช้บริการรวมถึงจะมีการเพิ่มเวลาแต่ละครั้งที่เข้ามาใช้บริการอีกด้วย ซึ่งบางครั้งก็จะเกิดผลกระทบในด้านต่าง ๆ ต่อผู้ใช้บริการ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

3.1 ความหมายของทัศนคติ ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคตินั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

Anatasi (1976, p.453 อ้างใน เอมิกา เหมมินทร์, 2556, น. 29) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าคุณคนนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2542, น. 33) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงเครื่องมือกำหนด ทิศทางพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งความรู้สึกนั้นเป็นไปในทางที่พอใจหรือไม่พอใจก็ได้ สภาวะความพร้อมทางจิตใจหรือประสาท ซึ่งเกิดจากการได้รับประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้เป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น ทัศนคติ เป็นเรื่องของความไม่ชอบ ความลำเอียง ความรู้สึกและความเชื่อมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแต่สามารถวัดได้ในรูปของความคิดเห็นหรือจากการแสดงออกทางภาษา

สุรางค์ ไควตระกูล (2537, น. 58) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติเป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น ทัศนคติหมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุนหรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด

กนกรัตน์ สุขวัฒน์ (2534, น. 19) ได้กล่าวถึงทัศนคติ ว่าเป็นกลุ่มขององค์ประกอบที่มี การผสมผสานกันอย่างต่อเนื่องต่อวัตถุทางสังคม องค์ประกอบนี้รวมทั้งความเชื่อและการประเมินค่า (องค์ประกอบทางความคิด) ความรู้สึกและอารมณ์ และความเตรียมพร้อมทางพฤติกรรม

ดวงเดือน พันธมนาวิน (2530, น. 5) กล่าวถึง ทัศนคติที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของ บุคคลว่าทัศนคติ หมายถึง 1) ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคล ในการที่จะสร้างความพร้อม ที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา 2) ความโน้มเอียงที่จะ

มีปฏิกริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึง ทางหนึ่งทางใด 3) ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัว หรือความพร้อมที่จะตอบสนองจากคำจำกัด ความต่างๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญ คือ ความรู้สึกภายในความพร้อมหรือแนวโน้ม ที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

เอมิกา เหมมินทร์ (2556, น. 30) ได้กล่าวว่า ทักษะคิด เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อหรือการรับรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น ทักษะคิดเป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับ รายการกรองสถานการณ์ รายการของสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทักษะคิดมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา

จะเห็น ได้ว่าทัศนคติ ประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และแสดงความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

3.2 ทักษะคิดที่มีต่อสื่อออนไลน์ (Online Attitudes)

Mitchell & Olson (1981 อ้างใน เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์, 2557, น. 21) กล่าวว่า ทักษะคิดเป็นการประเมินผลจากภายในของรูปธรรม เช่น โฆษณา หรือเว็บไซต์ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งทัศนคติด้านบวกหรือลบ Bruner & Kumar (2000) และ Hwang, McMillan & Lee (2003 อ้างใน เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์, 2557, น. 21) กล่าวว่า ถึงแม้ว่าการโฆษณาออนไลน์และการโฆษณาแบบดั้งเดิมจะมีความแตกต่างกัน นักวิจัยยอมรับว่า รูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมมีการนำมาใช้กับเว็บไซต์ เพราะมีการทำงานที่คล้ายคลึงกับโฆษณาที่มีการวางแผนโดยทางบริษัท Rodgers & Thorson (2002 อ้างใน เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์, 2557, น. 21) มีความคิดเห็นที่ต่างออกไปกล่าวว่า กระบวนการทำงานของเว็บไซต์มีความซับซ้อนมากกว่าการโฆษณา ออนไลน์เว็บไซต์มีความแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม โดยเว็บไซต์ยอมให้ผู้บริโภคเป็นผู้ควบคุมการนำเสนอ ข้อมูลลำดับขั้นตอนของการนำเสนอ และระยะเวลาของการจัดหา รวมทั้งการเข้าถึงข้อมูล Ariely (2000 อ้างใน เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์, 2557, น. 21) กล่าวว่า ทักษะคิดออนไลน์มีความคล้ายคลึงกับทัศนคติต่อสื่อโฆษณาในรูปแบบดั้งเดิม เพราะเว็บไซต์เป็นที่กระจายข่าวสาร ข้อมูล และทัศนคติต่อแบรนด์อาจจะเท่ากับเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นตัวสินค้าของเว็บไซต์ซึ่งจะสามารถ สร้างทัศนคติที่ดีของบริษัทได้

3.3 ประเภทของทัศนคติ

เอมิกา เหมมินทร์ (2557, น. 32) ได้แบ่งทัศนคติเป็น 3 ประเภทดังนี้

- 1) ทัศนคติทางเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรือ อารมณ์ จากสภาพจิตใจ โต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกรรย้อมมีทัศนคติ ทางบวก หรือ มีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็น สมาชิก และร่วม ในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ เป็นต้น
- 2) ทัศนคติทางลบหรือไม่ดี คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับ ความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใด บุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการ ของ องค์กร และอื่น ๆ เช่น พนักงานเจ้าหน้าที่บางคน อาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติ ขึ้น ในจิตใจจนพยายามประทุติและปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทที่อยู่เสมอ
- 3) ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือ ต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคตินี้ เฉยอย่างไม่มี ความคิดเห็นต่อปัญหา โต้เถียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยรูปแบบของนักศึกษา ทัศนคติ ทั้ง 3 ประการ นี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ

3.4 องค์ประกอบของทัศนคติ

Triandis (1971, pp. 8-12 อ้างใน อธิภัทร สายนาคน, 2543, น. 24-25) กล่าวถึง องค์ประกอบของทัศนคติไว้ว่า มีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ

- 1) ด้านความรู้ (The Cognitive Component) หมายถึง ความรู้ความเชื่อ และ ความคิดของ บุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- 2) ด้านความรู้สึก (The Effective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ ชอบ ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด
- 3) ด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้ม หรือความ พร้อมที่ บุคคลจะตอบรับหรือปฏิเสธ เพื่อให้มองเห็นภาพองค์ประกอบของทัศนคติอย่างชัดเจนขึ้น

ดังนั้น ทักษะที่มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบด้านความรู้ เป็นความเชื่อถือของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อมีความรู้ว่าสิ่งใดดีหรือความเชื่อต่อสิ่งนั้น ๆ ว่าดี ก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้น องค์ประกอบที่สองด้านความรู้สึก เป็นปฏิกิริยาการตอบสนองทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อวัตถุหรือบุคคลหรือสิ่งใด ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งนั้น ๆ และองค์ประกอบสุดท้ายด้านพฤติกรรมหรือการกระทำ คือ บุคคลจะประพฤติหรือปฏิบัติอย่างไรต่อกลุ่มบุคคลหรือสิ่งใด องค์ประกอบแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน

3.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ

นักจิตวิทยาหลายท่าน ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติไว้หลายทฤษฎี จึงได้รวบรวมมาดังนี้

3.5.1 ทฤษฎีเสริมกำลัง (Reinforcement Theory)

Hovland, Janis & Kelly (1953, pp. 6-10) กล่าวว่า ทักษะของบุคคลจะเปลี่ยนไปเมื่อบุคคลเปลี่ยนความคิดเห็น (Opinion) เมื่อมีความคิดเห็นใหม่เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งการเรียนรู้เกิดจากการเสริมกำลัง นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความสนใจ ความเข้าใจและการยอมรับ ซึ่งขึ้นอยู่กับสิ่งล่อใจ (Incentive) เพื่อให้บุคคลนั้นจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น

3.5.2 ทฤษฎีความขัดแย้ง (Theory of Cognitive Dissonance)

(Traindis, 1971, p. 3) เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นเนื่องจาก ความไม่สอดคล้อง (Dissonance) ขึ้นในตัวบุคคล ความไม่สอดคล้องดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจาก

- 1) รับรู้เหตุการณ์หรือข้อมูลใหม่ที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน
- 2) ได้รับข้อมูลใหม่ที่คาดไม่ถึง เมื่อเกิดความไม่สอดคล้องกันก็พยายามปรับให้เกิดความสอดคล้อง (Consistency) เพื่อให้มีความคิดสัมพันธ์กับพฤติกรรมหรือเปลี่ยนความคิดให้สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

3.5.3 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) พฤติกรรมของ

บุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดหรือไม่นั้น จะเกิดขึ้นจากการเรียนรู้ที่เขาได้รับจากสังคมแวดล้อม สังคมจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ มีปฏิริยาซึ่งกันและกันเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเสมอๆ ระหว่างพฤติกรรมของบุคคล และสิ่งที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลนั้น เกิดจากความคิด อารมณ์ ความคาดหวัง ฯลฯ ได้เกิดขึ้นหลังจากบุคคลได้กระทำพฤติกรรมนั้น ๆ พฤติกรรมที่จะ

แสดงออกต่อไปให้เห็นขึ้นกับการประเมินผลย้อนกลับของพฤติกรรมที่ได้แสดงออกไปแล้ว (พิชิต วรรณราช, 2549, น. 8)

3.5.4 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม (Active Participatory Theory) นักจิตวิทยาสังคมได้เสนอว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทำให้เกิดขึ้นได้โดยการสร้างสถานการณ์ให้เกิดการมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มที่บุคคลมีส่วนร่วม และกลุ่มที่ต้องการเข้าร่วมด้วยนั้น มีผลต่อทัศนคติของบุคคลเป็นอย่างมาก การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการตัดสินใจของกลุ่มจะช่วยให้เกิดการแก้ไขการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติใหม่ แต่ถ้ากลุ่มนั้นได้มีการตัดสินใจที่จะยอมรับทัศนคติใหม่ สมาชิกในกลุ่มก็จะยอมรับทัศนคตินั้น ๆ ด้วย ในทางกลับกัน ถ้าบุคคลเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิงทัศนคติของบุคคลนั้นก็จะเปลี่ยนแปลงตามกลุ่มไปด้วย (พิชิต วรรณราช, 2549, น. 8)

จากข้อมูลที่ได้รวบรวมมา สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และแสดงความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม เป็นการประเมินผลจากภายในของรูปธรรม เช่น โฆษณา หรือเว็บไซต์ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งด้านบวกหรือลบ เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมทางสังคมได้

4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

4.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่มนุษย์ต้องการหรืออยากให้บรรลุวัตถุประสงค์จึงส่งผลให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา ซึ่งใกล้เคียงกับที่ ศรีธญา หวังเจริญตระกูล (2533 อ้างใน จันทนา จุฑาธวัช, 2547) ได้อธิบายความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า เป็นองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ส่งผลให้มนุษย์นั้นแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตนเองนั้นคาดหวัง โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เช่นเดียวกับ ศรีธญา หวังเจริญตระกูล (2553) ได้นิยามแรงจูงใจว่า หมายถึง แรงซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์อันเกิดมาจากความต้องการพลังกดดันและความปรารถนาที่จะพยายามจะทำให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย โดยที่พฤติกรรมของคนจะถูกกำหนดและควบคุมโดยการจูงใจ และการจูงใจเหล่านี้จะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปสำหรับคนแต่ละคนอีกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อมาอธิบาย พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ทั้งที่เหมือนและแตกต่างกัน

ความสำคัญของแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อ ความสำเร็จทางด้านวิชาการของนักเรียนนักศึกษา ดังที่ปรากฏเป็นหลักฐานหรือเป็นหลักทฤษฎีอยู่ มากมาย ซึ่งได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ของแรงจูงใจกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (Attaway, 2004 อ้าง ใน นิยลักษณ์ คนใจดี, 2553) สอดคล้องกับ ชัยนาถ นาคบุปผา (2540) ที่ว่า ความสำคัญของแรงจูงใจ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเรียนและการทำงานของบุคคลเป็นอย่างมาก หากผู้เรียนหรือผู้ทำงานได้ แรงจูงใจในระดับสูง ย่อมทำให้พวกเขาตั้งใจเรียนหรือตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถโดยไม่ ย่อท้อ

แรงจูงใจด้านการศึกษานั้นเป็นการตัดสินใจที่สลับซับซ้อน เนื่องจากต้องลงทุนทั้งด้าน ค่าใช้จ่ายและด้านเวลา นอกจากนี้การตัดสินใจเข้าศึกษาอย่างใดอย่างหนึ่งจะรวมถึงการยอมรับ เงื่อนไขข้อตกลงและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ด้วย บางอย่างมีความเข้มงวดมากและบางอย่างก็ส่งผลกระทบ ไปยังกิจกรรมอื่น ๆ ของชีวิตด้วย ไม่ว่าจะเป็นในครอบครัวหรือการทำงาน รวมทั้งเวลาสำหรับ สนุกสนาน เพลิดเพลิน การที่บุคคลจะเข้าร่วมกิจกรรมใดด้วยความเต็มใจนั้น เขาคาดหวังว่าเขาจะ ได้รับสิ่งที่พึงพอใจและคุ้มค่า การศึกษาเรื่องของแรงจูงใจจึงมีความสำคัญสำหรับการจัดกระบวนการ การเรียนการสอน ซึ่งการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ล้วนมีสาเหตุมาจากแรงจูงใจเป็นสำคัญ และแรงจูงใจ อย่างเดียวกันยังทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมแตกต่างกันได้ด้วย เช่น ทำไมบางคนจึง ขยันเรียนแต่บางคนขี้เกียจ ทั้ง ๆ ที่ต่างก็ต้องการสอบได้คะแนนดีทั้งคู่ แรงจูงใจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ บุคคลเกิดพลังที่จะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ อันจะทำให้เกิดการที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และทำให้เกิดความพร้อมในการกระทำเป็นอย่างดี นอกจากนี้แรงจูงใจยังทำให้บุคคลหรือผู้เรียน สามารถไปสู่จุดหมายปลายทางที่พวกเขาคาดหวังไว้ ฉะนั้นการศึกษาเรื่องแรงจูงใจจะทำให้เข้าใจ พฤติกรรมของมนุษย์ได้ดียิ่งขึ้น (อารี พันธมณี, 2546)

4.2 ประเภทของแรงจูงใจ

ประเภทของแรงจูงใจในแนวทางเดียวกันมี 2 ประเภท คือ

7.2.1 แรงจูงใจภายใน (Intensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่มาจากภายในตัวบุคคลเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมจากภายนอก เพราะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความสนใจของผู้แสดงพฤติกรรม มองเห็นคุณค่าในตัวเอง มีความสุขหรือพึงพอใจในสิ่งนั้น ซึ่งความรู้สึกมีความสุขนั้นเองที่เป็นรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่เขาได้รับ เช่น การเล่นเกม การร้องเพลงในห้องน้ำ การเก็บรักษาไดอารี่ส่วนตัว เป็นต้น

7.2.2 แรงจูงใจภายนอก (Extensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลจากภายนอกให้เกิดพฤติกรรมเป็นความต้องการที่จะปฏิบัติเพื่อให้ได้รับสิ่งตอบแทน หรือรางวัลหรือหลีกเลี่ยงจากผลที่ไม่พึงปรารถนา แรงจูงใจเหล่านี้เช่น แรงเสริมชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่คำติชม รางวัลที่เป็นสิ่งของ เงินตัวแปรต่าง ๆ ที่มาจากบุคคล ลักษณะของเหตุการณ์สิ่งแวดล้อมภายนอก เป็นต้น (อารี พันธมณี, 2546 และสุรางค์ ไคว์ตระกูล, 2544)

นงลักษณ์ ไหว้พรหม (2547) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจอย่างกว้าง ๆ ได้ 3 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physiological) เป็นแรงจูงใจที่ติดตัวมาแต่กำเนิด มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิต เช่น ความหิว ความกระหายน้ำความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2) แรงจูงใจทั่วไปที่ไม่ใช่การเรียนรู้หรือแรงจูงใจทั่วไป (Unlearned or General Motives) เป็นแรงจูงใจที่ไม่ได้เกิดขึ้นเพราะการเรียนรู้และไม่เกิดขึ้นเพราะความเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เป็นความต้องการส่วนบุคคล เช่น ความต้องการเคลื่อนไหวและทำกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนความอยาก رؤ้อยากเห็น ความกลัว ความต้องการความรักใคร่เอ็นดู เป็นต้น

3) แรงจูงใจทางสังคม (Social Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ไม่ใช่ติดตัวมาแต่กำเนิด แต่เกิดขึ้นเพราะการที่บุคคลได้เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมด้วยเหตุที่คนเป็นสัตว์สังคม

ดังนั้นพฤติกรรมส่วนใหญ่จึงได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมทางสังคม ได้แก่สถาบันต่าง ๆ วัฒนธรรมค่านิยม ความนึกคิด ความเชื่อถือ ขนบธรรมเนียมประเพณีศาสนา เป็นต้น แรงจูงใจทางสังคม ได้แก่ความต้องการให้สังคมยอมรับนั่นเอง

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544) ได้แบ่งประเภทแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจทางด้านร่างกาย เป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นพร้อมกับความต้องการมีชีวิต การดำรงชีวิตไม่จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์การเรียนรู้แต่อย่างใด แรงจูงใจประเภทนี้ได้แก่

- 1.1) ความหิว คนเราต้องการอาหารเข้าสู่ร่างกายเพื่อหล่อเลี้ยงชีวิต
- 1.2) ความกระหาย เมื่อร่างกายของคนขาดน้ำทำให้เรารู้สึกลำคอแห้งผาก
เกิดความต้องการที่จะได้น้ำดื่ม
- 1.3) ความต้องการทางเพศ ความต้องการด้านนี้จะเริ่มขึ้นเมื่อคนเราย่างเข้าสู่วัยรุ่น
และผู้ใหญ่อาจจะลดลงเมื่อมีอายุมากขึ้นตามลำดับ
- 1.4) ความต้องการอุณหภูมิต่างเหมาะสม สิ่งมีชีวิตจะดำรงชีวิตอยู่ได้ก็ต้องอาศัย
อุณหภูมิที่เหมาะสม อุณหภูมิในร่างกายที่ไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป
- 1.5) การหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด แรงขับชนิดนี้เกิดจากความต้องการหลีกเลี่ยง
ความเจ็บปวดเพื่อให้ร่างกายเกิดความปลอดภัย
- 1.6) ความต้องการการพักผ่อน เมื่อร่างกายเกิดความเหน็ดเหนื่อยเนื่องจากการใช้
พลังงาน ออกแรงในการทำงาน เราต้องการนอนหลับและพักผ่อน
- 1.7) ความต้องการอากาศบริสุทธิ์ที่มีก๊าซออกซิเจน
- 1.8) ความต้องการขับถ่ายเป็นการขับของเสียออกจากร่างกาย เป็นสิ่งจำเป็น
เช่นเดียวกับอาหารและน้ำ

2) แรงจูงใจทางจิตใจและสังคม แรงจูงใจประเภทนี้ค่อนข้างจะสลับซับซ้อนเกิดขึ้นจาก
สภาพสังคม วัฒนธรรม การเรียนรู้และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับและเป็นสมาชิกอยู่ แบ่งออกได้
ดังนี้

- 2.1) ความต้องการที่เกิดจากสังคมที่เป็นมรดกตกทอดทางวัฒนธรรมและกลายมา
เป็นลักษณะนิสัยประจำตัวของแต่ละคน
- 2.2) ความต้องการทางสังคมที่เกิดจากการเรียนรู้เราต้องมีประสบการณ์และ
การเรียนรู้มาก่อนจึงจะเข้าใจและเลือกปฏิบัติได้

อารี พันธมณี (2546) ได้ยกตัวอย่างแรงจูงใจทางสังคม เช่น แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
(Achievement Motive) เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้ดีและประสบ
ความสำเร็จ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์เป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลปฏิบัติตนให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น
และแรงจูงใจต่อความนับถือตนเอง (Self-esteem) เป็นแรงจูงใจที่ปรารถนาในความมีชื่อเสียงและ
เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

สำหรับแรงจูงใจนั้นก็จะมี 2 ประเภท คือ แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก แรงจูงใจภายในนั้นจะหมายถึง แรงกระตุ้นภายในตัวบุคคลที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ โดยที่ไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมภายนอก ส่วนของแรงจูงใจภายนอกนั้นก็จะเป็นแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากภายนอกซึ่งอาจจะเป็นรางวัลหรือแรงเสริมต่าง ๆ เช่น คำชม สิ่งของ เป็นต้น (ศรีธญา หวังเจริญตระกูล, 2553) เช่นเดียวกับที่ สุรางค์ โคว์ตระกูล (2544) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจภายในนั้นหมายถึง แรงจูงใจภายในตัวบุคคลและเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยที่ไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมภายนอก ส่วนแรงจูงใจภายนอกนั้น หมายถึง แรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากภายนอก โดยอาจจะมาจากแรงเสริมชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่คำชมจนถึงการได้รับรางวัลเป็นสิ่งของหรือเงิน และตัวแปรต่าง ๆ ที่มาจากบุคคล และลักษณะของเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความคาดหวังของผู้อื่น การตั้งเป้าหมายในการทำงาน เป็นต้น

ทั้งนี้แรงจูงใจอาจจะเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกเพียงอย่างเดียวหรืออาจจะเกิดจากทั้งสองอย่างพร้อมกันเลยก็เป็นได้ และสำหรับในกรณีแรงจูงใจที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัสกร กรวยสวัสดิ์ (2553) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลแรงจูงใจ และความสามารถของบุคคลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Amichai-Hamburger และ Vinitzky (2010) ศึกษาพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลมีความสำคัญอย่างมากต่อการเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการตลาดเพื่อที่จะช่วยหาแนวทางใหม่ ๆ สำหรับการเรียนรู้ การเข้าใจคุณลักษณะและความแตกต่างของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ ซึ่งตรงกันข้ามกับผลการวิจัยของ Ross, Orr, Sisic, Arseneault, Simmering และ Orr (2009) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยของลักษณะส่วนบุคคลไม่มีอิทธิพลต่อการใช้ Facebook เนื่องจากเหตุผลของการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้เกิดจากลักษณะส่วนบุคคลแต่เกิดจากการได้รับแรงจูงใจจากบุคคลอื่น ๆ หรือจากเพื่อนในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ ความสามารถของแต่ละบุคคลก็มีผลต่อพฤติกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ (Hsu, Ju, Yen & Chang, 2007)

เนื่องจากในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ใช้จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้จึงจะสามารถใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่า แรงจูงใจต่าง ๆ นั้นเป็นต้นเหตุของ

การที่มนุษย์นั้นแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา ดังนั้นผู้วิจัยจึงพบว่าการที่คนเรานั้นจะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่นั้นจะขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่แตกต่างกันที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะเลือกใช้หรือไม่เลือกที่จะใช้นั้นเอง โดยที่ผู้ใช้นั้นอาจจะมีเหตุผลที่จะเลือกใช้เหมือนหรือต่างก็เป็นได้

5. แนวคิดพฤติกรรมวัยรุ่นและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

5.1 ความหมายของวัยรุ่น

Coleman (1980: อ้างถึงใน ญัฐยาน์ ช่วยธานี, 2550) กล่าวว่า วัยรุ่น หรือ Adolescence มาจากภาษาลาติน ซึ่งมีความหมายว่า การก้าวสู่วุฒิภาวะ วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมากในทุกๆด้านทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา และสังคม

วัยรุ่น (Adolescence) คือ ช่วงระยะเวลาหนึ่งในการเจริญเติบโตของมนุษย์ คือ ระยะเวลาที่เด็กหนุ่มสาว ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาทางเพศ และดำเนินไปอย่างรวดเร็วกับผู้ใหญ่เต็มตัว (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554, 2556)

วัยรุ่น เป็นบุคคลที่อยู่ในช่วงอายุ 10 – 24 ปี และมีลักษณะ 3 ประการ คือ (องค์การอนามัยโลก (WHO)

1. มีพัฒนาการด้านร่างกายตั้งแต่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของอวัยวะเพศ ไปจนกระทั่งมีวุฒิภาวะทางเพศอย่างสมบูรณ์
2. มีพัฒนาการทางด้านจิตใจ โดยการเปลี่ยนแปลงจากเด็กไปเป็นผู้ใหญ่
3. มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยเปลี่ยนจากการพึ่งพาครอบครัวเป็นผู้ใหญ่ที่สามารถประกอบอาชีพและมีรายได้เป็นของตนเอง

สุชาติ จันทรเอน (2540: อ้างถึงในญัฐยาน์ ช่วยธานี, 2550) แบ่งอายุของเด็กวัยรุ่นออกเป็น 3 ระยะดังนี้

1. วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) อายุระหว่าง 13-15 ปี ร่างกายมีความเจริญเติบโตทางเพศอย่างสมบูรณ์ทั้งเพศหญิงและเพศชาย เช่น เพศหญิงเริ่มมีประจำเดือน มีการเจริญเติบโตของทรวงอก เพศชายเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของน้ำเสียง เป็นต้น
2. วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) อายุระหว่าง 15-18 ปี มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย จิตใจ และความนึกคิดมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ในด้านร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง

มากและสิ้นสุดลงเมื่อถึงวุฒิภาวะของวัยรุ่น กล่าวคือ มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่ดึงดูดความสนใจต่อเพศตรงข้าม

3. วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) อายุระหว่าง 18-21 ปี ในระยะนี้การพัฒนาของวัยรุ่นเริ่มเข้าสู่วุฒิภาวะอย่างสมบูรณ์แบบซึ่งมีการพัฒนาทางด้านจิตใจมากกว่าทางด้านร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านที่เกี่ยวข้องกับการนึกคิด และปรัชญาชีวิต ระยะนี้มักพยายามปรับปรุงร่างกายของตนเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมมากขึ้น โดยพยายามหัดตัดสินใจแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเองซึ่งจะก่อให้เกิดการปรับตัวที่ดีขึ้น มักจะหลีกเลี่ยงการขอความช่วยเหลือจากพ่อแม่ และมีความกระตือรือร้นที่จะสร้างสิ่งประทับใจต่าง ๆ เพื่อที่จะแสดงว่าตนเองไม่ใช่วัยรุ่นอีกต่อไป

อนามัยครอบครัว (2535: อ้างถึงใน เดช วัฒนาวิทยานุกูล, 2548, 17-18) วัยรุ่น (Adolescence) หมายถึง วัยที่มีอายุเป็นตัวเลขลงท้ายด้วยคำในภาษาอังกฤษว่า Teen คือ ตัวเลข 13-19 ซึ่งเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้าน ร่างกายสติปัญญา สังคมและอารมณ์ความสำคัญของวัยรุ่น จำแนกได้เป็น 2 ระดับ คือ

1. ระดับบุคคล

เนื่องจากเป็นวัยที่มีการพัฒนาทั้งด้านร่างกาย อารมณ์และสังคม อย่างสูง กล่าวได้ว่าเป็นช่วงชีวิตที่พัฒนาศักยภาพได้เต็มที่ ดังนั้นศักยภาพที่วัยรุ่นได้รับในช่วงนี้จะช่วยพัฒนาศักยภาพ ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์สังคมและสติปัญญา ซึ่งศักยภาพที่พัฒนาแล้วจะเป็นพื้นฐานชีวิตในวัยผู้ใหญ่ต่อไป

2. ระดับประเทศ

วัยรุ่น เป็นตัวชี้อนาคตของชาติเนื่องจากจะเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนปกป้องเอกราชและความเป็นชาติไว้ ทั้งจะทำให้สังคมพัฒนาสืบไป

จากความสำคัญของวัยรุ่นดังกล่าว รัฐบาลจึงได้กำหนดนโยบายพัฒนาเด็กและเยาวชนไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติโดยมุ่งเน้นพัฒนาด้านสุขภาพกายจิตใจ สติปัญญา ความสามารถ อาชีพ และบุคลิกภาพ ทั้งในและนอกสถานศึกษา

จากคำว่าวัยรุ่นสามารถสรุปรวมได้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์จิตใจ สติปัญญา สังคมอย่างรวดเร็วจากวัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่ โดยเฉพาะด้านร่างกายจะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เป็นวัยที่สิ้นสุดความเป็นเด็กเริ่มเข้าสู่ผู้ใหญ่ แต่ไม่มีเกณฑ์ที่แน่นอนว่าเริ่มเมื่อใดและสิ้นสุดเมื่อใด (ณัฐยานี ช่วยธานี, 2550)

5.2 การใช้อินเทอร์เน็ตกับวัยรุ่น

John Suler (1997) นั้นได้ทำการศึกษาถึงการบริโภคอินเทอร์เน็ต พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเติมเต็มความต้องการของมนุษย์และช่วยชดเชยความต้องการที่ขาดหายของบุคคลในลำดับขั้น ได้ดังนี้

5.2.1. ความต้องการในด้านเพศ (Sexual Needs)

Fred กล่าวว่า เรื่องเพศ (Sex) นี้เป็นการต้องการพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นความต้องการลำดับขั้นแรกของ Maslow ซึ่งในปัจจุบันเรื่องของเพศนั้นเป็นหัวข้อที่นิยมมากในสื่ออินเทอร์เน็ต เมื่อวัยรุ่นถูกรอปรำจากกิจกรรมทางเพศออนไลน์ หรือ Cybersex นี้ จะทำให้เขาได้รับความพึงพอใจ ซึ่งกิจกรรมเกี่ยวกับเรื่องเพศนี้ง่ายต่อการเข้าถึง ลักษณะของสื่อที่ผู้ใช้ไม่ต้องระบุชื่อนั้นก็เป็นหนทางที่ปลอดภัย มีทางเลือกสร้างอัตลักษณ์ใหม่และเปลี่ยนเพศใหม่ ซึ่งทำให้สามารถเติมเต็มความต้องการได้ และการที่วัยรุ่นสามารถเข้าไปหาคุณอนตามความต้องการของตนนั้นก็เป็นการชดเชยการแสดงออกทางกายภาพของชีวิตจริง

5.2.2. ความต้องการในการปรับตัวเข้าสู่การตระหนักรู้ (Need for an Altered State of Consciousness)

วัยรุ่นนั้นมีแนวโน้มต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงความมีสติ รู้สำนึกตนเอง เพื่อที่จะได้รับประสบการณ์ความเป็นจริงจากแง่มุมที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจแสดงผ่านพฤติกรรมต่างๆ เช่น ทางด้านสร้างสรรค์ศิลปะ ทางเพศ เป็นต้น เนื่องจากว่าสิ่งเหล่านี้จะทำให้บุคคลหลุดจากโลกแห่งความเป็นจริงเข้าสู่โลกจินตนาการได้ อินเทอร์เน็ตเปิดโอกาสให้วัยรุ่นแสดงออกซึ่งความไร้สติได้ตามจินตนาการในบทบาทสมมติ (Role Playing) บนโลกอินเทอร์เน็ต

5.2.3. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จและเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Need for Achievement and Mastery Altered)

วัยรุ่นนั้นต้องมีพื้นฐานในการเรียนรู้ ได้รับการประสบความสำเร็จ เป็นผู้ควบคุมสถานการณ์ มีอำนาจและความนับถือ อินเทอร์เน็ตทำให้วัยรุ่นได้เรียนรู้สังคม วัฒนธรรมต่างๆ ในการยอมรับความสำเร็จของบุคคลต่างๆ แต่ชุมชนในอินเทอร์เน็ตก็เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นในการที่จะควบคุมสิ่งต่างๆ จำเป็นจะต้องใช้เวลาบ่อยๆ กับสิ่งนั้น

5.2.4. ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Need to Belong)

วัยรุ่นต้องการจะติดต่อกันระหว่างบุคคลอื่นได้ การได้การยอมรับทางสังคม การมีส่วนร่วมร่วมความรู้สึกในการเป็นส่วนหนึ่ง อินเทอร์เน็ตก็ช่วยให้บุคคลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนที่เขาพึงพอใจ เมื่อวัยรุ่นถูกกดดันจากสังคมจริง รู้สึกแปลกแยก อินเทอร์เน็ตก็จะสามารถช่วยได้สร้างความพึงพอใจ ทำให้เข้ามาอยู่ร่วมกันในสังคมออนไลน์ได้

5.2.5. ความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น (Need for Relationship)

เป็นการต้องการติดต่อกันระหว่างบุคคล อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการทำให้เกิดส่วนร่วมแก่บุคคล อินเทอร์เน็ตช่วยสนองความต้องการให้แก่บุคคลที่ไม่ได้รับความสัมพันธ์ทางสังคมเพียงพอ ชดเชยให้คนเข้าไปมีสัมพันธ์ สามารถแสดงออกเกิดความมั่นใจ สามารถพบปะเพื่อนใหม่ สร้างความพึงพอใจมากกว่าในชีวิตจริง จึงเป็นเหตุให้วัยรุ่นมาใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น

5.2.6. ความต้องการที่จะบรรลุการเป็นตัวตนที่แท้จริงของบุคคล

(Need for Self-Actualization and the Transcendence of Self)

เป็นความต้องการภายใน ทักษะ บุคลิกภาพ ซึ่งก่อนหน้านี้ถูกปิดบังเอาไว้ อินเทอร์เน็ตนั้นก็ช่วยให้วัยรุ่น ได้แสวงหาตัวตนในอุดมคติของเขา เข้าถึงในสิ่งที่เขาอยากทำ อยากจะเป็นอย่างแท้จริง

5.3 พฤติกรรม Cronbach (1963: อ้างถึงใน พรทิพย์ รุ่งน่วม, 2550) พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของสิ่งมีชีวิต เช่น ม่านตาเบิกโพลง ร้องกรี๊ดเมื่อตกใจ พฤติกรรมมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการดังนี้

5.3.1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ซึ่งความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลานานจึงจะบรรลุความต้องการ

5.3.2. ความพร้อม (Readiness) คือระดับวุฒิภาวะ หรือ ความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

5.3.3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

5.3.4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่จะกระทำกิจกรรมใดกิจกรรม

หนึ่งลงไป มนุษย์จะพิจารณาสถานการณ์ก่อน แล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการ

5.3.5. การตอบสนอง (Response) เป็นการกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ

5.3.6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ซึ่งผลที่ได้อาจเป็นไปตามที่คาดคิด หรืออาจตรงกันข้ามก็ได้

5.3.7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to thwarting) ในกรณีที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้มนุษย์ก็อาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์และเลือกวิธีการใหม่

สุภัทธา ปินตะแพทย์ (2542: อ้างถึงใน พรทิพย์ รุ่งนุ่ม, 2550) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมว่าเป็นการกระทำของมนุษย์ที่แสดงออกทั้งด้านร่างกายและจิตใจ (Mentally and Physically) พฤติกรรมของมนุษย์มีความซับซ้อนเนื่องจากพฤติกรรมส่วนหนึ่งเป็นพฤติกรรมทางจิตซึ่งยากจะเข้าใจได้

ความหมายของพฤติกรรม พฤติกรรม หมายถึง การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้นผู้กระทำจะทำโดยไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่และไม่ว่าการกระทำนั้นจะพึงประสงค์หรือไม่ (คณะกรรมกรกลุ่มผลิตชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น, 2532 อ้างถึงใน เดช วัฒนา วิทยานุกูล 2548: 18)

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรม หมายถึง การกระทำที่ต้องมีสาเหตุที่ทำให้ปรากฏออกมาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทางใดทางหนึ่ง และพฤติกรรมของมนุษย์แสดงออกอย่างซับซ้อนแม้กระทั่งสีหน้าและการกระทำ (ณัฐยาน์ ช่วยธานี, 2550)

5.4 การแสดงพฤติกรรมของวัยรุ่น

วิทยา นาควัชระ (2526: อ้างถึงใน เฉลิมชัย อุฬารกุล, 2544) การแสดงพฤติกรรมของวัยรุ่นไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหา หรือไม่เป็นปัญหานั้น บิดา มารดา ผู้ปกครองหรือครูอาจารย์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องเข้าใจ ยอมรับและให้ความสนใจ เพื่อขจัดปัญหาที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปแล้วปัญหาของวัยรุ่นจะมีลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. ปัญหาที่เกิดจากตัวของวัยรุ่นเอง (Self Original Aspect)

ปัญหาเหล่านี้เกิดได้จากการเปลี่ยนแปลงในช่วงของความเป็นวัยรุ่น คือ มีการ

เปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านจิตใจ ร่างกาย สังคม เซอรัลปัญหาและอารมณ์ วัยรุ่นจะเกิดความวุ่นใจในการเกิดปัญหาเหล่านี้

2. ปัญหาที่สังคมมองว่าเกิดจากวัยรุ่น (Social Response Aspect)

ซึ่งอาจจะมาจากการเปลี่ยนแปลงในวัยรุ่น ปฏิกริยาที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น หรือไขว่คว้าเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการตามวัยของวัยรุ่นนั้นที่สิ่งแวดล้อม เช่น พ่อ แม่ หรือผู้ใหญ่ไม่เข้าใจและมองดูว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นปัญหา

3. ปัญหาที่เกิดจากปฏิกริยาต่อต้านของวัยรุ่นที่มีต่อสังคม (Reaction Aspect)

ปัญหานี้เป็นปัญหาร้ายแรงและยากต่อการแก้ไข ปัญหาที่เด่นชัดคือ วัยรุ่นจะเกิดปฏิกริยาเมื่อคิดว่าผู้ใหญ่หรือสังคมไม่เข้าใจ สิ่งที่เขาทำหรือแสดงออกนั้นจึงเป็นไปในลักษณะต่อต้านกฎเกณฑ์หรือไม่กระทำ เพื่อเป็นการประชดตัวเอง ลักษณะนี้จะพบได้มากและบ่อยในวัยรุ่น เนื่องจากเป็นวัยที่ยังไม่มีความยั้งคิดที่ดี การใช้เหตุผลจึงเป็นไปได้ค่อนข้างยาก อารมณ์ของเด็กยังมีอยู่ประกอบกับความคิดและพลังงานด้านร่างกายอยู่ในสถานะที่มีมาก ปฏิกริยาลักษณะการประชดจึงทำให้เกิดปัญหาค่อนข้างรุนแรงทั้งในระดับครอบครัวและสังคม

6. บริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

6.1 ที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

เลขที่ 80 ถนน นครสวรรค์ ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 44000

6.2 ความเป็นมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีพื้นที่ 454 ไร่ มีอาคาร 57 หลัง และมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามศูนย์หนองโน ตั้งอยู่ที่บ้านหนองโน หมู่ 1, หมู่ 5 และบ้านกุดแคน หมู่ 6 ตำบลหนองโน (โคกก่อ) อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีพื้นที่ 1,050 ไร่ 3 งาน 32 ตารางวา เป็นที่ตั้งของคณะเทคโนโลยีการเกษตร และโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ

- พ.ศ. 2468 ตั้งเป็น “ โรงเรียนประถมกสิกรรม ” ขึ้นที่บริเวณวิทยาลัยเทคนิคมหาสารคาม ในปัจจุบัน

- พ.ศ. 2470 ได้ย้ายไปตั้งที่โคกอีต้อย อยู่ห่างจากตัวเมืองมหาสารคามไปทางทิศตะวันตก ประมาณ 4 กิโลเมตร ซึ่งเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในปัจจุบัน

- พ.ศ. 2473 เปลี่ยนฐานะเป็นโรงเรียนประถมวิสามมัญและฝึกหัดครูกสิกรรมชั้นต่ำ

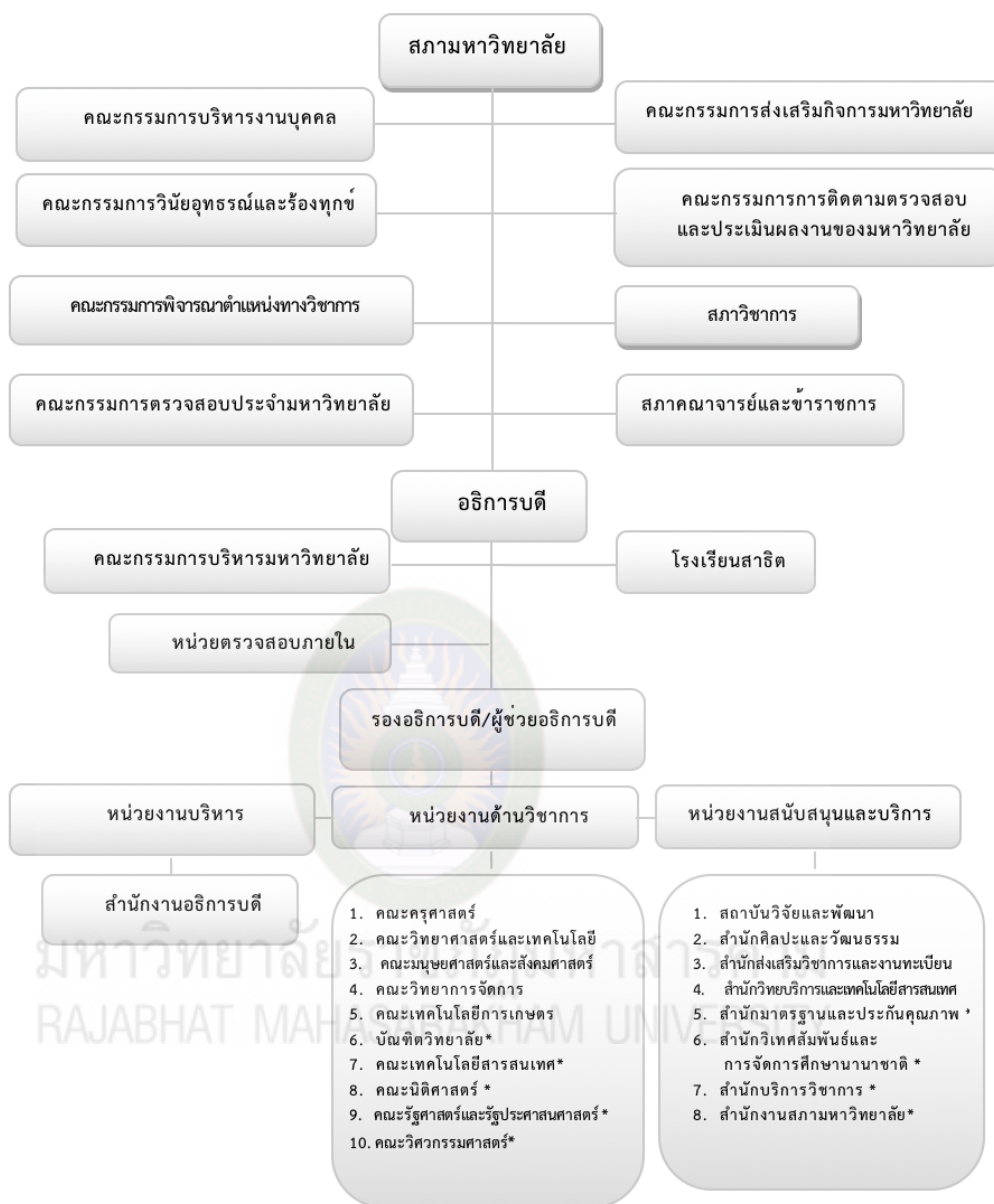
- พ.ศ. 2474 ได้ยุบเลิกแผนแผนกฝึกหัดครูกสิกรรมชั้นต่ำเหลืออยู่เฉพาะโรงเรียนประถม

วิสามัญ

- พ.ศ. 2481 ยกฐานะเป็นโรงเรียนประกาศนียบัตรจังหวัด
- พ.ศ.2498 เปลี่ยนฐานะเป็นโรงเรียนฝึกหัดครู
- พ.ศ. 2505 (1 พฤษภาคม) ได้ยกฐานะเป็นวิทยาลัยครูมหาสารคาม
- พ.ศ. 2519 จัดระบบงานใหม่ตามพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู และ พ.ศ. 2518 มีผลให้วิทยาลัยครูมหาสารคามเป็นสถาบันอุดมศึกษา
- พ.ศ. 2535 (14 กุมภาพันธ์) วิทยาลัยครูทุกแห่งได้รับพระราชทานนามว่า “สถาบันราชภัฏ” แปลว่า “คนของพระราชอา” ใช้ ชื่อภาษาอังกฤษว่า “ Rajabhat Institute” และต่อท้ายด้วยชื่อเดิมหรือชื่อจังหวัด
- พ.ศ. 2538 (25 มกราคม) ยกฐานะเป็นสถาบันราชภัฏมหาสารคาม และดำเนินงานตามพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. 2538 และวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2538 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าพระราชทานพระราชลัญจกรประจำพระองค์ ให้เป็นตราสัญลักษณ์ประจำสถาบันราชภัฏ
- พ.ศ. 2547 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 ซึ่งส่งผลให้สถาบันราชภัฏมหาสารคามเปลี่ยน สถานะ เป็น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตั้งแต่วันที่ 15 มิถุนายน 2547 จนถึงปัจจุบัน

6.3 โครงสร้างมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จัดการบริหารงานตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2548 มีสภาประจำมหาวิทยาลัย ทำหน้าที่กำกับดูแลให้มหาวิทยาลัยฯ ปฏิบัติตามนโยบาย และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย ฯ วางระเบียบและ ออกข้อบังคับของมหาวิทยาลัย ฯ อนุมัติหลักสูตร การศึกษา และการเปิดสอน อนุมัติการให้ปริญญา อนุปริญญา ประกาศนียบัตร โดยมีคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย ฯ ทำหน้าที่ดำเนินการควบคุม และปฏิบัติตามที่ คณะกรรมการสภาประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม กำหนด การดำเนินงานงาน ได้แบ่งงานออกเป็น 5 กอง 8 คณะ และ 8 สำนัก โดยแบ่งออกเป็น 3 หน่วย ดังนี้



7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยภาษาไทย

พิชญาวี คณะพล (2553) ศึกษาทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีศึกษา: นักศึกษาและบุคลากรวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา จ.เพชรบูรณ์ พบว่า ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเชิงบวก ส่วนมากให้ความเห็นว่าสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่เปิดกว้างเป็นเครื่องมือให้คนได้แสดงความคิดเห็นได้ในหลากหลายแง่มุม สามารถค้นหาข้อมูลและตอบสนองความต้องการได้ง่ายและเป็นการโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระไม่ว่า

จะอยู่ที่ไหนเวลาใด มีการใช้ประโยชน์จากสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยกับเพื่อน ค้นหาเพื่อนเก่า หรือหาเพื่อนใหม่เพื่อการติดตามข่าวสารที่สนใจและเหตุการณ์ต่างๆ และเพื่อรับส่งอีเมลล์ดาวน์โหลด เพลง และเกมส์มีความพึงพอใจมากในเรื่องของการได้สนทนาโต้ตอบกับเพื่อนหรือผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย มีความคล่องตัวหรือความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและมีความหลากหลายของชุมชนหรือกลุ่มสังคม

ขวัญวิทย์ ดาน้อย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 19-22 ปี อยู่ชั้นปีการศึกษาที่ 2 หรือมากกว่า มีรายได้ต่อเดือน (จากผู้ปกครอง) เท่ากับ 8,001-10,000 บาทพักอาศัยอยู่ที่หอพัก พฤติกรรมในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเฟสบุ๊ก ใช้บริการ 7 วันต่อสัปดาห์ กิจกรรมที่ทำ คือใช้อัพเดทสถานะ/ ข้อมูลส่วนตัว/ รูปภาพ

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook โดยมีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมของวัยรุ่น รูปแบบการใช้บริการ และศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุระหว่าง 19-21 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีการใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในการเข้าใช้เฟสบุ๊กแต่ละครั้ง 1-3 ชั่วโมง โดยใช้บริการกิจกรรมต่างๆของเฟสบุ๊ก ได้แก่ การโต้ตอบบนกระดานสนทนาการเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ การตอบคำถาม การแบ่งปันรูปภาพ แบ่งปันวีดีโอ การค้นหาเพื่อนเก่า การส่งข้อความ การร่วมแสดงความคิดเห็น การชอบ (Like) นอกจากนี้สมมุติฐานการวิจัย พบว่า การที่กลุ่มวัยรุ่นมีความเพลิดเพลินในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้เกิดความรู้สึกชื่นชอบ และสนุกสนาน รวมถึงเป็นการทำตามกระแสนิยม จึงทำให้อัตราการใช้เพิ่มมากขึ้นจนเกิดเป็นการติดการใช้งาน และอาจทำให้เกิดความรู้สึกกังวลหรือหมกมุ่นว่าจะต้องเข้าไปใช้งานอีกจนกลายเป็นความหลงใหลผิดปกติ

อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบ

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยตนเอง มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานเพื่อความบันเทิง ใช้งานด้านการสื่อสารและเว็บไซต์ โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเผยแพร่ตัวตนมากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก นอกจากนี้ผลจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า เพศ การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว คะแนนเฉลี่ย และรายได้ผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ ที่ตั้งสถาบันการศึกษาและระดับชั้นปีที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

ทิพย์วรรณ รัตนธำรงพรรณ, เลิศลักษณ์ กลิ่นหอมและไพฑูริย์ พิมพ์ดี (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักเรียน-นักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคจุฬารักษ์ (ลาดขวาง) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมและผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียน-นักศึกษาจำแนกตามระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียน-นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง 3) นักเรียน-นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความบันเทิง ด้านการสื่อสาร และภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) นักเรียน-นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้งภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ชลธิชา จุ้ยนามและนพพร จันทรนาชู (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและผลจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในจังหวัดสุโขทัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ 2) ศึกษาระดับจิตลักษณะระดับปัจจัยแวดล้อมและระดับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ 3) เปรียบเทียบระดับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ และ 5) ศึกษาแนวทางการแก้ไข

ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย พบว่า 1) นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ที่บ้านตนเอง เรียนรู้จากเพื่อน มีประสบการณ์การใช้ 1-3 ปี ระยะเวลาแต่ละครั้งนาน 1-2 ชั่วโมง ความถี่ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ใช้ในช่วงเวลา 18.00 น.- 00.00 น. โดยใช้ในการศึกษาหาความรู้ และใช้พูดคุยกับเพื่อน 2) ระดับปัจจัยจิตลักษณะในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย 3) นักเรียนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านครอบครัว การเรียน สุขภาพ และสังคมแตกต่างกันจะมีผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยแวดล้อมมีอิทธิพลต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 4) แนวทางการแก้ไขผลกระทบจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ ด้านการศึกษา โรงเรียนควรมีมาตรการควบคุมเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม ด้านครอบครัว ผู้ปกครอง ควรมีการสร้างกฎการใช้สื่อออนไลน์ ด้านสุขภาพ ควรสร้างพฤติกรรมสุขภาพ ในการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ให้เหมาะสม และด้านสังคม รัฐบาลควรมีนโยบายในการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการใช้สื่อออนไลน์

กฤษฎาญจน์ เสนแก้ว (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษา การคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ การเรียนรู้ และการยอมรับต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 38-42 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 –20,000 บาท การคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก การรับรู้ การเรียนรู้ และการยอมรับต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทัศนคติต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่า การคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ การเรียนรู้ และการยอมรับต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

7.2 งานวิจัยภาษาต่างประเทศ

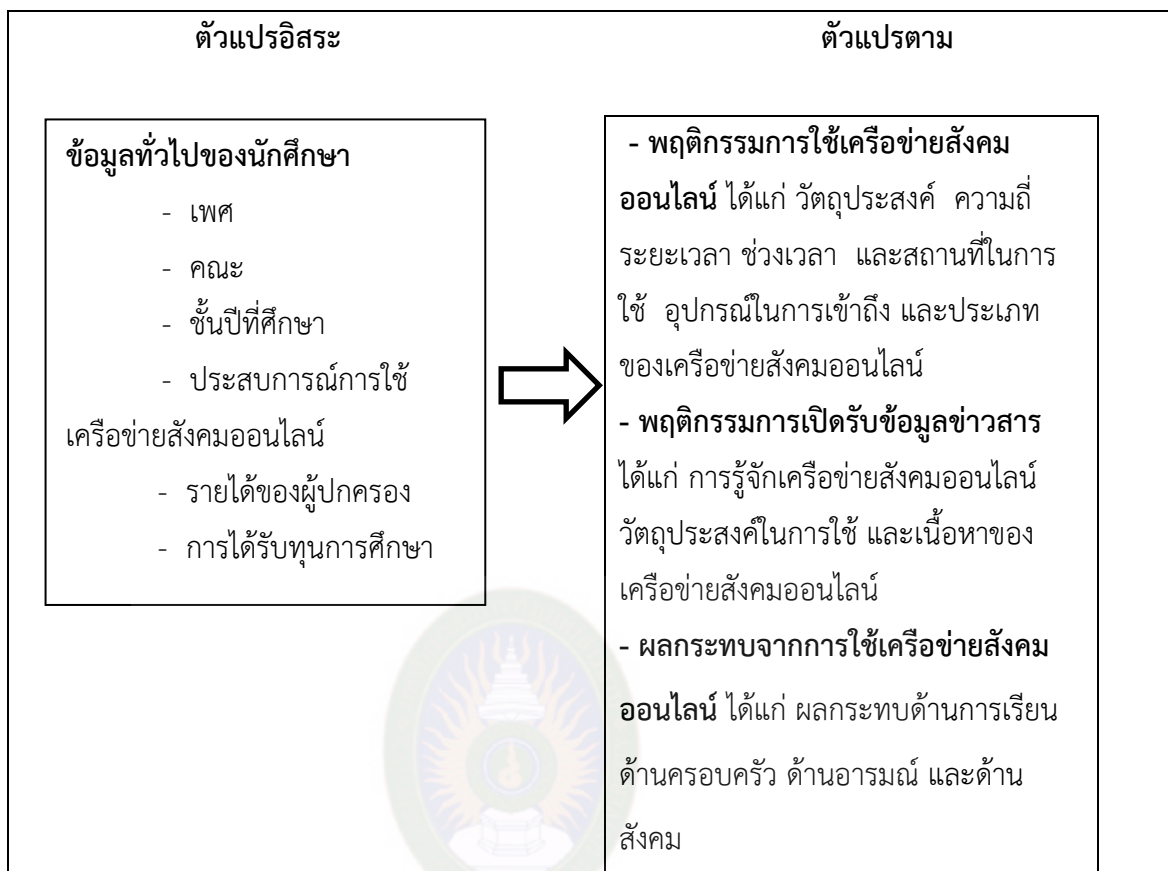
Engelbreeht and Lin (2008) ได้สำรวจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งหมด 18 ประเทศ ประกอบด้วยญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย สหรัฐฯ ออสเตรเลีย แคนาดา บราซิล ฝรั่งเศส จีน เยอรมัน อิตาลี อังกฤษ โปแลนด์ รัสเซีย นิวซีแลนด์ ตุรกี อินเดีย และอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า ประเทศที่ใช้ชุมชนออนไลน์มากที่สุดคือเกาหลีใต้ และผู้บริโภคมที่มีอายุช่วง 19-35 ปี จะใช้ชุมชนออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63 เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59 และใช้ชุมชนออนไลน์เพื่อความบันเทิงมากกว่าที่ใช้งานในเชิงธุรกิจ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในงานชุมชนออนไลน์มากที่สุดคือ โนเกีย คิดเป็นร้อยละ 25

Pingdom (2009) ได้นำเสนอรายงานกลุ่มอายุผู้ใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยได้รวบรวมข้อมูลกลุ่มอายุของผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ชื่อดังของผู้ใช้ในอเมริกา ข้อมูลจาก Google ad planner เป็นข้อมูลที่ช่วยการตลาดดิจิทัลในการเลือกโฆษณาและทำกิจกรรมออนไลน์ร่วมกับเว็บไซต์ในกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ร้อยละ 65 ของผู้ใช้เฟซบุ๊กนั้นมีอายุมากกว่า 35 ปีในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันของผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่อายุมากกว่า 35 ปี มีมากถึงร้อยละ 64 เช่นเดียวกัน ด้านกลุ่มผู้ใช้ที่อายุน้อยกว่า 17 ปี ใช้เว็บไซต์ Bebo และ MySpace ส่วนในกลุ่มผู้ใช้ที่อายุมากกว่า 25 ปี ใช้เว็บไซต์ LinkedIn มีมากถึงร้อยละ 93 และในกลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุมากกว่า 45 ปี เข้าใช้เว็บไซต์ ClassMate มากที่สุดถึงร้อยละ 60

จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยนำเอาแนวคิดต่างๆจากผลการวิจัย และทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นมาใช้เป็นหลักในการกำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ทำให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. เครื่องมือในการวิจัย
4. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาภาคปกติ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในปีการศึกษา 2561 จำนวน 10,975 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาภาคปกติ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในปี การศึกษา 2561 จำนวน 386 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ซึ่งได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตารางที่ 3.1 จำนวนศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีการศึกษา 2561 (ข้อมูล ณ ตุลาคม 2561 จาก regis.rmu.ac.th)

คณะที่ศึกษา	จำนวนนักศึกษา
คณะครุศาสตร์	2,592
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	561
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	399
คณะนิติศาสตร์	692
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	2,478
คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์	910
คณะวิทยาการจัดการ	1,587
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	1,178
คณะวิศวกรรมศาสตร์	578
รวม	10,975

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ในช่วงสอนของรายวิชาศึกษาทั่วไป เพื่อให้เกิดการกระจายของกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือน พฤศจิกายน – ธันวาคม 2561 ได้แบบสอบถามคืนทั้งสิ้น 196 ฉบับ จาก 200 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 98
2. เก็บรวบรวมแบบสอบถาม แล้วคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์และสรุปผล

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ผู้วิจัยดำเนินการสร้างขึ้นโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราช ภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม

การสร้างเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้แก่ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการสร้างและการตรวจสอบ คุณภาพดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้าง เครื่องมือให้ครอบคลุมเนื้อหา กรอบแนวคิด และขอบเขตการวิจัย
2. นำแบบสอบถามที่พัฒนาแล้ว เสนอที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ภาพรวมและ ความครบถ้วนของเนื้อหา และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขข้อคำถาม
3. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความ เทียบตรงของเนื้อหา (content validity) และนำมาวิเคราะห์หาค่า IOC (Index of item objective congruence) พร้อมกับแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

1. นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย โดยมีรายชื่อดังนี้

- 1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริยานุวัฒน์ สมชายกุล
- 1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นวรัตน์ เดชพิมล
- 1.3 อาจารย์ปริญญา ทองคำ

2. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .86

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการประมวลผลข้อมูลทางสถิติ SPSS ซึ่งมีการประมวลผลข้อมูลเป็นขั้นตอนโดยใช้สถิติดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556 : 121)
 - ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้
 - ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
 - ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
 - ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
 - ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
 - ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51- 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51- 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51- 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51- 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00- 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และการเปิดรับ
ข้อมูลข่าวสารใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ระดับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
(Standard Deviation)
3. การเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
 - 3.1 การเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยเปรียบเทียบตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติ t-test
 - 3.2 การเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลเป็นการทดสอบรายคู่ (Post Hoc
Test) โดยใช้การทดสอบความแตกต่างด้วยค่า F-test (ANOVA)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประจำปีการศึกษา 2561 จำนวน 386 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 380 คน คิดเป็นร้อยละ 98.44 ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

N แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

\bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย

S.D แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ผู้วิจัยดำเนินการสร้างขึ้นโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย
ราชภัฏมหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในตอนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเพศ ระดับชั้นปี
คณะ ประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ รายได้ของผู้ปกครอง และการได้รับ
ทุนการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	78	20.53
หญิง	302	79.47
รวม	380	100

จากตาราง ที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 302 คน คิดเป็น
ร้อยละ 79.47 และเพศชายจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.53

1.2 ระดับชั้นปีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 ระดับชั้นปีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับชั้นปี	จำนวน	ร้อยละ
ปี 1	107	28.1
ปี 2	93	24.5
ปี 3	102	27
ปี 4	78	20.4

ระดับชั้นปี	จำนวน	ร้อยละ
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รองลงมาคือชั้นปีที่ 3 จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ชั้นปีที่ 2 จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4

1.3 คณะที่ศึกษา

ตารางที่ 4.3 คณะที่ศึกษา

คณะที่สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	83	21.9
คณะวิทยาการจัดการ	51	13.3
คณะวิศวกรรมศาสตร์	12	3.1
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	23	6.1
คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์	4	1
คณะครุศาสตร์	165	43.4
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	23	6.1
คณะนิติศาสตร์	6	1.5
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	13	3.6
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษาคณะครุศาสตร์มากที่สุด จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมาคือนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 83

คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 และเป็นนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

1.4 ประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4.4 ประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2 ปี	4	1
2-5 ปี	63	16.3
6-10 ปี	230	60.7
10 ปีขึ้นไป	83	21.9
รวม	380	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 6-10 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 230 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 และมีประสบการณ์ต่ำกว่า 2 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

1.5 รายได้ของผู้ปกครอง

ตารางที่ 4.5 รายได้ของผู้ปกครอง

รายได้ของผู้ปกครอง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน	167	43.9
15,000-25,000 บาท/เดือน	139	36.7
25,000-35,000 บาท/เดือน	32	8.2
35,000 บาทขึ้นไป/เดือน	42	11.2

รายได้ของผู้ปกครอง	จำนวน	ร้อยละ
รวม	380	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบสอบถามมีผู้ปกครองที่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน มีจำนวนมากที่สุด คือ 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมาผู้ปกครองมีรายได้ 15,000 – 25,000 บาท/เดือน จำนวน 139คน คิดเป็นร้อยละ และผู้ปกครองมีรายได้ 25,000-35,000 บาท/เดือน มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2

1.6 การได้รับทุนการศึกษา

ตารางที่ 4.6 การได้รับทุนการศึกษา

การได้รับทุนการศึกษา (กยศ./กรอ. และอื่นๆ)	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับทุน	114	30
ไม่ได้รับทุน	266	70
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบสอบถามไม่ได้รับทุนการศึกษา จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และได้รับทุนการศึกษา จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2.1 ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4.7 ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	304	79.6

ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
วันละ 1 ครั้ง	9	2.6
2-3 วันต่อครั้ง	58	15.3
สัปดาห์ละครั้ง	9	2.6
รวม	380	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน มีจำนวนมากที่สุดคือ 304 คน คิดเป็นร้อยละ 79.6 รองลงมาคือ 2-3 วันต่อครั้ง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมจำนวนน้อยที่สุดคือ วันละ 1 ครั้ง และสัปดาห์ละครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

2.2 ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง

ตารางที่ 4.8 ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชม	44	11.7
1-2 ชม	124	32.7
2-3 ชม	67	17.3
3 ชม ขึ้นไป	145	38.3
รวม	380	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวนมากที่สุดคือ 145 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 และใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวนน้อยที่สุด 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

2.3 ช่วงเวลาในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4.9 ช่วงเวลาในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ช่วงเวลาในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า (05.00-11.00 น.)	27	7.1
ช่วงกลางวัน (11.00-16.00 น.)	72	18.9
ช่วงเย็น (16.00-19.00 น.)	50	13.3
ช่วงกลางคืน (19.00-24.00 น.)	223	58.7
ช่วงหลังเที่ยงคืน (00.00-05.00 น.)	8	2
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลากลางคืน (19.00-24.00 น.) จำนวนมากที่สุด คือ 223 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือช่วงกลางวัน (11.00-16.00 น.) มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 และในช่วงหลังเที่ยงคืน (00.00-05.00 น.) มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.04

2.4 สถานที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4.10 สถานที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

สถานที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/หอพัก	359	94.4
มหาวิทยาลัย	17	4.6
ห้างสรรพสินค้า	0	0
ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต	4	1
สำนักวิทยบริการ	0	0
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้าน/หอพักมากที่สุด จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือใช้ที่มหาวิทยาลัย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และที่ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

2.5 อุปกรณ์ในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4.11 อุปกรณ์ในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์

อุปกรณ์ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน	370	97.4
แท็บเล็ต	0	0
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	0	0
คอมพิวเตอร์พกพา (NoteBook)	10	2.6
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากโทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟนมากที่สุด จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 97.4 รองลงมาคือคอมพิวเตอร์พกพา (NoteBook) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

2.6 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษานิยมใช้บริการ

ตารางที่ 4.12 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษานิยมใช้บริการ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษานิยมใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
Line	223	20.4
Facebook	368	26.4
MySpace	5	0.1
Window Live Space	7	0.3
Multiply	5	0.1

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษานิยมใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
Live Journal	0	0
You Tube	298	24.7
Twitter	112	8.3
Instagram	183	19.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุด จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ Youtube จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และใช้ MySpace และ Multipliy จำนวนน้อยที่สุดคือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.1

2.7 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้บริการมากที่สุด

ตารางที่ 4.13 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้บริการมากที่สุด

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษา นิยมใช้บริการมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
Line	19	5.1
Facebook	234	61.7
You Tube	89	23.5
Twitter	10	2.6
Instagram	28	7.1
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมาคือ Youtube จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และใช้ Twitter จำนวนน้อยที่สุดคือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

2.8 การตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา (เช่น ผนังหลัง หรืออีม)

ตารางที่ 4.14 การตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา (เช่น ผนังหลัง หรืออีม)

การตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น ผนังหลัง หรืออีม)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตกแต่ง	132	34.7
ตกแต่งบ้างแต่ไม่มาก	227	59.7
ชอบตกแต่งมาก	21	5.6
รวม	380	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์ บ้างแต่ไม่มาก มีจำนวนมากที่สุด คือ 227 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาไม่ตกแต่ง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และชอบตกแต่งมาก มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6

2.9 การเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ตาราง 4.15 การเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

การเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) บนเครือข่าย สังคมออนไลน์ของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เปลี่ยนเลย	10	2.6
นานๆครั้ง	349	91.8
เปลี่ยนบ่อย	21	5.6
รวม	380	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) นานๆครั้ง เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 349 คน คิดเป็นร้อยละ 91.8 รองลงมาคือเปลี่ยนบ่อย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และไม่เปลี่ยนเลย เป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

3.1 การรู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ตารางที่ 4.16 การรู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

การรู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
จากการแนะนำของเพื่อน/แฟน	306	80.52
อาจารย์แนะนำ	29	7.64
ผู้ปกครองแนะนำ	8	2.1
ญาติแนะนำ	8	2.1
อื่นๆ ได้แก่ เรียนรู้ด้วยตนเอง และจากสื่อโทรทัศน์	29	7.64
รวม	380	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์จากการแนะนำของเพื่อน/แฟน เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 306 คน คิดเป็นร้อยละ 80.52 รองลงมาคือ จากอาจารย์แนะนำ และอื่นๆ ได้แก่ เรียนรู้ด้วยตนเอง และจากสื่อโทรทัศน์ ในจำนวนที่เท่ากันคือ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.64 และจากการแนะนำของผู้ปกครองและญาติแนะนำ น้อยที่สุดในจำนวนที่เท่ากันคือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

3.2 วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ตารางที่ 4.17 วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อค้นคว้าหาข้อมูลประกอบการศึกษา	114	19.3
เพื่อความบันเทิง	152	21.7
เพื่อพูดคุยติดต่อสื่อสาร	225	27.9
เพื่อทบทวนบทเรียน	73	9.1
เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ	94	13.1
เพื่อซื้อขายสินค้าออนไลน์	13	8.8

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยติดต่อสื่อสาร มีจำนวนมากที่สุดคือ 225 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ

เพื่อความบันเทิง จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และเพื่อซื้อขายสินค้าออนไลน์ มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

3.3 เนื้อหาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ

ตารางที่ 4.18 เนื้อหาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ

เนื้อหาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการศึกษา	155	22.3
ด้านธุรกิจ	34	3.0
ด้านความบันเทิง	227	28.6
ด้านการสื่อสาร	198	24.7
ด้านการเมือง	41	4.1
ด้านสังคมทั่วไป	138	17.3
	380	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาด้านความบันเทิงมากที่สุดคือ 227 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือเนื้อหาด้านการสื่อสาร จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และเนื้อหาด้านธุรกิจ มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

4.1 ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตารางที่ 4.19 ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในภาพรวม

ข้อคิดเห็น	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านการเรียน			
การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเข้าเรียนสายหรือไม่เข้าเรียนเลย	2.61	1.12	น้อย

ข้อคิดเห็น	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ระหว่างเรียนทำให้ความสนใจในการเรียนมีน้อยลง	3.64	1.08	ปานกลาง
เครือข่ายสังคมออนไลน์มีประโยชน์ต่อการค้นคว้าหาความรู้ประกอบการเรียน	4.39	0.76	มาก
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง	4.27	0.80	เห็นด้วยมาก
รวม	3.72	0.60	ปานกลาง
2. ด้านครอบครัว			
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีความใกล้ชิดกับครอบครัวมากขึ้น	3.35	1.19	ปานกลาง
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีการสนทนาในครอบครัวน้อยลง	3.12	1.31	ปานกลาง
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการสื่อสารกับญาติพี่น้องมากขึ้น	3.71	0.96	ปานกลาง
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีค่าใช้จ่ายในครอบครัวสูงขึ้น	3.30	1.08	ปานกลาง
รวม	3.37	0.59	ปานกลาง
3. ด้านอารมณ์			
รู้สึกหงุดหงิดเมื่อมีผู้รบกวนขณะที่ท่านกำลังใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.87	1.15	น้อย
เมื่อรู้สึกดีใจหรือเศร้าใจท่านจะระบายความรู้สึกผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.85	1.21	น้อย
รู้สึกหดหู ่ กระทบกระวาย หากไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	2.92	1.15	น้อย
รู้สึกหงุดหงิดหากถูกจำกัดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	3.03	1.19	ปานกลาง
รวม	2.91	0.98	น้อย
4. ด้านสังคม			
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพื่อนรอบตัว	3.06	1.18	ปานกลาง

ข้อคิดเห็น	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เห็นความสำคัญของเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพื่อนในชีวิตจริง	2.63	1.21	น้อย
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้จดจ่อกับการใช้งานตลอดเวลาจนไม่ใส่ใจสิ่งรอบตัว	2.70	1.18	น้อย
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีเพื่อนใหม่มากขึ้น	3.60	1.07	ปานกลาง
เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้กล้าแสดงความคิดเห็น	3.39	1.03	ปานกลาง
รวม	3.07	0.88	ปานกลาง
เฉลี่ยรวมทุกด้าน	3.27	0.58	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.58) โดยมีความคิดเห็นว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลกระทบในด้านการเรียน ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.60) ด้านครอบครัว ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.59) และด้านสังคม ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 0.88) ในระดับปานกลางตามลำดับ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.91$, S.D. = 0.98)

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ด้านการเรียน** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.60) โดยมีความคิดเห็นในระดับมากในหัวข้อเครือข่ายสังคมออนไลน์มีประโยชน์ต่อการค้นคว้าหาความรู้ประกอบการเรียน ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.76) เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้อย่างด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.80) มีความคิดเห็นในระดับปานกลางในหัวข้อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ระหว่างเรียนทำให้ความสนใจในการเรียนมีน้อยลง ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.08) และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อยในหัวข้อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเข้าเรียนสายหรือไม่เข้าเรียนเลย ($\bar{X} = 2.61$, S.D. = 1.12)

2. ด้านครอบครัว ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.59) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการสื่อสารกับญาติพี่น้องมากขึ้น ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.96) เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีความใกล้ชิดกับครอบครัวมากขึ้น ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 1.19) เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีค่าใช้จ่ายในครอบครัวสูงขึ้น ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 1.08) และเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีการสนทนาในครอบครัวน้อยลง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 1.31) ตามลำดับ

3. ด้านสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 0.88) โดยมีความคิดเห็นในระดับปานกลางในหัวข้อเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีเพื่อนใหม่มากขึ้น ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 1.07) เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้กล้าแสดงความคิดเห็น ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 1.03) เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพื่อนรอบตัว ($\bar{X} = 3.06$, S.D. = 1.18) และมีความคิดเห็นในระดับน้อยในหัวข้อ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้จดจ่อกับการใช้งานตลอดเวลาจนไม่ใส่ใจสิ่งรอบตัว ($\bar{X} = 2.70$, S.D. = 1.18) และเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เห็นความสำคัญของเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพื่อนในชีวิตจริง ($\bar{X} = 2.63$, S.D. = 1.21)

4. ด้านอารมณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.91$, S.D. = 0.98) โดยมีความคิดเห็นในระดับปานกลางในหัวข้อรู้สึกหงุดหงิดหากถูกจำกัดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 1.19) และมีความคิดเห็นในระดับน้อย ได้แก่ รู้สึกหดหู่ กระทบกระวาย หากไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 2.92$, S.D. = 1.15) รู้สึกหงุดหงิดเมื่อมีผู้รบกวนขณะที่ท่านกำลังใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 2.87$, S.D. = 1.15) และเมื่อรู้สึกดีใจหรือเศร้าใจจะระบายความรู้สึกผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 1.21) ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2.1 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ (N=380 คน)

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ

ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	เพศ		ค่า t	ค่า sig
	ชาย	หญิง		
ด้านการเรียน	3.64	3.75	-1.05	0.29
ด้านครอบครัว	3.43	3.35	0.69	0.49
ด้านอารมณ์	2.83	2.94	-0.62	0.53
ด้านสังคม	3.26	3.02	1.47	0.14
รวม	3.28	3.26	0.18	0.86

จากตารางที่ 4.20 พบว่าข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ มีผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ดังนี้

ผลกระทบด้านการเรียน เพศชายมีค่าเฉลี่ย 3.64 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 3.75 ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการเปรียบเทียบคำนวณได้เท่ากับ -1.05 (Sig= 0.29) แสดงว่าค่าเฉลี่ยผลกระทบด้านการเรียนไม่แตกต่างกัน

ผลกระทบด้านครอบครัว เพศชายมีค่าเฉลี่ย 3.43 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 3.35 ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการเปรียบเทียบคำนวณได้เท่ากับ 0.69 (Sig= 0.49) แสดงว่าค่าเฉลี่ยผลกระทบด้านครอบครัว ไม่แตกต่างกัน

ผลกระทบด้านอารมณ์ เพศชายมีค่าเฉลี่ย 2.83 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 2.94 ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการเปรียบเทียบคำนวณได้เท่ากับ -0.62 (Sig= 0.53) แสดงว่าค่าเฉลี่ยผลกระทบด้านอารมณ์ไม่แตกต่างกัน

ผลกระทบด้านสังคม เพศชายมีค่าเฉลี่ย 3.26 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 3.02 ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการเปรียบเทียบคำนวณได้เท่ากับ 1.47 (Sig= 0.14) แสดงว่าค่าเฉลี่ยผลกระทบด้านอารมณ์ไม่แตกต่างกัน

4.2.2 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปีที่ศึกษา (N=380 คน)

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี

ผลกระทบ	ระดับชั้นปี	SS	df	MS	F	Sig
ด้านการเรียน	ระหว่างชั้นปี	0.55	4	0.19	0.50	0.68
	ภายในชั้นปี	70.46	192	0.36		

ผลกระทบ	ระดับชั้นปี	SS	df	MS	F	Sig
	รวม	71.02	196			
ด้านครอบครัว	ระหว่างชั้นปี	2.98	4	0.99	2.84	0.03
	ภายในชั้นปี	67.19	192	0.35		
	รวม	70.18	196			
ด้านอารมณ์	ระหว่างชั้นปี	3.61	4	1.20	1.23	0.29
	ภายในชั้นปี	187.08	192	0.97		
	รวม	190.69	196			
ด้านสังคม	ระหว่างชั้นปี	3.26	4	1.08	1.41	0.24
	ภายในชั้นปี	147.05	192	0.77		
	รวม	150.31	196			
รวมทุกด้าน	ระหว่างชั้นปี	1.98	4	0.66	1.94	0.12
	ภายในชั้นปี	64.87	192	0.34		
	รวม	66.85	196			

จากตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามชั้นปี พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการเรียน ด้านอารมณ์ และด้านสังคมไม่แตกต่างกัน แต่มีผลกระทบด้านครอบครัวแตกต่างกัน (Sig=0.03) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.3 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามคณะที่ศึกษา (N=380 คน)

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามคณะที่ศึกษา

ผลกระทบ	คณะที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig
ด้านการเรียน	ระหว่างคณะ	5.49	8	0.68	1.90	0.05
	ภายในคณะ	65.53	187	0.35		
	รวม	71.02	195			
ด้านครอบครัว	ระหว่างคณะ	3.58	8	0.44	1.26	0.26
	ภายในคณะ	66.60	187	0.35		

ผลกระทบ	คณะที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig
	รวม	70.186	195			
ด้านอารมณ์	ระหว่างคณะ	16.78	8	2.099	2.25	0.02
	ภายในคณะ	173.91	187	0.93		
	รวม	190.69	195			
ด้านสังคม	ระหว่างคณะ	14.07	8	1.76	2.40	0.01
	ภายในคณะ	136.23	186	0.73		
	รวม	150.317	194			
รวมทุกด้าน	ระหว่างคณะ	3.88	8	0.48	1.43	0.18
	ภายในคณะ	62.97	186	0.34		
	รวม	66.85	194			

จากตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามคณะที่ศึกษา พบว่า นักศึกษาที่สังกัดคณะต่างกันมีผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาสังกัดคณะต่างกันมีผลกระทบด้านการเรียนและด้านครอบครัวไม่แตกต่างกัน แต่มีผลกระทบด้านด้านอารมณ์ และด้านสังคมแตกต่างกัน (Sig=0.02 และ 0.01 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.4 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามรายได้ของผู้ปกครอง (N=380 คน)

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามรายได้ของผู้ปกครอง

ผลกระทบ	รายได้ของผู้ปกครอง	SS	df	MS	F	Sig
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่มรายได้	1.752	3	0.584	1.61	0.19
	ภายในกลุ่มรายได้	69.27	192	0.36		
	รวม	71.02	195			
ด้านครอบครัว	ระหว่างรายได้	2.03	3	0.68	1.90	0.13
	ภายในรายได้	68.15	192	0.35		
	รวม	70.19	195			

ผลกระทบ	รายได้ของผู้ปกครอง	SS	df	MS	F	Sig
ด้านอารมณ์	ระหว่างรายได้	3.99	3	1.33	1.36	0.25
	ภายในรายได้	186.70	192	0.97		
	รวม	190.69	195			
ด้านสังคม	ระหว่างรายได้	2.49	3	0.83	1.07	0.36
	ภายในรายได้	147.82	191	0.77		
	รวม	150.31	194			
รวมทุกด้าน	ระหว่างรายได้	1.74	3	0.58	1.70	0.17
	ภายในรายได้	65.11	191	0.34		
	รวม	66.85	194			

จากตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามรายได้ของผู้ปกครอง พบว่า นักศึกษาที่ผู้ปกครองมีรายได้ต่างกันมีผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน

4.2.5 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (N=380 คน)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลกระทบ	ประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig
ด้านการเรียน	ระหว่างกลุ่มประสบการณ์	5.42	3	1.80	5.29	0.02*
	ภายในกลุ่มประสบการณ์	65.60	192	.34		
	รวม	71.02	195			
ด้านครอบครัว	ระหว่างกลุ่มประสบการณ์	1.55	3	0.52	1.45	0.23
	ภายในกลุ่มประสบการณ์	68.63	192	0.36		
	รวม	70.19	195			
ด้านอารมณ์	ระหว่างกลุ่มประสบการณ์	11.25	3	3.75	4.01	0.08
	ภายในกลุ่มประสบการณ์	179.44	192	.93		
	รวม	190.70	195			

ผลกระทบ	ประสบการณ์การใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่มประสบการณ์	5.87	3	1.95	2.58	0.05
	ภายในกลุ่มประสบการณ์	144.45	191	.76		
	รวม	150.32	194			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่มประสบการณ์	3.754	3	1.251	3.788	0.01
	ภายในกลุ่มประสบการณ์	63.09	191	.33		
	รวม	66.85	194			

จากตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษาที่มีประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทุกด้านแตกต่างกัน (Sig=0.01) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีผลกระทบด้านด้านครอบครัว ด้านอารมณ์ และด้านสังคมไม่แตกต่างกัน แต่มีผลกระทบด้านการเรียนและแตกต่างกัน (Sig=0.002) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.26 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามการได้รับ

ทุนการศึกษา (N=380 คน)

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามการได้รับทุนการศึกษา

ผลกระทบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า t	ค่า Sig
	ได้รับทุน	ไม่ได้รับทุน		
1. ด้านการเรียน	3.70	3.74	-0.43	0.67
2. ด้านครอบครัว	3.34	3.38	-0.42	0.67
3. ด้านอารมณ์	2.84	2.95	-0.71	0.48
4. ด้านสังคม	2.92	3.13	-1.53	0.13
รวม	3.20	3.30	-1.10	0.27

จากตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามการได้รับทุนการศึกษา พบว่าในภาพรวมไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่ได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.20 นักศึกษาที่ไม่ได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.13 ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการเปรียบเทียบคำนวณได้เท่ากับ -1.10 (Sig= 0.27) และสามารถจำแนกแต่ละด้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผลกระทบด้านการเรียน นักศึกษาได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.70 นักศึกษาที่ไม่ได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการเปรียบเทียบคำนวณได้เท่ากับ -0.43 (Sig= 0.67) แสดงว่าค่าเฉลี่ยผลกระทบด้านการเรียนไม่แตกต่างกัน

ผลกระทบด้านครอบครัว นักศึกษาได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.34 นักศึกษาไม่ได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.38 ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการเปรียบเทียบคำนวณได้เท่ากับ -0.42 (Sig= 0.67) แสดงว่าค่าเฉลี่ยผลกระทบด้านการเรียนไม่แตกต่างกัน

ผลกระทบด้านอารมณ์ นักศึกษาได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 2.84 นักศึกษาไม่ได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 2.95 ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการเปรียบเทียบคำนวณได้เท่ากับ -0.71 (Sig= 0.48) แสดงว่าค่าเฉลี่ยผลกระทบด้านการเรียนไม่แตกต่างกัน

ผลกระทบด้านสังคม นักศึกษาได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 2.92 นักศึกษาไม่ได้รับทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ย 3.13 ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการเปรียบเทียบคำนวณได้เท่ากับ -1.53 (Sig= 0.13) แสดงว่าค่าเฉลี่ยผลกระทบด้านการเรียนไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 79.4 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 รวมไปถึงส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 6-10 ปี ส่วนมากผู้ปกครองมีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้รับทุนการศึกษา

2. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่านักศึกษามีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 1 ครั้ง / วัน โดยมีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้ง 3 ชั่วโมงขึ้นไป และมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงกลางคืน โดยเข้าใช้จากที่บ้านหรือหอพักมากที่สุด ทั้งนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) โดยมีความนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) และเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด ทั้งนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่มีการตกแต่งหน้าตาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น ฟิล์มหลัง หรืออีเอ็ม) บ้างแต่ไม่มาก รวมไปถึงมีการเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) แบบนานๆครั้ง

3. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์จากการแนะนำของเพื่อน/แฟน วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยติดต่อสื่อสาร และนักศึกษาส่วนใหญ่มักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาด้านความบันเทิง

4. ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

4.1. ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในภาพรวม นักศึกษามีความคิดเห็นว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบในด้านการเรียน ด้านครอบครัว และด้านสังคมในระดับปานกลาง และมีผลกระทบด้านอารมณ์ในระดับน้อย

4.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล โดยเมื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

จำแนกตามระดับชั้นปี พบว่านักศึกษาชั้นปีเดียวกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน แต่นักศึกษาต่างชั้นปีมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านครอบครัว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อจำแนกตามคณะที่ศึกษา พบว่านักศึกษาคณะเดียวกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน แต่นักศึกษาต่างคณะมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านอารมณ์และด้านสังคม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จำแนกตามรายได้ของผู้ปกครองพบว่านักศึกษาที่ผู้ปกครองมีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาที่มีประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านการเรียน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อจำแนกตามการได้รับทุนการศึกษาพบว่า ทั้งนักศึกษาที่ได้รับทุนและไม่ได้รับทุนมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่านักศึกษามีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน โดยมีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้ง 3 ชั่วโมงขึ้นไป และมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงกลางคืน โดยเข้าใช้จากที่บ้าน หรือหอพักมากที่สุด ทั้งนี้นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) โดยมีความนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) และเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด ทั้งนี้นักศึกษาส่วนใหญ่มีการตกแต่งหน้าตาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น ฟิล์มหลัง หรืออิม) บ้างแต่ไม่มาก รวมไปถึงมีการเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) แบบนานๆครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของชลธิชา จุ้ยนวนม (2557:

บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและผลจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตอำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้านตัวเอง มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ 1-3 ปี และช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์คือช่วงกลางคืน (18.00-00.00 น.) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกันตภณ ภูมิภมรและวลัยพร รัตนเศรษฐ (2553: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทลิสซิงกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร พบว่าพนักงานมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 5 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการใช้โดยเปิดใช้ตลอดวัน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเนื่องจากนักศึกษาอยู่ในช่วงของการเป็นวัยรุ่นทำให้มีความสนใจต่อข่าวสารใหม่ๆที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน มีความสนใจในสิ่งรอบตัว และยินยอมให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน จะเห็นได้จากการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยครั้งในแต่ละวัน และแต่ละครั้งใช้ระยะเวลาในการเข้าถึงนาน รวมไปถึงมักใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงกลางคือ อาจเพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อค้นหาหาข้อมูลประกอบการศึกษา โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) จะได้รับความนิยมในการเข้าใช้ ทั้งนี้นักศึกษาอาจมีการเปลี่ยนพื้นหลังหรือเปลี่ยนภาพประจำตัวบ้างเพื่อให้สื่อสังคมออนไลน์มีความสวยงาม

2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์จากการแนะนำของเพื่อนหรือแฟน วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยติดต่อสื่อสาร และนักศึกษาส่วนใหญ่มักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาด้านความบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของชลธิชา จุ้ยนวม (2557: บทคัดย่อ) ที่นักเรียนส่วนใหญ่เรียนรู้สื่อสังคมออนไลน์จากเพื่อน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะช่วงวัยของนักศึกษามีความสนิทสนมและให้ความเชื่อถือว่าไว้วางใจเพื่อนในวัยเดียวกัน ทำให้เกิดการสื่อสารต่อกันอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งเรื่องราวที่มักจะสนทนาสื่อสารมักเป็นเรื่องความบันเทิง เนื่องจากอยู่ในความสนใจของสังคมทั่วไป

3. ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

3.1. ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ

ภักฐมหาสารคาม ในภาพรวม นักศึกษามีความคิดเห็นว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบในด้าน การเรียน ด้านครอบครัว และด้านสังคมในระดับปานกลาง และมีผลกระทบด้านอารมณ์ในระดับ น้อย

3.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนก ตามข้อมูลส่วนบุคคล โดยเมื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตาม เพศพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ แตกต่างกันในทุกด้าน จำแนกตามระดับชั้นปี พบว่านักศึกษาชั้นปีเดียวกันมีความคิดเห็นต่อ ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน แต่นักศึกษาต่างชั้นปีมีความคิดเห็นต่อ ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านครอบครัว เมื่อจำแนกตามคณะที่ ศึกษา พบว่านักศึกษาคณะเดียวกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ แตกต่างกัน แต่นักศึกษาต่างคณะมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกันในด้านอารมณ์และด้านสังคม จำแนกตามรายได้ของผู้ปกครองพบว่านักศึกษาที่ ผู้ปกครองมีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน จำแนกตามประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมพบว่า นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน และเมื่อจำแนกเป็นราย ด้านพบว่า นักศึกษาที่มีประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อ ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันในการเรียน และเมื่อจำแนกตามการ ได้รับทุนการศึกษาพบว่า ทั้งนักศึกษาที่ได้รับทุนและไม่ได้รับทุนมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์วรรณ รัตนธำรง พรรณ (2554: บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ของนักเรียน-นักศึกษาในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง พบว่านักเรียน-นักศึกษามีความคิดเห็น ต่อผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง นักเรียน-นักศึกษาที่มี ระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความบันเทิง ด้านการสื่อสาร และภาพรวมแตกต่างกัน รวมถึงสอดคล้องกับกายกานต์ เสนแก้ว ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรม การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร (2558: บทคัดย่อ) พบว่าพฤติกรรม การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X มีความสำคัญในระดับมาก และการศึกษาของชลธิชา จุ้ยนวม (2557: บทคัดย่อ) พบว่าผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับน้อย และ นักเรียนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านครอบครัว การเรียน สุขภาพและสังคมแตกต่างกันจะมีผลกระทบ จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ทั้งนี้แม้ว่านักศึกษาจะมีเพศต่างกัน แต่มีความเห็นที่ไม่ได้รับผลกระทบจากการใช้สื่อสังคม ออนไลน์มากนัก แต่ในขณะที่เดียวกันชั้นปีของนักศึกษาและประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ

นักศึกษากลับส่งผลให้ความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในด้านต่างๆมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง อาจเป็นเพราะมีความชำนาญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่เท่ากัน หรือการจัดสรรเวลาในการทำงานเป็นต้น แต่ในทางกลับกันจะเห็นได้ว่านักศึกษามีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี ไม่รู้สึกหงุดหงิดหากได้รับการห้ามปรามขณะใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงแม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์บางประเภทจะเปิดโอกาสให้นักศึกษาสามารถบอกเล่าความรู้สึกหรือเรื่องราวส่วนตัวได้ แต่นักศึกษายังมีการใช้งานในด้านนี้ค่อนข้างน้อย แสดงให้เห็นว่านักศึกษามีวิจารณญาณในการแสดงออกทางอารมณ์ได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มาเป็นแนวทางในการรองรับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วม
2. ควรมีการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้เกิดกิจกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เชิงสร้างสรรค์แก่เยาวชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- กนกรัตน์ สุขะวัฒน์. (2534). *ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อเกี่ยวกับโรคเอดส์กับความรู้ ทัศนคติ ในพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของหญิงโสเภณี กรณีศึกษาที่หน่วยควบคุมโรค อ. หาดใหญ่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กายกาญจน์ เสนแก้ว. (2560). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มี ผล ต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (การศึกษาเฉพาะ บุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ขวัญชนก กมลสุภจินดา (2557). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจนเอ เรชั่น: กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สและเจนเอเรชั่นวาย (การ ค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จันทนา จุฑารวัช. (2547). *แรงจูงใจของเด็กที่มีส่วนร่วมในการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2542). *ทัศนคติความเชื่อ และพฤติกรรม: การวัดทรัพยากรและการ เปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- ชลธิชา จุ้ยนามและนพพร จันทนาชู. (2558). *พฤติกรรมและผลจากการใช้เครือข่ายทางสังคม ออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในจังหวัดสุโขทัย . Veridian E-Journal, Slipakorn University (ฉบับภาษาไทยสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)*. 8 (3), 84-95.
- ชัยนาถ นาคบุปผา (2540). *จิตลักษณะกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ (รายงานผลการวิจัย)*. เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไชยรัตน์ บุตรพรหม. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมชัย อุฬารกุล. (2544). *อิทธิพลของดิสโก้เทคที่มีต่อเยาวชนวัยรุ่น: กรณีศึกษาวัยรุ่นใน สถานศึกษาเขตเทศบาลเมืองสกลนคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ณัฐจิตต์ บุราณทวีคุณ. (2558). *แกะรอยข้อปึงออนไลน์*. กรุงเทพมหานคร: Marketeer.

- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2530). การวัดและการวิจัยเจตคติที่เหมาะสมตามหลักวิชาการ. ในเอกสารประกอบการประชุมวิชาการพิเศษในวิชาสัมมนาสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ทิพย์วรรณ รัตนธำรงพรรณ, เลิศลักษณ์ กลิ่นหอมและไพฑูริย์ พิมพ์ดี. (2558). การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักเรียน-นักศึกษา วิทยาลัยเทคนิคจุฬารัตน์ (ลาดขวาง). วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม. 14 (2), 305-311.
- ไทยติดอันดับ 4 ใช้เวลาท่องโซเชี่ยลเน็ตเวิร์กมากสุดในโลก. (2555). สืบค้นจาก <http://men.kapook.com/view53456.html>.
- ธนิกันต์ มาฆะศิริานนท์. (2545). พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นนทรัฐ ไม้เจริญ. (2557). การศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) (การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต). สมุทรปราการ: มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- นภัสกร กรวยสวัสดิ์. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์. วารสารสารสนเทศศาสตร์, 28(3), 81-88.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2558). เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย. วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ. 8(2), 119-127.
- นิยลักษณ์ คนใจดี. (2553). การศึกษาความสามารถเขียนประโยคและแรงจูงใจในการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินจากการเรียนโดยใช้รูปแบบการเรียนการสอนตรงร่วมกับสื่อบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน (CAI) และแบบฝึก (ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2544). จิตวิทยาบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.
- พรทิพย์ รุ่งนุ่น. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับประถมศึกษา โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครปฐม เขต 2 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิชิต วรรณราช. (2549). การศึกษาทัศนคติของผู้นำชุมชนที่มีต่อบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบล ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติดอยหลวง. ขอนแก่น: สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 8 กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช.

- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาลอ. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: “กรณีเฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน”. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*. 5(4), 195-205.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ. (2552). *นวัตกรรมโทรคมนาคมและการสื่อสารเปลี่ยนวิถีโลก*. *วารสาร กทช.*, (8), 13-18.
- สรุปสถิติผู้ใช้ Social Media ในไทยจากงาน Thailand Zocial Awards 2016. (2559). สืบค้นจาก <https://www.it24hrs.com/2016/stat-social-media-thai-populations/>.
- สิตา โปธิพิพิธ. (2556). *การเปิดรับสื่อ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเฟสบุ๊กแฟนเพจธุรกิจรับปรึกษาและวางแผนจัดงานแต่งงานในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2537). *จิตวิทยาการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อธิภัทร สายานาค. (2543). *การศึกษาเจตคติต่อการจัดกิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะของครู ที่ใช้มือ การประเมินการปฏิบัติการสอน* (ปริญญาโทปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์. (2554). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ในมหาวิทยาลัยของรัฐ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อารี พันธุ์มณี. (2546). *จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ : ไยใหม่.
- เอมิกา เหมมินทร์. (2556). *พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Engelbreeht, Nick and Julia Lin. (2008). *Data quest insight : customer social network, A fact-based reality check*. Stamford, CT: Gartner Inc.

Hsu, M.H., Ju, T.L., Yen, C.H., & Chang, C.M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International Journal Human-Computer Studies*, 65(2), 153-169.

Orzack, H. M. (1998). Computer addiction: What is it? *Psychiatric Times*, 5(8), 2-3

Pingdom. *The most engaging social network site is ...* . Available from

<http://royal.pingdom.com/2010/01/12/and-the-most-engaging-social-network-is/>



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวสุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี
วันเดือนปีเกิด	24 กุมภาพันธ์ 2522
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2550 ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2544 ศศ.บ. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2544 บรรณารักษ์โครงการห้องสมุดเคลื่อนที่ คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2544-2553 บรรณารักษ์ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม พ.ศ. 2553-ปัจจุบัน อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผลงานทางวิชาการ

1. ผลงานวิจัย

- สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี. (2554). *การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ (E-learning) รายวิชาการใช้สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ บทที่ 4 เรื่องการสืบค้นสารสนเทศ*. มหาสารคาม: หลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- _____ (2558). *การใช้เว็บบล็อกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอนของรายวิชาห้องสมุดดิจิทัล*. มหาสารคาม: หลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- _____ (2559). *การใช้ทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการวิจัยของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. มหาสารคาม: หลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- _____ (2560). *รายงานการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี*

สารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม:
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. (ทุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).

2. บทความทางวิชาการ

สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี. (2560). การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนา
ทรัพยากรสารสนเทศ ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. *วารสารช่อพะยอม*, 28 (2), 248 - 254.

3. เอกสารประกอบการสอน

สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี. (2560). *การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ*. มหาสารคาม: สาขาวิชา
บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย หญิง

2. ระดับชั้นปี

ปี 1 ปี 2 ปี 3 ปี 4

3. คณะ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

คณะครุศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

คณะวิศวกรรมศาสตร์

คณะนิติศาสตร์

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

4. ประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

- ต่ำกว่า 2 ปี 2-5 ปี 5-10 ปี 10 ปีขึ้นไป

5. รายได้ของผู้ปกครอง

- ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน 15,001 – 25,000 บาท/เดือน
 25,001 – 35,000 บาท/เดือน 35,001 บาทขึ้นไป /เดือน

6. การได้รับทุนการศึกษา (กยศ./กรอ.)

- ได้รับทุน ไม่ได้รับทุน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

7. ท่านมีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างไร

- มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน วันละ 1 ครั้ง
 2-3 วันต่อครั้ง สัปดาห์ละครั้ง อื่นๆ (โปรดระบุ)

8. ท่านใช้ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้งอย่างไร

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง 1-2 ชั่วโมง
 2-3 ชั่วโมง 3 ชั่วโมงขึ้นไป

9. ส่วนใหญ่ท่านมักเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาใด

- ช่วงเช้า (05.00–11.00 น.) ช่วงกลางวัน (11.00–16.00 น.)
 ช่วงเย็น (16.00– 9.00 น.) ช่วงกลางคืน (19.00–24.00 น.)
 ช่วงหลังเที่ยงคืน (00.00–05.00 น.)

10. ท่านมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากสถานที่ใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> บ้าน/หอพัก | <input type="checkbox"/> ที่มหาวิทยาลัย |
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> สำนักวิทยบริการ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) |

11. ท่านมักเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากอุปกรณ์ใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน | <input type="checkbox"/> แท็บเล็ต |
| <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) | <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์พกพา (NoteBook) |

12. ท่านเข้าใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | | |
|------------------------------------|---|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> line | <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> MySpace | <input type="checkbox"/> Window Live Space |
| <input type="checkbox"/> Multiply | <input type="checkbox"/> LiveJournal | <input type="checkbox"/> YouTube | <input type="checkbox"/> Twitter |
| <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | | |

13. ท่านเข้าใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ใดมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- | | | | |
|------------------------------------|---|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> line | <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> MySpace | <input type="checkbox"/> Window Live Space |
| <input type="checkbox"/> Multiply | <input type="checkbox"/> Live Journal | <input type="checkbox"/> YouTube | <input type="checkbox"/> Twitter |
| <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | | |

14. ท่านได้ตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านหรือไม่ (เช่น พื้นหลัง หรืออิม)

- | | | |
|------------------------------------|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่ตกแต่ง | <input type="checkbox"/> ตกแต่งบ้างแต่ไม่มาก | <input type="checkbox"/> ชอบตกแต่งมาก |
|------------------------------------|--|---------------------------------------|

15. ท่านเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านบ่อยแค่ไหน

- | | | |
|--|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่เปลี่ยนเลย | <input type="checkbox"/> นาน ๆ ครั้ง | <input type="checkbox"/> เปลี่ยนบ่อย |
|--|--------------------------------------|--------------------------------------|

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

16. ท่านรู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างไร

- จากการแนะนำของเพื่อน / แฟน จากการแนะนำของ อาจารย์
- จากการแนะนำของ ผู้ปกครอง จากการแนะนำของญาติๆ
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

17. ท่านมีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อค้นหาหาข้อมูลประกอบการศึกษา เพื่อความบันเทิง
- เพื่อพูดคุยติดต่อสื่อสาร เพื่อทบทวนบทเรียน
- เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อซื้อขายสินค้าออนไลน์
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

18. ท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาในด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ด้านการศึกษา ด้านธุรกิจ
- ด้านความบันเทิง ด้านการสื่อสาร
- ด้านการเมือง ด้านสังคมทั่วไป

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- | | | |
|---|---------|---------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วย น้อย |
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วย น้อยที่สุด |

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการเรียน						
19	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเข้าเรียนสายหรือไม่เข้าเรียนเลย					
20	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ระหว่างเรียนทำให้ความสนใจในการเรียนมีน้อยลง					
21	เครือข่ายสังคมออนไลน์มีประโยชน์ต่อการค้นคว้าหาความรู้ประกอบการเรียน					
22	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง					
ด้านครอบครัว						
23	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีความใกล้ชิดกับครอบครัวมากขึ้น					
24	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีการสนทนาในครอบครัวน้อยลง					
25	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการสื่อสารกับญาติพี่น้องมากขึ้น					
26	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ค่าใช้จ่ายในครอบครัวสูงขึ้น					
ด้านอารมณ์						
27	ท่านจะรู้สึกหงุดหงิดเมื่อมีผู้รบกวนขณะที่ท่านกำลังใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์					
28	เมื่อรู้สึกดีใจหรือเศร้าใจท่านจะระบายความรู้สึกผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์					
29	ท่านรู้สึกหดหู่ ภาระวุ่นวาย หากไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์					
30	ท่านรู้สึกหงุดหงิดหากถูกจำกัดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์					
ด้านสังคม						
31	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านมีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพื่อนรอบตัว					
32	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านเห็นความสำคัญของเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพื่อนในชีวิตจริง					
33	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านจดจ่อกับการใช้งานตลอดเวลาจน					

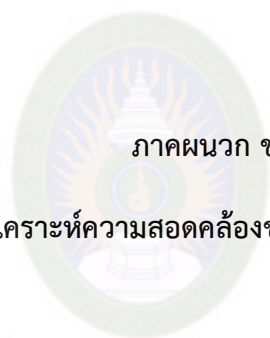
ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	ไม่ใส่สิ่งรอบตัว					
34	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านมีเพื่อนใหม่มากขึ้น					
35	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านกล้าแสดงความคิดเห็น					

----- ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ -----

นางสาวสุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี

อาจารย์ประจำสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของเครื่องมือการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวกที่ 1 ตารางผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของเครื่องมือการวิจัย

ข้อคำถามที่	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ			รวมค่า IOC	หมายเหตุ
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
ตอนที่ 1					
1	1	1	1	1	ใช้ได้
2	1	1	1	1	ใช้ได้
3	1	1	1	1	ใช้ได้
4	1	1	1	1	ใช้ได้
5	0	1	1	0.67	ใช้ได้
6	1	1	1	1	ใช้ได้
ตอนที่ 2					
7	1	1	1	1	ใช้ได้
8	1	1	1	1	ใช้ได้
9	1	1	1	1	ใช้ได้
10	1	1	0	0.67	ใช้ได้
11	1	1	1	1	ใช้ได้
12	1	1	1	1	ใช้ได้
13	1	1	1	1	ใช้ได้
14	1	1	1	1	ใช้ได้
15	1	1	1	1	ใช้ได้
ตอนที่ 3					
16	1	1	1	1	ใช้ได้
17	1	1	1	1	ใช้ได้
18	1	1	1	1	ใช้ได้
ตอนที่ 4					
19	1	1	1	1	ใช้ได้
20	1	1	1	1	ใช้ได้
21	1	1	1	1	ใช้ได้
22	1	1	1	1	ใช้ได้
23	1	1	1	1	ใช้ได้
24	1	1	1	1	ใช้ได้

ข้อความที่	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ			รวมค่า IOC	หมายเหตุ
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
25	1	1	1	1	ใช้ได้
26	1	1	1	1	ใช้ได้
27	1	1	1	1	ใช้ได้
28	1	1	1	1	ใช้ได้
29	1	1	1	1	ใช้ได้
30	0	1	1	0.67	ใช้ได้
31	1	1	1	1	ใช้ได้
32	1	1	1	1	ใช้ได้
33	1	0	1	0.67	ใช้ได้
34	1	1	1	1	ใช้ได้
35	1	1	1	1	ใช้ได้



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวกที่ 2 แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
3. เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2561

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบของเว็บไซต์หรือโปรแกรมประยุกต์ (Application Program) ที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์เสมือนที่โยงใยให้บุคคลที่มีเรื่องที่น่าสนใจเหมือนกันมาพูดคุยกันสามารถเชื่อมโยงระหว่างบุคคลอีกบุคคลหนึ่งได้ มักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่งข้อความ ส่งอีเมลล์ วิดีโอ เพลงอัปโหลดรูป บล็อก เช่น Facebook, Line, Twitter และ Instagram

พฤติกรรมการใช้ หมายถึง ลักษณะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์สถานที่ที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ช่องทางในการรู้จักกับสื่อสังคมออนไลน์ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเนื้อหาต่าง ๆ

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเรื่องเรื่อง **พฤติกรรมการใช้**
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อประเมิน
ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
มีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยหรือไม่ ซึ่ง
เครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราช
ภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม

ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย
ราชภัฏมหาสารคาม

โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรงดังนี้

+1 = คำถามมีความสอดคล้อง

0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความสอดคล้องหรือไม่

-1 = คำถามไม่มีความสอดคล้อง

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้อง
หรือถูกต้องเพียงใด

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		สอดคล้อง	ไม่ แน่ใจ	ไม่ สอดคล้อง	
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (คำถามมีลักษณะให้เลือกตอบข้อใดข้อหนึ่ง)					
1.	เพศ				
2.	ระดับชั้นปี				
3.	คณะ				
4.	ประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์				
5.	รายได้ของผู้ปกครอง				
6.	การได้รับทุนการศึกษา (กยศ./กรอ.)				
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (คำถามมีลักษณะให้เลือกตอบข้อใดข้อหนึ่ง/เพิ่มเติมได้ในบางข้อ)					
7.	ท่านมีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างไร				
8.	ท่านใช้ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้งอย่างไร				
9.	ส่วนใหญ่มักมักเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาใด				
10.	ท่านมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากสถานที่ใด				
11.	ท่านมักเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากอุปกรณ์ใด				
12.	ท่านเข้าใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
13.	ท่านเข้าใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ใดมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)				
14.	ท่านได้ตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านหรือไม่ (เช่น พื้นหลัง หรืออิม)				
15.	ท่านเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านบ่อยแค่ไหน				

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (คำถามมีลักษณะให้เลือกตอบข้อใดข้อหนึ่ง/เพิ่มเติมได้ในบางข้อ)					
16.	ท่านรู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างไร				
17.	ท่านมีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
18.	ท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (คำถามมีลักษณะให้ตอบเป็นค่าระดับ scale)					
ด้านการเรียน					
19.	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเข้าเรียนสายหรือไม่เข้าเรียนเลย				
20.	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ระหว่างเรียนทำให้ความสนใจในการเรียนมีน้อยลง				
21.	เครือข่ายสังคมออนไลน์มีประโยชน์ต่อการค้นคว้าหาความรู้ประกอบการเรียน				
22.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง				
ด้านครอบครัว					
23.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีความใกล้ชิดกับครอบครัวมากขึ้น				
24.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีการสนทนาในครอบครัวน้อยลง				
25.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการสื่อสารกับญาติพี่น้องมากขึ้น				
26.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีค่าใช้จ่ายในครอบครัวสูงขึ้น				
ด้านอารมณ์					
27.	ท่านจะรู้สึกหงุดหงิดเมื่อมีผู้รบกวนขณะที่ท่านกำลังใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์				

28.	เมื่อรู้สึกดีใจหรือเศร้าใจท่านจะระบาย ความรู้สึกผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์				
29.	ท่านรู้สึกหดหู่ ภาระวุ่นวาย หากไม่ได้ใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์				
30.	ท่านรู้สึกหงุดหงิดหากถูกจำกัดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์				
ด้านสังคม					
31.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านมี ความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนในเครือข่ายสังคม ออนไลน์มากกว่าเพื่อนรอบตัว				
32.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านเห็น ความสำคัญของเพื่อนในเครือข่ายสังคม ออนไลน์มากกว่าเพื่อนในชีวิตจริง				
33.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านจดจ่อกับ การใช้งานตลอดเวลาจนไม่ใส่ใจสิ่งรอบตัว				
34.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านมีเพื่อนใหม่ มากขึ้น				
35.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านกล้าแสดง ความคิดเห็น				

ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ หลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

โทร. ๓๑๒

ที่

วันที่ ๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริยานุวัฒน์ สมารถกุล

ข้าพเจ้านางสาวสุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี ตำแหน่งอาจารย์ สังกัดหลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย

ดังนั้นเพื่อเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องและความเหมาะสมของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและให้ความอนุเคราะห์

(นางสาวสุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี)

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ หลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

โทร. ๓๑๒

ที่

วันที่ ๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์นวรรตน์ เดชพิมล

ข้าพเจ้านางสาวสุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี ตำแหน่งอาจารย์ สังกัดหลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย

ดังนั้นเพื่อเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องและความเหมาะสมของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและให้ความอนุเคราะห์

(นางสาวสุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี)

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ หลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

โทร. ๓๑๒

ที่

วันที่ ๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ปริญญา ทองคำ

ข้าพเจ้านางสาวสุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี ตำแหน่งอาจารย์ สังกัดหลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย

ดังนั้นเพื่อเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องและความเหมาะสมของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและให้ความอนุเคราะห์

(นางสาวสุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี)

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย/(นิยามศัพท์เฉพาะ)	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	6
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมติดการใช้งาน.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	21
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	25
แนวคิดพฤติกรรมวัยรุ่นและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรม.....	30
บริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
กรอบแนวคิดการวิจัย	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	42
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล	44

	เครื่องมือในการวิจัย	45
	การสร้างเครื่องมือการวิจัย	45
	การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย	46
	การวิเคราะห์ข้อมูล	46
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4	ผลการวิจัย	48
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	48
	ลำดับขั้นตอนนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	69
	สรุปผลการวิจัย	70
	อภิปรายผล	70
	ข้อเสนอแนะ.....	73
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	79
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย	80
	ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของเครื่องมือ	87
	ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ การวิจัย.....	95
ประวัติผู้วิจัย	99

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	49
4.2 ระดับชั้นปีของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	49
4.3 คณะที่ศึกษา.....	50
4.4 ประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	51
4.5 รายได้ของผู้ปกครอง.....	51
4.6 การได้รับทุนการศึกษา.....	52
4.7 ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	52
4.8 ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง.....	53
4.9 ช่วงเวลาในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	54
4.10 สถานที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	54
4.11 อุปกรณ์ในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	55
4.12 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษานิยมใช้บริการ.....	55
4.13 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้บริการมากที่สุด.....	56
4.14 การตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา.....	57
4.15 การเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา.....	57
4.16 การรู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา.....	58
4.17 วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา.....	58
4.18 เนื้อหาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ.....	59
4.19 ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคามในภาพรวม.....	59
4.20 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ.....	63
4.21 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี.....	63
4.22 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามคณะที่ศึกษา....	64
4.23 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามรายได้ของ ผู้ปกครอง.....	65
4.24 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตาม ประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25 เปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามการ ได้รับทุนการศึกษา.....	67



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ไอคอนเว็บไซต์ Blog บล็อก	9
2.2 ไอคอนเว็บไซต์ Facebook และ twitter.....	9
2.3 ไอคอนเว็บไซต์ Multiplly, YouTobe, MySpace, Flickr และ Slideshare.....	10
2.4 ไอคอนเว็บไซต์ Wikipedia Google Map, และ Google earth.....	11
2.5 ไอคอนเว็บไซต์ Skype	12



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



รายงานการวิจัย
เรื่อง

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Social Network Usage Behaviors of
Rajabhat Maha Sarakham University's Students

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY
สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2561)



รายงานการวิจัย
เรื่อง

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Social Network Usage Behaviors of
Rajabhat Maha Sarakham University's Students

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY
สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2561)