บทความวิจัยฉบับสมบูรณ์
การนำเสนอผลงานวิจัยแบบบรรยายและโปสเตอร์

ราชภัฏวิชาการเพื่อท้องถิ่น ครั้งที่ ๕

“ราชภัฏเชียงใหม่ เทิดไท้ ๘๔ พรรษา มหาราชัน”

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บทความวิจัยฉบับสมบูรณ์การนำเสนอผลงานวิจัยแบบบรรยายและโปสเตอร์
ราชภัฏวิชาการเพื่อท้องถิ่น ครั้งที่ ๕
"ราชภัฏเชียงใหม่ เทิดไท้ ๘๔ พรรษา มหาราชัน"

ISBN 978-616-7669-00-7

จัดทำโดย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อาคารราชภัฏเฉลิมพระเกียรติ ชั้น 14 เลขที่ 202 ถนนโชตนา ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300
โทรศัพท์/โทรสาร 053-885950

ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรืองเดช วงศ์หล้า	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
	รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณวดี ม้าลำพอง	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำสถาบันวิจัยและพัฒนา
	รองศาสตราจารย์ ดร.อาวรณ์ โอภาสพัฒนกิจ	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำสถาบันวิจัยและพัฒนา
	รองศาสตราจารย์ นพ.สิทธิพร บุณยนิตย์	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำสถาบันวิจัยและพัฒนา
บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนตรี ศิริจันทร์ชื่น	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
ผู้ช่วยบรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิไลลักษณ์ กิติบุตร	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
	อาจารย์ ดร.จิติมา กตัญญู	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
หัวหน้ากองบรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นครินทร์ พริบไหว	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
กองบรรณาธิการ	นางสาวศิริพร ริพล	หัวหน้าสำนักงานสถาบันวิจัยและพัฒนา
	นางสาวกรรณิกา ชาชง	นักวิชาการเงินและบัญชี
	นางพิมพรรณ สูญโญ	นักวิชาการพัสดุ
	นางสาวณัฐธยาน์ สมาเกตุ	นักวิจัย
	นางสาวกรทอง ลีสุวรรณ์	นักวิจัย
	นางสาวหทัยพร วังพฤกษ์	ผู้ช่วยนักวิจัย
	นางสาวจามจุรี แสงบุญเรือง	ผู้ช่วยนักวิจัย
	นายปรัชญา ไชยวงค์	นักวิชาการคอมพิวเตอร์
	นายวชิราวุธ สุวรรณคำ	เจ้าหน้าที่ธุรการ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความราชภัฏวิชาการเพื่อท้องถิ่น ครั้งที่ ๕ "ราชภัฏเชียงใหม่ เทิดไท้ ๘๔ พรรษา มหาราชัน"

ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ รัตนาปนนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.อาวรณ์ โอภาสพัฒนกิจ
รองศาสตราจารย์ สนิท สัตโยภาส
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นครินทร์ พริบไหว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานพ ชุ่มอุ่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มนตรี ศิริจันทร์ชื่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กมลทิพย์ คำใจ
อาจารย์ ดร.กรรณิการ์ เจิมเทียนชัย
อาจารย์ ดร.สินธุ์ สโรบล
รองศาสตราจรย์ ดร.ประพันธ์ ธรรมไชย
รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณวดี ม้าลำพอง
รองศาสตราจารย์ ดร.อมรา ทีปะปาล
รองศาสตราจารย์ อัญชลี โสมดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เดชวิทย์ นิลวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณรงค์ สุขประเสริฐ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เรณู อรรถาเมศร์
อาจารย์ ดร.ศุภกฤษ เมธีโภคพงษ์
อาจารย์พิมลแข สุวรรณกนิษฐ์

ข้อความหรือข้อคิดเห็นในเอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติฉบับนี้เป็นของผู้เขียน
มิใช่ความรับผิดชอบของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการเข้าถึงสังคมออนไลน์ (Social Network) ของนักศึกษา สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ดลชนก นะเสือ ปรียา นิติวรเวช ธิดาทิพย์ ปานโรจน์ และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการเข้าถึงสังคมออนไลน์ (Social Network) ของนักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติของนักศึกษาที่ส่งผลต่อการเข้าถึงสังคมออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ค่าสถิติเชิงพรรณาที่ใช้ มี ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติเชิงอนุมานที่ใช้มีการวิเคราะห์ร่วมด้วย การทดสอบ 2 กลุ่มอิสระจากกัน (Independent T-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร (Chi-Square) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

ผลการวิจัย พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.00 และมีรายจ่ายเฉลี่ย 3,001-5,000 บาท ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ต่อวัน ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. และเล่นเป็นประจำทุกวัน เพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ ข้อความที่โพสต์ส่วนใหญ่มาจากความรู้สึกส่วนตัว โดยใช้สังคมออนไลน์ประเภทเผยแพร่ตนเอง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเข้าถึงสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง และมีการเปิดเผยข้อมูลแท้จริงเรื่องเพศมากที่สุด

ปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ในด้านความเชื่อมั่น และด้านการปฏิบัติมีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมงในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ แต่ในด้านความรู้ความเข้าใจไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมง ที่สำคัญปัจจัยทางด้านความรู้ความเข้าใจ, ความเชื่อมั่น และด้านการปฏิบัติ (ประสบการณ์) ทั้ง 3 ด้านยังมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงหลังเข้าถึงสังคมออนไลน์

คำสำคัญ : ปัจจัยด้านทัศนคติ, สังคมออนไลน์, การเข้าถึงสังคมออนไลน์

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีถูกพัฒนาไปอย่างมาก ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องง่ายยิ่งขึ้น เนื่องจากบริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตมีมากมายและหลากหลาย อินเทอร์เน็ตจึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของคนรุ่นใหม่มากขึ้น โดยแนวโน้มล่าสุดของการใช้อินเทอร์เน็ตคือการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ และสร้างสังคมออนไลน์ (Social Network) ซึ่งพบว่าปัจจุบันเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าวกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็น facebook, twitter, hi5 และ google plus หรืออาจกล่าวได้ว่าสังคมออนไลน์ เป็นส่วนหนึ่งในกิจวัติประจำวันของคนส่วนใหญ่กว่า 30% ของประชากรทั่วโลก ข้อดีของสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น สังคมออนไลน์เป็นสังคมขนาดใหญ่ ทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องง่ายจึงทำให้รับส่งไฟล์ เช่น รายงานหรือเอกสารต่าง ๆ สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น สามารถค้นหาบุคคลได้ง่ายจากอีเมลล์ ช่วยในการแนะนำสินค้าหรือบริการต่าง ๆ และทำให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนจำนวนมากภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว สามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีต้นทุนต่ำและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการรวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์ เช่น กลุ่มจิตอาสารวมตัวกันไปช่วยเหลือผู้ที่ประสบภัยน้ำท่วม ซึ่งนอกจากจะได้ช่วยผู้ประสบภัยแล้ว ยังได้เพื่อนใหม่จากการทำกิจกรรมอีกด้วย แต่ในทางกลับกันสังคมออนไลน์อาจทำให้เกิดปัญหาหรือผลเสียที่ตามมาได้เช่นกัน เพราะข้อมูลทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่สามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วนั้น อาจมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้คนให้คล้อยตามได้ ถ้าหากไม่เป็นความจริง อาจทำให้เกิดความเสียหายและเสื่อมเสียชื่อเสียงต่อบุคคลหรือธุรกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพร มโนไพศาล (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและอิทธิพลของการโฆษณาใน Facebook กรณีศึกษา นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการเล่น Facebook ต่อวันเฉลี่ยประมาณ 31-60 นาที ส่วนใหญ่จะเปิดเผย เพศ วันเกิด และสถานะภาพ โดยเพื่อนในสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เฉลี่ยประมาณ 100-500 คน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเล่น Facebook มาก เนื่องจากได้รับประโยชน์จากการใช้ Facebook

ณภัทร วัฒนาบุญศิริ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เพื่อความบันเทิง และใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ 20.01-24.00 น.

แนวทางการวิจัย จุดประสงค์

ผู้วิจัยต้องการทราบถึงปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์(Social Network) ของนักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อศึกษาข้อมูลและทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงหลังจากเข้าถึงสังคมออนไลน์ และจัดลำดับเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษานิยมมากที่สุด จำนวน 5 ลำดับ รวมถึงผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วิธีดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ของนักศึกษาการจัดการธุรกิจทั่วไป
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ของนักศึกษาการจัดการธุรกิจทั่วไป
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติของนักศึกษาการจัดการธุรกิจทั่วไป ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์

ขอบเขตด้านประชากร

นักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ชั้นปีที่ 1 - 4 จำนวน 478 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ (Social Network) ของนักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2554

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากจำนวนประชากร โดยใช้สูตร Taro Yamane (Taro Yamane 1973: 1088) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 217.77 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงปรับขนาดตัวอย่างให้เป็นจำนวน 300 คน

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการกำหนดสัดส่วนโควตาในประชากรและเลือกตัวอย่างจากประชากรตามสัดส่วนที่ได้มีการกำหนดไว้เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลตรงตามเนื้อหาที่ผู้วิจัยศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามซึ่งพัฒนาจากงานวิจัยของศิริพร มโนไพศาล (2553) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนและที่อยู่อาศัยปัจจุบัน เป็นแบบตรวจรายการ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปฯ ลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 19 ข้อ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ (Social Network) ได้แก่ จำนวนชั่วโมง ช่วงเวลาเฉลี่ยและความถี่ในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ ผู้มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงสังคมออนไลน์ ประเภทของสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงมากที่สุด และข้อมูลที่มักเปิดเผยเมื่อเข้าถึงสังคมออนไลน์ เป็นแบบสอบถามลักษณะตัวเลือกที่กำหนดให้ เป็นแบบตรวจรายการ (Check list) จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงหลังการเข้าถึงสังคมออนไลน์ (Social Network) ของนักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 จัดลำดับสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความถี่ในการเข้าถึงมากที่สุด เป็นแบบสอบถามลักษณะเรียงลำดับ 5 ลำดับ

ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยแจกแบบสอบถามแก่นักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีจากตำรา บทความ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล (Checking) แล้วทำการลงรหัส (Coding) ตามที่ได้กำหนดไว้ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณา (Descriptive Statistics)

เป็นการแสดงค่าสถิติค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ พฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงหลังการเข้าถึงสังคมออนไลน์

2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการทดสอบสมมติฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การทดสอบ 2 กลุ่ม อิสระจากกัน (Independent T-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร (Chi-Square) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation Coefficience)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 77.3 และร้อยละ 22.7 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27 เกรดเฉลี่ยสะสมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ระหว่าง 2.51-3.00 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ อยู่ระหว่าง 3.01-3.50 คิดเป็นร้อยละ 34 รายจ่ายเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ระหว่าง 3,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ ระหว่าง 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.7 และที่อยู่อาศัยของนักศึกษา พบว่า อยู่หอพักของมหาวิทยาลัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ79.7

2. กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านความรู้ ความเข้าใจโดยเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.21 รองลงมาคือ ด้านการปฏิบัติ (ประสบการณ์) จัดอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก และด้านความเชื่อมั่น จัดอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก เท่ากับ 3.53 และ เท่ากับ 3.5 ตามลำดับ สามารถจำแนกตามปัจจัยทัศนคติด้านต่าง ๆ 3 ด้าน ได้แก่

- ด้านความรู้และความเข้าใจ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อเรื่องสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนสังคมไร้พรมแดนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 จัดอยู่ในระดับที่มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
- ด้านความเชื่อมั่น กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่เชื่อว่า สังคมออนไลน์สามารถทำให้ติดตามกระแสในสังคมได้ตลอดเวลามากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 จัดอยู่ในระดับที่มีความคิดเห็นด้วยมาก
- ด้านการปฏิบัติ(ประสบการณ์) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการใช้สังคมออนไลน์เพื่อการติดต่อสื่อสารและนัดหมายมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 จัดอยู่ในระดับที่มีความคิดเห็นด้วยมาก

3. พฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 25.7 โดยเวลาเฉลี่ยในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ที่มากที่สุด คือ 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 62.7 และเล่น

เป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 58.7 ซึ่งมีเพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิต่อการเข้าถึงสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 90.7 ข้อความที่กลุ่มตัวอย่างโพสต์มาจากความรู้สึกส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 41.3 สังคมออนไลน์ประเภทที่กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงมากที่สุด คือ เผยแพร่ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 78 โดยวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีการเปิดเผยข้อมูลแท้จริงเรื่องเพศ คิดเป็นร้อยละ 23.3

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนชั่วโมงในการเข้าถึงสังคมออนไลน์สามารถสรุปได้ดังนี้

สมมติฐาน	ตรงตามสมมติฐาน	ไม่ตรงตามสมมติฐาน
ด้านความรู้และความเข้าใจ		✓
ด้านความเชื่อมั่น	✓	
ด้านการปฏิบัติ(ประสบการณ์)	✓	

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ที่แตกต่าง สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 เพศที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านผู้มีอิทธิพลและด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าถึงมีความแตกต่างกัน ในขณะที่เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านจำนวนชั่วโมง ช่วงเวลาเฉลี่ย ความถี่ในการเข้าถึงต่อสัปดาห์ แหล่งของข้อความที่โพสต์และด้านประเภทของสังคมออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน

2.2 ชั้นปีที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ในเรื่องของผู้มีอิทธิพลในการเข้าถึง ประเภทของสังคมออนไลน์และวัตถุประสงค์ในการเข้าถึงแตกต่างกัน ในขณะที่ชั้นปีที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ในเรื่องจำนวนชั่วโมง ช่วงเวลาเฉลี่ยในการเข้าถึง ความถี่ในการเข้าถึงต่อสัปดาห์ และแหล่งที่มาของข้อความที่โพสต์ ไม่แตกต่างกัน

2.3 เกรดเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ในเรื่องวัตถุประสงค์และจำนวนชั่วโมงในการเข้าถึงสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ในขณะที่เกรดเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ในเรื่องของช่วงเวลาเฉลี่ยในการเข้าถึง ความถี่ในการเข้าถึงต่อสัปดาห์ ผู้ที่มีอิทธิพล แหล่งที่มาของข้อความที่โพสต์และประเภทของสังคมออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ ผลการวิเคราะห์ปรากฏ ดังนี้

สมมติฐาน	ตรงตามสมมติฐาน	ไม่ตรงตามสมมติฐาน
เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมงในการเข้าถึงสังคมออนไลน์		✓
ชั้นปีมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเข้าถึงสังคมออนไลน์		✓
เกรดเฉลี่ยสะสมมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเข้าถึงสังคมออนไลน์	✓	

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการเข้าถึงสังคมออนไลน์ ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

สมมติฐาน	ตรงตามสมมติฐาน	ไม่ตรงตามสมมติฐาน
ด้านความรู้ และความเข้าใจ	✓	
ด้านความเชื่อมั่น	✓	
ด้านการปฏิบัติ (ประสบการณ์)	✓	

ถ้าพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) พบว่า ทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านการปฏิบัติ (ประสบการณ์) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงหลังเข้าถึงสังคมออนไลน์มากที่สุด เนื่องจากค่า r ของตัวแปรทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านการปฏิบัติ (ประสบการณ์) มีค่าเข้าใกล้ 1 มากที่สุด (0.583) รองลงมาคือ ตัวแปรทัศนคติต่อพฤติกรรม

การเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านความเชื่อมั่น (0.499) และตัวแปรทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านความรู้ ความเข้าใจ (0.270) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนที่ 4 การจัดลำดับการเข้าถึงสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

อันดับ	ชื่อสังคมออนไลน์	ประเภทสังคมออนไลน์
1	Facebook	เผยแพร่ตัวตน
2	Youtube	เผยแพร่ผลงาน
3	MSN	โปรแกรมสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ต
4	Google+	เผยแพร่ตัวตน
5	Twitter	เผยแพร่ตัวตน

การนำไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการสามารถใช้ผลการศึกษา ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดด้วยเครื่องมือสังคมออนไลน์ เช่น ประเภทความสนใจ ช่วงเวลา ลักษณะการเข้าถึงสื่อของแต่ละกลุ่ม

2. หน่วยงานภาครัฐสามารถใช้ผลการศึกษา เพื่อทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างและใช้เครื่องมือสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์เพื่อการศึกษา (Educational Community)

อภิปรายผลและสรุปผล

จากผลการวิจัย ปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ พบว่า ทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านความเชื่อมั่น และด้านการปฏิบัติ(ประสบการณ์) มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนชั่วโมงในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ ในขณะที่ทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านความรู้ ความเข้าใจไม่มีความสัมพันธ์กันกับจำนวนชั่วโมงในการเข้าถึงสังคมออนไลน์

ทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านความเชื่อมั่นและด้านการปฏิบัติ(ประสบการณ์) ทั้ง 3 ด้าน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงหลังเข้าถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บลูม (Bloom, 1975 : 65-197, อ้างถึงในวอนชนก ไชยสุนทร 2546 : 54) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมว่าเป็นกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ อาจเป็นสิ่งที่สังเกตได้หรือไม่ได้ และพฤติกรรมดังกล่าวนี้ ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) พฤติกรรมด้านความรู้ ความเข้าใจ 2) พฤติกรรมด้านเจตคติ 3) ด้านพฤติกรรมการปฏิบัติ (ประสบการณ์) ซึ่งรวมทั้งพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตได้ เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่บุคคลปฏิบัติมา โดยมีพฤติกรรมด้านความรู้ และพฤติกรรมด้านเจตคติ เป็นตัวช่วยให้เกิดพฤติกรรมด้านการปฏิบัติ สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ทัศนคติต่อพฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ด้านการปฏิบัติ (ประสบการณ์) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงหลังเข้าถึงสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือทัศนคติด้านความเชื่อมั่นและด้านความรู้ ความเข้าใจ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเข้าถึงสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ส่วนใหญ่ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงในการเข้าถึงสังคมออนไลน์ต่อวัน ช่วงเวลา 20.01-24.00 น. โดยเล่นเป็นประจำทุกวัน ดังนั้น คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากร ควรมีการกำหนดนโยบายในการใช้ข้อมูลผลการศึกษาเรื่องการเข้าถึงสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยใช้ประโยชน์จากการเข้าถึงสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพด้านการใช้สื่อในการเรียนการสอน ตลอดจนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของคณะวิทยาการจัดการ

บรรณานุกรม

ณภัทร วัฒนาบุญศิริ. 2551. **"พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี."** เอกสารประกอบรายวิชาสัมนาปัญหาธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.72 หน้า

วอนชนก ไชยสุนทร. 2546. **ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี ในสาขาด้านคอมพิวเตอร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.**วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.71 หน้า

ศิริพร มโนไพศาล. 2553. **"ทัศนคติ และอิทธิพลของการโฆษณาใน Facebook กรณีศึกษา นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาศิลปากร".** เอกสารประกอบรายวิชาสัมมนาปัญหาธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. 62 หน้า

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จากความกรุณาและความช่วยเหลือจากอาจารย์ธิดาทิพย์ ปานโรจน์ และ อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ทำงานวิจัยฉบับนี้ และขอขอบคุณเพื่อน ๆ และน้อง ๆ ที่ช่วยตอบแบบสอบถามจนสามารถทำงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาที่คอยเป็นกำลังใจให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้