

เจตคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากร
คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

Attitude, Satisfaction and Utilization of Social Media among Students and Staff at the Faculty
of Environment and Resources Studies, Mahidol University

คันธรส ชานาญกิจ^{1*} และ จาริณี อิวชานนา¹

Kuntarod Chumnangid^{1*} and Jarinee Iochawna¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยเจตคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเจตคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างทำด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ T-test ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95%

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีเจตคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ในเชิงบวกและลบเท่า ๆ กัน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับความทันสมัย สะดวกรวดเร็วของข้อมูล การได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างรู้สึกไม่แน่ใจในความปลอดภัยในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ มีความกังวลในการแลกเปลี่ยนกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และไม่แน่ใจว่าเวลาที่ใช้ไปกับสื่อสังคมออนไลน์สูญเสียไปอย่างไรประโยชน์หรือไม่ ด้านความพึงพอใจพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการได้พูดคุยสนทนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือพอใจในความรวดเร็วและใช้งานง่ายตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องของการนำเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการใช้ประโยชน์ ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์ในด้านวิชาการเช่นค้นหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือใช้ประโยชน์ในเรื่องของการสื่อสารกับบุคคลที่ต้องการ และมีการใช้งานด้านการพักผ่อนหย่อนใจด้วยการเล่นเกมส่น้อยที่สุด

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาและกลุ่มเจ้าหน้าที่มีค่าเฉลี่ยของเจตคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน

คำสำคัญ: เจตคติ/ ความพึงพอใจ/ การใช้ประโยชน์/ สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

The research objective of this research was to study the attitude, satisfaction toward, and utilization of social media among students and staff at the Faculty of Environment and Resources Studies, Mahidol University. The 240 students and staff participants were selected by the Multi-Stage Sampling method. Questionnaires were used as the gather data tool in this survey. Statistical tools which were used for this research included Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, and Two Independent Samples T-Test. The results show that most of the participants, who are predominantly females with a bachelor's degree, have both positive and negative attitudes towards social media. Most of them give an importance to its ability to help them stay updated, its easy access to beneficial information. On the other hand, some participants have

¹ งานสารสนเทศ คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

¹ Computer and Information Service, Faculty of Environment and Resource Studies, Mahidol University

* Corresponding author: kuntarod.chu@mahidol.ac.th

concerns about their security while using the social media. Some of the participants are also worried about the value of spending time spending with social media. In terms of satisfaction, the participants are most satisfied with the chat feature of social media, followed by its speed and ease of use, respectively. The participants are least satisfied with information reliability. Regarding utilization, the participants realize that the social media is most beneficial as a medium in communicating with others. Then it can be used as a learning aid when some academic information is required. On the other hand, the participants agree that they use social media for entertainment, such as games playing, the least. A testing of the hypothesis shows that the average attitudes, satisfaction and utilization of the sample group of students regarding social media were differently at the significant level of 0.05.

Keywords: Attitude/ Satisfaction/ Utilization/ Social Media

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบันเรียกได้ว่าเป็นยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) เทคโนโลยีได้ก้าวเข้ามามีบทบาทมากขึ้นทั้งในชีวิตส่วนตัวและในชีวิตการทำงาน โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศบนระบบเครือข่าย มีการให้บริการข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ มากมาย อันเนื่องมาจากความก้าวหน้าในการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านอุปกรณ์เข้าถึงมีราคาถูกลง โปรแกรมที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูลในเครือข่ายก็ได้รับการพัฒนาให้ใช้งานง่ายขึ้น เกิดโปรแกรมใหม่ๆ สำหรับเข้าถึงข้อมูลขึ้นมาเป็นจำนวนมาก มีการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนบทบาทจากการผู้รับที่เข้าเครือข่ายสารสนเทศเพื่อรับข้อมูลอย่างเดียวเป็นผู้ที่เข้าไปแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านต่างๆ กับผู้อื่น บางบทบาทก็กลายเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลเสียเอง มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้เครือข่ายเดียวกันมากขึ้น เกิดชุมชนของการแลกเปลี่ยนข้อมูลขึ้นมาบนระบบเครือข่าย เป็นสังคมเสมือนจริงโยงใยกันหรือที่ปัจจุบันเรียกกันว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีโครงสร้างสังคมประกอบด้วยบุคคลหรือองค์กรต่างๆ เชื่อมต่อกันและกัน มีการแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันข้อมูลร่วมกันผ่านสิ่งที่เรียกว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อดิจิทัลหรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของระบบเว็บหรือเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม ที่มีผู้สื่อสารจัดทำขึ้น โดยที่ผู้เขียนจัดทำขึ้นเองหรือพบเจอสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องราวต่างๆ เหตุการณ์ บทความ ประสบการณ์ รูปภาพ วิดีโอและเพลง แล้วนำมาแบ่งปันเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร ประสบการณ์และพูดคุย

ให้ผู้ใช้ในออนไลน์ในเครือข่ายของตนได้รับรู้ ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง กับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพรวมถึงการใช้ประโยชน์ร่วมกัน [1] ตัวอย่างของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน เช่น Facebook, twitter, Google+, Instagram, Line เป็นต้น

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ในฐานะสถาบันการศึกษาด้านการเรียนการสอน การวิจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้นำเอาสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้กับงานของคณะหลากหลายด้าน ทั้งในดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สื่อสารระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา และการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในองค์กรเอง เพื่อเป็นส่วนเสริมรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบเดิม อาทิ โปสเตอร์ แผ่นพับ และเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ลง จากรายงานการประเมินตนเองตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ ปี พ.ศ. 2556 ได้กล่าวถึงการนำเอาสื่อสังคมออนไลน์มาใช้งานในคณะไว้ในหมวด 3 การมุ่งเน้นลูกค้า และในหมวด 4 การจัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้[2] โดยกล่าวว่าชื่นชมว่าเป็นหนึ่งในจุดแข็งของคณะ แต่อย่างไรก็ตามคณะกรรมการได้เสนอแนะว่าที่ผ่านมามีการดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคณะยังไม่มีมีการจัดระบบกำกับแนวทางอย่างชัดเจนและยังขาดการประเมินผลการทำงานในด้านนี้ ด้วยความหลากหลายของสื่อสังคมทำให้เกิดปัญหาในการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของคณะ ผู้ดูแลไม่มั่นใจว่าจะควรจะนำเสนอข้อมูลไปในลักษณะใดจึงจะเหมาะสมและเกิดประโยชน์ ดังนั้นการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ โดยไม่เข้าใจอย่างถ่องแท้ ไม่มีการจัดระบบ

และแนวทางในการนำไปใช้อย่างชัดเจน อาจจะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์เท่าที่ควร หรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ขององค์กรได้

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยในฐานะผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จึงเห็นความสำคัญของการศึกษา เจตคติความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล อันเป็นลูกค้าหลักในการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำผลมาใช้ในการวางแผนเพื่อหาแนวทางการให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์อีกทั้งเป็นการเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารงานของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร มหาวิทยาลัยมหิดล ให้สอดคล้องกับนโยบายในการพัฒนาตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์และวิธีการ

งานวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบการวิจัยเชิง

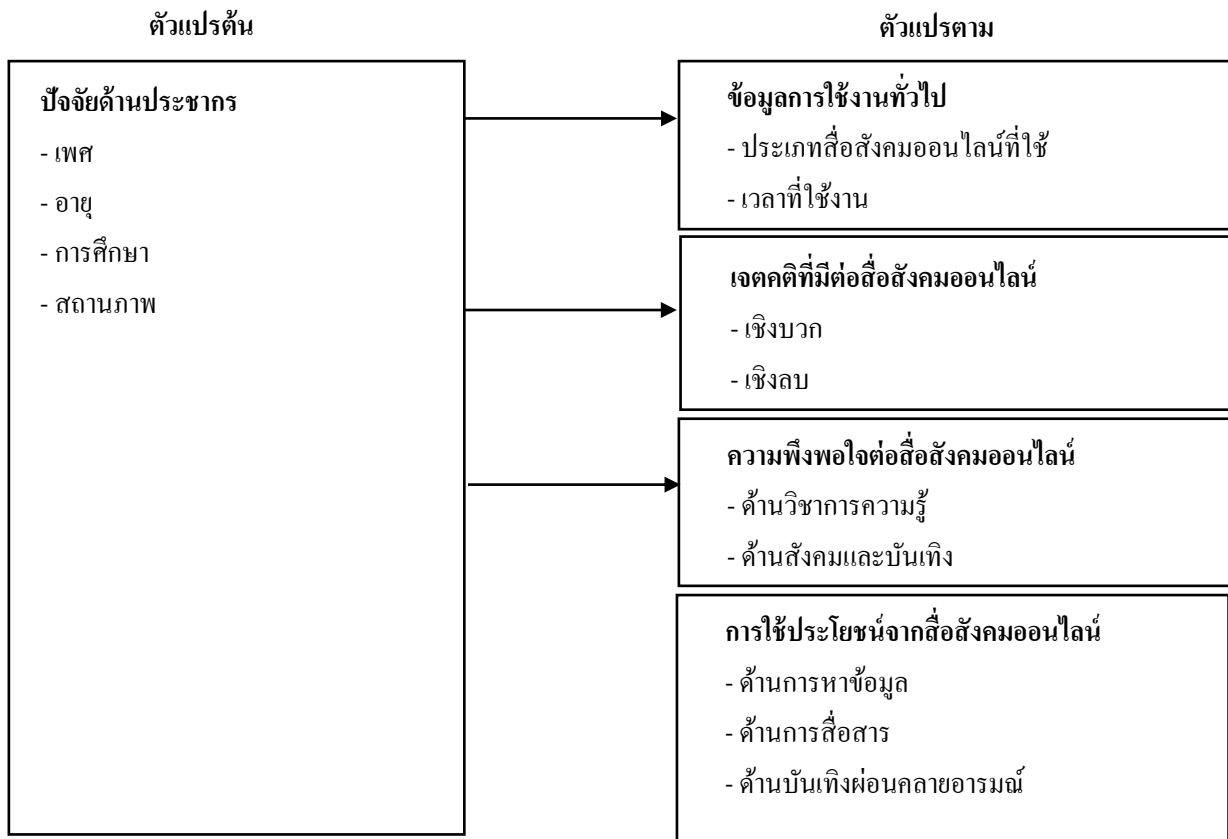
สำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-Shot Study) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

2.1 ขั้นตอนการดำเนินการในการวิจัย ได้ดำเนินการตามลำดับขั้นดังนี้

1. กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา
2. กำหนดประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง
3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. เก็บรวบรวมข้อมูล
5. สรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเจตคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้งานเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ของคณะและเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปในอนาคตโดยใช้ตัวแปรดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.3 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้คือนักศึกษาทุกชั้นปี ทั้งในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก และบุคลากรคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่เคยใช้สื่อสังคมออนไลน์มาก่อน ซึ่งจำนวนนักศึกษาและบุคลากรของคณะมีจำนวนทั้งสิ้น 644 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาทั้งสิ้น 503 คน และกลุ่มบุคลากร 141 คน คาดว่าเป็นผู้ที่เคยใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่ต่ำกว่า 600 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยตารางของเครซีและมอร์แกน [3] ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 234 ตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่างทำด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้ ชั้นที่ 1 ใช้วิธีการการเลือกแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มนักศึกษา กับ กลุ่มบุคลากร ชั้นที่ 2 ใช้วิธีการกำหนดจำนวนตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportion to Size) จากจำนวนนักศึกษาและบุคลากร อัตราส่วนนักศึกษาต่อบุคลากรคิดเป็น 3:1 โดยประมาณ เมื่อกำหนดโดยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 234 ตัวอย่างจะได้สัดส่วนกลุ่มนักศึกษา 175 ตัวอย่าง เจ้าหน้าที่ 59 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จึงได้ทำการสำรองแบบสอบถามเพิ่มกลุ่มละ 3 ตัวอย่าง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 178 ตัวอย่าง กลุ่มเจ้าหน้าที่จำนวน 62 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 240 ตัวอย่าง ชั้นที่ 3 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อมาตอบแบบสอบถามแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.4.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามสร้างขึ้นโดยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามที่ร่างได้ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) พร้อมทั้งขอคำแนะนำปรับปรุงข้อคำถาม ทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำ ทำการวัดค่า IOC ของแบบสอบถามได้ค่าเท่ากับ 0.87 แสดงถึงข้อคำถามมี

ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 และบุคลากรคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน 40 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) [4] ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.893 ซึ่งอยู่ในระดับสูง แล้วจึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

2.4.2 ลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยมีทั้งสิ้น 6 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษา เป็นคำถามแบบปลายปิดแบบให้เลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่ง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อออนไลน์ที่ใช้งาน และเวลาในการใช้งาน เป็นคำถามปลายปิดแบบผสมคือ เป็นแบบสอบถามชนิดให้เลือกตอบได้หลายคำตอบร่วมกับเติมคำสั้น ๆ ลงในช่องว่าง

ในส่วนที่ 3, 4 และ 5 แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน 5 ระดับ ตามรูปแบบ Likert scale โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ มากที่สุด	5	คะแนน
ระดับ มาก	4	คะแนน
ระดับ ปานกลาง	3	คะแนน
ระดับ น้อย	2	คะแนน
ระดับ น้อยที่สุด	1	คะแนน

มีรายละเอียดแบบสอบถามในแต่ละส่วนดังนี้ ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ แบบสอบถามส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แบบสอบถามส่วนที่ 5 สอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เป็นคำถามแบบปลายปิด

ส่วนที่ 6 เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนข้อเสนอแนะ

2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน โดยผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามให้โดยตรงกับนักศึกษาและบุคลากรคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ที่เดินผ่านบริเวณใต้ถุนอาคาร 1 และบริเวณชั้น 1 อาคารสิ่งแวดล้อมพัฒนาตล คณะ

สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ แบบสอบถามที่ทำเสร็จแล้วสามารถนำมาคืนที่ผู้วิจัยได้โดย หรือ ingsan เทศ หรือ นำไปหย่อนที่กล่องรับแบบสอบถาม บริเวณชั้น 1 อาคาร 1 คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ ใช้เวลาแจกและรวบรวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 3 สัปดาห์

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยนำข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาบันทึกลงคอมพิวเตอร์ แล้วทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แปลความหมายค่าเฉลี่ยของการใช้หลักการแบ่งช่วงแบบอันตรภาคชั้น (Class Interval) จากสูตร พิสัย = (ค่าสูงสุด-ค่าต่ำสุด) / จำนวนช่วงหรือระดับที่ต้องการแปลผล [5] ได้ช่วงชั้นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึงระดับมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึงระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึงระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.8 หมายถึงระดับน้อยที่สุด
 ค่าสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ได้แก่ T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยต้องการทดสอบสมมุติฐานว่าค่าเฉลี่ยของเจตคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ระหว่างบุคลากรกับนักศึกษามีความแตกต่างกันหรือไม่

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 เจตคติสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

	ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1.	ท่านสามารถใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยไม่จำกัดเวลา และ สถานที่	3.69	1.03	มาก
2.	สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ท่านได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์	4.15	0.64	มาก
3.	เมื่อใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ท่านรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย	3.64	0.93	มาก
4.	ข้อมูลที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์มีความทันสมัย รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์	4.16	0.72	มาก

จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 240 ตัวอย่าง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบ 240 ชุด มีแบบสอบถามใช้ได้จำนวน 237 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาสรุป โดยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ผลการศึกษาดังนี้

ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักศึกษาทั้งสิ้น 176 คน บุคลากรคณะ 61 คน บุคลากรคณะประกอบด้วยเจ้าหน้าที่สายสนับสนุน 41 คนและอาจารย์ 20 คน โดยมีเพศหญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68.4 ต่อ 31.6 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 173 คนคิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาเป็นระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาเป็นระดับต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 1.3 และระดับอนุปริญญา มีเพียง 1 คนคิดเป็นร้อยละ 0.4

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้กันมากที่สุดคือ Facebook มีการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 98.7 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีการใช้งาน Facebook เฉลี่ยวันละ 4.43 ชั่วโมง รองลงมาการใช้สื่อประเภท Chat เช่น Line, Wechat หรือโปรแกรม Chat ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 79.3 ใช้งานเฉลี่ยวันละ 3.60 ชั่วโมง รองลงมาเป็นสื่อประเภทแบ่งปันวิดีโอและภาพ ได้แก่ Youtube มีการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 77.6 ใช้งานเฉลี่ยวันละ 1.97 ชั่วโมง และ Instagram คิดเป็นร้อยละ 47.7 ใช้งานเฉลี่ยวันละ 1.3 ชั่วโมง รองลงมาคือ twitter มีผู้ใช้งานคิดเป็นร้อยละ 21.5 โดยใช้งานเฉลี่ยวันละ 0.86 ชั่วโมง

เจตคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์

ข้อมูลด้านเจตคติ ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างเมื่อนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบของสถิติเชิงพรรณนา นำแสดงในรูปแบบของตารางได้ดังนี้

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
5. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ท่านได้พบผู้คนที่มีความสนใจในเรื่องเหมือน ๆ กัน	3.96	.073	มาก
6. ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้อย่างอิสระ ในสื่อสังคมออนไลน์	3.39	0.99	มาก
7. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ท่านรู้สึกได้รับการยอมรับหรือรู้สึกเป็นพวกพ้องเดียวกันจากเพื่อน หรือบุคคลรอบข้าง	3.25	0.94	ปานกลาง
8. ข้อมูลที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ไม่น่าเชื่อถือ	2.62	0.79	ปานกลาง
9. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางให้คนใส่ร้ายหรือกลั่นแกล้งกัน	2.36	0.99	น้อย
10. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางให้มีฉ้อฉลเข้ามาฉ้อฉลหลอกลวงท่านได้	2.23	0.95	น้อย
11. การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.34	0.91	ปานกลาง
12. สื่อสังคมออนไลน์เป็นเพียงแฟชั่น หือหวา	2.89	0.92	ปานกลาง
13. การปลอมตัวเป็นผู้อื่นหรือแกล้งอำผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นเรื่องสนุก น่าตื่นเต้น	3.83	1.28	มาก
14. เวลาที่ใช้ไปกับสื่อสังคมออนไลน์สูญเสียไปอย่างไร้ประโยชน์	2.89	1.02	ปานกลาง
15. ข้อมูลส่วนบุคคลที่ปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันตราย	2.52	0.97	น้อย
รวม	3.25	0.37	ปานกลาง

ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีเจตคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.25 โดยสามารถพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีเจตคติต่อข้อมูลที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์มีความทันสมัย รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ว่าทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.15 และมีเจตคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ท่านได้พบผู้คนที่มีความสนใจในเรื่องเหมือน ๆ กัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.96 มีเจตคติต่อการปลอมตัวหรือแกล้งอำเป็นผู้อื่นเป็นเรื่องสนุก น่าตื่นเต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือสามารถใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69 ตามด้วยรู้สึกเป็นคนทันสมัยเมื่อใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64 กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติด้านสามารถแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างอิสระในสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.39 ด้านการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ยุ่งยาก ซับซ้อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.34 มีเจตคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ท่านรู้สึกได้รับการยอมรับหรือเป็น

พวกพ้องเดียวกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25 กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติต่อต้านสื่อสังคมออนไลน์เป็นเพียงแฟชั่นหรือหวือหวาและเวลาที่ใช้ไปกับสื่อสังคมออนไลน์สูญเสียไปอย่างไร้ประโยชน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.89 กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติต่อข้อมูลที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.62 รองลงมาคือเจตคติต่อข้อมูลส่วนบุคคลที่ปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันตราย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.52 เจตคติต่อต้านสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางให้คนใส่ร้ายหรือกลั่นแกล้งกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.36 และกลุ่มตัวอย่างมีเจตคติต่อสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางให้มีฉ้อฉลเข้ามาฉ้อฉลหลอกลวง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.23 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการการทดสอบว่าเจตคติของนักศึกษาและบุคลากรมีค่าเฉลี่ยต่างกันหรือไม่ โดยตั้งสมมุติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยเจตคติของนักศึกษาและบุคลากรไม่แตกต่างกัน ($\mu_1 = \mu_2$)

H_1 : ค่าเฉลี่ยเจตคติของนักศึกษาและบุคลากรแตกต่างกัน ($\mu_1 \neq \mu_2$)

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับเจตคติในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

สถานะ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าสถิติที่ใช้ใน การทดสอบ	P-value
นักศึกษา	175	3.204	0.380	-3.356	0.001
บุคลากร	60	3.390	0.377		

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ข้อความถาม	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ท่านพอใจกับการได้สนทนา ได้ตอบกับเพื่อนหรือบุคคลที่ต้องการสนทนา	4.03	0.67	มาก
2. ท่านพอใจที่ได้แสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสารต่างๆ เช่น Facebook, twitter, Google+, Instagram, Line	3.59	0.86	มาก
3. ท่านรู้สึกตื่นเต้น สนุกสนาน เพลิดเพลิน ที่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์	3.57	0.79	มาก
4. ท่านรู้สึกมีความคล่องตัวหรือความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์	3.92	0.76	มาก
5. ท่านคิดว่าข้อมูลที่รับจากสื่อสังคมออนไลน์มีความน่าเชื่อถือและมีความถูกต้อง	3.06	0.87	ปานกลาง
6. ท่านชอบความหลากหลายของชุมชนหรือกลุ่มสังคมในสื่อสังคมออนไลน์	3.52	0.85	มาก
7. ท่านรู้สึกว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่หรือกลุ่มกิจกรรมที่สนใจ	3.43	0.76	มาก
8. ท่านชอบความสวยงามของรูปแบบกราฟฟิก รูปภาพของสื่อสังคมออนไลน์	3.59	0.81	มาก
9. ท่านชอบรูปแบบในการตกแต่ง profile ของสื่อสังคมออนไลน์	3.38	0.82	ปานกลาง
10. สื่อสังคมออนไลน์ ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.83	0.72	มาก
รวม	3.59	0.55	มาก

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับเจตคติในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

สถานะ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าสถิติที่ใช้ใน การทดสอบ	P-value
นักศึกษา	175	3.647	0.549	2.776	0.006
บุคลากร	60	3.423	0.508		

จากตารางที่ 2 แผลผลได้ว่านักศึกษาและบุคลากรคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลมีค่าเฉลี่ยด้านเจตคติแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความพึงพอใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

ข้อมูลด้านความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เมื่อนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ค่าสถิติเชิงพรรณนาดังตารางที่ 3

ภาพรวมความพึงพอใจต่อการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.59 โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ ความพึงพอใจกับการได้สนทนา ได้ตอบกับเพื่อนหรือบุคคลที่ต้องการสนทนาคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาคือความรู้สึกพึงพอใจต่อความคล่องตัวหรือความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 กลุ่ม

ตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมาคือความพึงพอใจที่ได้แสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสารต่างๆ และ พึงพอใจในความสวยงามของรูปแบบกราฟฟิกของสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.59 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านความรู้สึกตื่นเต้น สนุกสนาน เพลิดเพลิน ที่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 รองลงมาคือรู้สึกพึงพอใจความหลากหลายของชุมชนหรือกลุ่มสังคมในสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในความชัดเจนของผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักศึกษาและบุคลากร โดยตั้งสมมุติฐานดังนี้

H0 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักศึกษาและบุคลากรไม่แตกต่างกัน ($\mu_1 = \mu_2$)

H1 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักศึกษาและบุคลากรแตกต่างกัน ($\mu_1 \neq \mu_2$)

จัดหมวดหมู่หรือกลุ่มกิจกรรมที่สนใจของสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการตกแต่ง profile ของสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็น 3.38 และมีความพึงพอใจในความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

จากตารางที่ 4 พบว่าค่าสถิติพบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มนักศึกษาและบุคลากรมีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

ด้านการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ เมื่อนำผลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา ได้ผลการสำรวจดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

	ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1.	เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร และความรู้ต่าง ๆ	4.24	0.67	มากที่สุด
2.	เพื่อรับส่งเอกสารในรูปแบบไฟล์	4.17	0.72	มาก
3.	เพื่อติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่สนใจ	4.12	0.69	มาก
4.	เพื่อเป็นช่องทางนำเสนอผลงานของตนเองเช่น บทความ รูปภาพ ภาพเขียน วิดีโอต่าง ๆ	3.62	0.93	มาก
5.	เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้อื่นรับชมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานของตนเอง	3.58	0.95	มาก
6.	เพื่อเป็นพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอภิปรายประเด็นต่าง ๆ หรือตั้งคำถามในเรื่องต่าง ๆ	3.75	0.78	มาก
7.	เพื่อเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่าง ๆ	3.95	0.79	มาก
8.	เพื่อเป็นช่องทางติดตามข่าวสารหรือพูดคุยกับเพื่อนญาติ คนรู้จัก	4.17	0.69	มาก
9.	เพื่อโพสต์รูปหรือ แชร่กิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองให้คนอื่น ๆ รับทราบ	3.76	0.89	มาก
10.	เพื่อแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่สนใจ	3.66	0.88	มาก
11.	เพื่อเลือกชมสินค้าหรือบริการ	3.63	0.94	มาก
12.	เพื่อเล่นเกมส์	2.99	1.34	ปานกลาง
13.	เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของดารา เพลง ข่าวนบันเทิง บุคคลที่มีชื่อเสียง	3.25	1.11	ปานกลาง
14.	เพื่อเป็นช่องทางดำเนินธุรกิจ	3.02	1.16	ปานกลาง
15.	เพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของสังคมและประเทศ	3.83	0.78	มาก
	รวม	3.71	0.55	มาก

ตารางที่ 6 ตารางแสดงผลการทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

สถานะ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	P-value
นักศึกษา	175	3.753	0.540	1.995	0.047
บุคลากร	60	3.590	0.563		

การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.71 เมื่อพิจารณาจากการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ มากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือใช้เพื่อรับส่งเอกสารในรูปแบบไฟล์และใช้เป็นช่องทางติดตามข่าวสารหรือพูดคุยกับเพื่อน ญาติ คนรู้จัก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.17 กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่สนใจคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.12 กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาใช้ติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของสังคมและประเทศ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 กลุ่มตัวอย่างใช้เพื่อโพสต์รูปหรือแชร์กิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองให้คนอื่น ๆ ได้รับทราบ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76 ใช้เพื่อเป็นพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรืออภิปรายประเด็นต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.75 กลุ่มตัวอย่างใช้เพื่อแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่สนใจคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 ใช้เพื่อเลือกชมสินค้าหรือบริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 ใช้เป็นช่องทางนำเสนอผลงานของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้อื่นรับชมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานตัวเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.58 ใช้เพื่อติดตามเคลื่อนไหวด้านบันเทิงและบุคคลมีชื่อเสียง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25 กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นช่องทางดำเนินธุรกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.02 และใช้เพื่อเล่นเกมสื่อดีคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.99

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบว่าค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ระหว่างกลุ่มนักศึกษาและเจ้าหน้าที่แตกต่างกันหรือไม่ โดยตั้งสมมติฐานดังนี้

H₀: ค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรไม่ต่างกัน ($\mu_1 = \mu_2$)

H₁: ค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรแตกต่างกัน ($\mu_1 \neq \mu_2$)

จากค่าสถิติในตารางที่ 6 ทำให้สรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยคะแนนของการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบุคลากรมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ในแบบสอบถามส่วนสุดท้ายซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน มีข้อเสนอแนะให้พัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตให้มีความเร็วมากขึ้น เพิ่มจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) และกลุ่ม

ตัวอย่างได้เสนอให้มีการจัดอบรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างปลอดภัยอีกด้วย

อภิปรายผล

จากการสำรวจด้านเจตคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีทัศนคติเป็นกลาง โดยมีคะแนนในระดับมากหรือมีเจตคติที่ดีในเรื่องของ ความทันสมัย รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์สูงสุด รองลงมาจะมีเจตคติที่ดีในเรื่องการได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ได้พบผู้คนที่มีความสนใจในเรื่องเหมือน ๆ กัน สามารถใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยไม่ต้องจำกัดเวลาและสถานที่ สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของดวงทิพย์ เจริญรุชข์ เผื่อนโชติ [6] ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างมีเจตคติเป็นกลาง หรือไม่แน่ใจในเรื่องการใช้งานของมีความยุ่งยากซับซ้อน การทำให้รู้สึกได้รับการยอมรับจากเพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ไม่น่าเชื่อถือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเพียงแฟชั่นหรือหิวหา เวลาที่ใช้ไปกับสื่อสังคมออนไลน์สูญเสียไปอย่างไร้ประโยชน์ และมีคะแนนน้อยในด้าน เป็นช่องทางใส่ร้ายหรือกลั่นแกล้งกัน หรือเป็นช่องทางให้มิฉฉาชีพเข้ามาหลอกลวง ข้อมูลส่วนบุคคลที่ปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันตราย จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะให้คะแนนเจตคติต่ำลงเมื่อเป็นด้านของการใช้งาน และความปลอดภัยในการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษณุวีร์ คณณะผล [7] ที่พบว่าได้คะแนนเจตคติต่ำลงหากถามในด้านการใช้งานและความปลอดภัยในการใช้งาน มีเพียงด้านเดียวที่มีคะแนนแตกต่างจากงานวิจัยอื่น ๆ คือ การกลั่นปอมตัวเป็นผู้อื่นหรือแกล้งอำผู้อื่นในสังคมออนไลน์เป็นเรื่องน่าสนใจซึ่งได้คะแนนระดับปานกลางได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ในขณะที่เดียวกันก็มีความแปรปรวนสูงสุดในหัวข้อคำถามทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 1.28 อาจเกิดจากการตีความหมายที่ผิดพลาดของผู้ตอบแบบสอบถามบางรายเนื่องจากแบบสอบถามอาจใช้ถ้อยคำไม่ชัดเจนหรือเกิดจากความไม่รู้และไม่เข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นปอมตัวหรืออำผู้อื่น ดังคำกล่าวของดารณี พานทอง และสุรเสกข์ พงษ์กาญจนา [8] ที่กล่าวไว้ว่า ทัศนคติที่เป็นกลางอาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ หรือไม่มีแนวโน้มความรู้ในด้านนั้น ๆ มาก่อน และจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อศึกษาว่าหากสถานะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีเจตคติแตกต่างกันหรือไม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักศึกษากับกลุ่ม

บุคลากรมีค่าเฉลี่ยเจตคติที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดวงทิพย์ เจริญรุทซ์ เพื่อนโซติ [6] จึงอาจกล่าวได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันทำให้มีเจตคติเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันด้วย

ด้านความพึงพอใจจากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพอใจในการโต้ตอบสนทนากับเพื่อนหรือบุคคลต้องการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญาริ คณะผล [7] ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุดในการโต้สนทนากับบุคคลที่ต้องการ เมื่อพิจารณาในด้านอื่น ๆ พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจในระดับมากในเกือบทุกหัวข้อ อันได้แก่ การใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ความสวยงามของรูปแบบกราฟฟิกและรูปภาพ ความพอใจที่ได้แสดงความเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสื่อสังคมออนไลน์ มีความสนุกสนานเพลิดเพลินในการใช้งาน ชอบความหลากหลายของกลุ่มสังคมในสื่อสังคมออนไลน์ ชอบการจัดหมวดหมู่หรือกิจกรรมในสื่อสังคมออนไลน์ที่ชัดเจน มีเพียงสองด้านเท่านั้นที่ได้ความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ ความพึงพอใจในรูปแบบการตกแต่ง profile ตนเองของสื่อสังคมออนไลน์ และความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ และจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพต่างกัน คือ นักเรียน และ บุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงทิพย์ เจริญรุทซ์ เพื่อนโซติ [6] จึงอาจกล่าวได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันด้วย

ด้านการใช้ประโยชน์จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อดูในแต่ละด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์ในด้านวิชาการความรู้ มากกว่าด้านบันเทิงธุรกิจ ดังจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยในแต่ละด้านในส่วนวิชาการความรู้คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด เช่น ใช้ค้นหาข้อมูลความรู้ หรือใช้รับส่งเอกสาร รองลงมาคือการใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารพูดคุย ใช้ประโยชน์น้อยในเรื่องของการติดตามข่าวสารบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ติดตามข่าวสารบันเทิง เล่นเกมส์ และใช้เป็นช่องทางธุรกิจน้อยที่สุด และจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพต่างกันมีการใช้ประโยชน์

จากสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นภัสกร กรวยสวัสดิ์ [9] ดวงทิพย์ เจริญรุทซ์ เพื่อนโซติ [6] และปณิชา นิตพรมงคล [10] ที่พบว่าลักษณะที่แตกต่างกันของประชากรส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ เช่นเดียวกับในงานวิจัยนี้

ทั้งนี้ ใน ส่วน ของ ข้อเสนอแนะท้ายแบบสอบถาม ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างได้เสนอแนะให้มีการเพิ่มจุดบริการอุปกรณ์เครื่องรับเครื่องส่งที่ใช้กับสัญญาณเครือข่ายไร้สาย (Wi-Fi) เพิ่มความเร็วในการให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย และเสนอให้การอบรมการใช้งานการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งานมากขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

- 1.ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติโดยรวมเป็นกลาง โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีความกังวลเมื่อใช้งานสื่อสังคมออนไลน์คือเรื่องเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูล และการล่อลวงกลั่นแกล้งกันทางอินเทอร์เน็ต ประกอบกับข้อเสนอแนะในส่วนสุดท้ายของแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างหลายรายได้เสนอให้มีการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้แก่นักศึกษาและบุคลากรคณะ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอให้จัดทำแผนอบรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพให้กับนักศึกษาและบุคลากรตามลำดับ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในการใช้งานให้กับนักศึกษาและบุคลากร

- 2.ข้อมูลด้านการใช้ประโยชน์สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์มาก หากคณะนำสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการผลักดันให้มีการเผยแพร่ข้อมูลความรู้ และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาและบุคลากรก็จะได้รับประโยชน์มากขึ้นตามไปด้วย

- 3.ข้อมูลด้านความพึงพอใจสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่ได้พูดคุยผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ หากคณะใช้เป็นช่องทางเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มนักศึกษาด้วยกันเอง นักศึกษากับอาจารย์ และระหว่างเจ้าหน้าที่ด้วยกันเองเป็นการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน จะเป็นช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากอีกช่องทางหนึ่ง

- 4.ควรตั้งคณะกรรมการวางแผนนโยบายและกำกับดูแลข้อมูลที่น่าเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคณะ และมีการประเมินเป็นระยะอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้อง

ตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเจตคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์โดยทั่วไป แต่ไม่ได้เจาะลึกลงไปยังสื่อสังคมออนไลน์ที่คณะใช้งานอยู่ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะมีการจัดเจาะลึกลงไปเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ของคณะ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เจาะจงกว่าเดิม

2. ในการตั้งข้อคำถามควรใช้คำที่มีความชัดเจนและมีจำนวนข้อคำถามที่ไม่มากจนเกินไป เพื่อลดความสับสนและเบื่อหน่ายในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง

4. เอกสารอ้างอิงและบรรณานุกรม

1. อรรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง. Social Media เครื่องมือเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ. วารสารนักบริหาร. 2553; 4(30): 63-69.
2. กองพัฒนาคุณภาพ มหาวิทยาลัยมหิดล. รายงานการตรวจประเมินตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ ประจำปี 2556 [อินเทอร์เน็ต]. 2557 [เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2557]; เข้าถึงได้จาก: http://www.en.mahidol.ac.th/thai/edpex/201408_edpex.pdf
3. Krejcie, Robert V. and Morgan, Daryle W. Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement. 1970; v.30: 607-610.
4. เกียรติสุตา ศรีสุข. ระเบียบวิธีวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่; ครองช่าง; 2552.
5. วิเชียร เกตุสิงห์. ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย: เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้. ข่าวสารการวิจัยการศึกษา. 2538; 18(3): 8-11.
6. ดวงทิพย์ เจริญรุกข์ เผื่อนโชติ. ทศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ [อินเทอร์เน็ต]. 2556 [เข้าถึงเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2558]; 17(1):25-37. เข้าถึงได้จาก: <http://www.rsu.ac.th/jca/>
7. พิษญารีย์ คณะผล. การศึกษาทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา : นักศึกษาและบุคลากรวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา จ.เพชรบุรี [สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต; 2553.
8. ดารณี พานทอง และสุรเสกข์ พงษ์กาญจนา. ทฤษฎีการจูงใจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง; 2542.
9. นภัสกร กรวยสวัสดิ์. ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์. วารสารสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น [อินเทอร์เน็ต]. 2553 [เข้าถึงเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2558]; 28(3):81-88. เข้าถึงได้จาก: <http://www.tcithaijo.org/index.php/jiskku/issue/view/916>
10. ปณิชา นิตพรมงคล. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคณาจารย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม; 2555.