



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

ปริญญา

พัฒนาสังคม

สังคมศาสตร์

สาขา

คณะ

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์
ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

Factors Affecting of Behavior Stickiness The Online Social Network Usage of
Undergraduate Students, Kasetsart University, Bangkhen Campus

นามผู้วิจัย นายต้น นิลมาติ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์วีโรจน์ มโนพิโมทย์, Ph.D.)

ประธานสาขาวิชา

(รองศาสตราจารย์สิริกร กาญจนสุนทร, วท.ม.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา วีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

สืบสินธุ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์
ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

Factors Affecting of Behavior Stickiness The Online Social Network Usage of
Undergraduate Students, Kasetsart University, Bangkhen Campus

โดย

นายต้น นิลมาติ

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ต้น นิลมาติ 2557: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สาขาพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์วิโรจน์ มโนพิโมกษ์, Ph.D. 136 หน้า

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนิสิต เป็นการศึกษาในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำนวน 379 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สำหรับเครื่องมือ ที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าพิสัยเพื่ออธิบายข้อมูลที่ศึกษา และสถิติสำหรับการทดสอบหาความแตกต่าง ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ ค่า t-test ค่า F-test และค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ใช้วิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีรายได้/รายรับต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001 - 8,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท facebook ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน 1 - 5 ครั้ง ใช้ระยะเวลาในการเข้าสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย/วัน 2 - 3 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำระหว่างเวลา 18.00 - 24.00 น. กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ สนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน และมีการรับรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมอยู่และกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่จะมีการเข้าเช็ค ข้อความ ความเคลื่อนไหวเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงตื่นตอนเช้าและบนเตียงก่อนเข้านอน อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 0 - 4,000 บาท มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 12,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่อยู่คนเดียว มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกว่าคนที่อยู่กับเพื่อน และ อยู่กับพ่อแม่ ครอบครัว โดยผู้ที่ใช้ facebook และ line มีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้ ผู้ที่มีการทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง นอกจากนั้น ความถี่ ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน ด้านศาสนาและวัฒนธรรม และด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Tan Nillamath 2014: Factors Affecting of Behavior Stickiness The Online Social Network Usage of Undergraduate Students Kasetsart University Bangkheng Campus. Master of Arts (Social Development), Major Field: Social Development, Faculty of Social Sciences. Thesis Advisor: Mr. Wirot Manopimok, Ph.D. 136 pages.

The objective of research is to study the online social network stickiness behavior and the factors affecting the online social network stickiness behavior of students. Study in the form of quantitative research by the group of 379 undergraduate students of Kasetsart University Bangkheng Campus example. Use the Accidental Sampling Method, Tools to keep data is questionnaire, used as descriptive statistics, using percentage, mean, standard deviation and range to describe the value of statistics, and statistics for the difference testing. Statistical analysis is the T-test, F-test to analysis, for find out the relationship between factors of the online social network stickiness behavior by using the Pearson correlation determines the level statistically significant at .05.

The study found the most of the sample was female, under 20 years old, monthly current income is between 4,001 - 8,000 baht, the most of online social network services is facebook about 97.1 percentage, 1 - 5 times and 2 - 3 hours a day, the period of using online social network are between 18:00 - 24:00 pm, the most activities through online social networks is chat with friend, follow friends activities, They realize the risk of using online social network in high level, the sample has the online social network stickiness behavior in a medium level, most of them will be read message and keep looking for the online social network movement during wake up in the morning and on the bed before slept in a high level.

The result of Hypothesis testing found the sample who had monthly income between 0 - 4,000 baht have online social network stickiness behavior less than the sample who had monthly income more than 12,000 baht, the sample of living alone has online social network stickiness behavior more than people who living with friends or family. Those who use facebook and line has online social network stickiness behavior in higher level than who doesn't. Who have a few online social network activities, had online social network stickiness behavior less than the sample who made in a medium level. Moreover a perception of the risk of online social network using the factors in social surrounding on the communication technology and trading, socialize/companionship, religious and culture and education has relationship with the online social network stickiness behavior.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.วิโรจน์ มโนพิโมภย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร.อาภรณ์พันธ์ จันทร์สว่าง อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ ดร.ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ และให้การดูแลช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดมา และผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติมทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย รวมถึงผู้เขียนตำรา เอกสาร บทความต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้านำมาอ้างอิงในวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ขอขอบคุณ นางสาวณัฐชา ผิวเงิน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือในทุกๆ เรื่องและเป็นกำลังใจที่ดีตลอดมา ขอขอบคุณนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ทุกท่านที่ตอบแบบสอบถาม ที่ได้นำมาศึกษาวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สาขาพัฒนาสังคมทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาแนะนำตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

กราบขอบพระคุณ คุณแม่ทรงศรี-คุณพ่อสำอางค์ นิลมาติ และคุณสุรางค์ นิลมาติ พี่สาวที่ได้อบรมเลี้ยงดู สนับสนุนทางการศึกษาตลอดมา และเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่ง ขอขอบพระคุณมิตรสหายทุกท่าน นิสิตรุ่นพี่ รุ่นน้อง และนิสิตพัฒนาสังคมรุ่นที่ 48 ทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือที่ดีตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา จนทำให้การวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ในที่สุด

ต้น นิลมาติ

กรกฎาคม 2557

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับ	3
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	6
แนวคิด/ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม	6
แนวคิด/ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	23
ข้อมูลเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์	29
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	47
กรอบแนวคิดในการวิจัย	48
สมมติฐานการวิจัย	49
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	51
การวัดตัวแปร	51
การทดสอบเครื่องมือและหาค่าความเชื่อมั่น	55
การเก็บรวบรวมข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล	56
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	57

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	58
ผลการวิจัย	58
ข้อวิจารณ์	97
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	105
สรุปผลการวิจัย	105
ข้อเสนอแนะ	111
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	113
ภาคผนวก	118
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	119
ภาคผนวก ข การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม	130
ประวัติการศึกษา และการทำงาน	136

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและอายุ	59
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้/รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	59
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่พักอาศัย	60
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่พักรักษาอยู่ด้วย	61
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้	61
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ	62
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน	63
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย/วัน	63
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำ	64
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ความเสี่ยงในใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	66
12	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของ กลุ่มตัวอย่าง	67
13	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว	68
14	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ด้านการศึกษา	69
15	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร	70
16	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน	72
17	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ด้านศาสนาและวัฒนธรรม	73
18	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่าย สังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
19	การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามเพศ	78
20	การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามอายุ	78
21	การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามรายได้/รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	79
22	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับพฤติกรรมติดการใช้ งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามรายได้/รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	79
23	การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามที่พักอาศัย	80
24	การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย	80
25	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับพฤติกรรมติดการใช้ งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
26	การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้	82
27	การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามประเภทเครือข่ายสังคม ออนไลน์ที่ใช้บริการ	83
28	การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่าย สังคมออนไลน์	84
29	การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่าย สังคมออนไลน์	85
30	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับพฤติกรรมติดการใช้ งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่าย สังคมออนไลน์	86
31	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความถี่ ระยะเวลาในการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

32

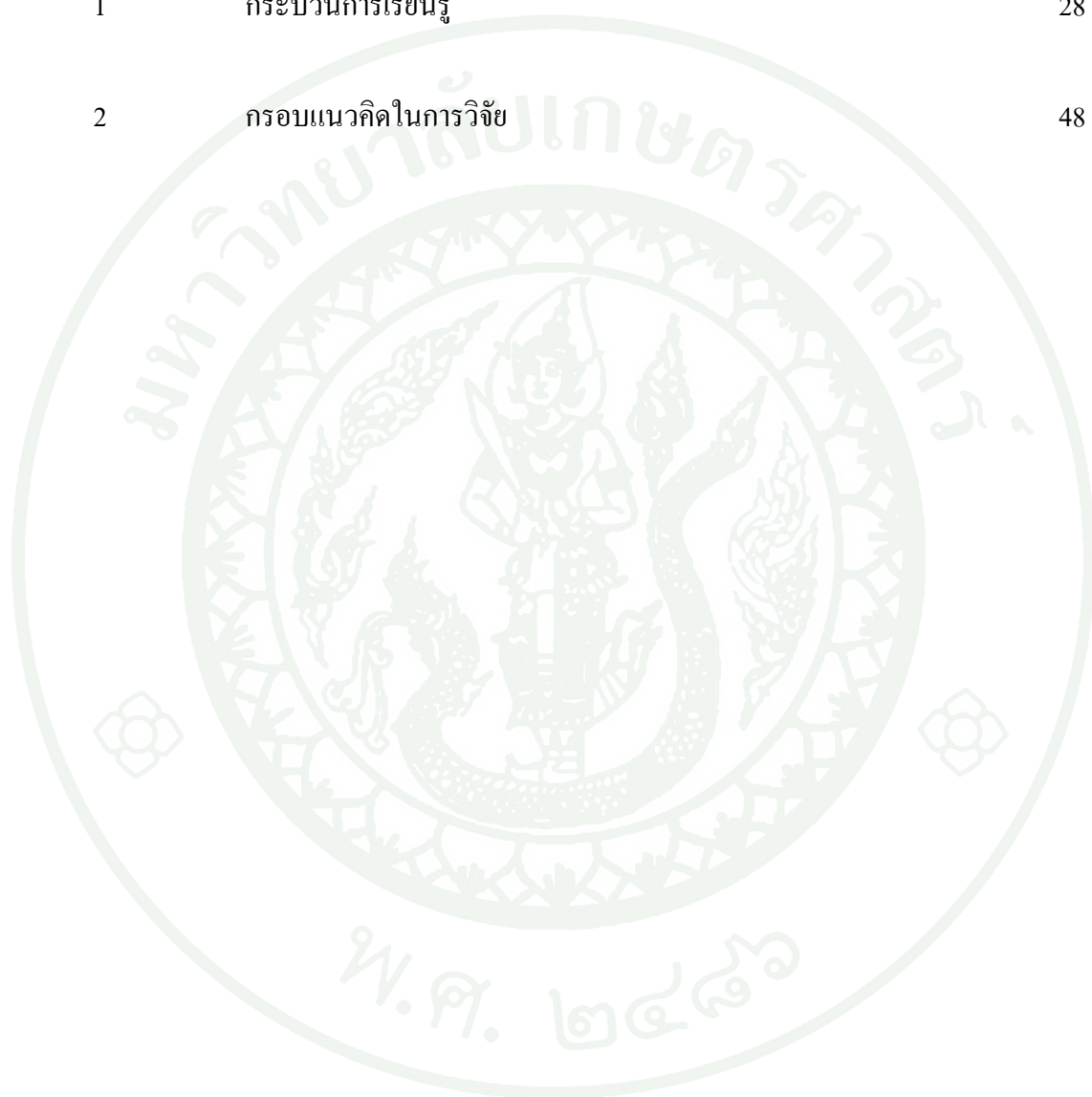
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

92



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กระบวนการเรียนรู้	28
2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	48



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ผู้คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นใคร จะอยู่มุมไหนของโลก ก็สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ โดยการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต จากผลการวิจัยของสถาบันวิจัยและศูนย์ข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริการะหว่างองค์การ PewInternet, Tnsdigitallife, Neilsen และ Comscore datamine รายงานเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2555 ว่า จากการเก็บข้อมูลความถี่และรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตของคนทั่วโลก พบว่า ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 2,095,006,005 คนทั่วโลก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนประชากรโลกทั้งหมด จากเดิมการสื่อสารระหว่างกันสามารถทำได้โดยการพูดคุยผ่านโครงข่ายโทรศัพท์ ได้วิวัฒนาการมาเป็นการสื่อสารที่สามารถเห็นผู้สนทนาได้ หรือไม่ได้จำกัดเพียงแค่การพูดคุยเท่านั้น การสื่อสารที่ผ่านการใช้การพิมพ์เพื่อโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นก็มีบทบาทเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการใช้งานโปรแกรมต่างๆ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นที่ยอมรับกันว่าผู้คนทั่วโลกใช้เวลาไปกับอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยคนละ 16 ชั่วโมงต่อเดือน โดยกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตที่ผู้คนทั่วโลกใช้เวลากับมันนานที่สุด ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ร้อยละ 22 รองลงมาคือการค้นหาข้อมูล และการอ่านข่าวหรือบทความออนไลน์ ส่วนกิจกรรมยอดนิยมบนอินเทอร์เน็ต คือ การอ่าน-เขียนอีเมล และการค้นหาข้อมูล และมีผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกว่า ร้อยละ 56 ทั่วโลก (สุดทิวส์ สุขใส และ ณัฐชญา อัครขรรยง, 2555)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นพื้นที่สาธารณะที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง มีการใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลก คนทุกเพศทุกวัย ทุกเชื้อชาติและศาสนา ทุกระดับการศึกษา ทุกสาขาอาชีพ และทุกกลุ่มสังคมย่อยจากทั่วโลก มาสื่อสารและแบ่งปันเรื่องราวหลากหลายให้กับผู้อื่น ไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ที่ผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลตามประโยชน์ กิจกรรม หรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและกัน มีการให้บริการที่หลากหลาย เช่น แชท ส่งข้อความ ส่งอีเมล วีดีโอ เพลง อพโหลดรูป บล็อก เป็น ซึ่ง สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2556) ได้เสนอผลการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จากกลุ่ม

ตัวอย่างทั้งหมด 23,907 คน พบว่ามีผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ร้อยละ 33.2 โดยประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการใช้มากที่สุด คือ เฟสบุ๊ก ร้อยละ 92.2 รองลงมาคือ ภูเก็ต พลัส ร้อยละ 63.7 และแอปพลิเคชันแชต ไลน์ ร้อยละ 61.1 อุปกรณ์ที่ใช้เป็นสมาร์ทโฟนร้อยละ 33.7 คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ร้อยละ 31.6 และโน้ตบุ๊ก ร้อยละ 24.4 โดยส่วนใหญ่ใช้เพื่อพูดคุย อัพเดทข้อมูลข่าวสาร อัปเดต แพร่รูปภาพหรือวิดีโอ (สุรางคณา วายุภาพ, 2556)

เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อความคิดความต้องการของคนในสังคมอย่างมาก เนื่องจากการเป็นสื่อที่มีกิจกรรมให้ทำที่หลากหลาย เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ การรวมกลุ่มของคนที่มีแนวคิดในทางเดียวกัน การทำธุรกิจออนไลน์ เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เป็นแหล่งข้อมูลในการเผยแพร่แบ่งปันความรู้ข้อมูลต่างๆ ในขณะที่เดียวกันหากใช้โดยขาดความระมัดระวัง มีความหมกมุ่น ขาดการการควบคุมและระมัดระวังในการใช้ ก็อาจก่อให้เกิดปัญหาตามมา เช่น ก่อให้เกิดผลกระทบต่อ อารมณ์ จิตใจ สุขภาพ ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้ ซึ่งมีข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุข (บุปผา หมดเจริญ, 2556) ออกมาชี้ชัดว่า สังคมไทยปัจจุบันทั้งเด็กเล็ก เด็กวัยรุ่น จนถึงผู้ใหญ่วัยทำงาน มีพฤติกรรมติดสมาร์ทโฟน ติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ จนขาดการสื่อสารกับคนรอบข้าง และกลุ่มที่ถูกพาดพิงก็ออกมายอมรับว่าจริง และรู้สึกขาดการสื่อสารผ่านโลกออนไลน์ไม่ได้

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าในกลุ่มของนิสิตนักศึกษาซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศในอนาคต และมีช่วงอายุอยู่ในกลุ่มที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับสูง ในการสื่อสารระหว่างเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ นอกจากนี้ ยังใช้เป็นแหล่งค้นคว้าสิ่งต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอน เพื่อความบันเทิง เพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เป็นต้น (ณัฐพล จิตประไพ, 2550) จะมีพฤติกรรมติดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างไร อยู่ในระดับที่มีการติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากน้อยเพียงใด และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการผลักดันให้เกิดใช้ประโยชน์และการป้องกันพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมดังกล่าวของนิสิตนักศึกษาโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือนิสิตระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ กับความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. ทราบถึงพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
2. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมคิดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมดังกล่าวของนิสิต ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำนวน 379 คน

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

การศึกษาวิจัยในที่นี้ได้ให้ความหมายของคำต่างๆ ไว้ดังนี้

พฤติกรรมคิดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง การที่ผู้ที่มีความสนใจในบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นผลทำให้มีการกลับมาใช้บริการอีกครั้งเมื่อมีโอกาส โดยมีการแสดงออกทั้งด้านอารมณ์ ความรู้สึก การกระทำ ที่จ้องต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จนไม่สามารถควบคุมตนเองที่จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ให้อยู่ในระดับพอดี และเหมาะสมกับกาลเทศะ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ตัวแปรหรือสิ่งที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ รายได้/รายรับต่อเดือน ที่พักอาศัย บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย อุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้

ปัจจัยการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ลักษณะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ความเสี่ยงในใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ สภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ด้านการศึกษา ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อน และด้านศาสนาและวัฒนธรรม

ไลน์ (Line) หมายถึง โปรแกรมที่ให้ บริการ สร้างกลุ่มแชต ส่งข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ หรือพูดคุยโทรศัพท์แบบเสียงหรือวิดีโอคอลได้ สามารถแสดงข้อความบอกสถานะได้ โดยมีจุดเด่น ที่การแสดงผลด้วยสติ๊กเกอร์ การเชื่อมต่อผู้ใช้เข้าหากัน โดยเพิ่มจากรายชื่อในสมุดโทรศัพท์ การสแกน QR Code การเข้าโทรศัพท์สมาร์ทโฟน 2 เครื่องใกล้เคียงกัน และการค้นหาจาก ID

เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง เว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ใช้สามารถ สร้างข้อมูลส่วนตัว แลกเปลี่ยนข้อความ แสดงภาพและคลิปวิดีโอได้ จะได้รับแจ้งเตือนทันทีเมื่อ เพื่อนปรับปรุงข้อมูลส่วนตัว นอกจากนั้นผู้ยังสามารถร่วมกลุ่มที่ตนเองสนใจ เฟซบุ๊กอนุญาตเข้า สมัครงทะเบียน โดยต้องมีอายุมากกว่า 13 ปีขึ้นไป โดยสามารถเพิ่มรายชื่อผู้อื่นในฐานะเพื่อน ได้

วอสแอป (WhatsApp) หมายถึง โปรแกรมที่ให้ บริการส่งข้อความ รูปภาพ เสียง และวิดีโอ สำหรับโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน สามารถตอบรับข้อความได้รวดเร็ว พร้อมเตือนข้อความเข้า สามารถเก็บข้อความสนทนาที่ผ่านมาได้ บันทึกรูปภาพที่อีกฝ่ายส่งมาไว้ในเครื่องให้อัตโนมัติ สามารถแชทกับเพื่อนๆ ได้ สามารถสร้างกลุ่ม เพื่อใช้งานสำหรับพูดคุยกันเฉพาะใช้กลุ่มได้

อินสตาแกรม (Instagram) หมายถึง โปรแกรมที่ให้ บริการนำรูปที่ถ่ายไว้ หรือรูปที่บันทึก ใไว้มาตกแต่งให้สวยงาม ด้วยฟิลเตอร์ (Filter) และเครื่องมือที่มีอยู่ในโปรแกรม และนำรูปที่ตกแต่ง แสดงให้เพื่อนๆ ใน Social Network ได้ดู และสามารถเปิดดู แสดงความชื่นชอบ (likes) และแสดง ความคิดเห็น (Comments) ได้ ใช้งานที่ง่าย สะดวกรวดเร็ว สวยงาม ดาราที่มีชื่อเสียงใช้เป็นจำนวนมาก

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิด/ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
2. แนวคิด/ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
3. ข้อมูลเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์
4. แนวคิดพฤติกรรมการตลาดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด/ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรม

เทอดศักดิ์ พรหมอารักษ์ และ คณะ (2544) พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำของบุคคลที่สามารถสังเกตได้โดยบุคคลอื่น โดยลักษณะของพฤติกรรม แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ พฤติกรรมภายใน ได้แก่ ลักษณะของการกระทำหรือกิจกรรมที่สามารถสังเกตได้โดยบุคคลอื่น เช่น การนั่ง นอน ยืน เดิน และพฤติกรรมภายนอก ได้แก่ ลักษณะการกระทำ หรือกิจกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลนั้น โดยบุคคลอื่นไม่สามารถที่จะรับรู้ได้โดยอาศัยเครื่องมือในการสังเกต

เฉลิมพล ตันสกุล และ จิระศักดิ์ เจริญพันธ์ (2549) ให้คำจำกัดความไว้ว่า พฤติกรรมคือ กิจกรรม เพราะถ้าเป็นการกระทำที่เป็นการแสดงออกมาให้เห็น แต่ถ้าใช้คำว่ากิจกรรม อาจหมายรวมถึงการกระทำที่เป็นการแสดงออก และสิ่งที่เกิดขึ้นภายในแต่ละบุคคลด้วย ดังนั้นพฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจเป็นการกระทำที่บุคคลนั้นแสดงออกมา รวมทั้งกิจกรรมที่

เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกิจกรรมนั้น อาจสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสหรือไม่ สามารถสังเกตได้จากคำจำกัดความนี้สามารถแบ่งพฤติกรรมออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. พฤติกรรมภายนอก (Overt behavior) คือการกระทำที่เกิดขึ้นแล้วสามารถสังเกตได้โดยตรงด้วยประสาทสัมผัส
2. พฤติกรรมภายใน (Covert behavior) คือกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในใจของบุคคลซึ่งบุคคลอื่นไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง

ซิมบาร์โด (Zimbardo and Leippe, 1991) กล่าวว่า พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง ผลที่เกิดจากการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสถานการณ์ต่างๆ พฤติกรรมหรือการกระทำของมนุษย์เมื่อเกิดขึ้นจะสังเกตเห็นได้ชัดเจน เช่น การกระทำทางกาย ได้แก่ การเดิน ยืน นอน และการกิน การกระทำทางวาจา ได้แก่ การพูด การสนทนา

พฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior) หมายถึง การกระทำของมนุษย์ทั้งด้านกายกรรม วาจกรรม และมโนกรรม โดยรู้สำนึกหรือไม่รู้สำนึก ทั้งที่สังเกตได้และไม่อาจสังเกตได้ (สงวน สุทธิเลิศอรุณ, 2543)

วันชัย มีชาติ (2548) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมเป็นการกระทำ การแสดงออกของบุคคลที่สามารถสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าอย่างชัดเจน และเป็นปรนัย เช่น พูด เดิน ความขยัน ความรับผิดชอบ เป็นต้น การแสดงพฤติกรรมของบุคคลขึ้นอยู่กับความต้องการ และแรงจูงใจ บางครั้งบุคคลก็รู้ตัวว่าตนเองต้องการอะไร ได้รับแรงจูงใจอะไรจึงแสดงพฤติกรรมนั้นๆ แต่บางครั้งบุคคลก็ไม่รู้ตัวว่ามีสาเหตุใดให้ตนแสดงพฤติกรรมเช่นนี้ เป็นการกระทำที่อยู่นอกเหนือความรู้สึก และสติสัมปชัญญะ

ประเภทพฤติกรรม

ดุษฎี ชุมสาย ณ อยุธยา (2508) ได้แบ่งพฤติกรรมของมนุษย์ ออกเป็น 2 ชนิด คือ

1. พฤติกรรมภายนอกหรือการแสดงออกของมนุษย์ (Overt behaviors) หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกด้านกิริยาท่าทางต่างๆ ของมนุษย์ เช่น การเดิน การพูด การเล่น การแสดงสีหน้าและกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งสามารถใช้เป็นสื่อหรือสัญญาณในการสื่อสารให้ผู้อื่นรับรู้ และเข้าใจได้ พฤติกรรมภายนอกที่ยกตัวอย่างมานี้ เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส โดยตรงเรียกว่า พฤติกรรมโมลาร์ (Molar behavior) ส่วนพฤติกรรมภายนอกที่ไม่สามารถสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส แต่สามารถสังเกตได้ด้วยเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ เรียกว่าพฤติกรรมโมเลกุล (Molecular behavior) ทั้งพฤติกรรมโมลาร์และพฤติกรรมโมเลกุล มีลักษณะเป็นรูปธรรมสามารถวัดหรือนับจำนวนเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการอธิบายหรือทำนายพฤติกรรมภายในของบุคคลได้ เช่น การเคลื่อนไหวของร่างกาย การไหลเวียนของโลหิต การเต้นของหัวใจ ปริมาณน้ำตาลในเลือด การทำงานของคลื่นสมอง กระเพาะอาหารและลำไส้ ย่อมมีอิทธิพลต่อสภาพจิตใจของผู้ป่วย เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมภายนอกก็ยังเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการควบคุมและสั่งการของสมองส่วนที่ควบคุมระบบกล้ามเนื้อ และสมองส่วนที่ทำงานร่วมกับไขสันหลังส่งกระแสประสาทไปสู่ระบบกล้ามเนื้อ หรืออวัยวะเคลื่อนไหวของร่างกาย เพื่อให้แสดงออกเป็นกิริยาท่าทาง กล่าวคือ ไขสันหลังจะทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมที่เก็บปฏิกิริยาสะท้อน เช่น การกระตุกมือหรือการกระพริบตาเพื่อป้องกันอันตราย หรือสมองส่วนที่เรียกว่า เมดุลลา (Medulla) ควบคุมการเต้นของหัวใจและการไหลเวียนของโลหิต เซเรเบลลัม (Cerebellum) ควบคุมความตึงตัวของกล้ามเนื้อและการเคลื่อนไหวของร่างกาย หรือเรตติคูล่า ฟอร์เมชัน (Reticular formation) ควบคุมการนอนหลับและการตื่นของมนุษย์ เป็นต้น

2. พฤติกรรมภายในหรือสภาพจิตใจของมนุษย์ (Invert behaviors) หมายถึง ความคิด ความรู้สึก จินตนาการ และคำศัพท์อื่นทางด้านจิตวิทยา เช่น การรับรู้ เจตคติ อารมณ์ ความจำหรือประสบการณ์ เป็นต้น จะเห็นว่าพฤติกรรมภายในเหล่านี้ มีลักษณะเป็นนามธรรมซึ่งไม่สามารถสังเกตได้ด้วยตาเปล่า ไม่สามารถสังเกตได้ด้วยเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์และเกิดจากการสั่งการของสมองในส่วนที่ควบคุมความรู้สึกนึกคิด เช่น สมองส่วนที่เรียกว่าคอร์เทกซ์ (Cortex) ทำหน้าที่ควบคุมการเรียนรู้ การให้เหตุผล และวิจารณ์ญาณ (เมธาวิ อุดมธรรมานภาพ, 2548)

นอกจากนี้สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2543) ได้แบ่ง พฤติกรรมมนุษย์ ออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) ประกอบด้วย

- พฤติกรรมที่ไม่ต้องอาศัยเครื่องมือในการสังเกต เช่น การเคลื่อนไหวของแขนขา เป็นต้น เรียกว่า พฤติกรรมโมลาร์ (Molar Behavior)

- พฤติกรรมที่ต้องอาศัยเครื่องมือในการสังเกต เช่น การทำงานของคลื่นสมองจะต้องใช้เครื่องมือวัด เรียกว่า พฤติกรรมโมเลกุล (Molecular Behavior)

2. พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) ประกอบด้วย

- พฤติกรรมที่เป็นความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensitive) เช่น การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรู้รส การสัมผัส และการมีความสุขใจ

- พฤติกรรมที่เป็นการเข้าใจหรือตีความ (Interpreting) เช่น เมื่อเรามองตาเพื่อนก็เข้าใจเพื่อนได้

- พฤติกรรมที่เป็นความจำ (Remembering) เช่น เมื่อเรารับโทรศัพท์ครั้งแรก เราอาจจำเสียงคนโทรเข้ามาได้

- พฤติกรรมที่เป็นความคิด (Thinking) เช่น การคิดสร้างสรรค์ หรือการคิดหาเหตุผล

องค์ประกอบของพฤติกรรม

ภาณุวัฒน์ ศิวะสกุลราช (มปป.) ได้สรุปไว้ว่าพฤติกรรมของมนุษย์นั้น แยกออกมาเป็นปัจจัยย่อยๆ เรียกว่าองค์ประกอบพฤติกรรม ได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ การคิด สติปัญญา เจตคติ อารมณ์และความเชื่อ

1. การรับรู้ (Perception) การรับรู้ เป็นการแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้าและส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อการแปลความ

2. การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลอย่างค่อนข้างถาวร อันเป็นผลมาจากประสบการณ์หรือการฝึกฝน มิใช่ผลจากการตอบสนองของ

สัญชาติญาณ อุบัติเหตุ หรือความบังเอิญ โดยกระบวนการเรียนรู้จะเป็นกระบวนการต่อเนื่อง เชื่อมโยงจากการรับรู้

3. การคิด (Thinking) การคิด เป็นกระบวนการของสมอง ในการสร้างสัญลักษณ์ หรือภาพ ให้ปรากฏในสมอง เพื่อเป็นตัวแทนของวัตถุ สิ่งของ เหตุการณ์หรือสถานการณ์ต่างๆ ความสามารถในการคิดนั้นมีความสัมพันธ์ระดับสติปัญญา แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 ความคิดรวบยอด (concept) เป็นลำดับขั้นที่เกิดจากการทำงานของสมอง ในการจัดกลุ่มหรือการสรุปรวมที่จะทำความเข้าใจในสิ่งของ บุคคล เรื่องราว ประสบการณ์ ต่างๆที่ได้รับรู้ หรือต่อความคิดเห็น เพื่อให้เกิดความชัดเจน ว่าคืออะไร

3.2 จินตนาการ (imagination) เป็นการสร้างภาพขึ้นในสมองตามความนึกคิดของตนเองเป็นผลมาจากการสะสมการรับรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ผสมกับความต้องการ ความสนใจ ความคาดหวังอารมณ์และความรู้สึกของบุคคล การจินตนาการในสิ่งเดียวกันของบุคคลแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป

4. สติปัญญา (Intelligence) สติปัญญา เป็นความสามารถในตัวบุคคล ที่จะทราบได้จาก พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออก ระดับของสติปัญญาสังเกตได้จากการแสดงออกที่มีความคล่องแคล่ว รวดเร็ว ความถูกต้อง ความสามารถในการคิด การแก้ปัญหาและการปรับตัว การใช้แบบทดสอบวัด สติปัญญาจะทำให้ทราบระดับสติปัญญาชัดเจนขึ้น

5. เจตคติ (Attitude) เจตคติ เป็นความรู้สึกที่แสดงออกมาในทางบวกหรือทางลบ เช่น พอใจหรือไม่พอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบ ต่อบุคคล หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด สภาวะนี้เป็นแรงที่จะกำหนดทิศทางของพฤติกรรมของบุคคลต่อเหตุการณ์ สิ่งของ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง

6. อารมณ์ (Emotion) อารมณ์ เป็นสภาวะทางจิตใจ ที่มีต่อสิ่งเร้า ซึ่งมีผลต่อร่างกาย และการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

7. ความเชื่อ (Beliefs) ความเชื่อ เป็นการยอมรับนับถือเชื่อมั่นในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อาจตั้งอยู่บนพื้นฐานของความคิดเหตุผลที่สามารถพิสูจน์ได้ หรืออาจตั้งอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับ ความ

ศรัทธา โดยปราศจากเหตุผลหรือการพิสูจน์ใดๆ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม เราไม่อาจสังเกตความเชื่อได้โดยตรง แต่จะสังเกตได้จากพฤติกรรมที่บุคคลกระทำ และสันนิษฐานว่า พฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากความเชื่อ ความเชื่อไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลแต่เป็นการกำหนดขึ้นจากสิ่งที่คุณต้องการจะเชื่อในสิ่งใด เขาสามารถเชื่อในสิ่งใด เขาสามารถเชื่อในอะไร และเขาถูกวางเงื่อนไขในสิ่งที่เชื่อมาอย่างไร อีกประการหนึ่งความเชื่อนั้นทำให้เขาตอบสนองความต้องการพื้นฐานได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม

พัตน์ สุจันงค์ (2529) กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่

1. กลุ่มสังคม (Social group) ได้แก่ กลุ่มเพื่อนบ้าน กลุ่มเพื่อนโรงเรียน กลุ่มเพื่อนร่วมสถาบันเดียวกัน
2. บุคคลที่เป็นแบบอย่าง (Identification figure) ได้แก่ พ่อ แม่ พี่ น้อง ครู ผู้มีชื่อเสียงในทางสังคม เป็นต้น
3. สถานภาพ (Status) อาจเป็นสถานภาพที่ทางสังคมกำหนดให้ เช่น เพศ อายุ ศาสนา ฯลฯ หรืออาจเป็นสถานภาพที่บุคคลนั้นหามาได้ด้วยตัวเอง เช่น ชศ ตำแหน่ง ฯลฯ เมื่อบุคคลมีสถานภาพแตกต่างกันไปพฤติกรรมก็ย่อมแตกต่างกันไปด้วย
4. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น ปัจจุบันการนิยมนำเครื่องทุ่นแรงต่างๆ ในการทำงาน แทนการใช้แรงงานเหมือนอย่างแต่ก่อนทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม
5. กฎหมาย พฤติกรรมบางอย่างของมนุษย์จะถูกควบคุมโดยกฎหมาย เช่น การสูบบุหรี่บนรถประจำทางในเขตกรุงเทพมหานครถือว่าผิดกฎหมาย ดังนั้นพฤติกรรมการสูบบุหรี่บนรถประจำทางก็น้อยลงไป

6. ศาสนา แต่ละศาสนามีกฎเกณฑ์ข้อห้ามที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในสถานการณ์อย่างเดียวกันคนที่นับถือศาสนาต่างกันก็อาจแสดงพฤติกรรมที่ต่างกัน ได้ ทั้งนี้เนื่องมาจากอิทธิพลของศาสนาเอง

7. ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อต่างๆ ล้วนมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติของบุคคลทั้งสิ้น เช่น ประเพณีการเลี้ยงเด็กในแต่ละสังคมก็แตกต่างกันไปตามความเชื่อ เป็นต้น

8. สิ่งแวดล้อม คนที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมต่างกันออกไป พฤติกรรมก็ต่างกันด้วย เช่น คนในชนบทกับคนในเมือง

9. ทักษะที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกของมนุษย์ เช่น นักเรียนมีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีต่อครูผู้สอนก็มักจะแสดงพฤติกรรมแปลกๆ ออกมา เช่น ไม่ตั้งใจเรียน หรือขาดเรียนเมื่อถึงชั่วโมงที่ครูคนนั้นสอน เป็นต้น

10. การเรียนรู้ ในจิตวิทยาถือว่าพฤติกรรมส่วนมากของมนุษย์เกิดจากการเรียนรู้ การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยตลอด ตั้งแต่เด็กจนโต เช่น เด็กเรียนรู้การปฏิบัติตนจากที่ได้ดูตัวอย่างจากผู้ใหญ่ เป็นต้น

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2543) ได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์แบ่งเป็น 4 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยทางชีวะ ร่างกายและจิตใจของมนุษย์นั้น เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ทำให้มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม แบ่งเป็น 3 ระบบคือ ระบบประสาท (Nervous System) ระบบกล้ามเนื้อ (Muscle System) ระบบต่อม (Gland System)
2. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ และสภาพแวดล้อมในถิ่นที่อยู่
3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ครอบครัว โรงเรียน กลุ่มเพื่อน กลุ่มอาชีพ สื่อมวลชน สถาบัน ศาสนา และหน่วยสังคมอื่นๆ เช่น องค์กรปกครองท้องถิ่น กลุ่มแม่บ้าน เป็นต้น

4. ปัจจัยทางจิตวิทยาและจริยธรรม จำแนกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

4.1 กลุ่มที่คิดว่ามนุษย์เลวมาตั้งแต่เกิดคือ ฮุนอื้อ (Hsun-tzu) นักจิตวิทยาชาวจีน มีแนวคิดว่ายมนุษย์เลวมาแต่กำเนิด ถ้าปล่อยให้อยู่ในสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติมนุษย์จะมีพฤติกรรมเลวเช่นเดิม ฉะนั้นจะต้องควบคุมและจัดสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสม

4.2 กลุ่มที่คิดว่ามนุษย์ดีมาตั้งแต่เกิดคือ เกซเซล (Gessel) มีแนวคิดว่ายมนุษย์เกิดมาดีถ้าอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีก็จะได้ดียิ่งขึ้น ถ้าอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ไม่ดี ก็ยังปรับตัวได้

4.3 กลุ่มที่คิดว่ามนุษย์ไม่ดีไม่เลวคือ จอห์น ล็อก (John Lock) มีแนวคิดว่ายมนุษย์เกิดมาจิตใจว่างเปล่า เหมือนแผ่นกระดาษหรือผ้าขาว ถ้ามนุษย์อยู่ในสิ่งแวดล้อมดี มนุษย์จะเป็นคนดีในทางตรงข้าม ถ้ามนุษย์อยู่ในสิ่งแวดล้อมไม่ดี อาจจะเป็นคนเลวได้

4.4 กลุ่มที่คิดว่าพฤติกรรมมนุษย์เกิดจากการเรียนรู้คือ วัตสัน (Watson) มีแนวคิดว่ายพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากการเรียนรู้ และฝึกฝนจากสิ่งแวดล้อม เช่น พฤติกรรมการหายใจ มีสาเหตุจากการที่ร่างกายต้องการออกซิเจน และการควบคุม มีสาเหตุจากการที่ร่างกายต้องการอาหาร เป็นต้น

Morrison (1989) ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ออกเป็น 2 ประเภท ใหญ่ๆ คือ

1. ปัจจัยภายใน (Personal Factor / Internal Variables) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายในจิตใจของ ส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม เช่น ความต้องการ และการสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ รูปแบบการดำรงชีวิต แนวคิดเกี่ยวกับตัวเอง ทักษะ เป็นต้น

2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและวัฒนธรรมของคนในสังคมหนึ่ง ซึ่งปฏิบัติและสืบทอดกันมา เช่น เชื้อชาติ ศาสนา สีผิวพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ชั้นของสังคม สิ่งแวดล้อม หรือเป็นกลุ่มที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ทักษะ ความชอบ / ไม่ชอบ และ ค่านิยมในอาชีพ เพื่อน ครอบครัว ครู สถาบันการศึกษา เป็นต้น

การวัดพฤติกรรม

สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ (2542) พฤติกรรมของบุคคล มีทั้งพฤติกรรมภายนอก และ พฤติกรรมภายใน การที่จะศึกษาพฤติกรรมนั้น สามารถทำได้หลายวิธี ถ้าเป็นพฤติกรรมภายนอกที่ บุคคลแสดงออกมาให้บุคคลอื่นเห็นได้ จะศึกษาได้โดยการสังเกตโดยตรง และโดยอ้อม แต่ถ้าเป็น พฤติกรรมภายในไม่สามารถสังเกตได้ต้องใช้วิธีการทางอ้อม โดยการสัมภาษณ์ การทดสอบด้วย แบบทดสอบและการทดลองทั้งในห้องปฏิบัติการและในชุมชน เพราะฉะนั้นเครื่องมือที่ใช้วัด พฤติกรรมอาจได้โดยการสร้างแบบสอบถาม แบบสอบถาม แบบสังเกตประกอบการสัมภาษณ์ หรือใช้เครื่องมืออื่นประกอบเช่น เครื่องวัดความดันโลหิต เครื่องฟังการเต้นของหัวใจ เป็นต้น ได้ กล่าวถึง วิธีการศึกษาพฤติกรรมมี 2 วิธี คือ

1. การศึกษาพฤติกรรมโดยทางตรง ทำได้โดย

1.1 การสังเกตแบบให้ผู้ถูกสังเกตรู้ตัว (Direct observation) เช่น ครูสังเกตพฤติกรรม ของนักเรียนในห้องเรียน โดยบอกให้นักเรียนในชั้นได้ทราบว่าครูสังเกตว่าใครทำกิจกรรม อะไรบ้างในห้อง การสังเกตแบบนี้อาจทำให้บางคนไม่แสดงพฤติกรรมที่แท้จริงออกมาได้

1.2 การสังเกตแบบธรรมชาติ (Naturalistic observation) คือ การที่บุคคลผู้ต้องการ สังเกตพฤติกรรมกระทำในลักษณะที่ไม่ให้ผู้ถูกสังเกตรู้ว่าถูกสังเกตพฤติกรรมอยู่ การสังเกต แบบนี้จะได้พฤติกรรมที่แท้จริงมาก และจะทำให้สามารถนำผลที่ได้อธิบายพฤติกรรมใน สถานการณ์ที่ใกล้เคียงกัน หรือเหมือนกัน ข้อจำกัดของวิธีสังเกตแบบธรรมชาติก็คือ ต้องใช้เวลา มาก จึงจะสังเกตพฤติกรรมที่ต้องการได้ และการสังเกตทำเป็นเวลาติดต่อกันเป็นจำนวนหลายครั้ง พฤติกรรมบางอย่างอาจต้องใช้เวลาส่งเกตถึง 50 ปี หรือ 100 ปี ก็ได้ ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การสังเกต พฤติกรรมไม่ว่าผู้ถูกสังเกตจะรู้สึกตัวหรือไม่ก็ตาม ผู้สังเกตจะต้องมีความละเอียด ต้องสังเกตให้ เป็นระบบและมีการบันทึก ที่สำคัญคือจะต้องไม่มีอคติต่อผู้ถูกสังเกต อันจะส่งผลให้ได้ผล การศึกษาที่เที่ยงตรงและเชื่อถือได้

2. การศึกษาพฤติกรรมโดยทางอ้อม ซึ่งแบ่งออกได้หลายวิธี คือ

2.1 การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาใช้การซักถามข้อมูลจากบุคคล หรือกลุ่มบุคคล โดยการซักถามแบบเผชิญหน้ากันโดยตรง หรือมีคนกลางทำหน้าที่ซักถามให้ก็ได้ เช่น การใช้ล่าม สัมภาษณ์คนที่พูดคนละภาษา การสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การสัมภาษณ์โดยตรง ทำได้โดยผู้สัมภาษณ์ซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นเรื่องๆ ตามที่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายเอาไว้ และการสัมภาษณ์โดยอ้อม ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์จะไม่ทราบว่าผู้สัมภาษณ์ต้องการอะไร ผู้สัมภาษณ์จะพูดไปเรื่อยๆ โดยสอดแทรกเรื่องที่จะสัมภาษณ์เมื่อมีโอกาศ ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์จะรู้ตัวว่าเป็นสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์เจาะจง ที่จะทราบถึงพฤติกรรม การสัมภาษณ์แม้จะทำให้ได้ข้อมูลมาก แต่ก็มีย้อจำกัด คือ ในบางเรื่องผู้สัมภาษณ์ไม่ต้องการให้เปิดเผย

2.2 การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลเป็นจำนวนมาก ผู้ที่อ่านออกเขียนได้ และการสอบถามกับบุคคลที่อยู่ห่างไกลหรือกระจายระจายมาก นอกจากนี้ยังสามารถสอบถามพฤติกรรมในอดีต หรือทราบแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ข้อดีอีกประการหนึ่ง คือ ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถใช้ข้อมูลพฤติกรรมที่ปกปิด หรือพฤติกรรมที่ไม่ยอมแสดงให้บุคคลอื่นได้ทราบ และสามารถใช้เวลาใดก็ได้

2.3 การทดลองเป็นการศึกษาพฤติกรรม โดยผู้ถูกศึกษาจะอยู่ในสภาพการควบคุมตามที่ผู้ศึกษาต้องการ โดยสภาพที่แท้จริงแล้วการควบคุมจะทำได้ในห้องทดลอง แต่ในชุมชนการศึกษา พฤติกรรมของชุมชน โดยควบคุมตัวแปรต่างๆ คงเป็นไปได้น้อยมาก การทดลองในห้องปฏิบัติการ จะให้ข้อมูลจำกัด ซึ่งบางครั้งอาจนำไปใช้ในสภาพความเป็นจริงไม่ได้เสมอไป แต่วิธีนี้มีประโยชน์มาก สำหรับการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลทางการแพทย์

2.4 การทำบันทึก ทำให้ทราบพฤติกรรมของบุคคล โดยให้บุคคลแต่ละคนทำบันทึก พฤติกรรมของตนเอง ซึ่งอาจเป็นบันทึกประจำวัน หรือศึกษาพฤติกรรมแต่ละประเภท เช่น พฤติกรรมการเงิน พฤติกรรมการทำงาน พฤติกรรมทางสุขภาพ พฤติกรรมทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

กลุ่มจิตวิทยา

การศึกษาจิตวิทยาต้องทำความเข้าใจการศึกษาของนักจิตวิทยาในกลุ่มต่างๆ การศึกษาจะช่วยให้เราเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์และสามารถมองพฤติกรรมมนุษย์ได้หลายทัศนะตามแนวคิดหลักของแต่ละกลุ่ม ซึ่งในแต่ละกลุ่มจะมีความเชื่อ ระเบียบวิธีการศึกษา ตลอดจนเนื้อหาสาระ ขอบข่ายของกิจกรรมแตกต่างกันไปตามความเชื่อพื้นฐานของแต่ละกลุ่ม เราไม่สามารถบอกได้ว่าแนวคิดของกลุ่มไหนถูกต้องที่สุดวิธีที่ดีที่สุดคือจะต้องเลือกแนวคิดบางกลุ่ม หรือผสมผสานแนวคิดจากหลายๆ แนวคิดเข้าด้วยกัน เพื่อนามาอธิบาย หรือทำความเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์ (วิไลวรรณ ศรีสงคราม, 2549) แนวคิดทางจิตวิทยา สามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 6 กลุ่ม ดังนี้

1. แนวทัศนะของกลุ่มจิตวิทยาโครงสร้างนิยม (Structuralism) กลุ่มนี้มีความเชื่อว่าจิตมีองค์ประกอบเป็น 2 ส่วน คือ กายกับจิต ทั้งสองส่วนทำงานสัมพันธ์กัน จิตควบคุมการทำงานของกาย การทำงานของกายเกิดเป็นพฤติกรรม กลุ่มนี้มุ่งศึกษา “องค์ประกอบและการทำงานของจิต” หากตอบว่าจิตประกอบไปด้วยการทำงานอย่างไร ซึ่งสรุปได้ว่าโครงสร้างของจิตประกอบด้วยส่วนย่อย 3 ส่วน คือ การรับสัมผัส ความรู้สึก และจินตนาการ เมื่อทั้งสามส่วนนี้ มาสัมพันธ์กันภายใต้สัดส่วนที่เหมาะสม ก็จะก่อให้เกิดรูปแบบโครงสร้างแห่งจิตขึ้น

อย่างไรก็ตาม แนวคิดของกลุ่มจิตวิทยาโครงสร้างนิยมก็ได้รับการโจมตีมากในวิธีการที่ใช้ศึกษา แม้ว่ากลุ่มโครงสร้างนิยมจะยืนยันในความเป็นวิทยาศาสตร์ของตน แต่วิธีการศึกษาที่เรียกว่าการตรวจสอบตนเอง (Introspection) ก็ยังดูไม่น่าเชื่อถือนัก เพราะยังอิงการศึกษาในแบบปรัชญา และวิธีการศึกษาดังกล่าวก็มีความเป็นอัตนัยสูง เนื่องจากการตรวจสอบตนเองจะมีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้ตรวจสอบตนเองเป็นสำคัญ

2. แนวทัศนะของกลุ่มจิตวิทยาหน้าที่นิยม (Functionalism) กลุ่มหน้าที่นิยมสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างของจิตเช่นเดียวกับกลุ่มโครงสร้างนิยม แต่นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการทำงานของจิตว่ามีหน้าที่อย่างไร และมีกระบวนการอย่างไร ที่จะส่งผลต่อการแสดงออกของบุคคล จะทำให้เกิดประโยชน์มากกว่าการศึกษาเฉพาะโครงสร้างของพฤติกรรมภายในเท่านั้น และกลุ่มนี้มุ่งศึกษาสิ่งที่ช่วยให้มนุษย์ปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมหรือแก้ปัญหาได้ดี และ

เน้นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ด้วย จิตวิทยากลุ่มหน้าที่นิยมเน้นถึงการปรับตัว โดยมีความมุ่งหมายที่จะปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้คำตอบที่ว่าอะไรที่ทำให้มนุษย์มีความสามารถที่แตกต่างไปจากสัตว์จำพวกอื่น นั่นคือ ต้องการจะทราบว่าอะไรที่ทำให้มนุษย์มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดีกว่าสัตว์อื่นนั่นเอง

3. แนวทศนะของกลุ่มจิตวิทยาจิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis) แนวคิดของกลุ่มจิตวิเคราะห์นี้ช่วยให้เห็นความผิดปกติของพฤติกรรม เข้าใจผู้มีปัญหาเป็นแนวทางในการบำบัดรักษาความผิดปกติและอาจช่วยให้ระวังตัวเองมิให้จิตของตนผิดปกติไปได้โดยจิตของคนเราแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

3.1 จิตสำนึก (conscious mind) เป็นสภาวะปกติของบุคคลในการดำรงชีวิต รู้ตัวว่าทำอะไร เป็นใครและอยู่ที่ไหน ซึ่งก็คือสภาพที่บุคคลรู้ตัวว่าแสดงพฤติกรรมอะไรออกไปและแสดงออกไปตามหลักเหตุผล หรือแสดงตามแรงผลักดันจากภายนอก

3.2 จิตกึ่งรู้สำนึก (preconscious mind) เป็นจิตที่เก็บสะสมข้อมูลประสบการณ์มากมาย มิได้รู้ตัวในขณะนั้น แต่พร้อมที่จะดึงเข้ามาอยู่ในระดับจิตสำนึก อาจจะเป็นรูปแบบของความจำก็ได้

3.3 จิตไร้สำนึก (unconscious mind) เป็นส่วนของพฤติกรรมภายในที่เจ้าตัวไม่รู้สึกรู้สียเลย อาจเนื่องมาจากเจ้าตัวพยายามเก็บกดไว้ อาจสะท้อนออกมาในรูปของความฝันหรือการละเมอ

4. แนวทศนะของกลุ่มจิตวิทยาพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) นักจิตวิทยาในกลุ่มพฤติกรรมนิยมเน้นศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่สังเกตได้อย่างชัดเจน ซึ่งได้แก่ พฤติกรรมภายนอก โดยเชื่อว่าเราจะทราบถึงเรื่องราวของจิตก็โดยศึกษาจากพฤติกรรมที่แสดงออก จัดเป็นกลุ่มที่อธิบายพฤติกรรมซึ่งมุ่งทำความเข้าใจบุคคลจากสิ่งที่เป็นรูปธรรม ผลงานของนักจิตวิทยาในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งนำไปใช้มากในการปรับพฤติกรรม ความเชื่อของกลุ่มพฤติกรรมนิยม คือ พฤติกรรมทุกอย่างจะต้องมีสาเหตุ พฤติกรรมเป็นการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งเร้า มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนอง ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและควบคุมพฤติกรรมของบุคคลได้ โดยใช้สิ่งเร้ามาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม ซึ่งกลุ่มพฤติกรรมนิยมเชื่อว่า เราสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลได้โดยใช้สิ่งเร้าที่บุคคลต้องการมา กำหนดการกระทำ และการใช้แรงเสริมหรือรางวัลมาทำให้พฤติกรรมที่ต้องการเกิดซ้ำขึ้นอีกจน

กลายเป็นพฤติกรรมที่ถาวร แต่ขณะเดียวกันกลุ่มนี้ก็เน้นการลงโทษกับพฤติกรรมที่ไม่ดีด้วย โดยเชื่อว่าการลงโทษจะทำให้บุคคลลดการกระทำที่ไม่ดีเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกลงโทษ อย่างไรก็ตามแนวคิดของกลุ่มพฤติกรรมนิยม ก็ได้รับการวิจารณ์ว่าเห็นมนุษย์เป็นเครื่องจักรมากเกินไป เพราะจะจัดกระทำกับมนุษย์ในลักษณะใดก็ได้ เพราะมนุษย์มีความรู้สึกนึกคิด ไม่ได้คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล

5. แนวทศนะของกลุ่มจิตวิทยาเกสตัลท์ (Gestalt Psychology) แนวความคิดของกลุ่มเกสตัลท์ ให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมโดยส่วนรวมทั้งหมด จะแยกศึกษาทีละส่วนไม่ได้ เชื่อว่าบุคคลจะแสดงพฤติกรรมใดๆ ออกมาย่อมเกิดจากคุณสมบัติโดยส่วนรวมของบุคคลนั้น ซึ่งประกอบไปด้วยความรู้ ความคิด ทักษะ ทัศนคติ ฯลฯ ไม่ได้เกิดจากคุณสมบัติใดเพียงอย่างเดียว กลุ่มนี้ได้ใช้อีกชื่อหนึ่งว่า ปัญญานิยม (cognitivism) เนื่องจากเห็นว่าการศึกษาพฤติกรรมต้องศึกษาจากกระบวนการรับรู้และการคิดในสมองซึ่งเป็นตัวสั่งการให้เกิดพฤติกรรม ทฤษฎีของกลุ่มเกสตัลท์เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ จึงให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรม ดังนี้

5.1 การรับรู้ (perception) เป็นรากฐานของการเรียนรู้ เกิดจากการแปลอาการสัมผัส ออกมาอย่างมีความหมาย โดยอาศัยความรู้ความเข้าใจเดิม ประสบการณ์เดิมปัญญา หรือสิ่งที่คาดคะเนไว้ล่วงหน้า

5.2 การหยั่งเห็น (insight) เป็นการเกิดความรู้ความเข้าใจอย่างแจ่มแจ้ง คิดช่องทางแก้ปัญหาค้นพบหลักการจากการพิจารณาสภาวะรอบด้าน รู้และเข้าใจปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่และหาช่องทางในการแก้ปัญหานั้นๆ ได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็ว เชื่อว่าเกิดในมนุษย์และสัตว์ชั้นสูงเท่านั้น

6. แนวทศนะของกลุ่มจิตวิทยามนุษยนิยม (Humanism) ความเชื่อเบื้องต้นของกลุ่มจิตวิทยามนุษยนิยม (เดมส์คัลด์ คทวนิช, 2550) มีดังนี้

6.1 มนุษย์มีจิตใจ ต้องการความรัก ความอบอุ่น ความเข้าใจ ทั้งยังมีจิตความสามารถเฉพาะตัว ไม่ใช่จะกำหนดให้เป็นอะไรก็ได้ตามใจชอบของคนอื่น ซึ่งตรงข้ามกับแนวคิดของกลุ่มพฤติกรรมที่เห็นว่าเราสามารถกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ด้วยกันได้

6.2 มนุษย์แต่ละคนเป็นผู้ซึ่งพยายามที่จะรู้สึก เข้าใจตนเอง และต้องการบรรลุศักยภาพสูงสุดของตน (self actualization) จึงไม่ยากนักที่จะเสริมสร้างให้บุคคลคิดวิเคราะห์ เข้าใจตน และนำจุดดีมาใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาเอง

6.3 ข้อบังคับและระเบียบวินัยไม่จำเป็นนักสำหรับผู้พัฒนาแล้ว ทุกคนต่างมุ่งสร้างความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ให้แก่ตนถ้าเขาได้รับการยอมรับ ดังนั้น จุดเริ่มต้นของการพัฒนาตน จึงอยู่ที่การยอมรับตนเองและผู้อื่นให้ได้ก่อน

6.4 บุคคลที่พร้อมต่อการปรับปรุงตนเองควรจะได้มีสิทธิเลือกการกระทำเลือกประสบการณ์ กำหนดความต้องการ และตัดสินใจเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง (self mastery) เป็นการ “ออกแบบชีวิต” ที่เหมาะสมตามทิศทางของเขา

6.5 วิธีการแสวงหาความรู้หรือข้อเท็จจริง สำคัญกว่าตัวความรู้หรือตัวข้อเท็จจริง เพราะโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ตัวของความรู้หรือตัวข้อเท็จจริงจะไม่ใช่ว่าตายตัว ดังนั้นสิ่งที่ประโชยน์ต่ออนาคตของบุคคลมากที่สุดก็คือกรรมวิธีในการแสวงหาความรู้ ไม่ใช่เน้นที่ตัวความรู้เพียงอย่างเดียว

แนวคิดจากกลุ่มมนุษย์นิยมที่อาจนำไปใช้เพื่อการพัฒนาพฤติกรรม คือ การเน้นให้บุคคลได้มีเสรีภาพ เลือกวิถีชีวิตตามความต้องการและความสนใจ ให้เสรีภาพในการคิด การทำ เน้นความแตกต่างระหว่างบุคคล เน้นให้บุคคลมองบวกในตน ยอมรับตนเอง และนำส่วนดีในตนเองมาใช้ประโยชน์ให้เต็มที่ รักศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของตนเอง สร้างสรรค์สิ่งดีให้ตนเอง ทำให้มองคนอื่นในแง่บวก ยอมรับคนอื่นและสร้างสรรค์สิ่งดีงามให้แก่ผู้อื่นและสังคม

กลุ่มสังคมวิทยา

มนุษย์เป็น สัตว์สังคม มีความต้องการอยู่ร่วมกับผู้อื่น และบางกรณีก็จำเป็น ต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เป็นชุมชน เป็นสังคม กระบวนการของกลุ่ม กระบวนการ ทางสังคม และสิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรม จึงมีส่วนสำคัญใน การกำหนดลักษณะ พฤติกรรมของมนุษย์ ให้เป็นไปตามสภาพของสังคมได้ ดังนี้

1. อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม

บรอนเฟนเบเนออร์ ได้เสนอแนวคิดในการเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมไว้ เรียกว่า Ecological Approach ในแนวคิดนี้ได้แบ่งสิ่งแวดล้อมออกเป็นระบบต่อเนื่องกัน แต่ละระบบ มีปฏิสัมพันธ์ กับบุคคลและ มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันด้วย ดังนี้

1.1 ระบบจุลภาค เป็นสิ่งแวดล้อมที่ใกล้ชิดกับตัวที่สุดและให้ประสบการณ์โดยตรง หน่วยแรกที่สุด คือ ครอบครัว ที่พ่อแม่และลูก มีปฏิสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ยังมีหน่วยอื่นอีก เช่น ครอบครัวของญาติ ศูนย์เลี้ยงดูเด็ก ห้องเรียน ที่โรงเรียน เป็นต้น ในแต่ละระบบจุลภาคนี้ พฤติกรรมของ เด็กจะกระทบต่อคนอื่นๆ ซึ่งเขาเหล่านั้น จะส่งผลกระทบ ต่อเด็กในรูปแบบใหม่ได้ แม้แต่ทารกในครรภ์ก็อาจมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมของมารดา แล้วส่งผล ย้อนกลับต่ออนาคตของทารกได้ สิ่งแวดล้อมใดที่คนทุกคนในนั้น สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทั่วถึงจัดเป็นระบบจุลภาค

1.2 ระบบปฏิสัมพันธ์ เป็นระบบสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงระบบจุลภาคต่างๆ ให้สัมพันธ์กัน เช่น ความสัมพันธ์ ระหว่าง ญาติพี่น้อง ระหว่าง ครอบครัวและ โรงเรียน เด็กที่มีปัญหาที่บ้านจะไปสร้างปัญหาที่โรงเรียน เด็กจากครอบครัวอ่อน มักจะเป็นเด็กเรียบร้อยที่โรงเรียน เป็นต้น

1.3 ระบบภายนอก เป็นสภาพทางสังคมที่คนเราไม่ได้รับประสบการณ์โดยตรง แต่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม หรือ พัฒนาการ ของบุคคล ได้ เช่น ทักษะทางสังคม ความสำเร็จในหน้าที่การงานของพ่อแม่ มีส่วนใน การจัดประสบการณ์ ที่เหมาะสม ให้ลูก ได้มากหรือน้อย หรือ นโยบายของรัฐบาล ข้อกำหนด และเครือข่ายทางสังคมระหว่างกลุ่มคน เป็นสิ่งแวดล้อมประเภทนี้

1.4 ระบบมหภาค คือ ระบบใหญ่ที่สุดของสังคม ซึ่งเป็นที่รวมทุกระบบที่กล่าวมาให้เกี่ยวเนื่องกัน เป็นวัฒนธรรมใหญ่ และ วัฒนธรรมย่อยของสังคม วัฒนธรรมเป็นการปฏิบัติและแนวดำเนินชีวิต ซึ่งยอมรับกันในสังคม และ สืบทอดจาก คนรุ่นหนึ่ง ไปยังอีกรุ่นหนึ่ง ได้แก่ ทัศนะเกี่ยวกับ ธรรมชาติของมนุษย์ในแต่ละวัยว่า ควรสอนอะไรให้เด็ก เพื่อทำหน้าที่ในสังคม เมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ควรมี ความรับผิดชอบอย่างไรบ้าง แต่วัฒนธรรมก็มีการพัฒนา ไปตามกาลเวลา มีเหตุการณ์สำคัญใน ประวัติศาสตร์ของสังคม เช่น ภาวะสงคราม สภาพเศรษฐกิจ ภัยพิบัติ จากธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เราไม่สามารถสรุปได้ว่า คนในสังคมเดียวกัน จะมี

พฤติกรรมเหมือนกันหมด เพราะคนที่เกิดและมีผ่านประสบการณ์ต่างยุคสมัยกันจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมระดับมหภาคที่แตกต่างกัน

1.5 ระบบเหตุการณ์แวดล้อม เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของสิ่งแวดล้อมและ การเปลี่ยนไปของสิ่งแวดล้อม ตลอดช่วงชีวิต ของบุคคล และรวมถึงเหตุการณ์ซึ่งเป็นประวัติของบุคคลผู้นั้นด้วย เช่น อิทธิพลของการหย่าร้างที่มีต่อเด็ก ซึ่งนักวิจัยพบว่า การหย่าร้างนั้นจะเกิดผลทางลบมากที่สุดต่อเด็กในปีแรก มีผลต่อเด็กชาย มากกว่าเด็กหญิง แต่หลังจากการหย่าไปแล้วประมาณ 2 ปี เด็กจะเริ่มปรับตัวได้ ระบบของสิ่งแวดล้อมที่เสนอโดย บรอนเฟนเบรนเนอร์ แต่ละระบบมีส่วนสร้างพฤติกรรมของบุคคล และอาจถูกเปลี่ยนแปลงได้จากคนในระบบนั้นๆ ด้วย มนุษย์ที่พัฒนาหรือเติบโตมาจากสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรม และลักษณะนิสัยที่แตกต่างกันไปด้วย

2. กระบวนการสังคมประกิต

กระบวนการสังคมประกิต (Socialization) เป็นกระบวนการที่สถาบันต่างๆ ในสังคมได้กล่อมเกลา อบรมหรือให้การเรียนรู้แก่สมาชิกในสังคมว่าอะไรควรทำ อะไรเป็นข้อห้าม ทำให้เกิดปทัสถาน ระเบียบ และวัฒนธรรมของกลุ่มที่ทุกคนต้องคำนึงถึงในการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมนั้น สถาบันทางสังคมที่สำคัญได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา สถาบันการปกครอง เพื่อนและสื่อมวลชน เป็นต้น

ในกระบวนการสังคมประกิต ครอบครัวเป็นสถาบันแรกทางสังคมที่อบรมบุคคล ด้านเจตคติ แบบพฤติกรรม วัฒนธรรม ระเบียบแบบแผนทางสังคมที่เป็นอยู่ในขณะนั้น พ่อแม่ให้การอบรมเลี้ยงดูแก่ลูกแบบใดจะมีผลต่อพฤติกรรมและนิสัยของเด็กเมื่อเติบโตขึ้น วิธีการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่พิจารณาได้จากสองมิติ คือ ความรัก-ความซิงซัง และการให้อิสระ การเข้มงวด จึงมีพ่อแม่ที่รักลูก พ่อแม่ที่ ซิงซังลูก พ่อแม่ที่ให้อิสระแก่ลูก และพ่อแม่ที่เข้มงวดกับลูก เมื่อนำสองมิตินี้มาประกอบกันจะได้ แบบพื้นฐานการเลี้ยงดูลูกสี่แบบ ได้แก่ ให้ความรักแต่เข้มงวด ให้ความรักและความอิสระ ซิงซังและเข้มงวด ซิงซังและปล่อยอิสระ

ในมิติแรกเรื่อง ความรัก ความซิงซัง เป็นที่ยอมรับกันว่าเด็กซึ่งเกิดในครอบครัวที่พ่อแม่ให้ความรักความอบอุ่น จะได้รับประสบการณ์ที่ส่งเสริมพัฒนาการในด้านต่างๆ และปรับตัวในสังคม

ได้ดี ส่วนในมิติ ความเข้มงวด-การให้อิสระ ยังต้องมีการพิจารณาว่าพ่อแม่ควรเข้มงวดหรือให้ความอิสระและลูกในระดับใดจึงเหมาะสม บอมรินด์ (Baumrind, 1991) เสนอไว้ 3 แบบ ดังนี้

2.1 แบบเข้มงวด เป็นแบบการเลี้ยงดูที่เข้มงวดกับลูกสูงมาก ตั้งกฎเกณฑ์และระเบียบมากมาย และคาดหวังว่าต้องได้รับการปฏิบัติตามทุกอย่างโดยไม่ต้องทราบเหตุผล พ่อแม่แบบนี้จะไม่อธิบายเหตุผลในกฎเหล่านั้นด้วย หากไม่ทำตามจะใช้อำนาจบังคับ ลงโทษทางกายหรือด้วยวิธีต่าง ๆ

2.2 แบบยืดหยุ่นในเกณฑ์ เป็นแบบการเลี้ยงดูที่ยืดหยุ่นได้ ให้ลูกมีอิสระตามสมควร กำหนดกฎระเบียบที่ชัดเจนและอธิบายเหตุผลว่าทำไมต้องเข้มงวด ตอบสนองความต้องการและรับฟัง ความคิดเห็นของลูก แต่ลูกยังต้องปฏิบัติตามกฎที่กำหนดไว้

2.3 แบบผ่อนปรน เป็นแบบการเลี้ยงดูที่ผ่อนคลายเป็นมาก พ่อแม่ไม่ตั้งกฎเกณฑ์หรือคาดหวังในลูกมากนัก ปล่อยให้ลูกแสดงอารมณ์และการกระทำตามต้องการได้ ไม่เข้มงวดหรือควบคุมพฤติกรรมของลูก ให้อิสระในตัวลูกค่อนข้างมาก

การเลี้ยงดูแบบยืดหยุ่นในเกณฑ์ ถ้าประกอบด้วยความรักความอบอุ่นจากพ่อแม่ จะเป็นแบบการเลี้ยงดูลูกที่ส่งผลให้เด็กเติบโตเป็นสมาชิกที่ดีในสังคม แสดงพฤติกรรมที่มีเหตุผล มีนิสัยเอื้อเฟื้อ เพื่อแผ่ ร่วมมือกับผู้อื่น เคารพกติกา และมีวินัยในตนเอง ส่วนการเลี้ยงดูแบบเข้มงวด ถ้าหากประกอบด้วยความชิงชัง ทำให้เด็กที่เติบโตขึ้นเป็นพวกต่อต้านสังคม ชอบก่อเหตุรุนแรง

3. อิทธิพลของกลุ่ม

กลุ่มเป็นการรวมตัวกันของบุคคล เพื่อทำกิจกรรมร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่ง มีขนาด แตกต่างกันไป คนคนหนึ่งอาจเป็น สมาชิกของกลุ่มหลายกลุ่ม ในขณะเดียว พฤติกรรม ของเขา ในฐานะสมาชิกของกลุ่มต้องสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มนั้น กลุ่มทุกกลุ่มย่อม มีคุณลักษณะเฉพาะของตนเอง ลักษณะที่สำคัญได้แก่ บทบาท (Roles) ปทัสถาน (Norms) สถานะภาพ (Status)

3.1 บทบาท เป็นพฤติกรรมที่คาดหวังต่อสมาชิก อาจกำหนดไว้ชัดเจนเป็นบันทึกอย่างเปิดเผยว่า สมาชิกคนไหน ควรมีบทบาทอย่างไร แม้จะไม่ครอบคลุมทุกอย่าง แต่เป็นกรอบสำคัญ ให้สมาชิกในกลุ่มได้ปฏิบัติ ในกรณีที่บุคคลหนึ่ง เป็นสมาชิกของหลายกลุ่มที่มีบทบาทขัดแย้งกัน อาจทำให้ พฤติกรรมของคนนั้นมีปัญหาเรื่องความขัดแย้งในบทบาทได้

3.2 ปทัสถาน เป็นกฎกติกาของกลุ่มเกี่ยวกับพฤติกรรม หรือการปฏิบัติที่สมาชิกส่วนใหญ่ยอมรับว่า อะไรควรปฏิบัติ อะไรเป็นข้อห้าม จะเป็นเรื่องทั่วไปที่มีผลกระทบกับส่วนใหญ่ของกลุ่ม มากกว่าเรื่องส่วนบุคคล สมาชิกของกลุ่มทุกคนต้องยึดถือปทัสถานนี้

3.3 สถานภาพ เป็นการกำหนดระดับชั้นของสมาชิกกลุ่มในสังคม เป็นการให้ความสำคัญหรือยกย่องกัน สถานภาพจึงเป็นการเปรียบเทียบฐานะทางสังคมว่า ใครสูงกว่าใคร ซึ่งการได้สถานภาพบางอย่างก็จะมีบทบาทที่กำหนดในการครองสถานภาพนั้นด้วย สถานภาพของบุคคล อาจได้มาจากหลายทาง ได้แก่ สถานภาพโดยกำเนิด เช่น เกิดในราชตระกูล ตระกูลที่ร่ำรวย มีชื่อเสียง ตระกูลชวาเนา สถานภาพจากการทำงาน พิจารณาจากตำแหน่งงาน ประเภทของงาน ความชำนาญงาน หรือ สถานภาพจากบุคลิกภาพส่วนตัว เช่น คนที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีเข้ากับคนส่วนใหญ่ได้ วางตนได้เหมาะสม จะได้รับยกย่อง การพิจารณาว่าอย่างไรสูงกว่า ย่อมขึ้นอยู่กับว่า กลุ่มใดเป็นผู้พิจารณา เช่น ในวงวิชาการอาจถือว่า ศาสตราจารย์มีสถานภาพสูงที่สุด แต่พนักงานธนาคารเห็นว่า ศาสตราจารย์คนนี้มีสถานภาพต่ำกว่า ประธานกรรมการธนาคารของเขา เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้ (Perceptions) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน (Latin) หรือ “Percipere” ซึ่ง Per หมายถึง “ผ่าน” และ Capere หมายถึง “การนำ” (Bunting 1988) ตามความหมายในพจนานุกรมของเว็บสเตอร์ (The New American Webster Handy College Dictionary, 1981) คือ การแสดงออกถึงความรู้ ความเข้าใจ ตามความรู้สึกที่เกิดขึ้นในใจบุคคล นักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ ดังนี้

กันยา สุวรรณแสง (2542) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง การใช้ประสบการณ์เดิม แปลความหมายสิ่งเร้าที่ผ่านประสาทสัมผัส แล้วเกิดความรู้สึก ระลึกรู้ความหมายว่าเป็นอะไร

สุชา จันทรเฒ (2533) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง การตีความหมายจากการสัมผัส และในแง่ของพฤติกรรม การรับรู้เป็นขบวนการที่เกิดแทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองสิ่งเร้า

วัชร ทรัพย์มี (2533) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง การตีความหมายของการสัมผัส กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีความหมาย ซึ่งการตีความหมายนั้น ต้องอาศัยประสบการณ์หรือการเรียนรู้ ถ้าปราศจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ จะไม่มีการเรียนรู้ มีแต่การรับสัมผัสและการเรียนรู้เป็นสิ่งที่เลือกสรรในขณะใดขณะหนึ่ง ไม่ได้รับรู้หมดทุกอย่างแต่เลือกรับรู้สิ่งเร้าเพียงบางอย่าง

King (1981) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการทางความคิดและจิตใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกอย่างมีจุดมุ่งหมาย แรงผลักดัน การรับรู้ของบุคคลแต่ละคนเป็นการแสดงออกถึงความตระหนักในเรื่องต่างๆ ของบุคคลนั้น และได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ ดังนี้

1. การรับรู้เป็นเอกภาพ (Universal) บุคคลทุกคน สามารถรับรู้ต่อบุคคลอื่นและสิ่งแวดล้อม มนุษย์ทุกคนจะมีการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ ตั้งแต่เกิดจนตายโดยการจัดเรียงลำดับจากรูปธรรมและให้ความหมายต่อสิ่งนั้น เช่น ต้นไม้ประกอบด้วยกิ่งก้าน รากและลำต้น เป็นต้น ส่วนประกอบที่เห็นเป็นรูปธรรมและเรียกว่าจะเก็บไว้ในความทรงจำและเมื่ออนาคตมาถึงประสบการณ์ที่เข้ามาเป็นต้น ไม้ บุคคลนั้นจะให้ความหมายสิ่งนั้นว่าต้น ไม้ นั่นคือ การรับรู้ของบุคคล

2. การรับรู้เป็นสิ่งที่บุคคลเลือกเฉพาะสำหรับตนเอง (Selective and Subjective) ถึงแม้จะเป็นการรับรู้ในเหตุการณ์เดียว แต่ไม่สามารถจะสรุปได้ว่าแต่ละบุคคลรับรู้ในเหตุการณ์นั้นเหมือนกัน เนื่องจากบุคคลมีภูมิหลังและประสบการณ์ที่ต่างกัน

3. การรับรู้เป็นสิ่งที่แสดงออกในภาวะปัจจุบัน (Action Oriented in The Present) เนื่องจากข้อมูลที่มีอยู่ในสิ่งแวดล้อมตลอดเวลา ทำให้บุคคลต้องมีการรับรู้ในสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นและทำให้เกิดการเรียนรู้ควบคู่ไปด้วยเสมอ

4. การรับรู้เป็นปฏิสัมพันธ์ที่มีเป้าหมายแน่นอน (Transaction) บุคคลจะสามารถสังเกตถึงการรับรู้ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีการแสดงออกระหว่างคนหรือภายในกลุ่ม จึงจะทำให้มองเห็นได้ชัดเจนว่าบุคคลนั้นมีการรับรู้ในสถานการณ์นั้นอย่างไร

จำเนียร ช่างโชติ และ คณะ (2519) มีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ว่า การรับรู้ของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันและเปลี่ยนแปลงไปได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล คือ ลักษณะของสิ่งเร้า ได้แก่ การเกิดซ้ำบ่อย ขนาดทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ได้ดีและรวดเร็ว และคุณสมบัติของผู้รับรู้ ได้แก่ สมรรถภาพของอวัยวะรับสัมผัส ความสนใจ ความเห็นคุณค่าของสิ่งเร้า ความพร้อมในการรับรู้ บุคลิกภาพการ ประสบการณ์เดิม ทักษะคิด อารมณ์และอิทธิพลจากสังคม เช่น เพศ วัฒนธรรม สังคม บทบาทและเศรษฐกิจ

จากความหมายของการรับรู้ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การรับรู้หมายถึง กระบวนการทางด้านความคิดที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล ในการแปลความหมายสิ่งเร้า หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยอาศัยประสบการณ์และการเรียนรู้ของบุคคล ตัวอย่างเช่น การดำเนินงานป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออกต้องอาศัยการรับรู้ถึงกระบวนการทางความคิด จากประสบการณ์และการเรียนรู้ รวมไปถึงการรับรู้ปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วนำประสบการณ์การเรียนรู้ที่ได้รับมาแก้ไขปัญหาดังกล่าว อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

คนเราจะรับรู้สิ่งต่างๆ ได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ ลักษณะของผู้รับและลักษณะของสิ่งเร้า โดยที่บุคคลจะรับรู้แตกต่างกันไป เพราะความแตกต่างของปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ ทำให้บุคคลมีการรับรู้ต่างกันออกไป สามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ได้ดังนี้ (กันยา สุวรรณแสง, 2542)

1. ลักษณะของผู้รับ การที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดเป็นอันดับแรกหรือหลังและรับรู้มากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับรู้แบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพและด้านจิตวิทยา

1) ด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะรับสัมผัส เช่น หู ตา จมูก และอวัยวะสัมผัสอื่นๆ ปกติหรือไม่ มีความรู้สึกรับสัมผัสสมบูรณ์เพียงใด เช่น หูตึง เป็นหวัด ตาเอียง ตาบอดสี สายตาสั้น สายตายาว ผิวหนังชา ความชรา ถ้าผิดปกติหรืออ่อนสมรรถภาพก็ย่อมทำให้การรับสัมผัสผิดไป ด้อยสมรรถภาพในการรับรู้ลงไป ความสมบูรณ์ของอวัยวะสัมผัสจะทำให้การรับรู้ได้ดี การรับรู้จะมีคุณภาพดีขึ้นถ้าเราได้สัมผัสหลายทาง เช่น เห็นภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกันให้เราแปลความหมายของสิ่งเราได้ถูกต้อง

2) ด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของคน ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีหลายประการ ดังนี้

(1) ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิม เรื่องราวหรือความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่บุคคลมีอยู่จะมีมากน้อยหรือเป็นเรื่องเกี่ยวกับสิ่งใด ก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ประสบการณ์เดิมเป็นเหมือนเครื่องมืออีกอย่างหนึ่งที่จะทำให้การตีความจากการรู้สึกแจ่มชัดขึ้น การรับรู้ของบุคคลก็สอดคล้องกับสิ่งเร้านั้นมากขึ้นด้วย การรับรู้ของบุคคลไม่ได้เกิดขึ้นด้วยความว่างเปล่า แต่จะมีองค์ประกอบหลายประการที่ทำให้เกิดการรับรู้ โดยเฉพาะประสบการณ์เดิมเป็นสิ่งที่บุคคลสะสมกันมาตั้งแต่เริ่มเกิด สิ่งเหล่านี้บุคคลจะนำมาใช้คาดคะเนหรือเตรียมการเพื่อการรับรู้ ย่อมทำให้การรับรู้ที่มีความหมายต่อการดำรงชีวิตของบุคคลมากยิ่งขึ้น

(2) ความต้องการ เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการเลือกรับรู้ เมื่อบุคคลเกิดภาวะขาดสิ่งต่างๆ ที่จะทำให้ร่างกายทำงานไม่เป็นปกติ เช่น การขาดสภาพทางด้านร่างกาย ได้แก่ อาหาร อากาศ น้ำ ความต้องการทางเพศ การขับถ่ายของเสีย หรือการขาดทางจิตใจและสังคม ได้แก่ ความรัก ความสำเร็จ ความมีอำนาจ ซึ่งความต้องการเหล่านี้จะมีมากบ้างหรือน้อยบ้างในแต่ละคน บางสิ่งมีความจำเป็นต่อบุคคลคนหนึ่ง แต่อาจไม่จำเป็นกับอีกคนหนึ่ง ความต้องการของบุคคลจึงต่างกัน

(3) ความตั้งใจ สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรามีมากมาย ล้วนแต่มีโอกาสดำเนินให้เกิดการรับรู้ในตัวเองได้ แต่เราไม่ได้รับรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวเราพร้อมๆ กัน บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าเฉพาะที่ตั้งใจจะรับรู้

(4) แรงจูงใจ มีผลต่อการรับรู้ เพราะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ซึ่งทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ในสิ่งนั้นเป็นอย่างดี แรงจูงใจเป็นเหมือนตัวกระตุ้นให้บุคคลกระทำหรือมีพฤติกรรมต่างๆ อย่างมีเป้าหมาย

(5) ทักษะคิด ที่มีอยู่จะเป็นเครื่องมือที่เลือกรับสิ่งเร้าและเลือกแนวทางตามสิ่งเร้า

(6) ภาวะทางอารมณ์ บุคคลที่มีอารมณ์ดี มีความสบายใจ มักจะไม่พิจารณารายละเอียดของสิ่งเร้ามากนัก จะมองไม่เห็นข้อบกพร่อง มองเห็นสิ่งต่างๆ เหล่านั้นดีไปหมด แต่หากอยู่ในสภาพอารมณ์ที่ไม่ดีก็มักจะมองเห็นสิ่งต่างๆ ไม่น่าชอบใจไปหมด ถ้าบุคคลมีอารมณ์เครียดมาก กล้ามเนื้อและประสาทจะมีความต้านทานต่อกระแสประสาทสูงทำให้การรับรู้ไม่ดี

(7) เชี่ยวชาญ คนที่เฉลียวฉลาดจะรับรู้ได้ดี เร็ว และถูกต้องกว่าผู้ที่มีสติปัญญาต่ำกว่า รวมทั้งแปลความหมายได้ดีมีเหตุผล

(8) อิทธิพลของสังคม สภาพความเป็นอยู่ของสังคมและลักษณะของวัฒนธรรมจารีตประเพณี ค่านิยม เป็นเครื่องกำหนดการรับรู้ของคน ทำให้คนแต่ละกลุ่มรับรู้สิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป

2. ลักษณะของสิ่งเร้า การที่บุคคลจะเลือกรับสิ่งใดก่อนหลัง มากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นกับว่าสิ่งเร้าดึงดูดความสนใจ ความตั้งใจมากน้อยเพียงใด ลักษณะของสิ่งเร้าที่ดึงดูดความสนใจ ได้แก่ ขนาดความเข้ม ความดัง ความสว่าง การกระทำซ้ำๆ และการเคลื่อนไหวของสิ่งเร้า (กันยา สุวรรณแสง, 2542)

องค์ประกอบของการรับรู้

ในการรับรู้ของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันไปขึ้นกับองค์ประกอบต่างๆ ดังมีผู้กล่าวถึงองค์ประกอบของการรับรู้ไว้ดังนี้

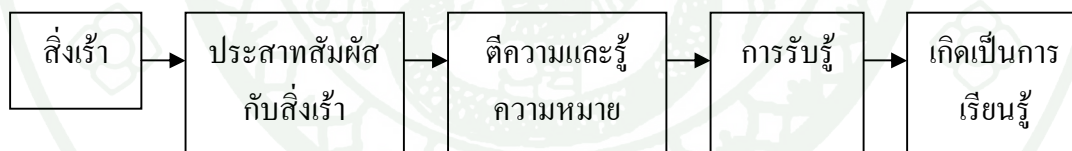
โยธิน ศันสนยุทธ และ คณะ (2533) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้ ว่าประกอบด้วย ความสนใจ (Interest) ความคาดหวัง (Expectancy) ความต้องการ (Need) การเห็น

คุณค่า (Value) การรับรู้ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความคิด ความรู้ ความเข้าใจและการเกิดพฤติกรรมของแต่ละบุคคล หากบุคคลมีการรับรู้ในสิ่งนั้นอย่างไร ก็จะปฏิบัติตามความคิดเห็น หรือตามการรับรู้ของตนเองในเรื่องนั้นๆ โดยใช้ความรู้และประสบการณ์เดิมเป็นเครื่องช่วย

วัชร ทรรศน์ (2543) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของบุคคล ขึ้นอยู่กับลักษณะของสื่อและสิ่งเร้า โดยสื่อและสิ่งเร้าที่จะทำให้เกิดการรับรู้ที่คนนั้นต้องเป็นสิ่งที่มีลักษณะดึงดูดความสนใจของบุคคลได้ดี มีความชัดเจน ทำซ้ำบ่อยๆ เป็นสิ่งเร้า ที่มีความแตกต่างจากสิ่งอื่น ส่วนปัจจัยทางด้านผู้รับ ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ความต้องการ ความตั้งใจ ความสนใจ การเห็นคุณค่าของผู้รับ การแปลความ และตีความหมายของสิ่งเร้าที่สัมผัส โดยอาศัยความรู้เดิมและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้นๆ หากบุคคลใดมีความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้นมาก ก็ จะแปลความหมายได้ถูกต้องมาก และเกิดการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมากยิ่งขึ้น

กันยา สุวรรณแสง (2532) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการรับรู้ไว้ดังนี้

1. การรับรู้มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ การรับรู้ทำให้เกิดการเรียนรู้ สังกัดได้จากกระบวนการ ดังนี้



ภาพที่ 1 กระบวนการเรียนรู้

ที่มา: กันยา สุวรรณแสง (2532)

ในทำนองเดียวกัน การเรียนรู้ก็มีผลต่อการรับรู้ครั้งใหม่ เนื่องจากความรู้ ความจำเดิมจะ ช่วยแปลความหมายให้ทราบว่าคืออะไร

2. การรับรู้ มีความหมายสำคัญ เจตคติ อารมณ์ และแนวโน้มของพฤติกรรม เมื่อเกิดการรับรู้ขึ้นแล้ว ย่อมเกิดความรู้สึกและมีอารมณ์ต่อการพัฒนาเป็นเจตคติและพฤติกรรม

ข้อมูลเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

Social network หรือในคำภาษาไทยที่มีใช้กัน เช่น เครือข่ายสังคม เครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายมิตรภาพ กลุ่มสังคมออนไลน์ เป็นผลที่เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยีเว็บในระบะที่ 2 (WEB 2.0) ก่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มคนที่รวมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การรวมตัวกันของกลุ่มคน ซึ่งมีโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมตามทฤษฎีเครือข่าย (Network theory) คือประกอบด้วยส่วนที่เป็น จุด (Node) และส่วนของความสัมพันธ์ (Ties หรือ Relationship) ทั้งนี้ จุด (Node) เปรียบเสมือนคนๆ หนึ่งในระบบเครือข่ายที่อาจจะมีลักษณะความสัมพันธ์หลายรูปแบบกับคนอื่นๆ ลักษณะความสัมพันธ์ในเครือข่ายออนไลน์จะเรียกว่า Social contacts

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) คือกลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ต เป็นรูปการสื่อสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นสังคมขึ้นมา ปัจจุบันมีการสร้างชุมชนใหม่บนอินเทอร์เน็ต เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร ทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งเพื่อการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง มีผลต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคมเครือข่าย ทั้งเป็นประโยชน์และเป็นข้อเสีย

ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์

อดิเทพ บุตรราช (2553) ได้ให้นิยามคำว่าเครือข่าย สังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมและ มีการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อยๆ โดยใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการสร้างเครือข่ายชุมชนเสมือนบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ ทางด้านการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง คนในสังคม ปัจจุบันส่วนใหญ่มักจะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้จัดทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่อต่างๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับเพื่อนและผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้ทราบผ่านทางเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

วรรณพร คีมูล และ ธริตชัย ชุมแก้ว (2553) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ว่า “เครือข่ายสังคมออนไลน์” หมายถึง การที่มนุษย์สามารถเชื่อมโยง ทำความรู้จัก สื่อสารกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบการให้บริการผ่านเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงระหว่างบุคคลต่อบุคคลไปจนถึงบุคคลกับกลุ่มบุคคลไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนที่ทำความรู้จักกันมีการใช้พื้นที่บริการเครื่องมือต่างๆ กัน ไว้อำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย สร้างเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้ร่วมกัน ทั้งการเชื่อมโยงบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้คุ้นเคย เช่น e-mail, messenger, weblog เข้าไว้ด้วยกัน จนกลายเป็นชุมชนที่ทำให้ผู้ใช้สามารถแชร์ข้อมูล ตัวตน และทุกสิ่งที่น่าสนใจเข้ากับคนในเน็ตเวิร์กด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งเมื่อเกิดความสนใจก็ทำการเชื่อมต่อกลับ ซึ่งนอกจากติดต่อกับเพื่อนโดยตรงแล้ว ยังสามารถทำการติดต่อกับเพื่อนของเพื่อนได้อีก

กล่าวโดยสรุป เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง การเชื่อมโยงกัน ในกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือมีกิจกรรมร่วมกัน บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จะให้บริการผ่านหน้าเว็บ และให้มีการตอบโต้กันระหว่างผู้ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต จนกลายเป็นสังคมที่สามารถแบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูล สร้างความสัมพันธ์ ทำความรู้จักสื่อสารกัน ทำกิจกรรมร่วมกันได้

ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ให้บริการตามเว็บไซต์สามารถแบ่งขอบเขตตามการใช้งานโดยดูที่วัตถุประสงค์หลักของการเข้าใช้งาน และคุณลักษณะของเว็บไซต์ที่มีร่วมกัน กล่าวคือ วัตถุประสงค์ของการเข้าใช้งาน มีเป้าหมายในการใช้งานไปในทางเดียวกัน มีการแบ่งประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ออกตามวัตถุประสงค์ของการเข้าใช้งาน ได้ 7 ประเภท (Charungjirakiat, 2012)

1. สร้างและประกาศตัวตน (Identity Network) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ใช้สำหรับให้ ผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์ และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตนผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของการเผยแพร่อาจจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก อีกทั้งยังเป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่ หรือการค้นหาเพื่อนเก่าที่ขาดการติดต่อ การเขียนบทความได้อย่างเสรี ซึ่งอาจจะถูกนำมาใช้ได้ใน 2 รูปแบบ ได้แก่

1.1 Blog บล็อก เป็นชื่อเรียกสั้นๆ ของ Weblog ซึ่งมาจากคำว่า “Web” รวมกับคำว่า “Log” ที่เป็นเสมือนบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูลที่เก็บไว้ ดังนั้นบล็อกจึงเป็นโปรแกรมประยุกต์บนเว็บที่ใช้เก็บบันทึกเรื่องราว หรือเนื้อหาที่เขียนไว้โดยเจ้าของเขียนแสดงความรู้สึกนึกคิดต่างๆ โดยทั่วไปจะมีผู้ที่ทำหน้าที่หลักที่เรียกว่า “Blogger” เขียนบันทึกหรือเล่าเหตุการณ์ที่อยากให้คนอื่นอ่านได้รับรู้ หรือเป็นการเสนอมุมมองและแนวความคิดของตนเองใส่เข้าไปในบล็อกนั้น

1.2 ไมโครบล็อก (Micro Blog) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะเด่นโดยการให้ผู้ใช้ โพสต์ข้อความจำนวนสั้นๆ ผ่านเว็บผู้ให้บริการ และสามารถกำหนดให้ส่งข้อความนั้นๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เช่น Twitter

2. สร้างและประกาศผลงาน (Creative Network) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเอง สามารถแสดงผลงานได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) ที่ใช้จัดโชว์ผลงานของตัวเองไม่ว่าจะเป็น วิดีโอ รูปภาพ เพลง อีกทั้งยังมีจุดประสงค์หลักเพื่อแชร์เนื้อหาระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์ใช้ฝากหรือแบ่งปัน โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ ได้แก่ YouTube, Flickr, Multiply, Photobucket และ Slideshare เป็นต้น

3. ความชอบในสิ่งเดียวกัน (Passion Network) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่าย เป็นการสร้าง ที่คั่นหนังสือออนไลน์ (Online Bookmarking) มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่ค้นไว้ในเครื่องคนเดียว ก็สามารถเก็บไว้บนเว็บไซต์ได้ เพื่อที่จะได้เป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าปหาข้อมูลได้ และนอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่นหนังสือออนไลน์ ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Digg, Zickr, Ning, del.icio.us, Catchh และ Reddit เป็นต้น

4. เวทีทำงานร่วมกัน (Collaboration Network) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต้องการความคิด ความรู้ และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้ออกมาได้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเกิดการพัฒนาในที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เพื่อ

รวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆ ในลักษณะเนื้อหา ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน เช่น Wikipedia, Google earth และ Google Maps เป็นต้น

5. ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ (Online games) ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกม ที่ผู้ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติที่ผู้ใช้นำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม ผู้เล่นสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง สร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีกราฟิกที่สวยงาม ดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง เช่น Second Life, Audition, Ragnarok, Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

6. เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ (Professional Network) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ Linkedin เป็นต้น

7. เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (Peer to Peer : P2P) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งการเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องผู้ใช้ด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ทันที ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ Skype และ BitTorrent เป็นต้น

นอกจากนั้น สุภาภรณ์ เพชรสุภา (2554) ได้จัดกลุ่มเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ตัวตน” เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะใช้นำเสนอตัวตน และเผยแพร่เรื่องราวของตนเองผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือผู้ใช้สามารถเขียน Blog สร้างอัลบั้มรูปของตัวเอง

สร้างกลุ่มเพื่อนในห้องเรียน และสร้างเครือข่ายเพื่อการเรียนรู้ขึ้นมาได้ ตัวอย่าง เว็บไซต์ประเภทนี้คือ myspace.com, hi5.com และ facebook.com เป็นต้น

2. กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ผลงาน” อาจจะเป็นผลงานของกลุ่มหรือผลงานของตัวเอง โดยสามารถนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ หรือเสียงอาจารย์สอนที่ได้จากการบันทึกในชั้นเรียน เป็นต้น ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้เช่น YouTube.com, Yahoo VDO, Google VDO, Flickr.com, Multiply.com เป็นต้น

3. กลุ่มเว็บไซต์ที่มีความสนใจเกี่ยวกับ เรื่องเดียวกัน อาจเป็นลักษณะ Online Bookmarking หรือ Social Bookmarking โดยมีแนวคิดที่ว่า แทนที่เราจะทำ Bookmark เว็บไซต์ที่เราชอบ หรือบทความ รายงานที่เกี่ยวข้องกับการเรียนเก็บไว้ในเครื่องของเราคนเดียว เราก็สามารถทำ Bookmark เก็บไว้บนเว็บไซต์แทน เพื่อเป็นการแบ่งให้เพื่อนๆ คนอื่นเข้ามาดูได้ด้วย และเราก็สามารถดูได้ว่าเว็บไซต์ใดที่ได้รับความนิยมมาก หรือเป็นที่น่าสนใจ โดยดูจากจำนวนตัวเลขที่เว็บไซต์นั้นถูก Bookmark เอาไว้จากสมาชิกคนอื่นๆ ตัวอย่างเว็บไซต์นี้ ได้แก่ Delicious, Digg, Zickr, Duocore.tv เป็นต้น

4. กลุ่มเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการทำงานร่วมกัน เป็นกลุ่ม การทำงานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มสามารถเข้ามาเสนอข้อมูล ความคิดหรือต่อ ยอดเรื่องราวต่างๆ ได้ ตัวอย่างเว็บไซต์นี้ ได้แก่ WikiPedia ซึ่งเป็นสารานุกรมต่อยอด ที่อนุญาตให้ใครก็ได้เข้ามาช่วยกันเขียน และแก้ไขบทความต่างๆ ได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดเป็นสารานุกรมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่รวบรวมความรู้ ข่าวสาร และ เหตุการณ์ต่างๆ ไว้มากมาย จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อประโยชน์ในการใช้งานในด้านต่างๆ และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

Stickiness การติด การยึดติด คือการที่ผู้ใช้บริการมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และเพิ่มระยะเวลาที่จะใช้บริการบนเว็บไซต์ในนานยิ่งขึ้น มีความถี่ที่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์กลับมาใช้บริการเว็บไซต์ดังกล่าวอีกบ่อยครั้ง เป็นการยึดมั่นที่จะกลับเข้ามาใช้บริการอีกในอนาคต

ข้างหน้า แม้ว่าสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบ จะเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้บริการ

ในแง่ของจิตเวชศาสตร์มองว่า พฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ตน่าจะเกิดมาจากการมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่เข้มข้น ทำให้เกิดความดึงดูด ทำให้พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ลักษณะอาการของผู้ที่ติด คือ หมกมุ่นกับการใช้อินเทอร์เน็ต รู้สึกว่ามีความอยากใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเวลานานกว่าปกติ จนกระทั่งเกิดผลลบต่อชีวิตประจำวัน การงาน การเรียน หน้าที่ความรับผิดชอบ ไม่สามารถควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตของตนเองได้ ทั้งๆ ที่รู้ว่ามีมากเกินไปแล้ว เข้าไปใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยไม่มีจุดมุ่งหมาย กล่าวโดยสรุป คือ ไม่สามารถควบคุม หยุดใช้อินเทอร์เน็ตได้จนมีผลต่อสุขภาพกายและจิต สามารถพบได้ในคนที่มีอาการซึมเศร้า (Depression) หรืออาการแมเนีย (Mania) มีลักษณะ Hyperactive สามารถเล่นได้ข้ามวันข้ามคืน มีอาการครึกครื้นตลอดเวลา (ภาณุวัฒน์ กองราช, 2554)

ลักษณะการติดเครือข่ายสังคมออนไลน์

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) สรุปไว้ว่า กรรมวิธีในการสร้างเว็บไซต์ ที่ต้องทำให้เกิดการติดของผู้ที่มาใช้บริการ รักษาผู้เข้าชมในเว็บไซต์ของคุณให้นานที่สุด มั่นใจได้ว่าคุณมีสิ่งที่คุณเขา กำลังมองหาและประกาศบนเว็บไซต์ของคุณให้เร็วที่สุด นอกจากนั้นสามารถใช้คำแนะนำต่อไปนี้ เพื่อให้เว็บไซต์ให้ได้รับความนิยม

1. สร้างหัวข้อที่น่าสนใจ พาดหัวทันที ดึงดูดความสนใจเนื่องจากมีขนาดใหญ่กว่าส่วนที่เหลือของข้อความ กล่าวว่่าสิ่งที่น่าสนใจที่สุดผ่านหัวของคุณ แต่ไม่ได้หลอกลวง
2. สร้างสบายออกแบบไม่เป็นการรบกวน สร้างออกแบบเว็บไซต์ของคุณทำให้ผู้ชมในใจให้ประสบการณ์การดูหน้าเว็บในเว็บไซต์ของคุณพอใจ อย่าพยายามให้ทุกคนสุข
3. สร้างเนื้อหาใหม่อย่างต่อเนื่อง หากคุณต้องการให้ผู้ที่มาใช้บริการกลับมาอีกครั้งและให้เกิดความน่าสนใจ ต้องมีการเพิ่มเนื้อหาที่น่าสนใจและมองหาลิงก์ใหม่ๆ

Orzack (1998) กล่าวว่าผู้ที่ติดอินเทอร์เน็ตจะต้องมีอาการอย่างน้อย 5 ข้อจากอาการต่อไปนี้

1. เมื่อใช้อินเทอร์เน็ตแล้วมีความรู้สึกพอใจ อิ่มเอมใจ หรือรู้สึกผ่อนคลาย
2. เมื่อไม่ได้ใช้จะมีอาการกระสับกระส่าย กระวนกระวาย หงุดหงิด มีปัญหาเรื่องการนอน วิตกกังวลเพิ่มมากขึ้น มีภาวะซึมเศร้า หรือความรู้สึกไม่เป็นมิตร
3. คิดหมกมุ่นกับการใช้ และวางแผนที่จะใช้หรือซื้ออุปกรณ์ที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตใหม่ๆ
4. ต้องการที่จะใช้เงินและเวลาอย่างมาก ทุ่มเทให้กับการใช้อินเทอร์เน็ต
5. ละทิ้งครอบครัว เพื่อนฝูง สังคม การเรียน หรือหน้าที่การงาน
6. โกหกสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมชั้นเรียน หรือคนอื่นๆ เกี่ยวกับเวลาที่ใช้ในการเล่นอินเทอร์เน็ต
7. สัมพันธภาพกับผู้อื่นลดลง มีโอกาสสูญเสียการประสบความสำเร็จในการทำงาน การศึกษา ความมั่นคงทางการเงิน
8. ไม่สามารถควบคุมตนเองในการใช้อินเทอร์เน็ตได้
9. มีอาการทางกายแสดงให้เห็น เช่น ปวดหลัง ปวดศีรษะข้างเดียว สุขภาพทรุดโทรม การดูแลสุขภาพตนเองลดลง เช่นการรับประทานอาหารไม่เป็นเวลา การไม่สนใจดูแลร่างกาย
10. ยังคงใช้อินเทอร์เน็ตต่างๆ ที่เกิดปัญหา

Robert D. (2002) ได้รายงานไว้ว่า ผู้ที่ติดนั้นส่วนมากจะเป็นผู้ที่มีภาวะทางอารมณ์ไม่ปกติ เบื่อง่าย จิตใจว้าวุ่น ควบคุมตัวเองได้น้อยกว่าผู้ที่ไม่ได้เกิดความหลงใหลจนติดปกติ และยังพบว่า กลุ่มเด็กเป็นกลุ่มที่เสี่ยงมากที่สุด เนื่องจากว่าเป็นวัยที่ยังไม่มีความมั่นคงทางอารมณ์ สังคมและจิตใจขาดพื้นฐานที่ดีของโลกความเป็นจริง หรือแยกแยะความแตกต่างระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงและโลกจินตนาการไม่ได้ นอกจากนั้นความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการติดด้วย เมื่อบุคคลนั้นๆ ไม่ได้ได้รับความพึงพอใจในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นทางด้านจิตใจหรือสังคม อย่างการไม่ได้รับ

ความสัมพันธ์ในครอบครัว กลุ่มเพื่อน สังคม ก็จะแสวงหาความต้องการที่ขาดแคลน เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านี้ ซึ่งเมื่อทำบ่อยครั้งก็จะกลายเป็นพฤติกรรมการคิดในที่สุด

Derrick (1996) ได้นำเสนอพฤติกรรมการติดสื่อและความบันเทิงนั้น มีพื้นฐานมาจากพฤติกรรมที่บีบบังคับ และคลังโคลี หมกมุ่น ถูกครอบงำทางจิตใจจากสื่อและสิ่งบันเทิงต่างๆ ดังนี้

1. บุคคลจะถูกครอบงำจากสื่อ มีการใช้เวลามากขึ้นกับสื่ออื่นๆ
2. ได้รับผลกระทบจากการที่ติดสื่อมากเกินไป เช่น ละทิ้งเพื่อน ครอบครัวหรือสังคม
3. พยายามหาโอกาสในการใช้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง
4. เป็นพฤติกรรมที่ยากจะบังคับหรือควบคุม
5. มีความหมกมุ่นและจินตนาการเพื่อฝันเกี่ยวกับสื่อ หรือแสดงลักษณะนี้ในสื่อ
6. มีความหมกมุ่น มีการใช้อย่างต่อเนื่อง มีความปรารถนา ความตื่นเต้นที่จะใช้สื่อและมีการแสดงออกซึ่งความรุนแรงและทางเพศ
7. จากการใช้สื่อทำให้เกิดอารมณ์แปรปรวน สื่อบางรูปแบบนั้นเสนอให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมมาก และสร้างความรู้สึกละเมื่อยจริงให้กับบุคคล
8. มีพฤติกรรมที่ใช้สื่อมากเกินไป ไม่สามารถควบคุมเวลาในการใช้ มีความต้องการติดต่อกหรือเป็นส่วนหนึ่งในรูปแบบของความบันเทิง
9. ละทิ้งหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านหน้าที่การงาน การเรียน หรือครอบครัว
10. เมื่อได้รับคำตักเตือนในการที่ใช้งานมากเกินไป จะรู้สึกไม่พอใจ
11. มีการลงทุนในค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสื่อมากเกินไป

ความสัมพันธ์ในสังคมอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมการติด เมื่อบุคคลนั้นไม่ได้รับความพึงพอใจในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นทางด้านจิตใจหรือสังคม พวกเขาจะแสวงหาสิ่งที่จะช่วยชดเชยความต้องการที่ขาดแคลนเหล่านี้ ซึ่งสื่อสามารถให้พวกเขาได้ ทำให้บุคคลยึดติดและใช้มันบ่อยๆ จนกลายเป็นพฤติกรรม

John (2004) อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เสพติดสังคมออนไลน์ อธิบายพอสังเขป ก็คือ ภาวะที่คนมีตัวตนในออนไลน์ก้าวร้าว/รุนแรงกว่าตัวจริงนั่นเอง โดยนำเสนอทฤษฎีว่า มีปัจจัย 6 อย่าง ที่ทำให้คนมีอาการเช่นนี้ คือ

1. การที่ไม่ต้องเปิดเผยตัวทำให้บุคคลิกตัวตนออนไลน์แยกจากตัวจริง
2. การมองไม่เห็นหน้ากัน
3. การไม่เป็นไปตามกันระหว่างตัวจริงกับตัวตนในออนไลน์
4. การมีแนวคิดและนิสัยในกลุ่มไปทางเดียวกันและยึดเป็นศูนย์กลาง
5. การมีจินตนาการเบี่ยงไปจากตัวจริง
6. การ (คิดว่า) ปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่และกฎเกณฑ์ต่างๆ

สมาคมจิตแพทย์อเมริกันทำการวินิจฉัยโรคทางจิตเวชในกรณีเสพติดออนไลน์ โดยระบุว่า คนที่เข้าไปอยู่ในโลกสมมติมากขึ้น ส่วนมากมีสาเหตุมาจากความผิดปกติด้านอารมณ์ เช่น ซึมเศร้า เครียด ขี้คิดขี้ทำ และวิตกกังวล หรืออาจจะพบได้ในกลุ่มคนที่มีลักษณะครีครึ้นตลอดเวลา ส่วนพฤติกรรมที่บ่งบอกว่าเป็นโรคเสพติดสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย

1. ใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตมากขึ้น
2. เมื่อไม่ได้เล่นแล้วมือจะสั่นเกิดความวิตกกังวล ขี้คิดขี้ทำ ในความฝันมีการขยับมือเหมือนใช้แป้นพิมพ์ตลอด
3. ไม่สามารถเลิกเล่นได้
4. ไม่มีเวลาทำกิจกรรมอื่นหรือการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นลดลงเป็นต้น

สาเหตุของการติดสื่อออนไลน์

1. การหันเข้าหาสื่ออินเทอร์เน็ตเพราะมีความรู้สึกไม่พอใจในชีวิตจริง เช่น เครียด เหนงา หดหู่ และวิตกกังวล บางคนที่ยากหนีหนีจากปัญหาหรือ ต้องการหนีหนีจากความเครียดจากการเรียนหรือปัญหาในครอบครัว
2. สื่อออนไลน์เป็นช่องทางที่ช่วยระบายได้ แต่นอกจากการหันไปใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดในชีวิต ประจำวันแล้ว ยังมีวิธีอื่นๆ อีกเช่น การออกกำลังกาย การทำสมาธิ การฝึกลมหายใจ การจะเอาชนะอาการติดคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้นั้นคือ การหาทางเลือกในการจัดการกับความรู้สึกเหล่านั้น

ปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้ติดสื่อออนไลน์

อุษา บิ๊กกินส์ (มปป.) ได้สรุปปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้ติดสื่อออนไลน์ไว้ ดังนี้

1. มีความทุกข์จากความวิตกกังวล เด็กอาจจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหนีหนีจากความกังวลมากและความกลัวมาก จนนำไปสู่การใช้อีเมลมากเกินไปและ ใช้อินเทอร์เน็ตมากเกินไป
2. รู้สึกหดหู่ อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหนีหนีจากความรู้สึกหดหู่ แต่การใช้เวลากับสื่อออนไลน์มากเกินไปจะก่อให้เกิดผลเสีย การติดสื่อออนไลน์ยังทำให้เครียด โดดเดี่ยว และว้าเหว่
3. มีอาการติดอย่างอื่น คนที่ติดสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่จะทุกข์ใจจากการติดสื่ออื่นๆ เช่น การติดยา ติดเหล้า ติดการพนัน ติดเซ็กซ์ เป็นต้น
4. ขาดการสนับสนุนจากสังคมรอบข้าง คนที่ติดสื่ออินเทอร์เน็ตจะใช้เครือข่ายทางสังคมในการส่งข้อความ เล่นเกมออนไลน์ เพราะเป็นวิธีการที่ปลอดภัยในการสร้างความสัมพันธ์ใหม่ และผู้ใช้เชื่อมั่นใน การสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่นทางออนไลน์มากกว่าในชีวิตจริง
5. วัยรุ่นที่ไม่มีความสุข จะหาที่พักพิงและรู้สึกว้า อินเทอร์เน็ตเป็นที่ที่รู้สึกสบายมากกว่ามีเพื่อนในชีวิตจริง

6. เคลื่อนไหวน้อยหรือ มีกิจกรรมทางสังคมน้อยกว่าที่เคย เช่น อยู่แต่ในบ้านและไม่ออกไปสังสรรค์กับเพื่อน

7. รู้สึกเครียด ขณะที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการระบายความเครียด แต่อาจมีผลในทางตรงกันข้าม คือยิ่งใช้สื่อออนไลน์เป็นเวลานานก็จะยิ่งมีระดับความเครียดมากขึ้น

สัญญาณบอกเหตุการติดสื่อออนไลน์

อุษา บิ๊กกันส์ (มปป.) ได้ระบุถึงอาการติดสื่อออนไลน์จะมีลักษณะแตกต่างกันไปแต่ละบุคคล แต่ก็มีการบางอย่างที่พอสังเกตได้ว่า ติดสื่อออนไลน์หรือไม่ ได้แก่

1. การใช้เวลาออนไลน์ ใช้อินเทอร์เน็ตนานกว่าที่ตั้งใจไว้ และรู้สึกหงุดหงิดถ้าเวลาที่ออนไลน์ถูกใครบางคนมาขัดจังหวะเข้า
2. มีปัญหาในการทำภารกิจที่บ้าน พบว่ามีเสื้อผ้ากองสุมเต็มไปหมด ไม่ทำและไม่รับประทานอาหารเช้าเพราะยุ่งกับการใช้สื่อออนไลน์ บางทีเก็บตัวอยู่แต่ในห้องส่วนตัวและนอนดึกมากบ่อยๆ
3. ปลีกตัวจากครอบครัวและเพื่อน การใช้ชีวิตในสังคมมีปัญหาเพราะใช้เวลาส่วนใหญ่กับการออนไลน์ ไม่สนใจผู้ปกครองและเพื่อน รู้สึกว่าไม่มีใครในชีวิตจริงเข้าใจเหมือนเพื่อนออนไลน์
4. รู้สึกต่อต้านถ้าไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต รู้สึกเกี่ยวกับการที่ผู้ปกครองต้องการให้หยุดใช้คอมพิวเตอร์เพื่อมาใช้เวลาด้วยกัน ซ่อนตัวเองเพื่อใช้อินเทอร์เน็ตหรือโกหกกับคนในครอบครัวเกี่ยวกับเวลาที่ใช้ กับคอมพิวเตอร์และสิ่งที่ทำขณะออนไลน์
5. รู้สึกสบายปลดปล่อย (euphoria) เมื่อเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางออนไลน์ ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางระบายความเครียด ความเศร้าและใช้เพื่อความตื่นเต้นและความพอใจทางเพศ มีความ
6. พยายามจำกัดเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตแต่ก็ล้มเหลว

ผลกระทบของการติดสื่อสังคมออนไลน์

อูษา บิ๊กกินส์ (มปป.) ได้สรุปไว้ว่า การเสพติดสื่อออนไลน์ (Online Addiction/ Internet Addiction Disorder (IAD)) หรือ การติดสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet Addiction) รู้จักกันว่า เป็นการติดคอมพิวเตอร์ (Computer Addiction) ได้ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมาย ได้แก่

- Cybersex Addiction เป็นการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อดูภาพโป๊เปลือย (Internet pornography) โดยมีห้องสนทนากัน มีการทำบทบาทสมมติแบบผู้ใหญ่ (adult fantasy role-play sites) ซึ่งมีผลในแง่ลบต่อความสัมพันธ์ในชีวิตจริง
- Cyber-Relationship Addiction เป็นการติดกับเครือข่ายทางสังคม ห้องสนทนาและการส่งข้อความไปยังเพื่อนเสมือนจริงและเพื่อนออนไลน์ เด็กให้ความสำคัญกับเพื่อนทางไซเบอร์มากกว่า พ่อแม่และเพื่อน
- Net Compulsions ได้แก่ การเล่นเกมออนไลน์ การพนัน มักจะมีผลต่อปัญหาการเงิน
- Information Overload เป็นการค้นหาทางเว็บและการค้นทางฐานข้อมูลจนคิด นำไปสู่ผลการทำงานในระดับที่ต่ำลงและมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับครอบครัวและ เพื่อนๆ น้อยลง
- Computer Addiction หลงใหลกับการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เกมออนไลน์ เช่น Solitaire หรือ Minesweeper หรือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์อื่นๆ

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้สรุปไว้ว่า กลุ่มวัยรุ่นที่ติดอินเทอร์เน็ต จะมีความรู้สึกที่ดี ผ่อนคลายเมื่อได้ใช้ เมื่อไม่ได้ใช้ก็จะคิดหมกมุ่น ไม่สามารถควบคุมการเลิกใช้ได้ เนื่องจากว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเสมือนเครื่องมือที่ใช้ในการหลีกเลี่ยงปัญหา หรือบรรเทาอารมณ์ที่ไม่ดี เช่น ความรู้สึกสิ้นหวัง ขาดคนช่วยเหลือหรือแก้ปัญหา โดยที่จะพยายามลดกิจกรรมในชีวิตประจำวันเพื่อที่จะได้มีเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ไม่สนใจสุขภาพร่างกายของตนเอง เช่น รับประทานอาหารไม่เป็นเวลาและการเล่นเกมออนไลน์นานๆ ทำให้มีอาการทางร่างกาย เช่น ปวดศีรษะข้างเดียว ปวดหลังสุขภาพทรุดโทรม โดยที่ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการติดอินเทอร์เน็ต พบว่าส่งผลกระทบกับสุขภาพทุกๆ ด้าน ดังนี้

1. ผลกระทบทางด้านกาย กลุ่มวัยรุ่นจะมีการละเลยการดูแลตนเอง การรับประทานอาหารแบบแผนการนอนถูกรบกวน ซึ่งอาจจะส่งผลถึงกระเพาะอาหาร หรือมีการรับประทานอาหารมากเกินไปขณะที่เล่นอยู่ เกิดการเสียดายตา เนื่องจากต้องเพ่งกับหน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ นอกจากนี้ยังส่งผลถึงระบบกล้ามเนื้อและระบบประสาท (Neuromuscular problem) มือ ข้อมือ กล้ามเนื้อบริเวณคอ ไหล่ เกิดอาการ Carpal Tunnel Syndrome จากการบีบรัดของเส้นประสาท เนื่องจากการใช้นิ้วมือที่ผิดและการเคลื่อนไหวที่ซ้ำๆ จากการใช้คอมพิวเตอร์

2. ผลกระทบทางจิต กลุ่มวัยรุ่นที่ติดอินเทอร์เน็ตจะมีความรู้สึกดีและมีความสุขที่ได้เล่น เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นที่เดียวที่จะได้ปลดปล่อยตัวเองอย่างเต็มที่ ผ่อนคลายความเครียด ได้รับการตอบสนองที่ดี เมื่อไม่สามารถหยุดใช้ได้จะมีลักษณะของโรคประสาท (Psychoneurosis) เกิดขึ้น เช่น มีความวิตกกังวลหงุดหงิดง่าย ฟุ้งซ่าน ไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ เมื่อต้องหยุดจะเกิดพฤติกรรมที่ก้าวร้าว รุนแรงอารมณ์ซึมเศร้า มีผลกระทบทางด้านอารมณ์อย่างเด่นชัด รวมทั้งปัญหาด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ การเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว ไม่มั่นใจในตนเอง คือ รัน ซึ่งบุคคลที่ติดอินเทอร์เน็ตจะมีปัญหาทางด้านจิตใจและอารมณ์มากกว่าคนปกติ

3. ผลกระทบทางสังคม สำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่ติดอินเทอร์เน็ตจะทำให้เกิดการเพิกเฉย ละทิ้งครอบครัว และเพื่อนฝูง มีปัญหาในการสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่น มีปัญหาในครอบครัว โรงเรียน เนื่องจากมีความเสื่อมถอยของหน้าที่ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการเรียน ละทิ้งเวลาในการทำบ้าน ศึกษาหาความรู้ เสียค่าใช้จ่ายมาก ให้เวลาน้อยลงกับบุคคลรอบข้าง และมีพฤติกรรมแยกตัว มีความรู้สึกกว้างเปล่าซึมเศร้า

4. ผลกระทบทางจิตวิญญาณ อินเทอร์เน็ตจะให้ความรู้สึกและตอบสนองอารมณ์ ซึ่งเราไม่สามารถรับได้จากทางอื่น มักสกดกันความรู้สึกเจ็บปวด ความไม่มั่นคง ไม่สะดวกสบาย จะสร้างพลังต่อสู้กับอารมณ์ ทำให้บุคคลลืมนปัญหาและรู้สึกยอมรับกับปัญหานั้นได้ จะให้ความปลอดภัย การมีพลังอำนาจควบคุม การได้เป็นเจ้าของ แต่อินเทอร์เน็ตก็ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงความเป็นจริงในโลกได้แค่ให้ความรู้สึกชั่วครั้งชั่วคราวเท่านั้น ดังนั้นจึงอธิบายได้ว่า ทำไมบุคคลจึงกลับมาใช้อินเทอร์เน็ตจนกลายเป็นการติด นอกจากนี้การที่บุคคลหาพฤติกรรมนั้นซ้ำๆ ปฏิบัติในสิ่งที่พึงพอใจ ได้รางวัล เช่น บุคคลที่ชอบ มีความขลาดกลัวที่จะพบปะบุคคลใหม่ๆ จึงหลีกเลี่ยงการพบปะพูดคุยกับผู้อื่น ซึ่งการหลีกเลี่ยงความประหม่าตื่นเต็นนี้เป็นรางวัลซึ่งตอบย้ำพฤติกรรม (หลีกเลี่ยงปัญหา) อินเทอร์เน็ตก็ช่วยตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจให้กับบุคคลได้ ซึ่งจะได้รับ

รัก ความตื่นเต้น ความสะดวกสบาย ข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย หรือแม้กระทั่งหลีกเลี่ยงความน่าเบื่อ ซึ่งเมื่อเข้าใช้เรื่อยๆ ก็จะกลายเป็นพฤติกรรมนั่นเอง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมการติด(System Stickiness) คือ การที่ผู้ใช้บริการมีความสนใจเกี่ยวกับการบริการเว็บไซต์ดังกล่าว แล้วจะกลับมาใช้บริการอีกครั้งเมื่อมีโอกาสหรือเวลาที่เหมาะสม โดยที่มีความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการรวมถึงจะเพิ่มเวลาแต่ละครั้งที่เข้ามาใช้บริการอีกด้วย ซึ่งบางครั้งก็จะเกิดผลกระทบในด้านต่างๆ ต่อผู้ที่ใช้บริการ การที่เข้าไปทำกิจกรรมใดๆ บนอินเทอร์เน็ตบ่อยครั้งหรือนานเกินไปอาจจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตปกติของผู้ทำกิจกรรม และทำให้คนรอบข้างเกิดความเครียด นอกจากจะมีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตแล้วยังลดกิจกรรมอื่นๆ ในชีวิตลง ปฏิเสธที่จะใช้เวลาไปกับกิจกรรมอื่น ที่จะส่งผลกระทบต่อเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นเวลาเรียน กิจกรรมทางสังคม การเปลี่ยนแปลงเวลานอน ไม่สนใจสุขภาพร่างกายของตนเอง ละทิ้งครอบครัว เพื่อนฝูง สิ่งแวดล้อมรอบข้าง และมักขอใช้เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น มีการนั่งจ้องจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ และมีอาการกระวนกระวายเมื่อต้องหยุดหรือเลิกใช้ ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้ได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ขวัญวิทย์ ตาน้อย (2554) ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 19 – 22 ปี อยู่ชั้นปีการศึกษาที่ 4 หรือมากกว่า มีรายได้ต่อเดือน (จากผู้ปกครอง) เท่ากับ 8,001 -10,000 บาท แพคเกจที่หอพัก ในด้านจุดประสงค์การเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า ด้านเพื่อรับรู้ข่าวสาร ความรู้ ด้านเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ เพื่อความเชื่อถือนั่นเอง ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ และด้านเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ มีจุดประสงค์การเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับระดับปานกลาง พฤติกรรมในการใช้งานเครือข่ายสังคม

ออนไลน์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นสมาชิก Facebook ใช้บริการ 7 วันต่อสัปดาห์ กิจกรรมที่ใช้แอปพลิเคชัน / ข้อมูลส่วนตัว / รูปภาพ และใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการเข้าใช้บริการ

ชนากิตติ์ ราชพิบูลย์ (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อ นักเรียน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อ วันมากที่สุด คือ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 49.0 ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุดคือ hi 5 ร้อยละ 39.7 ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่าร้อยละ 39.9 มีความถี่ใน การใช้มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 52.5 ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์คือเล่นที่บ้านก่อน เข้านอน ร้อยละ 64.6 ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ คือ ช่วง กลางคืน (19.00 น.-24.00 น.) ร้อยละ 31.1 ส่วนใหญ่มีบล็อก (ข้อมูลส่วนตัว) ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ร้อยละ 66.8 มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ที่จริงเป็นบางส่วน ร้อยละ 59.3 โดยใช้ผ่านทางคอมพิวเตอร์ส่วนตัวมากที่สุดร้อยละ 53.6 มีการตกแต่ง หน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์บ้างแต่ไม่มากร้อยละ 67.5 นานๆ ครั้งจึงจะเปลี่ยนการตกแต่ง ร้อยละ 78.7 มีจำนวนการใส่รูปภาพส่วนตัว 1-10 รูป ร้อยละ 38.2 ในส่วนของผลกระทบจากการใช้บริการเครือข่าย สังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียนภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($X=2.24$) โดย ผลกระทบด้านอารมณ์ อยู่ใน ระดับน้อย ($X=2.36$) ผลกระทบด้านสังคมอยู่ในระดับน้อย ($X=2.15$) และผลกระทบด้านการเรียน อยู่ในระดับน้อย ($X=2.20$) กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์เพราะได้รับข่าวสาร ใหม่ๆ สะดวก รวดเร็ว และช่วยผ่อนคลายความเครียด นอกจากนั้นยังมีข้อเสนอแนะให้ใช้วิจารณญาณในการเล่นอีกด้วย

ปณิชา นิติพรมงคล (2554) ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) (2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระหว่าง 19-40 ปี ขึ้นไป ทั้งชายและหญิงที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครให้ความนิยมเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (facebook) ในการเป็นสมาชิกมากที่สุด (2) พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับ เพศ,

อายุ, อาชีพ, ระดับการศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มตัวอย่างของ
 คนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ การศึกษา รายได้ แตกต่างกันมีการแสดงพฤติกรรม
 การเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน
 อาชีพที่แตกต่างกัน มีการแสดงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ปริญญ์ หินศรีสุวรรณ (2555) ได้ศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันและพฤติกรรม
 การใช้งานเครือข่าย สังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ มี
 วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการดำเนินชีวิตประจำวัน พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์
 และความสัมพันธ์ของการดำเนินชีวิตประจำวันและพฤติกรรม โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือใน
 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี เป็นนักศึกษาหญิงที่มีการใช้
 งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาชาย เป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในช่วง Generation M
 โดยการใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 4,000 – 5,000 บาทต่อเดือน แหล่งที่มาของค่าใช้จ่ายมาจาก
 บิดา-มารดา เป็นส่วนใหญ่ จากการศึกษายังพบว่า อุปกรณ์สื่อสารที่นักศึกษามีไว้ครอบครองคือ
 โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ค และสมาร์ตโฟน/แท็บเล็ต สำหรับพฤติกรรมการใช้งาน
 เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค (Facebook)
 ใช้เพื่อการบันเทิง อพเดทสถานะส่วนตัว ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ ใช้ในการพักผ่อนเป็นงานอดิเรก
 ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดและสะดวกที่สุดคือผ่านทาง
 โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต การเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าช่วงเวลาที่เข้าใช้งานมาก
 ที่สุดคือ ช่วงดึก (19.00 – 24.00 น.) ใช้เวลาในการเข้าใช้ประมาณ 30 นาที และเข้าใช้งานเครือข่าย
 สังคมออนไลน์ ทุกๆ วัน จากการศึกษาการดำเนินชีวิตประจำวัน พบว่าสามารถ แบ่งกลุ่มการดำเนิน
 ชีวิตประจำวันได้ทั้งหมด 6 กลุ่ม คือ การดำเนินชีวิตประจำวันด้านตนเอง และครอบครัว อิทธิพล
 ทางสังคมด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน ปัจจัยการดำเนิน ชีวิตด้านเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/
 บริการ อิทธิพลทางสังคมด้านความ บันเทิง/ทันสมัย/สังคม อิทธิพลทางสังคมที่มุ่งเน้นด้านความ
 งาน/สุขภาพ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิต
 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่
 นิยมใช้งาน วัตถุประสงค์ของการใช้งาน ช่องทางการใช้งาน สถานที่ที่ เปิดใช้งาน เวลาที่เข้าใช้งาน
 ความถี่ในการเข้าใช้งาน และระยะเวลาของการใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ สอดคล้องและ
 เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

นภัสกร กรวยสวัสดิ์ (2553) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน จำนวน 12 บทความ โดยการวิเคราะห์ความถี่ของปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวถึงในบทความ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ได้แก่ ลักษณะทางสังคมและบรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจและความสามารถของบุคคล ทักษะที่เกี่ยวข้องกับความไวใจ ความปลอดภัยของระบบและความเป็นส่วนตัว คุณค่าทางด้านความบันเทิง การได้รับประโยชน์จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนั้นยังได้นำเสนอผลกระทบที่เกิดจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านทัศนคติ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านความปลอดภัยของข้อมูล

แอนนิรา นิราศ (2552) ศึกษาเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของเว็บไซต์ hi5.com ที่มีต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน เพื่อวิเคราะห์แนะแนวการดำเนินชีวิตและการปรับการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ระหว่างผู้ใช้งานเก่าและผู้ใช้งานใหม่ในเว็บไซต์ hi5.com เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) การใช้งาน ผู้ใช้มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานตามลักษณะของกลุ่มผู้ใช้งาน 5 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สร้างอัตลักษณ์ทางเพศ กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ กลุ่มชอบแสดงออก กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว อิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เวลา และอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เวลา และอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม 2) บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ บทบาทในการสร้างตัวตนและความเป็นตัวของตัวเอง บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ในสังคม บทบาทในการให้ความบันเทิง และบทบาทในการให้ข้อมูล 3) การแนะแนว ผู้ใช้งานมี 5 ลักษณะ คือ ลักษณะการให้ข้อมูลใหม่ ลักษณะการยืนยันข้อมูล ลักษณะการแนะแนวทางแก้ไข ลักษณะการช่วยตัดสินใจ และลักษณะการตัดเตือน 4) กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตและการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน มี 5 กระบวนการ คือ การเลือกผู้ใช้งานเก่าที่น่าสนใจ การสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย การปรับตนเองให้ทันเหตุการณ์ การเลือกเปิดรับ และการนำไปปรับใช้แนะแนวทางการดำเนินชีวิต

Anderson Analytics (2009) ได้ทำการสำรวจการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนอเมริกันแยกตามกลุ่มอายุต่างๆ ได้แก่ กลุ่ม Generation Z คือกลุ่มที่มีอายุ 13 – 14 ปี กลุ่ม Generation Y คือกลุ่มที่มีอายุ 15 – 29 ปี กลุ่ม Generation X คือกลุ่มที่มีอายุ 30 – 44 ปี และกลุ่ม Baby Boomer คือ กลุ่มที่มีอายุ 45 – 65 ปี โดยสำรวจการใช้เว็บไซต์ MySpace, Facebook, Twitter และ LinkedIn ผลการวิจัย พบว่า Generation Z และ Generation Y นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาซเปซ (MySpace) มากกว่า เฟสบุค (Facebook) และกลุ่ม Baby Boomer จะมีการใช้เฟสบุค (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) มากกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยเหตุผลในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของแต่ละกลุ่มอายุ คือ ต้องการติดต่อกับเพื่อนเพื่อความสนุก และติดต่อกับคนในครอบครัว หรือใช้เพราะได้รับเชิญจากบุคคลที่ตนเองรู้จัก กลุ่มที่มีอายุน้อยให้ความสนใจในการติดต่อกับเพื่อน ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากขึ้นจะให้ความสนใจกับการติดต่อกับบุคคลในครอบครัว และกลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เช่น การขาย การหางาน การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจค่อนข้างน้อย

อาจกล่าวได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์มีบทบาทที่สำคัญ ในยุคข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศ เพราะทำให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ มากขึ้น เป็นเวทีให้แสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และยังมีกิจกรรมต่างๆ มากมายให้เลือกติดตามตามความสนใจ อาจกล่าวได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์คือพื้นที่สาธารณะที่คนจากทั่วโลกสามารถมาติดต่อสื่อสารและแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายประเภท ได้แก่ เว็บบล็อก เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เว็บไซต์สำหรับแบ่งปันวิดีโอ ไมโครบล็อก วิกี และโลกเสมือน เป็นต้น การเติบโตอย่างมหาศาลและรวดเร็วของเครือข่ายสังคมออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่สำคัญในระดับโลกหลายอย่าง เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นกิจกรรมบนเว็บที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งในปัจจุบันมีการประยุกต์ใช้ในหลายด้าน ทั้งด้านการสื่อสาร ด้านการศึกษา ด้านการตลาด ด้านบันเทิง ด้านสื่อสารการเมือง อย่างไรก็ตาม เครือข่ายสังคมออนไลน์เปรียบเหมือนกับดาบสองคม หากใช้ในทางที่ไม่ถูกไม่เหมาะสม ขาดการควบคุม ไม่ระมัดระวัง มีความหมกมุ่นไม่แบ่งเวลาในการใช้ ก็อาจเกิดปัญหาและพิษภัยอย่างมหันต์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสียสุขภาพทั้งทางร่างกาย และด้านจิตใจ ซึ่งปัญหาอย่างหนึ่งจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยขาดการควบคุมก็คือ อาจอยู่ในภาวะติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ มีความหมกมุ่น ใช้เวลาอยู่กับเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น จนอาจทำให้สูญเสียความสัมพันธ์ทางสังคมบนโลกความเป็นจริง รวมถึงส่งผลต่อสุขภาพและจิตใจด้วย

อนึ่ง เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างไว้ด้วยจึงต้องการทราบด้วยว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่อย่างไร ดังนั้น กรอบแนวคิดในการวิจัยจึงแสดงไว้ดังต่อไปนี้

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่จะศึกษา และกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

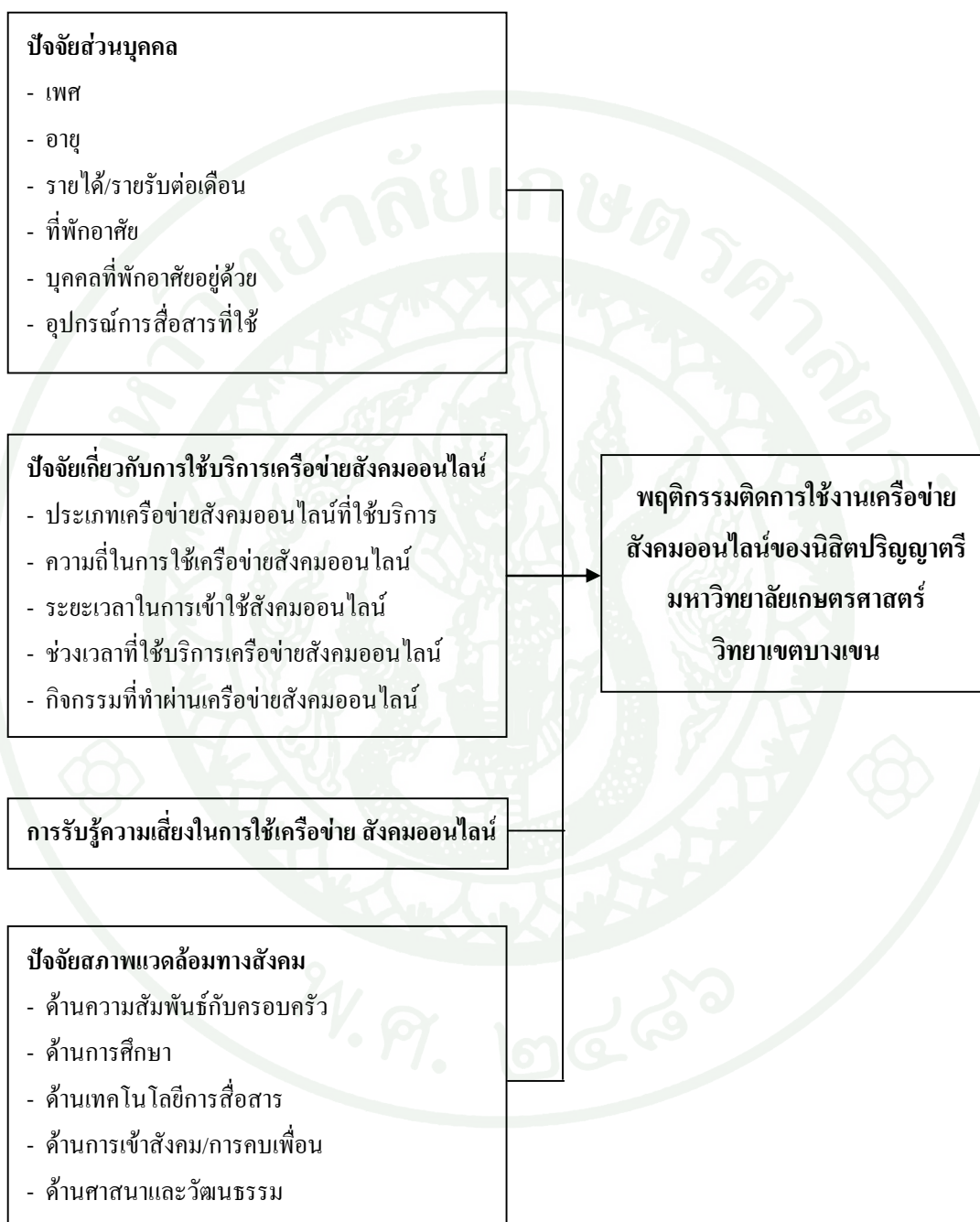
ตัวแปรอิสระ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้/รายรับต่อเดือน ที่พักอาศัย บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย อุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้
2. ปัจจัยเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ด้านการศึกษา ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อน และด้านศาสนาและวัฒนธรรม

ตัวแปรตาม

พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ศึกษา

สมมติฐานการวิจัย

1. นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน
2. นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีประเภทการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน
3. ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การศึกษาพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ประจำปีการศึกษา 2556 จำนวน 28,187 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2556)

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ประจำปีการศึกษา 2556 โดยการใช้การประมาณขนาดตัวอย่างจากประชากรดังกล่าวข้างต้น จากตารางสุ่มกำหนดหน่วยตัวอย่าง (Table for Determining Sample Size from a Given Population) ของ Krejcie และ Morgan ดังนั้น จากประชากรจำนวน 28,187 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 379 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรให้ได้จนครบตามจำนวน 379 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่มีคำถามเปิดและปิด ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 บัณฑิตส่วนบุคคล ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ รายได้/รายรับต่อเดือน ที่พักอาศัย บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย และอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้ โดยใช้การวัดที่เป็นลักษณะนาม บัญญัติ แบบสอบถามนี้มีคำถามแบบเลือกตอบและเติมคำในช่องว่าง

ส่วนที่ 2 บัณฑิตเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ ความถี่ ระยะเวลา ช่วงเวลา กิจกรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ความเสี่ยงในใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้การวัดที่เป็นลักษณะนามบัญญัติ แบบสอบถามนี้มีคำถามแบบเลือกตอบและเติมคำในช่องว่าง

ส่วนที่ 3 บัณฑิตสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยแบ่งเป็น 5 ด้านได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับครอบครัว ด้านการศึกษา ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน ด้านศาสนา และวัฒนธรรม โดยให้นิสิตเป็นผู้ประเมินตนเองตามความเป็นจริง เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นแบบสอบถามที่ให้นิสิตเป็นผู้ประเมินพฤติกรรมของตนเองตามความเป็นจริง เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

การวัดตัวแปร

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดตัวแปรที่สำคัญในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. กิจกรรมที่ทำผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นคำถามแบบเลือกตอบปิด โดยให้นิสิตเป็นผู้ประเมินพฤติกรรมของตนเองตามความเป็นจริง มีการวัดตัวแปร ดังนี้

คำตอบ	คะแนน
ไม่เคย	ให้คะแนน 0
น้อยครั้ง	ให้คะแนน 1
เป็นบางครั้ง	ให้คะแนน 2
เป็นประจำ	ให้คะแนน 3

การวิเคราะห์คะแนนรายข้อ โดยกำหนดระดับของคะแนนเฉลี่ยเป็น 4 ระดับ สามารถแบ่งระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้ค่าพิสัยของคะแนนที่แท้จริงอยู่ระหว่าง 0 - 3 คะแนน แบ่งระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{3 - 0}{3} = 1.00$$

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.01 - 3.00 คะแนน การทำกิจกรรมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.01 - 2.00 คะแนน การทำกิจกรรมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 0.00 - 1.00 คะแนน การทำกิจกรรมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย

2. การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นคำถามแบบเลือกตอบปิด โดยให้นักคิดเป็นผู้ประเมินพฤติกรรมของตนเองตามความเป็นจริง มีการวัดตัวแปร ดังนี้

คำตอบ	คะแนน
ไม่รู้	ให้คะแนน 0
รู้	ให้คะแนน 1

การวิเคราะห์คะแนนรายข้อ โดยกำหนดระดับของคะแนนเฉลี่ยเป็น 2 ระดับ สามารถแบ่งระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้ค่าพิสัยของคะแนนที่แท้จริงอยู่ระหว่าง 0 - 1 คะแนน แบ่งระดับความคิดเห็นการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{1 - 0}{3} = 0.33$$

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 0.67 - 1.00 คะแนน การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 0.34 - 0.66 คะแนน การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 0.00 - 0.33 คะแนน การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ระดับน้อย

3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ลักษณะคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ให้เลือกเพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับความคิดเห็น ความรู้สึก และพฤติกรรมของตนเองตามความเป็นจริงมากที่สุด เป็นคำถามแบบเลือกตอบแบบปลายปิด ดังนี้

คำตอบ		คะแนน
มากที่สุด	ให้คะแนน	5
มาก	ให้คะแนน	4
ปานกลาง	ให้คะแนน	3
น้อย	ให้คะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

การวิเคราะห์คะแนนรายข้อ โดยกำหนดระดับของคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ สามารถแบ่งระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยใช้ค่าพิสัยของคะแนนที่แท้จริงอยู่ระหว่าง 1 - 5 คะแนน แบ่งระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.67 - 5.00 คะแนน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมในระดับมาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.34 - 3.66 คะแนน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมในระดับปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 2.33 คะแนน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมในระดับน้อย

4. พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ลักษณะคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ให้เลือกเพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับพฤติกรรมของผู้ตอบมากที่สุด เป็นคำถามแบบเลือกตอบแบบปลายปิด ดังนี้

คำตอบ		คะแนน
มากที่สุด	ให้คะแนน	5
มาก	ให้คะแนน	4
ปานกลาง	ให้คะแนน	3
น้อย	ให้คะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

การวิเคราะห์คะแนนแยกเป็นรายด้าน โดยกำหนดระดับของคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ สามารถแบ่งระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในแต่ละด้าน โดยใช้ค่าพิสัยของคะแนนที่แท้จริงอยู่ระหว่าง 1 - 5 คะแนน แบ่งระดับความพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.67 - 5.00 คะแนน มีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในระดับมาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.34 - 3.66 คะแนน มีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในระดับปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 2.33 คะแนน มีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในระดับน้อย

การทดสอบเครื่องมือและหาค่าความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้ไปทดสอบความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามวัตถุประสงค์ และตัวแปรที่จะวัด หลังจากนั้นก็ได้นำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อการดำเนินการในขั้นต่อไป

2. ส่วนการทดสอบหาความเชื่อมั่น (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ไปทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ กับนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 30 คน แล้วจึงนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นรวม และนำผลที่ได้มาปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อให้เครื่องมือสมบูรณ์พร้อมที่จะนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ผลการทดสอบหาความเชื่อมั่นรายละเอียดมี ดังนี้

1. กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์
ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7891
2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว
ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8541
3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านการศึกษา
ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7381
4. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร
ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7224
5. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน
ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8509
6. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านศาสนาและวัฒนธรรม
ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8634
7. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมในภาพรวม
ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .9045
8. พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์
ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .9421

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เพื่ออธิบายให้กลุ่มตัวอย่างได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและข้อคำถามในการวิจัยครั้งนี้ ใช้เวลาเก็บข้อมูลเป็นเวลา 2 สัปดาห์ เมื่อรวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมด ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าพิสัย
 2. สถิติสำหรับการทดสอบหาความแตกต่าง ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ ค่า t-test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบตัวแปรอิสระที่จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ค่า F-test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบตัวแปรอิสระที่จำแนกออกเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ **Scheffe'**
 3. ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ใช้วิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์
- กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ปังจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ปังจัยเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 4 ปังจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปังจัยส่วนบุคคล

การศึกษาปังจัยส่วนบุคคลผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับเพศ อายุ รายได้/รายรับต่อเดือน ที่พักอาศัย บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย อุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้ ผลการศึกษามีรายละเอียด ดังนี้

1.1 เพศและอายุ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและอายุ

เพศและอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	154	40.6
หญิง	225	59.4
รวม	379	100.0
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 20 ปี	116	30.6
20 ปี	78	20.6
21 ปี	110	29.0
22 ปี	43	11.4
23 ปี ขึ้นไป	32	8.4
รวม	379	100.0

อายุต่ำสุด 17 ปี อายุสูงสุด 28 ปี อายุเฉลี่ย 20.46 ปี S.D. = 1.640

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชาย ร้อยละ 40.6 เพศหญิง ร้อยละ 59.4 โดยส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาคือ อายุ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0 อายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.6 อายุ 22 ปี ร้อยละ 11.4 และอายุ 23 ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

1.2 รายได้/รายรับต่อเดือน

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้/รายรับเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้/รายรับต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
0-4,000 บาท	49	13.0
4,001-8,000 บาท	185	49.1

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายได้/รายรับต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8,001-12,000 บาท	102	26.5
มากกว่า 12,000 บาท	43	11.4
รวม	379	100.0

รายได้/รายรับต่ำสุด 1,000 บาท/เดือน รายได้/รายรับสูงสุด 24,000 บาท/เดือน รายได้/รายรับเฉลี่ย 7928.12บาท/เดือน S.D. = 3554.186

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีรายได้/รายรับต่อเดือนมากที่สุด ระหว่าง 4,001-8,000 บาท/เดือน เป็นร้อยละ 49.1 รองลงมา ระหว่าง 8,001-12,000 บาท/เดือน เป็นร้อยละ 26.5 ระหว่าง 0-4,000 บาท เป็นร้อยละ 13.0 และมากกว่า 12,000 บาท เป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ

1.3 ที่พักอาศัย

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่พักอาศัย

ที่พักอาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หอพักภายในมหาวิทยาลัย	59	15.6
หอพักนอกมหาวิทยาลัย	122	32.2
บ้านพักของตนเอง/บ้านญาติ	198	52.2
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พักอาศัยอยู่บ้านพักของตนเอง/บ้านญาติ ร้อยละ 52.2 รองลงมาพักอาศัยอยู่หอพักนอกมหาวิทยาลัย ร้อยละ 32.2 และ พักอาศัยอยู่หอพักภายในมหาวิทยาลัย เป็นร้อยละ 15.6

1.4 บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

บุคคลที่พักอาศัยด้วย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อยู่คนเดียว	79	20.8
พ่อ แม่ ครอบครัว	94	24.8
ญาติ/ผู้ปกครองอื่นที่ไม่ใช่พ่อแม่	183	48.3
อยู่กับเพื่อน	23	6.1
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยเป็นญาติ/ผู้ปกครองอื่นที่ไม่ใช่พ่อแม่ มากที่สุด ร้อยละ 48.3 รองลงมา พักอาศัยอยู่กับพ่อ แม่ครอบครัว ร้อยละ 24.8 อยู่คนเดียว ร้อยละ 20.8 และอยู่กับเพื่อน ร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

1.5 อุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้

(n = 379)

อุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โน้ตบุค	154	40.6
คอมพิวเตอร์ พีซี	66	17.4
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน	359	94.7
แท็บเล็ต/ไอแพด	47	12.4
อุปกรณ์อื่นๆ	2	0.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่า อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ร้อยละ 94.7 รองลงมา คือ โน้ตบุค ร้อยละ 40.6 คอมพิวเตอร์ พีซี ร้อยละ 17.4 แท็บเล็ต/ไอแพด ร้อยละ 12.4 และ อุปกรณ์อื่นๆ ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

การศึกษาปัจจัยการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ และกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษามีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ

(n = 379)

ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เฟซบุ๊ก (Facebook)	368	97.1
ทวิตเตอร์ (twitter)	147	38.8
อินสตาแกรม (Instagram)	257	67.8
ไลน์ (Line)	328	86.5
วอสแอป (WhatsApp)	72	19.0
อื่นๆ	7	1.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ พบว่า ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เฟซบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (Line), อินสตาแกรม (Instagram) ร้อยละ 97.1, 86.5 และ 67.8 ตามลำดับ

2.2 ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน

ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5 ครั้ง	147	38.8
6-10 ครั้ง	120	31.7
11-15 ครั้ง	21	5.5
16-20 ครั้ง	47	12.4
มากกว่า 20 ครั้ง	44	11.6
รวม	379	100.0

ความถี่ต่ำสุด 1 ครั้ง/วัน ความถี่สูงสุด 100 ครั้ง/วัน ความถี่เฉลี่ย 12.77 ครั้ง/วัน S.D. = 14.362

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษาความถี่การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน พบว่า ความถี่การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน 3 อันดับแรก คือ 1 – 5 ครั้ง/วัน ร้อยละ 38.8 รองลงมา 6 – 10 ครั้ง/วัน ร้อยละ 31.7 และ 16 – 20 ครั้ง/วัน ร้อยละ 12.4

2.3 ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย/วัน

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย/วัน

ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย/วัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ชั่วโมง	43	11.3
2-3 ชั่วโมง	107	28.2
4-5 ชั่วโมง	96	25.3
6-7 ชั่วโมง	34	9.0
8-9 ชั่วโมง	26	6.9
10 ชั่วโมงขึ้นไป	73	19.3
รวม	379	100.0

ระยะเวลาดำต่ำสุด 20 นาที/วัน สูงสุด 18 ชั่วโมง/วัน เฉลี่ย 5.32 ชั่วโมง/วัน S.D. = 3.637

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษาระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย/วัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย/วัน 3 อันดับแรก คือ ประมาณ 2- 3 ชั่วโมง ร้อยละ 28.2 รองลงมา ประมาณ 4 – 5 ชั่วโมง ร้อยละ 25.3 และประมาณ 10 ชั่วโมงขึ้นไป 73 คน ร้อยละ 19.3

2.4 ช่วงเวลาที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำ

ช่วงเวลาที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
06.01-12.00 น.	12	3.2
12.01-18.00 น.	75	19.8
18.01-24.00 น.	275	72.6
24.01-06.00 น.	7	1.8
ตลอดทั้งวัน	10	2.6
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 9 ช่วงเวลาที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำ 3 อันดับแรก คือ 18.01 – 24.00 น. ร้อยละ 72.6 รองลงมา 12.01 – 18.00 น. ร้อยละ 19.8 และ 06.01 – 12.00 น. ร้อยละ 3.2

2.5 กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็น				X	S.D.	ระดับ
		เป็นประจำ	เป็นบางครั้ง	น้อยครั้ง	ไม่เคย			
1.	อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ	70 (18.5)	189 (49.9)	114 (30.1)	6 (1.6)	1.85	.727	ปานกลาง
2.	สนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน	195 (51.5)	155 (40.9)	28 (7.4)	1 (.3)	2.44	.641	มาก
3.	หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล	136 (35.9)	205 (54.1)	37 (9.8)	1 (.3)	2.26	.634	มาก
4.	ติดตามข้อมูลข่าวสารศิลปนิพนธ์หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง	106 (28.0)	153 (40.4)	97 (25.6)	23 (6.1)	1.90	.878	ปานกลาง
5.	การใช้บริการค้าขายผ่านสื่อออนไลน์	57 (16.1)	136 (35.9)	125 (33.0)	61 (16.1)	1.50	.935	ปานกลาง
6.	ติดตามเพจด้านสาธารณประโยชน์เครือข่ายจิตอาสาต่างๆ	62 (16.4)	186 (49.1)	114 (30.1)	17 (4.5)	1.77	.771	ปานกลาง
7.	ติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารรวมกลุ่มด้านการเมือง	48 (12.7)	142 (37.5)	117 (30.9)	72 (19.0)	1.44	.939	ปานกลาง
8.	เล่นเกมส์	103 (27.2)	132 (34.8)	101 (26.6)	43 (11.3)	1.78	.972	ปานกลาง
รวม						1.87	.812	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 1.87$) โดยเมื่อพิจารณาข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในระดับมาก คือ การสนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน ($\bar{x} = 2.44$) และหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล ($\bar{x} = 2.26$) ส่วนในประเด็นด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีการทำกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	การรับรู้		X	S.D.	ระดับ
		รู้	ไม่รู้			
1.	การเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจไม่ปลอดภัยได้	374 (98.7)	5 (1.3)	.99	.114	มาก
2.	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพได้	370 (97.6)	9 (2.4)	.98	.152	มาก
3.	การโพสต์สถานะ ความรู้สึก หรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของท่านกับบุคคลรอบข้างได้	372 (98.2)	7 (1.8)	.98	.135	มาก
4.	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยขาดความระมัดระวัง ขาดการไตร่ตรองอาจเป็นการละเมิดสิทธิของผู้อื่นได้	359 (94.7)	20 (5.3)	.95	.224	มาก
5.	ท่านอาจถูกหลอกลวงจากมิชชันนารีจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยขาดความระมัดระวัง	367 (96.8)	12 (3.2)	.97	.175	มาก
6.	ท่านรู้วิธีในการตั้งค่าความปลอดภัย การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	348 (91.8)	31 (8.2)	.92	.274	มาก
7.	การใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปอาจทำให้ท่านสูญเสียความสัมพันธ์กับคนรอบข้างในสังคมปกติ	356 (93.9)	23 (6.1)	.94	.239	มาก
8.	การแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นท่านอาจถูกตรวจสอบจากหน่วยงานองค์กรต่างๆ จนทำถูกให้ออกจากงาน หรือไม่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานในหน่วยงาน องค์กรที่ต้องการ	299 (78.9)	80 (21.1)	.79	.409	มาก
รวม				.94	.215	มาก

จากตารางที่ 11 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = .94$) โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมากทุกประเด็น โดยส่วนใหญ่รับรู้ว่าการเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจไม่ปลอดภัยได้ ($\bar{x} = .99$) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพได้ ($\bar{x} = .98$) การโพสต์สถานะ ความรู้สึก หรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของกับบุคคลรอบข้างได้ ($\bar{x} = .98$) อาจถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยขาดความระมัดระวัง ($\bar{x} = .97$) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยขาดความระมัดระวัง ขาดการไตร่ตรองอาจเป็นการละเมิดสิทธิของผู้อื่นได้ ($\bar{x} = .95$) การใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปอาจทำให้สูญเสียความสัมพันธ์กับคนรอบข้างในสังคมปกติ ($\bar{x} = .94$) ส่วนใหญ่รู้วิธีการตั้งค่าความปลอดภัย การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = .92$) และรู้ว่าการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในเครือข่ายสังคมออนไลน์คนอาจถูกตรวจสอบจากหน่วยงานองค์กรต่างๆ จนทำถูกให้ออกจากงาน หรือไม่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานในหน่วยงานองค์กรที่ต้องการ ($\bar{x} = .79$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม

การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแบ่งการศึกษาเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ด้านการศึกษา ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน ผลการศึกษามีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 379)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม	X	S.D.	ระดับ
1. ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว	3.89	.896	มาก
2. ด้านการศึกษา	3.65	.927	ปานกลาง
3. ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร	3.55	.948	ปานกลาง
4. ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน	3.82	.810	มาก
5. ด้านศาสนาและวัฒนธรรม	3.52	.853	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมสูงสุดด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ($\bar{x} = 3.89$) รองลงมาคือมีด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน ($\bar{x} = 3.82$) ด้านการศึกษา ($\bar{x} = 3.65$) ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ($\bar{x} = 3.55$) และด้านศาสนาและวัฒนธรรม ($\bar{x} = 3.52$) ตามลำดับ

3.1 ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว

ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					X	S.D.	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	สมาชิกในครอบครัวมีการพูดคุยแลกเปลี่ยน ปรัชญาหรือในเรื่องต่างๆเป็นประจำ	83 (21.9)	184 (48.5)	97 (25.6)	13 (3.4)	2 (.5)	3.88	.804	มาก
2.	ได้รับความรักและความห่วงใยจากสมาชิกในครอบครัวเป็นอย่างดี	184 (48.5)	147 (38.8)	45 (11.9)	2 (.5)	1 (.3)	4.35	.727	มาก
3.	สามารถกล่าวคำรักเตือนสมาชิกในครอบครัวได้	64 (16.9)	165 (43.5)	100 (26.4)	41 (10.8)	9 (2.4)	3.62	.967	ปานกลาง
4.	สมาชิกในครอบครัวมีการแสดงออกถึงความรักที่มีต่อกันทางกาย เช่น กอด หอมแก้ม	75 (19.8)	127 (33.5)	96 (25.3)	57 (15.0)	24 (6.3)	3.45	1.152	ปานกลาง
5.	คิดว่าตนเองมีประโยชน์ต่อคนในครอบครัว	90 (23.7)	187 (49.3)	90 (23.7)	11 (2.9)	1 (.3)	3.93	.782	มาก
6.	ชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมกับครอบครัว เช่น เทียวพักผ่อน ทานอาหารร่วมกัน เป็นต้น	103 (27.2)	144 (38.0)	99 (26.1)	26 (6.9)	7 (1.8)	3.82	.971	มาก
7.	มีความสุขและพอใจในชีวิตครอบครัวที่ผ่านมา	166 (43.8)	143 (37.7)	57 (15.0)	8 (2.1)	5 (1.3)	4.21	.867	มาก
รวม							3.89	.896	มาก

จากตารางที่ 13 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ด้าน ความสัมพันธ์ในครอบครัว ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในครอบครัวอยู่ในระดับมากเกือบทุกประเด็น และมีเพียงประเด็น สมาชิกในครอบครัวมีการแสดงออกถึงความรักที่มีต่อกันทางกาย เช่น กอด หอมแก้ม กับประเด็นสามารถว่ากล่าวตักเตือนสมาชิกในครอบครัวได้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.45$) และ ($\bar{x} = 3.62$) ตามลำดับ

3.2 ด้านการศึกษา

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการศึกษา

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					X	S.D.	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	เข้าเรียนตรงต่อเวลา	85 (22.4)	179 (47.2)	104 (27.4)	7 (1.8)	4 (1.1)	3.88	.809	มาก
2.	ลาหรือขาดเรียนเฉพาะมีเหตุจำเป็นเท่านั้น	156 (41.2)	131 (34.6)	71 (18.7)	10 (2.6)	11 (2.9)	4.08	.980	มาก
3.	เข้าร่วมกิจกรรมของชมรมภายในสถาบันการศึกษา	75 (19.8)	128 (33.8)	127 (33.5)	39 (10.3)	10 (2.6)	3.58	1.003	ปานกลาง
4.	ให้ความร่วมมือและติดตามการทำงานของคณะหรือมหาวิทยาลัยเป็นประจำ	69 (18.2)	166 (43.8)	116 (30.6)	22 (5.8)	6 (1.6)	3.71	.884	มาก
5.	ชอบใช้เวลาว่างในการทบทวนเนื้อหาวิชาเรียนหรือทำกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา	35 (9.2)	103 (27.2)	177 (46.7)	54 (14.2)	10 (2.6)	3.26	.907	ปานกลาง
6.	ชอบแสวงหาความรู้เพิ่มเติมนอกห้องเรียนโดยการอ่านหนังสือ หรือค้นข้อมูลจากแหล่งต่างๆ	46 (12.1)	105 (27.7)	170 (44.9)	43 (11.3)	15 (4.0)	3.33	.964	ปานกลาง

ตารางที่ 14 (ต่อ)

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					X	S.D.	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
7.	ให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอันดับหนึ่งในชีวิต	75 (19.8)	168 (44.3)	104 (27.4)	20 (5.3)	12 (3.2)	3.72	.944	มาก
รวม							3.65	.927	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการศึกษา ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมากในประเด็น มีการลาหรือขาดเรียนเฉพาะมีเหตุจำเป็นเท่านั้น ($\bar{x} = 4.08$) เข้าเรียนตรงต่อเวลา ($\bar{x} = 3.88$) ให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต ($\bar{x} = 3.72$) และให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของคณะหรือมหาวิทยาลัยเป็นประจำ ($\bar{x} = 3.71$) ส่วนในประเด็นด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีการทำกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

3.3 ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					X	S.D.	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	ชอบซื้อสินค้าทางเทคโนโลยีที่ออกใหม่ล่าสุด เช่น โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ เป็นต้น	40 (10.6)	96 (25.3)	131 (34.6)	88 (23.2)	24 (6.3)	3.11	1.074	ปานกลาง

ตารางที่ 15 (ต่อ)

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					X	S.D.	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.	ท่านมักเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือเว็บไซต์ต่างๆ	36 (9.5)	77 (20.3)	116 (30.6)	93 (24.5)	57 (15.0)	2.85	1.188	ปานกลาง
3.	ท่านมักค้นหาข้อมูลสินค้า การบริการต่างๆผ่านทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ	93 (24.5)	175 (46.2)	86 (22.7)	21 (5.5)	4 (1.1)	3.88	.881	มาก
4.	ชอบเปรียบเทียบข้อมูลราคาสินค้าบริการก่อนเลือกซื้อหรือใช้บริการ	126 (33.2)	185 (48.8)	58 (15.3)	10 (2.6)	-	4.13	.759	มาก
5.	สนใจติดตามข่าวสารข้อมูลสินค้าบริการ เทคโนโลยีใหม่ๆเสมอ	77 (20.3)	172 (45.4)	111 (29.3)	16 (4.2)	3 (.8)	3.80	.836	มาก
รวม							3.55	.948	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 ความคิดเห็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การดำเนินชีวิตประจำวัน ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม อยู่ที่ระดับมาก คือ กลุ่มตัวอย่างชอบเปรียบเทียบข้อมูลราคาสินค้าบริการก่อนเลือกซื้อหรือใช้บริการ ($\bar{x} = 4.13$) มักค้นหาข้อมูลสินค้าการบริการต่างๆผ่านทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ ($\bar{x} = 3.88$) สนใจติดตามข่าวสารข้อมูลสินค้าบริการ เทคโนโลยีใหม่ๆเสมอ ($\bar{x} = 3.80$) และ ชอบซื้อสินค้าทางเทคโนโลยีที่ออกใหม่ล่าสุด เช่น โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.11$) มักเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือเว็บไซต์ต่างๆ ($\bar{x} = 2.85$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

3.4 ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					X	S.D	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	ชอบพบปะเที่ยวสังสรรค์กับเพื่อนเป็นประจำ	93 (24.5)	145 (38.3)	121 (31.9)	19 (5.0)	1 (.3)	3.82	.867	มาก
2.	ชอบพูดคุย ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ๆเสมอ	74 (19.5)	152 (40.1)	121 (31.9)	29 (7.7)	3 (.8)	3.70	.877	มาก
3.	เป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่มีเพื่อนมาก	73 (19.3)	158 (41.7)	129 (34.0)	18 (4.7)	1 (.3)	3.75	.828	มาก
4.	ให้ความสำคัญ ใส่ใจกับความรู้สึกของเพื่อนอย่างมาก	120 (31.7)	186 (49.1)	70 (18.5)	3 (.8)	-	4.12	.722	มาก
5.	ในเวลาว่างชอบใช้เวลาอยู่หรือทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน	74 (19.5)	183 (48.3)	113 (29.8)	9 (2.4)	-	3.85	.753	มาก
6.	เมื่อมีปัญหา หรือมีเรื่องราวต่างๆในชีวิตชอบพูดคุยปรึกษากับเพื่อนเป็นอันดับแรก	62 (16.4)	162 (42.7)	133 (35.1)	20 (5.3)	2 (.5)	3.69	.824	มาก
รวม							3.82	.810	มาก

จากตารางที่ 16 ความคิดเห็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ใส่ใจกับความรู้สึกของเพื่อนอย่างมาก ($\bar{x} = 4.12$) ในเวลาว่างชอบใช้เวลาอยู่หรือทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน ($\bar{x} = 3.85$) ชอบพบปะเที่ยวสังสรรค์กับเพื่อนเป็นประจำ ($\bar{x} = 3.82$) เป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่มีเพื่อนมาก ($\bar{x} = 3.75$) ชอบพูดคุย ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ๆเสมอ ($\bar{x} = 3.70$) เมื่อมีปัญหา หรือมีเรื่องราวต่างๆในชีวิตชอบพูดคุยปรึกษากับเพื่อนเป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 3.69$) อยู่ในระดับมากทั้งหมดตามลำดับ

3.5 ด้านศาสนาและวัฒนธรรม

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านศาสนาและวัฒนธรรม

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	ให้ความสำคัญและเคร่งครัดกับประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น	48 (12.7)	170 (44.9)	142 (37.5)	14 (3.7)	5 (1.3)	3.64	.799	ปานกลาง
2.	มักเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีดั้งเดิมของคนไทย เช่น รดน้ำหัว การถือศีลกินเจ เป็นต้น	39 (10.3)	147 (38.8)	153 (40.4)	29 (7.7)	11 (2.9)	3.46	.885	ปานกลาง
3.	สนใจในเรื่องธรรมะ หลักธรรมคำสอนของศาสนาที่ตนนับถือ	42 (11.1)	157 (41.4)	151 (39.8)	20 (5.3)	9 (2.4)	3.54	.849	ปานกลาง
4.	ร่วมกิจกรรมทางศาสนาที่นับถือเป็นประจำ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันสำคัญ การเวียนเทียน การเข้าโบสถ์ เป็นต้น	47 (12.4)	137 (36.1)	160 (42.2)	22 (5.8)	13 (3.4)	3.48	.907	ปานกลาง
5.	เคร่งครัดกับการปฏิบัติตามหลักธรรม คำสอนของศาสนา	31 (8.2)	155 (40.9)	160 (42.2)	24 (6.3)	9 (2.4)	3.46	.826	ปานกลาง
รวม							3.52	.853	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านศาสนาและวัฒนธรรม ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญและเคร่งครัดกับประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น ($\bar{x} = 3.64$) สนใจในเรื่องธรรมะ หลักธรรมคำสอนของศาสนาที่ตนนับถือ ($\bar{x} = 3.54$) ร่วมกิจกรรมทางศาสนาที่นับถือเป็นประจำ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันสำคัญ การเวียนเทียน การเข้าโบสถ์ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.48$) มักเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีดั้งเดิมของคนไทย เช่น รดน้ำหัว การถือศีลกินเจ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.46$) เคร่งครัดกับการปฏิบัติตามหลักธรรม คำสอนของศาสนา ($\bar{x} = 3.46$) อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการศึกษามีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					x	S.D.	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	ต้องการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเวลามากขึ้น เพื่อตอบสนองความพอใจ	37 (9.8)	141 (37.2)	166 (43.8)	28 (7.4)	7 (1.8)	3.46	.839	ปานกลาง
2.	รู้สึกหงุดหงิด โมโห โกรธ กัดฟัน กระสับกระส่าย เมื่อต้องหยุดใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	18 (4.7)	84 (22.2)	123 (32.5)	100 (26.4)	54 (14.2)	2.77	1.093	ปานกลาง
3.	มักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นหนทางหลีกเลี่ยงปัญหา หรือ บรรเทาผ่อนคลายอารมณ์ ความกดดัน หงุดหงิด	37 (9.8)	131 (34.6)	121 (31.9)	63 (16.6)	27 (7.1)	3.23	1.066	ปานกลาง
4.	มักแสดงออก ทางอารมณ์ ความรู้สึกผ่านการเครือข่ายสังคมออนไลน์	24 (6.3)	89 (23.5)	139 (36.7)	83 (21.9)	44 (11.6)	2.91	1.080	ปานกลาง
5.	เคยแสดงพฤติกรรม ก้าวร้าว หยาบคาย ลามก บนเครือข่ายสังคมออนไลน์	14 (3.7)	60 (15.8)	71 (18.7)	89 (23.5)	145 (38.3)	2.23	1.219	น้อย
6.	ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรม การใช้ หรือหยุดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้	17 (4.5)	59 (15.6)	94 (24.8)	104 (27.4)	105 (27.7)	2.42	1.175	ปานกลาง
7.	ใช้เวลากับเครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้สูญเสียความสัมพันธ์ทางสังคม หน้าที่การงาน การเรียน หรือ โอกาสต่างๆ	17 (4.5)	57 (15.0)	80 (21.1)	105 (27.7)	120 (31.7)	2.33	1.195	น้อย

ตารางที่ 18 (ต่อ)

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
8.	เคยโกหกหรือปกปิดครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง เกี่ยวกับ พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่าย สังคมออนไลน์	15 (4.0)	47 (12.4)	77 (20.3)	89 (23.5)	151 (39.8)	2.17	1.195	น้อย
9.	เข้าเช็ค ข้อความ ความเคลื่อนไหว เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงตื่น ดอนเช้าและบนเตียงก่อนเข้านอน	86 (22.7)	165 (43.5)	75 (19.8)	35 (9.2)	18 (4.7)	3.70	1.066	มาก
10.	ต้องการเข้าไปดูความเคลื่อนไหว ล่าสุดบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยตลอดแม้จะมีเวลาว่างไม่มาก	55 (14.5)	118 (31.1)	119 (31.4)	65 (17.2)	22 (5.8)	3.31	1.095	ปานกลาง
11.	เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในขณะที่ทำกิจกรรมอื่นๆ เช่น ทานข้าว เรียนหนังสือ	50 (13.2)	156 (41.2)	124 (32.7)	33 (8.7)	16 (4.2)	3.50	.971	ปานกลาง
12.	ยินดีในการมีเพื่อนใหม่ทาง เครือข่ายสังคมออนไลน์	45 (11.9)	101 (26.6)	161 (42.5)	60 (15.8)	12 (3.2)	3.28	.974	ปานกลาง
13.	รู้สึกยินดีหรือพอใจเมื่อมีคนชื่น ชมสถานะ หรือรูปภาพ ข้อความ ที่โพสต์ลงในเครือข่ายสังคม ออนไลน์	47 (12.4)	123 (32.5)	172 (45.4)	29 (7.7)	8 (2.1)	3.45	.882	ปานกลาง
14.	ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ใน การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนหรือ คนรอบข้าง มากกว่าการพบเจอ หรือการโทรศัพท์พูดคุยกัน	33 (8.7)	121 (31.9)	143 (37.7)	69 (18.2)	13 (3.4)	3.24	.965	ปานกลาง
15.	เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ติดต่อสื่อสาร กับคนรอบข้างใน ขณะที่อยู่ด้วยกัน	25 (6.6)	84 (22.2)	117 (30.9)	92 (24.3)	61 (16.1)	2.79	1.154	ปานกลาง
16.	มักโพสต์ แชร์ อัปเดตกิจกรรม ความเคลื่อนไหว ใน ชีวิตประจำวันของตนผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์	31 (8.2)	98 (25.9)	117 (30.9)	92 (24.3)	41 (10.8)	2.96	1.124	ปานกลาง

ตารางที่ 18 (ต่อ)

(n = 379)

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
17.	ใช้เวลาว่างในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ก่อนทำกิจกรรมอย่างอื่น	34 (9.0)	107 (28.2)	146 (38.5)	75 (19.8)	17 (4.5)	3.17	.995	ปานกลาง
18.	ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อไม่ให้ล้าหลัง และให้สามารถเข้ากับคนอื่นได้	56 (14.8)	126 (33.2)	147 (38.8)	41 (10.8)	9 (2.4)	3.47	.952	ปานกลาง
19.	เคยใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าที่ตั้งใจเอาไว้	59 (15.6)	157 (41.4)	112 (29.6)	47 (12.4)	4 (1.1)	3.58	.932	ปานกลาง
20.	เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้เพื่อน คนในครอบครัวไม่พอใจ	20 (5.3)	81 (21.4)	113 (29.8)	90 (23.7)	75 (19.8)	2.69	1.166	ปานกลาง
21.	รู้สึกมั่นใจเมื่ออยู่ในสังคมออนไลน์มากกว่าอยู่ในสังคมปกติ	28 (7.4)	80 (21.1)	100 (26.4)	101 (26.6)	70 (18.5)	2.72	1.200	ปานกลาง
รวม							3.02	1.064	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าเช็ค ข้อความ ความเคลื่อนไหวเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงตื่นตอนเช้าและบนเตียงก่อนเข้านอน ($\bar{x} = 3.70$) อยู่ในระดับมาก และ ใช้เวลากับเครือข่ายสังคมออนไลน์ จนทำให้สูญเสียความสัมพันธทางสังคม หน้าที่การงาน การเรียน หรือโอกาสต่างๆ ($\bar{x} = 2.33$) เคยแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว หยาดคาย ลามก บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ($\bar{x} = 2.23$) เคยโกหกหรือปกปิดครอบครัวเพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง เกี่ยวกับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของตนเอง ($\bar{x} = 2.17$) อยู่ในระดับน้อย ส่วนในประเด็นด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีการทำกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

1. นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน
2. นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีประเภทการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน
3. ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

ผลการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 มีรายละเอียด ดังนี้

- 1.1 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามเพศ

(n=379)

เพศ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	t	P
ชาย	154	3.05	.815	.778	..22
หญิง	225	2.99	.671		

จากตารางที่ 19 ผลการทดสอบสมมติฐานพบกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีอายุต่างกัันมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามอายุ

(n=379)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.970	3	1.323	2.494	.060
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	198.924	375	.530		
รวม	202.894	378			

จากตารางที่ 20 ผลการทดสอบสมมติฐานพบกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีรายได้/รายรับต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามรายได้/รายรับเฉลี่ยต่อเดือน

(n=379)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.854	3	1.536	2.918*	.034
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	199.040	375	.527		
รวม	202.894	378			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 ผลการทดสอบสมมติฐานพบกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้/รายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยวิธีการของ Scheffe' พบว่าแตกต่างตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามรายได้/รายรับเฉลี่ยต่อเดือน

(n=379)

รายได้/รายรับต่อเดือน	X	S.D.	รายได้/รายรับต่อเดือน			
			0-4,000 บาท	4,001-8,000 บาท	8,001-12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท
0-4,000 บาท	3.07	.707	-			
4,001-8,000 บาท	2.93	.704		-		
8,001-12,000 บาท	3.05	.713			-	
มากกว่า 12,000 บาท	3.29	.857	*			-

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' จำแนกตามรายได้/รายรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้

ระหว่าง 0-4,000 บาท ($\bar{x} = 3.07$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 12,000 บาท ($\bar{x} = 3.29$)

1.4 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีที่พักอาศัยต่างกันมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตาม ที่พักอาศัย

(n=379)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.544	2	1.272	2.387	.093
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	200.350	376	.533		
รวม	202.894	378			

จากตารางที่ 23 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีที่พักอาศัยต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.5 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยต่างกันมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

(n=379)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	8.844	3	2.948	5.697***	.001
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	194.050	375	.517		
รวม	202.894	378			

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 24 ผลการทดสอบสมมติฐานพบกลุ่มตัวอย่างที่มีที่บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยวิธีการของ Scheffe' พบว่าแตกต่างตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย

(n=379)

บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย	X	S.D.	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ			
			อยู่คนเดียว	อยู่กับเพื่อน	พ่อแม่ ครอบครัว	ญาติ/ผู้ปกครองอื่นที่ไม่ใช่พ่อแม่
อยู่คนเดียว	3.31	.762	-	*	*	
อยู่กับเพื่อน	2.99	.708		-		
พ่อแม่ ครอบครัว	2.93	.693			-	
ญาติ/ผู้ปกครองอื่นที่ไม่ใช่พ่อแม่	2.92	.820				-

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' จำแนกตามบุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่คนเดียว ($\bar{x} = 3.31$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่กับเพื่อน ($\bar{x} = 2.99$) และ อยู่พ่อแม่ ครอบครัว ($\bar{x} = 2.93$)

1.6 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้ต่างกันมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้

(n=379)

อุปกรณ์การสื่อสาร	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	P
1. โน้ตบุค					
ใช้	154	2.99	.773	.673	.250
ไม่ใช้	225	3.04	.704		
2. คอมพิวเตอร์ พีซี					
ใช้	66	2.92	.733	1.256	.105
ไม่ใช้	313	3.04	.732		
3. โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน					
ใช้	359	3.47	.867	2.866**	.004
ไม่ใช้	20	2.99	.717		
4. แท็บเล็ต/ไอแพด					
ใช้	47	2.98	.741	.380	.352
ไม่ใช้	332	3.02	.732		

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 26 ผลการทดสอบสมมติฐานพบกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อุปกรณ์การสื่อสารประเภทโน้ตบุค คอมพิวเตอร์ พีซี แท็บเล็ต/ไอแพดต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟนต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{x} = 2.99$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{x} = 3.47$)

สมมติฐานที่ 2 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีประเภทการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

2.1 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการต่างกัน จะมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ (n=379)

ประเภทเครือข่าย สังคมออนไลน์ที่ใช้ บริการ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	P
เฟซบุ๊ก (Facebook)					
ใช้	368	3.04	.718	-3.563	.000***
ไม่ใช้	11	2.25	.841		
ทวิตเตอร์ (twitter)					
ใช้	147	2.95	.605	1.567	.16
ไม่ใช้	232	3.06	.801		
อินสตาแกรม (Instagram)					
ใช้	257	3.02	.663	-.076	.47
ไม่ใช้	122	3.01	.865		
ไลน์ (Line)					
ใช้	328	3.31	.897	2.609**	.006
ไม่ใช้	51	2.97	.694		
วอสแอป (WhatsApp)					
ใช้	72	3.09	.728	-.888	.19
ไม่ใช้	307	3.00	.734		

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 27 ผลการทดสอบสมมติฐานพบกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ twitter instagram และ whatsapp ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ facebook และ line ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ที่ใช้ facebook ($\bar{x} = 3.05$) มีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้ ($\bar{x} = 2.25$) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ line ($\bar{x} = 3.31$) มีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้ ($\bar{x} = 2.97$)

2.2 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

(n=379)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.241	4	.310	.578	.679
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	199.762	372	.537		
รวม	201.002	376			

จากตารางที่ 28 ผลการทดสอบสมมติฐานพบกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3 นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

(n=379)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1. อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	35.025	2	17.513	39.462***	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	165.977	374	.444		
รวม	201.002	376			
2. สนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	13.339	2	6.669	13.229	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	189.555	376	.504		
รวม	202.894	378			
3. หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	5.317	2	2.658	5.059	.001
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	197.577	376	.525		
รวม	202.894	378			
4. ติดตามข้อมูลข่าวสารศิลปินดารารหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	19.869	2	9.935	20.410	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	183.025	376	.487		
รวม	202.894	378			
5. การใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อออนไลน์					
การใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อออนไลน์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	31.673	2	15.836	34.777	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	171.221	376	.455		
รวม	202.894	378			
6. ติดตามพาด้านสาธารณสุขประโยชน์เครือข่ายจิตอาสาต่างๆ					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	13.963	2	6.981	13.894	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	188.931	376	.502		
รวม	202.894	378			

ตารางที่ 29 (ต่อ)

(n=379)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
7. ติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมกลุ่มด้านการเมือง					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	25.714	2	12.857	27.284	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	177.180	376	.471		
รวม	202.894	378			
8. เล่นเกมส์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	7.721	2	3.861	7.438	.001
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	195.172	376	.519		
รวม	202.894	378			
รวม					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	40.165	2	20.083	46.699***	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	160.837	376	.430		
รวม	201.002	378			

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 29 ผลการทดสอบสมมติฐานพบกลุ่มตัวอย่างที่มีที่กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกประเด็น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยวิธีการของ Scheffe' พบว่าแตกต่างตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำแนกตามกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

(n=379)

กิจกรรมที่ทำผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์	— X	S.D.	กิจกรรมที่ทำผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์		
			ไม่เคย/ น้อยครั้ง	เป็น บางครั้ง	เป็นประจำ
อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ					
ไม่เคย/น้อยครั้ง	2.64	.601	-	*	*
เป็นบางครั้ง	3.08	.657		-	*
เป็นประจำ	3.51	.786			-
สนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน					
ไม่เคย/น้อยครั้ง	2.53	.753	-	*	*
เป็นบางครั้ง	2.91	.717		-	*
เป็นประจำ	3.17	.699			-
หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล					
ไม่เคย/น้อยครั้ง	2.67	.658	-	*	*
เป็นบางครั้ง	3.04	.695		-	
เป็นประจำ	3.09	.780			-
ติดตามข้อมูลข่าวสารศิลปินดารารหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง					
ไม่เคย/น้อยครั้ง	2.69	.703	-	*	*
เป็นบางครั้ง	3.11	.703		-	
เป็นประจำ	3.26	.677			-
การใช้บริการค้าขายผ่านสื่อออนไลน์					
ไม่เคย/น้อยครั้ง	2.77	.613	-	*	*
เป็นบางครั้ง	3.13	.662		-	
เป็นประจำ	3.59	.867			-
ติดตามเพจด้านสาธารณสุขประโยชน์เครือข่ายจิตอาสาต่างๆ					
ไม่เคย/น้อยครั้ง	2.81	.718	-	*	*
เป็นบางครั้ง	3.05	.628		-	
เป็นประจำ	3.37	.893			-

ตารางที่ 30 (ต่อ)

(n=379)

กิจกรรมที่ทำผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์	— X	S.D.	กิจกรรมที่ทำผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์		
			ไม่เคย/ น้อยครั้ง	เป็น บางครั้ง	เป็นประจำ
ติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมกลุ่มด้านการเมือง					
ไม่เคย/น้อยครั้ง	2.84	.652	-	*	*
เป็นบางครั้ง	3.05	.693		-	
เป็นประจำ	3.65	.787			-
เล่นเกม					
ไม่เคย/น้อยครั้ง	2.88	.659	-		*
เป็นบางครั้ง	3.02	.739		-	
เป็นประจำ	3.23	.772			-
รวม					
ไม่เคย/น้อยครั้ง	2.45	.642	-	*	*
เป็นบางครั้ง	3.03	.628		-	
เป็นประจำ	3.68	.812			-

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' จำแนกตามกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า

ในด้านการทำกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างที่มีการทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ภาพรวมในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.45$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.03$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$)

กลุ่มตัวอย่างที่มีการอัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.64$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่ม

ตัวอย่างที่อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.08$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการอัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีสนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.53$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.91$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.17$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการอัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.67$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.04$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.09$)

กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข้อมูลข่าวสารศิลปป็นดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.69$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข้อมูลข่าวสารศิลปป็นดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.11$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.26$)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการค้าขายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.77$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการค้าขายผ่านสื่อออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.13$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$)

กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพจด้านสาธารณสุขประโยชน์เครือข่ายจิตอาสาด้านต่างๆผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.81$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพจด้านสาธารณสุขประโยชน์เครือข่ายจิตอาสาด้านต่างๆผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.37$)

กลุ่มตัวอย่างที่ติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมกลุ่มด้านการเมืองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.84$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมกลุ่มด้านการเมืองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$)

กลุ่มตัวอย่างที่เล่นเกมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.45$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เล่นเกมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.03$)

สมมติฐานที่ 3 ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

ผลการศึกษามีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 31 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความถี่ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

(n=379)

ตัวแปร	พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่าย	
	Pearson Correlation	p-value
1. ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	.106*	.038

ตารางที่ 31 (ต่อ)

(n = 379)

ตัวแปร	พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่าย	
	Pearson Correlation	p-value
2. ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์	.209***	.000
3. การรับรู้ความเสี่ยงในใช้เครือข่ายสังคม	-.133***	.010
4. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม		
- ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว	.012	.823
- ด้านการศึกษา	.123**	.017
- ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร	.340***	.000
- การเข้าสังคม/การคบเพื่อน	.350***	.000
- ด้านศาสนาและวัฒนธรรม	.181***	.000

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 31 ผลการศึกษาพบว่า ความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน และระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์/ครั้ง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .106 และ .209 ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยงในใช้เครือข่ายสังคมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.133

นอกจากนี้ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน และด้านศาสนาและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .340 ,

.350 และ .181 ตามลำดับ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .123 และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมด้านความสัมพันธ์ใน ครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร	พฤติกรรมการใช้งาน เครือข่าย
ปัจจัยส่วนบุคคล	
- เพศ	X
- อายุ	X
- รายได้/รายรับต่อเดือน	*
- ที่พักอาศัย	X
- บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย	*
- อุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้	X
ปัจจัยการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	
- ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ	X
- ช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	X
- กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	***
- ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	*
- ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์	***
- การรับรู้ความเสี่ยงในใช้เครือข่ายสังคม	***
ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม	
- ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว	X
- ด้านการศึกษา	**

ตัวแปร	พฤติกรรมติดการใช้งาน เครือข่าย
- ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร	***
- การเข้าสังคม/การคบเพื่อน	***
- ด้านศาสนาและวัฒนธรรม	***
- ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม/จิตอาสา	***

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

X หมายถึง ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อดีของเครือข่ายสังคมออนไลน์

1. เข้าถึงข้อมูล ความรู้ ต่างๆ รับรู้ข่าวสารได้ง่ายตลอดเวลา รู้เท่าทันสถานการณ์ในสังคมต่างๆ และเหตุการณ์ทั่วโลก ได้อย่างรวดเร็ว
2. เป็นแหล่งค้นหาข้อมูลที่สำคัญในชีวิตประจำวัน
3. สามารถรับรู้ข่าวสารที่มีประโยชน์ได้ครั้งละหลายๆ ทันเหตุการณ์ ง่ายและรวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆ
4. ทำให้มีความกล้าในการแสดงออกมากขึ้น
5. เปิดโอกาสทางเลือกในอาชีพการทำงาน สะดวกในการทำธุรกิจ หรือทำกิจกรรมต่างๆ ได้ง่ายขึ้น และมากขึ้น

6. ทำให้ติดต่อสื่อสาร หรือแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ ให้กันได้โดยไม่มีขีดจำกัด เช่น ทำกลุ่มแฟนเพจเกี่ยวกับความสนใจต่างๆ เพื่อให้มีเพื่อนมา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น

7. ทำให้พบ กับเพื่อนๆ ที่ไม่ได้ติดต่อกันเป็นเวลานาน ให้ได้กลับมาพูดคุยติดต่อกันได้อีก ครั้ง และรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของกันและกัน รวมถึงทำให้มีเพื่อนใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

8. ทำให้สามารถติดต่อพูดคุยกับเพื่อนๆ และครอบครัวที่อยู่ไกลๆ ได้ครั้งละหลายๆ คน รู้สึกใกล้ชิดกันมากขึ้น เชื่อมคนได้ทั่วโลก

9. ลดค่าใช้จ่ายในการพูดคุยผ่านเครือข่ายโทรศัพท์บ้านหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่

10. ทำให้ได้รับความรู้ เพลิดเพลิน สนุก ผ่อนคลาย คลายเครียด แก้เบื่อเหงา และแบ่งปัน ความสุขให้เพื่อนๆ และครอบครัวได้รู้ความเคลื่อนไหวของตัวเอง

11. เล่นเกมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วยให้เกิดความผ่อนคลาย เพลิดเพลิน

12. สะดวกในการค้นคว้า การทำการบ้าน ทำให้การเรียนง่ายขึ้น

13. ช่วยแจ้งประชาสัมพันธ์ข้อมูลขอความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ได้รวดเร็วและทั่วถึงขึ้น

ข้อเสียของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

1. อาจมีการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม ไม่ถูกต้อง หากผู้ใช้ไม่มีวิจารณญาณอาจโดน หลอกลวงจากแหล่งข่าวที่ไม่น่าเชื่อถือได้ง่าย ทำให้รับรู้ข่าวสารที่ไม่ถูกต้องและนำไปสู่อันตรายได้ เช่น การใช้ในทางการเมือง

2. ข้อมูลที่เป็นเท็จ ขาดการตรวจสอบข้อมูล โดยรีบกระจายข่าวอย่างรวดเร็ว อาจทำให้เกิดการเข้าใจผิด อาจถูกล่อลวงไปทำในสิ่งไม่ดีได้ อาจเกิดความเสียหายต่อตัวเอง และผู้อื่นได้

3. การใช้งานมากเกินไปทำให้ขาดการมีปฏิสัมพันธ์ ไม่มีเวลาหรือมีเวลาน้อยลง กับบุคคลรอบข้าง อาจทำให้สูญเสียคนรอบข้างไป

4. ขาดความจริงใจ มีความสัมพันธ์ที่ไม่ยั่งยืน

5. การใช้งานอย่างเสพติดไม่ควบคุมตัวเองให้ใช้งานอย่างเหมาะสมทำให้เสียสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ เช่น ดวงตา สายตา เมื่อยล้า นอนไม่พอ และบางครั้งทำให้เสียสุขภาพจิต ถ้าใช้มากเกินไปทำให้เสียเวลาเนื่องจากไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ ทำให้กระทบกับหน้าที่หลักต่างๆ ที่เราต้องทำ เช่น การเรียน การทำงาน การทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ และการทำประโยชน์อื่นๆ

6. ทำให้ขาดสมาธิในการทำกิจกรรมต่างๆ หมกหมุ่นอยู่กับการใช้อุปกรณ์ในการสื่อสารสังคมออนไลน์ซึ่งทำให้เกิดอันตรายได้ เช่น การอ่านข้อความหรือพิมพ์ตอบโต้ข้อความในสังคมออนไลน์ในขณะที่กำลังขับขีรถ

7. คิดการใช้งานอยู่กับสื่อสังคมออนไลน์มากเกินไป ทำให้บุคลิกภาพเปลี่ยนได้ เช่น อดทนกับสิ่งต่างๆ กับสถานการณ์ต่างๆ มีน้อยลง อาจกลายเป็นคนเพ้อฝันอยู่ในโลกความจริงไม่ได้ ทำให้ห่างจากการเข้าสังคมในชีวิตประจำวัน ดูเป็นคนไม่ค่อยมีสังคมในโลกของความเป็นจริง

8. ไม่มีความเป็นส่วนตัว ทำให้คนอื่นรู้ความเคลื่อนไหวของตัวเองได้ง่าย

9. สูญเสียความเป็นตัวเองเพราะเราจะถูกเปลี่ยนโดยแนวคิดมากมายที่เราอ่าน

10. ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้อินเตอร์เน็ตประจำ ทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย

11. สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นแหล่งสื่อลามก อนาจาร การพนัน หรือเป็นช่องทางในการทำผิดกฎหมายได้ง่ายขึ้น

ข้อควรระวังในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

1. ระมัดระวังการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว

2. ควรใช้สติ และอย่าหลงเชื่ออะไรง่าย ๆ จากสังคมออนไลน์ อย่าหลงโฆษณาชวนเชื่อที่เกินจริง
3. ให้รู้จักแบ่งเวลาในการใช้สังคมออนไลน์ให้เหมาะสมต่อตัวเองและผู้อื่น ใช้งานพอประมาณ อย่าใช้งานนานเกินไปจะเสียสุขภาพกายและบางครั้งอาจเสียสุขภาพจิต
4. ใช้คำพูดที่สุภาพ อย่าแสดงวาทะที่ไม่สมควร ในสังคมออนไลน์
5. มีสติและวิจารณญาณในการตัดสินใจในการรับข้อมูลข่าวสารในสังคมออนไลน์มากๆ เพราะข้อมูลที่เผยแพร่ออกไปอาจเป็นข้อมูลที่ผิดหรือส่งผลกระทบต่อทางลบอาจทำให้เกิดความเสียหาย สร้างความเดือดร้อนแก่ตัวเองและผู้อื่น
6. อย่าใช้มากเกินไป ให้ใส่ใจความสัมพันธ์ในครอบครัวและคนรอบข้าง มากกว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์
7. ให้ระมัดระวัง ไม่ควรไวใจ จากการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักกันจากสื่อสังคมออนไลน์ให้มากที่สุด
8. ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ให้ตรวจสอบประวัติหรือดูข้อวิจารณ์ของผู้ค้าแต่ละรายให้ละเอียดรอบครอบ
9. อย่าใช้สังคมออนไลน์ในขณะที่กำลังทำกิจกรรมขณะทำการเสี่ยงอันตราย เช่น การเดินการขับรถ เป็นต้น
10. อย่าใช้อุปกรณ์สื่อสารสังคมออนไลน์ ในที่มีมืดหรือมีแสงน้อยเป็นเวลานาน จะทำให้เสียสายตา หรือดวงตาไม่ปกติ
11. ให้ใช้ความระมัดระวัง ในการใช้อุปกรณ์สื่อสารออนไลน์ ที่ทำให้ผู้อื่นเกิดความเดือดร้อนรำคาญ

12. ให้ใช้ความระมัดระวังในการแสดงความคิดเห็น ข้อมูล ภาพถ่าย วิดีโอ ต่างๆ ที่เป็นการละเมิดกฎหมายให้รู้เท่าทันถึงประโยชน์และโทษในการใช้งาน

13. ให้พิจารณาสถานการณ์ ในการแสดงความคิดเห็น ข้อมูล ภาพถ่าย วิดีโอ ต่างๆ ให้เหมาะสมกับกาลเทศะ

14. รู้จักใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและส่งผลดีต่อตัวเองและผู้อื่น ใช้อย่างมีเหตุผลเหมาะสมกับสถานการณ์ ถูกวิธี ถูกสถานที่ ใช้เท่าที่จำเป็นไม่ใช้มากเกินไปรู้ว่าเวลาไหนควรใช้งาน

15. ควรแบ่งเวลาให้เหมาะสมในการทำหน้าที่หลักต่างๆที่เราต้องทำ เช่น การเรียน การทำงาน กิจกรรมอื่นๆ เป็นต้น และไม่สร้างความเดือดร้อนให้ตัวเองและผู้อื่น

16. ควรรู้จักควบคุมการใช้งานของตัวเองให้ได้ สร้างวินัยให้ตัวเองจำกัดเวลาว่าควรเล่นวันละกี่ชั่วโมง อย่าหมกมุ่นมากเกินไป อยู่ในโลกของความเป็นจริงให้มากไม่ใช่สังคมออนไลน์

17. ไม่เผยแพร่กระจายข้อมูลที่ทำให้เกิดความแตกแยกหรือรุนแรง เช่น เรื่องทางการเมือง เป็นต้น

18. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของเยาวชน ควรอยู่ในความดูแลของผู้ปกครอง

ข้อวิจารณ์

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ผู้วิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจในการเสนอข้อคิดเห็นและข้อวิจารณ์ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 ปี มีรายได้/รายรับต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001-8,000 บาท เป็นรายได้ที่ได้รับจากพ่อแม่ผู้ปกครองเป็นหลัก สอดคล้องกับ

ปรัชญา หินศรีสุวรรณ (2555) ได้รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่าย สังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาหญิงที่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่านักศึกษาชาย เป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในช่วง Generation M โดยการใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 4,000 – 5,000 บาทต่อเดือน แหล่งที่มาของค่าใช้จ่ายมาจาก บิดา-มารดา เป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า อุปกรณ์สื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างใช้ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟน รองลงมาคือ โน้ตบุ๊ค สอดคล้องกับผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2013) ได้เสนอผลการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้เป็น สมาร์ตโฟน นอกจากนี้ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่บ้านพักของตนเอง/บ้านพักของญาติ โดยอาศัยอยู่กับญาติ/ผู้ปกครองที่ไม่ใช่พ่อแม่มากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนิสิตในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ส่วนหนึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ภายในกรุงเทพฯ และบางส่วนได้มาอาศัยกับญาติที่อยู่ในกรุงเทพฯ ขณะศึกษาอยู่ ซึ่งเป็นไปได้ว่าการที่มีบ้านพักเป็นของตนเองหรือมีญาติที่มีที่พักตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ นั้นน่าจะเป็นครอบครัวมีฐานะ มีความสามารถที่จะให้นิสิตใช้อุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยและรองรับกับค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้

ปัจจัยการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท facebook ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญวิทย์ ตาน้อย (2554) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นสมาชิก Facebook และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2013) ได้เสนอผลการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 23,907 คน พบว่า ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการใช้มากที่สุด คือ facebook ทั้งนี้อาจเนื่องจาก facebook เป็นสังคมออนไลน์ที่กิจกรรมให้ทำที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการตั้งสถานะ การระบุสถานที่กิจกรรมความรู้สึกที่ทำได้ การโพสต์รูปภาพ การโพสต์คลิปวิดีโอการเขียนบทความหรือบล็อก การแชท เล่นเกมส์ และยังสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม ที่มีอยู่อย่าง

มากมายในทุกอุปกรณ์การสื่อสาร และมีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการใช้ใหม่ๆ อยู่เสมอ นอกจากนี้วิธีการใช้ก็ไม่ซับซ้อน สามารถเข้าใจง่าย

เมื่อพิจารณาในเรื่องความถี่ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน จำนวน 1-5 ครั้งส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเข้าสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมง/วัน ช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำคือ 13.00 – 18.00 น. สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปรัชญา หินศรีสุวรรณ (2555) พบว่าช่วงเวลาที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ ช่วง ดึก (19.00 – 24.00 น.) นอกจากนี้ผลการศึกษา พบว่า กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือการ สนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญวิทย์ ดาน้อย (2554) ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์การเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อรับรู้ข่าวสาร ความรู้ เพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ เพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ และด้านเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การรับรู้ความเสี่ยงในใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับความเสี่ยง ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่รับรู้ว่าการเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจไม่ปลอดภัยได้ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ และ การโพสต์สถานะ ความรู้สึก หรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของกับบุคคลรอบข้างได้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากการ นำเสนอ เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับภัยหรือความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านสื่อต่างๆ อยู่บ่อยครั้ง ทั้งในสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตต่างๆ ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึง ข้อมูลข่าวสารได้ง่าย

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมใน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในครอบครัวอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีเพียงประเด็นสมาชิกในครอบครัวแสดงออกถึงความรักที่มีต่อกันทางกาย เช่น กอด หอมแก้ม ที่อยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ส่วนใหญ่วิชาหรือขาดเรียนเฉพาะมีเหตุจำเป็นเท่านั้น การเข้าเรียนตรงต่อเวลา การให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต การให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของคณะหรือมหาวิทยาลัยเป็นประจำ อยู่ในระดับมาก แต่ในขณะเดียวกัน การเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมภายในสถาบันการศึกษา การขอใช้เวลาว่างในการทบทวนเนื้อหาวิชาเรียน หรือทำกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา การขอแสวงหาความรู้เพิ่มเติมนอกห้องเรียนโดยการอ่านหนังสือ การให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านเทคโนโลยี/การสื่อสารในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับอยู่ปานกลาง โดย กลุ่มตัวอย่างการชอบเปรียบเทียบข้อมูลราคาสินค้าบริการก่อนเลือกซื้อหรือใช้บริการ การมักค้นหาข้อมูลสินค้าการบริการต่างๆผ่านทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ การสนใจติดตามข่าวสารข้อมูลสินค้าบริการ เทคโนโลยีใหม่ๆเสมอ อยู่ในระดับมาก และการชอบซื้อสินค้าทางเทคโนโลยีที่ออกใหม่ล่าสุด เช่น โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ เป็นต้น การมักเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือเว็บไซต์ต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อนอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ใส่ใจกับความรู้สึกรักของเพื่อนอย่างมาก ในเวลาว่างชอบใช้เวลาอยู่หรือทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน การชอบพบปะเที่ยวสังสรรค์กับเพื่อนเป็นประจำ การเป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่มีเพื่อนเยอะ การชอบพูดคุย ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ๆเสมอ เมื่อมีปัญหา หรือมีเรื่องราวต่างๆ ในชีวิตชอบพูดคุยปรึกษากับเพื่อนเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ด้านศาสนาและวัฒนธรรม ในภาพรวม พบว่า ด้านศาสนาและวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การให้ความสำคัญและเคร่งครัดกับประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น การสนใจในเรื่องธรรมะ หลักธรรมคำสอนของศาสนาที่ตนนับถือ การร่วมกิจกรรมทางศาสนาที่นับถือเป็นประจำ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันสำคัญ การเวียนเทียน การเข้า

โบสถ์ เป็นต้น การมักเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีดั้งเดิมของคนไทย เช่น รดน้ำหัว การถือศีลกินเจ เป็นต้น การเคร่งครัดกับการปฏิบัติตามหลักธรรม คำสอนของศาสนา อยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน

พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

จากผลการวิจัยในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ ปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าในประเด็นการเข้าเช็ก ข้อความ ความเคลื่อนไหวเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงตื่นตอนเช้าและบนเตียงก่อนเข้านอน อยู่ในระดับมาก และมีกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในขณะที่ทำกิจกรรมอื่นๆ เช่น รับประทานอาหาร เรียนหนังสือ เป็นต้น สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของRetrevo Gadgetology Report ที่เผยแพร่สำรวจพฤติกรรมผู้คนที่ใช้ต่อเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามากกว่าร้อยละ 50 เข้าเช็กข้อความ ความเคลื่อนไหวบนเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ช่วงตื่นตอนเช้าและบนเตียงก่อนเข้านอน หรือเข้าเช็กสถานะในเฟซบุ๊กของตนอย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง และยังระบุว่า 1 ใน 3 บอกว่า แม้จะกำลังรับประทานอาหารอยู่ก็ยังกดดูข้อความทั้งในโทรศัพท์ แท็บเล็ต หรือหน้าจอคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้รองลงมาคือ มีการใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าที่ตั้งใจเอาไว้ สอดคล้องกับ รัศมี สารโจน์ (2547) กล่าวว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ตคือการใช้อินเทอร์เน็ตในปริมาณที่เกินขนาด จนไม่สามารถควบคุมเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนี้ สมาคมจิตแพทย์อเมริกันทำการวินิจฉัยโรคทางจิตเวชในกรณีเสพติดออนไลน์ โดยระบุว่า พฤติกรรมที่บ่งบอกว่าเป็นโรคเสพติดสังคมออนไลน์ คือ จะไม่สามารถเลิกเล่นได้ และจะใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ที่พักอาศัย และการใช้อุปกรณ์การสื่อสารต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้/รายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 0-4,000 บาท/เดือน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 12,000 บาท/เดือน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์หรือสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต จะต้องมีการสมัครโปร โมชันเสริมและมีค่าใช้จ่าย

เพิ่มขึ้น ผู้ที่มีรายได้น้อยอาจไม่มีรายได้เพียงพอในการสมัคร โปรโมชันดังกล่าว ทำให้มีข้อจำกัดในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้เพียงพอในการสมัคร โปรโมชันเสริมต่างๆ นอกจากนี้ ผลการศึกษา ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วยต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่อยู่คนเดียว มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่กับเพื่อน และอยู่กับพ่อแม่ ครอบครัว สอดคล้องกับ พัฒน์ สุจำนงค์ (2529) กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่ กลุ่มสังคม (Social group) ได้แก่ กลุ่มเพื่อนบ้าน กลุ่มเพื่อนโรงเรียน กลุ่มเพื่อนร่วมสถาบันเดียวกัน บุคคลที่เป็นแบบอย่าง (Identification figure) ได้แก่ พ่อ แม่ พี่ น้อง ครู ผู้มีชื่อเสียงในทางสังคม เป็นต้น ทั้งนี้จากผลการสำรวจจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน หรือญาติที่อยู่ไกลกัน ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าที่อาศัยอยู่กับพ่อแม่ผู้ปกครอง และเพื่อนจะมีโอกาสในการพูดคุย สื่อสารทราบความเคลื่อนไหวซึ่งกันและกันได้โดยตรงโดยไม่จำเป็นต้องใช้การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการที่มีครอบครัว หรือเพื่อนอาศัยอยู่ด้วย จะทำให้สามารถปรึกษาหารือ ทำให้คนในกลุ่มนี้มีโอกาสติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่อยู่คนเดียว

ในด้านประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ facebook ต่างกันมีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่าย สังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ที่ใช้ facebook มีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้ facebook ทั้งนี้อาจเนื่องจาก facebook เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีกิจกรรมที่หลากหลาย มีการปรับปรุงให้ตอบสนองต่อความต้องการของบริโภคน้อยอย่างต่อเนื่อง เช่น การแบ่งปันรูปถ่าย การโพสต์สถานะความรู้สึก อารมณ์ของตนเอง การติดตามความเคลื่อนไหวข่าวสารของคนรู้จัก หรือแม้กระทั่งการเล่นเกม เป็นต้น สามารถพูดคุย รับทราบความเคลื่อนไหวของเพื่อน คนในครอบครัว หรือการพบปะทำความรู้จักเพื่อนใหม่ได้ ทำให้เมื่อเข้าไปใช้งานจะเกิดความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย สามารถระบายอารมณ์ความรู้สึกของตนเอง

เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตามกิจกรรมที่ทำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการสนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล ติดตามข้อมูลข่าวสารศิลปวัฒนธรรมหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ใช้บริการค้าขาย ติดตามเพจด้านสาธารณสุขประโยชน์ เครือข่ายจิตอาสาต่าง ๆ

แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และเล่นเกมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีระดับพฤติกรรมติดการใช้
งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการทำกิจกรรมดังกล่าวน้อยกว่า ทั้งนี้
เป็นไปได้ว่ากิจกรรมต่างๆ เหล่านั้นเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่ง
สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ เมื่อเข้าไปใช้ก็ให้เกิดความ
เพลิดเพลิน คลายเครียด คลายเหงา หรือทำให้สามารถเช็คความรู้สึกที่ขาดหายของตนได้ และยัง
ทำกิจกรรมมากเท่าไร อาจเกิดความเพลิดเพลินไม่สามารถควบคุมเวลาในการใช้งานได้ ขาด
ความสามารถในการควบคุมตนเอง ต้องการทำกิจกรรมเหล่านั้นเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มี
ความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือยังมีการรับรู้ความเสี่ยง
ในการใช้เครือข่ายสังคมมาก ก็จะมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยลง ทั้งนี้
จากการทำความเข้าใจพฤติกรรมในกลุ่มจิตวิทยาเกสตัลท์ ได้ระบุว่า การรับรู้เป็นรากฐานของการ
เรียนรู้ เกิดจากการแปลอาการสัมผัสออกมาอย่างมีความหมาย โดยอาศัยความรู้ความเข้าใจเดิม
ประสบการณ์เดิมปัญญา หรือสิ่งที่คาดคะเนไว้ล่วงหน้า ดังนั้นรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่าย
สังคมออนไลน์ จะทำให้เกิดการเรียนรู้ถึงโทษของเครือข่ายสังคมออนไลน์ และจะทำให้เกิดความ
ระมัดระวังและควบคุมตนเองในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น

การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมและพฤติกรรมการใช้งาน
เครือข่ายสังคมออนไลน์ เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็นพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทาง
สังคมแบบการเข้าสังคม/การคบเพื่อน ด้านการศึกษา ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านศาสนาและ
วัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเชิงบวก ซึ่ง
สามารถแปลความหมายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวสูงขึ้น ก็จะมี
แนวโน้มมีพฤติกรรมติดเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น สอดคล้องกับ พัฒน์ สุจำนงค์ (2529) ที่
ระบุว่า กลุ่มสังคม (Social group) ได้แก่ กลุ่มเพื่อนบ้าน กลุ่มเพื่อนโรงเรียน กลุ่มเพื่อนร่วมสถาบัน
เดียวกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อต่างๆ ล้วนมี
อิทธิพลต่อการปฏิบัติของบุคคลทั้งสิ้น เช่น ประเพณีการเลี้ยงเด็กในแต่ละสังคมก็แตกต่างกันไป
ตามความเชื่อ ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกแต่ละประเด็น สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ในเรื่องของการเข้าสังคม/การคบเพื่อน การที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมาก ระบุว่าให้
ความสำคัญ ใส่ใจกับความรู้สึกของเพื่อนอย่างมาก ชอบพูดคุย ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ๆ เสมอ

หากมีปัญหาหรือเมื่อมีเรื่องราวต่างๆ ในชีวิตชอบพูดคุยปรึกษากับเพื่อนเป็นอันดับแรก อาจเป็นปัจจัยที่ทำให้มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว และสามารถพบเจอคนใหม่ๆ เพิ่มขึ้นได้เสมอ เป็นช่องทางที่ทำให้สามารถรับรู้ความเป็นไปของเพื่อน และเมื่อเกิดเรื่องราวต่างๆ ในชีวิตก็สามารถที่จะระบายหรือส่งต่อความรู้สึกได้ทันที

ในเรื่องการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งชอบติดตามความเคลื่อนไหวและเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย และชอบในการค้นหาข้อมูลความรู้ใหม่จากนอกห้องเรียน ซึ่งในปัจจุบันได้มีหน่วยงาน หลายสถาบัน ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้ หรือข่าวสารทางการศึกษาต่างๆ ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้เป็นช่องทางที่นิสิตนักศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลของสถานศึกษา หรือข้อมูลทางการศึกษาต่างๆ มากขึ้น

ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมักค้นหาข้อมูลสินค้าการบริการต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ ชอบเปรียบเทียบข้อมูลราคาสินค้าบริการก่อนเลือกซื้อหรือใช้บริการ และสนใจติดตามข่าวสารข้อมูลสินค้าบริการ เทคโนโลยีใหม่ๆ เสมอ ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการค้าขายมากขึ้น เช่น facebook, instagram, line, pantip market ที่เปิดให้เข้าไปเลือกชมและสั่งซื้อสินค้าได้โดยเสรี นอกจากนี้ยังมีข้อมูลสินค้าต่างๆ มาเผยแพร่แลกเปลี่ยนกันด้วย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน เป็นการศึกษาในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำนวน 379 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยมีการสอบถามก่อนว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ สำหรับเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งมีทั้งคำถามปลายเปิดและปลายปิด สถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าพิสัยเพื่ออธิบายข้อมูลที่ศึกษา และสถิติสำหรับการทดสอบหาความแตกต่าง ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ ค่า t-test ค่า F-test และค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ใช้วิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ร้อยละ 40.6 เพศหญิง ร้อยละ 59.4 โดยส่วนใหญ่มียุคต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.6 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้/รายรับต่อเดือนมากที่สุด ระหว่าง 4,001-8,000 บาท/เดือน ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่บ้านพักของตนเอง/บ้านญาติ ร้อยละ 52.2 โดยพักอาศัยอยู่กับญาติ/ผู้ปกครองอื่นที่ไม่ใช่พ่อแม่ ร้อยละ 48.3 รองลงมา พักอาศัยอยู่กับพ่อแม่ ครอบครัว 94 คน อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ร้อยละ 94.7 รองลงมา คือ โน้ตบุ๊ค ร้อยละ 40.6

ส่วนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการศึกษา พบว่า ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เฟซบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (Line), อินสตาแกรม (Instagram) ร้อยละ 97.1, 86.5 และ 67.8 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีความถี่การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน 1 – 5 ครั้ง/วัน และใช้ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย/วัน ประมาณ 2- 3 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำสูงสุด คือ ระหว่าง 18.01 – 24.00 น. ร้อยละ 72.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 1.87$) โดยมีการทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในระดับมาก คือ การสนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน ($\bar{x} = 2.44$) และหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล ($\bar{x} = 2.26$) ส่วนในประเด็นด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีการทำกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = .94$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมากทุกประเด็น โดยส่วนใหญ่รับรู้ว่าการเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจไม่ปลอดภัยได้ ($\bar{x} = .99$) รองลงมาคือรับรู้ว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพได้ ($\bar{x} = .98$) และรู้ว่าการโพสต์สถานะ ความรู้สึก หรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของกับบุคคลรอบข้างได้ ($\bar{x} = .98$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมสูงที่สุด ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ($\bar{x} = 3.89$) รองลงมาคือมีด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน ($\bar{x} = 3.82$) ด้านการศึกษา ($\bar{x} = 3.65$) ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ($\bar{x} = 3.55$) และด้านศาสนาและวัฒนธรรม ($\bar{x} = 3.52$) ตามลำดับ

ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในครอบครัวอยู่ในระดับมากเกือบทุกประเด็น และมีเพียงประเด็น สมาชิกในครอบครัวมีการแสดงออกถึงความรักที่มีต่อกันทางกาย เช่น กอด หอมแก้ม กับประเด็นสามารถว่ากล่าวตักเตือนสมาชิกในครอบครัวได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.45$) และ ($\bar{x} = 3.62$) ตามลำดับ

ด้านการศึกษา ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมากในประเด็น มีการลาหรือขาดเรียนเฉพาะมีเหตุจำเป็นเท่านั้น ($\bar{x} = 4.08$) การเข้าเรียนตรงต่อเวลา ($\bar{x} = 3.88$) ให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต ($\bar{x} = 3.72$) และให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของคณะหรือมหาวิทยาลัยเป็นประจำ ($\bar{x} = 3.71$) ส่วนในประเด็นด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีการทำกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบเปรียบเทียบข้อมูลราคาสินค้าบริการก่อนเลือกซื้อหรือใช้บริการ ($\bar{x} = 4.13$) มักค้นหาข้อมูลสินค้าบริการต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ ($\bar{x} = 3.88$) สนใจติดตามข่าวสารข้อมูลสินค้าบริการ เทคโนโลยีใหม่ๆ เสมอ ($\bar{x} = 3.80$) และ ชอบซื้อสินค้าทางเทคโนโลยีที่ออกใหม่ล่าสุด เช่น โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.11$)

ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ใส่ใจกับความรู้สึกของเพื่อนอย่างมาก ($\bar{x} = 4.12$) รองลงมา คือ ในเวลาว่างชอบใช้เวลาอยู่หรือทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน ($\bar{x} = 3.85$) และชอบพบปะเที่ยวสังสรรค์กับเพื่อนเป็นประจำ ($\bar{x} = 3.82$) ตามลำดับ

ด้านศาสนาและวัฒนธรรม ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญและเคร่งครัดกับประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น ($\bar{x} = 3.64$) รองลงมาคือ สนใจในเรื่องธรรมะ หลักธรรมคำสอนของศาสนาที่ตนนับถือ ($\bar{x} = 3.54$) และร่วมกิจกรรมทางศาสนาที่นับถือเป็นประจำ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันสำคัญ การเวียนเทียน การเข้าโบสถ์ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.48$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ ปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าในประเด็นการเข้าเช็ค ข้อความ ความเคลื่อนไหวเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงตื่นตอนเช้าและบนเตียงก่อนเข้า อยู่ในระดับมาก ส่วนในเรื่องของการใช้เวลาไปกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ จนทำให้สูญเสียความสัมพันธ์ทางสังคม หน้าที่การงาน การเรียน หรือโอกาสต่างๆ หรือเคยแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว หยาดคาย ลามก บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โกหกหรือปกปิดครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นิติระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ที่พักอาศัยต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีที่บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วยต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่อยู่คนเดียว ($\bar{x} = 3.31$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่กับเพื่อน ($\bar{x} = 2.99$) และ อยู่พ่อแม่ ครอบครัว ($\bar{x} = 2.93$) นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อุปกรณ์การสื่อสารประเภทโน้ตบุค คอมพิวเตอร์ พีซี แท็บเลต/ไอแพดต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟนต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{x} = 2.99$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{x} = 3.47$)

สมมติฐานที่ 2 นิติระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ และกิจกรรมที่ทำผ่าน
เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ twitter instagram และ whatsapp ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ facebook และ line ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ facebook และ ผู้ที่ใช้ line มีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงกว่าผู้ที่ไม่ใช้

ช่วงเวลาในการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกประเด็น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยในด้านการทำกิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวม การอัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพผ่านเครือข่ายสังคมกลุ่มตัวอย่างที่มีการทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ภาพรวมในระดับปานกลาง และในระดับมาก สรุปดังนี้

- กลุ่มตัวอย่างที่มีสนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.53$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.91$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.17$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการอัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก

- กลุ่มตัวอย่างที่หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.67$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.04$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.09$)

- กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข้อมูลข่าวสารศิลปินดารารหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียงผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.69$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข้อมูลข่าวสารศิลปินดารารหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียงผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.11$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.26$)

- กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการค้าขายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.77$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการค้าขายผ่านสื่อออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.13$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$)

- กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพจด้านสาธารณสุขประโยชน์เครือข่ายจิตอาสาต่างๆ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.81$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพจด้านสาธารณสุขประโยชน์เครือข่ายจิตอาสาต่างๆ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.37$)

- กลุ่มตัวอย่างที่ติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมกลุ่มด้านการเมืองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.84$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมกลุ่มด้านการเมืองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$) และในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$)

- กลุ่มตัวอย่างที่เล่นเกมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.45$) มีระดับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เล่นเกมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.03$)

สมมติฐานที่ 3 ความถี่ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

ผลการศึกษา พบว่า ความถี่ ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ด้านเข้าสังคม/การคบเพื่อน ด้านศาสนาและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาแม้จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากมีแนวโน้มในการติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อด้านอื่นๆ เช่น การเรียน ความสัมพันธ์ในครอบครัว เป็นต้น ดังนั้นจึงควรมีมาตรการในการสร้างความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการป้องกันพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ในสถาบันการศึกษาอาจมีการกวดขันควบคุมการใช้งานอุปกรณ์สื่อสารในเวลาเรียน การส่งเสริมให้นิสิตนักศึกษาทำกิจกรรมอื่นๆ นอกห้องเรียน สถาบันครอบครัวควรมีการดูแลเอาใจใส่ พูดคุยกับบุตรหลาน หรือ หน่วยงานต่างๆ ควรมีการเผยแพร่ หรือทำกิจกรรมรณรงค์เพื่อสร้างความตระหนักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสม เป็นต้น

2. จากการวิจัยพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าไปมีอิทธิพลกับการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มนักศึกษาในเกือบทุกด้าน ดังนั้น ควรมีการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ในแง่ของการเผยแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ทั้งด้านการตลาด การศึกษา การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม ตลอดจนทำให้เป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอย่างแท้จริง

3. ผู้ที่อาศัยอยู่กับครอบครัวมีพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่อยู่คนเดียวหรืออยู่กับเพื่อน นั้นแสดงให้เห็นว่าครอบครัวน่าจะเป็นสถาบันหลักที่ช่วยในการแนะนำ ควบคุมพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ ครอบครัวจึงควรมีกลวิธีสร้างความสัมพันธ์และติดต่อกันใกล้ชิด แม้จะอยู่ห่างจากนิสิตนักศึกษา

4. การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้สังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยผู้ที่มีการรับรู้มากจะมีความเสี่ยงในพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีการรับรู้ต่ำกว่า ดังนั้นผู้เกี่ยวข้อง เช่น สื่อมวลชนจึงควรมีการเผยแพร่กระจายข่าวสารเกี่ยวกับภัยที่เกิดจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสมให้มากขึ้นเพื่อให้เกิดความตระหนักและระมัดระวัง ควบคุมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน เพียงกลุ่มเดียว ในครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอื่นๆ เพิ่มขึ้น เช่น กลุ่มคนในวัยทำงาน กลุ่มคนที่อยู่ในเมืองเปรียบเทียบกับคนในชนบท การศึกษาเปรียบเทียบนิสิตนักศึกษาในแต่ละสถาบัน และกลุ่มนักเรียน เป็นต้น

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ ใช้สถิติในเชิงปริมาณ ซึ่งอาจขาดข้อมูลการวิเคราะห์ในเชิงลึก ทั้งนี้จึงควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพร่วมด้วย เพื่อวิเคราะห์ทำความเข้าใจในประเด็นความคิด ความรู้สึก พฤติกรรม ที่ไม่สามารถใช้ตัวชี้วัดเชิงปริมาณได้ครอบคลุม

3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาที่เน้นเฉพาะด้านเป็นประเด็นๆ ไป เช่น ภัยจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การพนันออนไลน์ หรือการเข้าถึงสื่อลามกออนไลน์ เป็นต้น

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กันยา สุวรรณแสง. 2542. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร: อักษรพิทยา.

ขวัญวิทย์ ดาน้อย. 2554. **พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

จำเนียร ช่วงโชติ. 2519. **จิตวิทยาการรับรู้และการเรียนรู้**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เฉลิมพล ต้นสกุล และจิรศักดิ์ เจริญพันธ์. 2549. **พฤติกรรมสุขภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. มหาสารคาม: คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชนากิตติ์ ราชพิบูลย์. 2553. **การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขต**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ณัฐพล จิตประไพ. 2550. **“Gen-M Lifestyle.” บทความศูนย์การศึกษาและวิจัยตลาด**, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพมหานคร.

เดชธร สุวรรณแสง. 2556. **เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน (Online)**. http://thedctmike.blogspot.com/2013/01/technology-lesson-5_7501.html, 22 พฤศจิกายน 2556.

ดุษฎี ชุมสาย ณ อยุธยา. 2508. **จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

เต็มศักดิ์ กทวณิช. 2546. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

เทอดศักดิ์ พรหมอารักษ์ และคณะ. 2544. รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ในชุมชนของอาสาสมัครสาธารณสุข จังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

นภัสกร กรวยสวัสดิ์. 2553. “ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.” วารสารสารสนเทศศาสตร์. 28 (3): 81-88.

นภาพรณัฏฐ์ จันทรสัทพ์ และคณะ. 2545. วิธีการวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

บุปผา หมัดเจริญ. 2556. สังคมก้มหน้า: เสพติดเทคโนโลยี: พฤติกรรมใหม่ของคนไทย (Online). <http://budsabayayi.blogspot.com/2013/09/social-media.html>, 20 ตุลาคม 2556.

ปณิชา นิติพรมงคล. 2554. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ปรัชญา หินศรีสุวรรณ. 2555. รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่าย สังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พัฒน์ สุจันงค์. 2529. ยาเสพติดมีพิษชีวิตเป็นภัย. โอเดียนสโตร์: กรุงเทพมหานคร.

ภาณุวัฒน์ กองราช. 2554. การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาณุวัฒน์ ศิวะสกุลราช. ม.ป.ป. แนวคิดพื้นฐานพฤติกรรมมนุษย์ (Online). <http://www.ssru.ac.th>. 20 มกราคม 2557.

โยธิน ศันสนยุทธ และคณะ. 2533. จิตวิทยา. กรุงเทพฯ: สว่างเสริมวิชาการ.

วรรณพร คีมูล, ธีรติษฐ์ ชุ่มแก้ว. 2553. **Social Network: มิติใหม่ขององค์กร** (Online).

<http://www.bablog.mju.ac.th/jamnian/wp-content/uploads/2010/08/social-network.pdf>.

18 ตุลาคม 2554.

วัชร ทรัพย์มี. 2533. **ทฤษฎีและกระบวนการให้บริการปรึกษา**. กรุงเทพฯ: ทบวงมหาวิทยาลัย

วันชัย มีชาติ. 2548. **พฤติกรรมบริหารองค์การสาธารณะ**. กรุงเทพฯ : แอกลีฟปริ้นท์.

วิยะดา จิตมัทธมา. ม.ป.ป. “เครือข่ายสังคมออนไลน์: แนวโน้ม ปรากฏการณ์ และจริยธรรม.”

วารสารนักบริหาร. 30 (4): 150-156.

วิไลวรรณ ศรีสงคราม และคณะ. 2549. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: ทริปปี้ด กรุ๊ป.

สงวน สุทธิเลิศอรุณ. 2543. **พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน**. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์.

สมจิตต์ สุพรรณทัศน์. 2542. **พฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลง**. พิมพ์ครั้งที่ 16. นนทบุรี:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. 2556. **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้**

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2556 (Online).

<http://www.thailibrary.in.th/2013/07/29/thailand-internet-user-profile-2013/>. 18 ตุลาคม

2556.

สุชา จันทรเฒ. 2544. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

สุดที่วัล สุใส และ ณิชฐญา อัครยรรยง. 2555. **สถิติการใช้อินเทอร์เน็ตของคนทั่วโลก** (Online).

<http://www.ryt9.com/s/iqry/1360553>, 20 พฤศจิกายน 2556.

สุภาภรณ์ เพชรสุภา. 2554. เครือข่ายสังคมออนไลน์(Social Network) กับการใช้ประโยชน์เพื่อ
การเรียนรู้ (Online). <http://www.kroobannok.com/blog/29071>, 17 ตุลาคม 2556.

สุรางค์ จันทน์เอม. 2529. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

สุรางคณา วายุภาพ. 2556. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (Online).

<http://www.etda.or.th/internetuserprofile2013/presentation-internetuserprofile.pdf>, 14
ตุลาคม 2556.

อดิเทพ บุตรราช. 2553. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online). <http://km.ru.ac.th/computer/?p=199>.
17 ตุลาคม 2556.

แอนนिरา นิราช. 2552. เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานใน
เว็บไซต์ hi5.com. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Baumrind, D. 1991. "The influence of parenting style on adolescent competence and substance
use." **Journal of Early Adolescence**. 11(1): 56-95.

Catherine J. and P. Morrison. 1989. "Markup Behavior in Durable and Nondurable
Manufacturing: A production Theory Approach" **NBER Working Papers 2941**,
National Bureau of Economic Research, Inc.

Charungjirakiat. 2012. **Social Network** (Online). <http://charungjirakiat.wordpress.com/>, 22
December 2013.

John, P. 2004. **CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR**. New York: Mary Ann Liebert, Inc.

King, I. M. 197. **Toward a theory of nursing: General concepts of human behavior**. New
York: Wiley.

Kotler, P. 1994. **Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control.**
Eaglewood Cliff: Prentice-Hall.

Zimbardo, P. G. and M. R. Leippe. 1991. **The Psychology of Attitude Change and Social Influence.** New York: McGraw-Hill.

Reimer, B. 1995. **Youth and Modern Lifestyle in Youth Culture in Youth Modernity.**
London: Sage Publication.

Reynold, F.D. and W.R. Darden. 1974. **Constructing Life-style and psychographics.**
Chicago: W.D. Wels.

William, L. 1963. "Life Style Concept and Marketing" **Toward Scientific Marketing.**
Chicago: American Marketin Assn.





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันของนิสิตระดับปริญญาตรี

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ใช้เพื่อการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ซึ่งเป็นวิทยานิพนธ์ประกอบการศึกษาระดับมหาบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาพัฒนสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ป้ายชื่อส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ป้ายชื่อเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 ป้ายชื่อสภาพแวดล้อมทางสังคม

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

3. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น มิได้นำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นจึงไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด ข้อมูลต่างๆ จะเก็บไว้เป็นความลับ กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงของท่าน

4. ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อคำถามตามความเป็นจริง เพื่อให้ได้คำตอบที่สมบูรณ์ที่สุด ถ้าหากข้อคำถามไม่ได้รับการตอบครบทุกข้อจะทำให้แบบสอบถามฉบับนั้นไม่สมบูรณ์และไม่สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้

ขอแสดงความนับถือ

(นายต้น นิลมาติ)

นิสิตปริญญาโท สาขาพัฒนสังคม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

- 1) เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
- 2) อายุ.....ปี
- 3) รายได้/รายรับต่อเดือน.....บาท
- 4) ที่พักอาศัย
 1. ☐ หอพักภายในมหาวิทยาลัย
 2. ☐ หอพักนอกมหาวิทยาลัย
 3. ☐ บ้านพักของตนเอง
 4. ☐ อื่นๆ(ระบุ).....
- 5) บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย
 1. ☐ อยู่คนเดียว
 2. ☐ อยู่กับเพื่อน
 3. ☐ พ่อ แม่ ครอบครัว
 4. ☐ญาติ/ผู้ปกครองอื่นที่ไม่ใช่พ่อแม่
 5. ☐ อื่นๆ(ระบุ).....
- 6) อุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. ☐ โน้ตบุ๊ก
 2. ☐ คอมพิวเตอร์ PC
 3. ☐ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน
 4. ☐ แท็บเล็ต/ipad
 5. ☐ อื่นๆ(ระบุ).....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

1) ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1 ☐ facebook

2 ☐ twitter

3 ☐ instagram

4 ☐ line

5 ☐ whatsapp

6 ☐ อื่นๆ(ระบุ).....

2) ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์/วัน _____ ครั้ง

3) ระยะเวลาในการเข้าใช้สังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย/วัน _____ ชั่วโมง

4) ช่วงเวลาที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำ

1 ☐ 06.01-12.00 น.

2 ☐ 12.01-18.00 น.

3 ☐ 18.01-24.00 น.

4 ☐ 24.01-06.00 น.

5 ☐ อื่นๆ(ระบุ).....

5) กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด และโปรดตอบทุกข้อ

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็น			
		เป็นประจำ (3)	เป็นบางครั้ง (2)	น้อยครั้ง (1)	ไม่เคย (0)
1.	อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ				
2.	สนทนากับเพื่อน/ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน				
3.	หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล				
4.	ติดตามข้อมูลข่าวสารศิลปวัฒนธรรมหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง				
5.	การใช้บริการค้าขายผ่านสื่อออนไลน์				
6.	ติดตามเพจด้านสาธารณสุขประโยชน์เครือข่ายจิตอาสา ด้านต่างๆ				
7.	ติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมกลุ่มด้าน การเมือง				
8.	เล่นเกมส์				

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด และโปรดตอบทุกข้อ

ข้อ	คำถาม	การรับรู้	
		รู้ (1)	ไม่รู้ (0)
1.	การเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจไม่ปลอดภัยได้		
2.	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพได้		
3.	การโพสต์สถานะ ความรู้สึก หรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของท่านกับบุคคลรอบข้างได้		
4.	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยขาดความระมัดระวัง ขาดการไตร่ตรองอาจเป็นการละเมิดสิทธิของผู้อื่นได้		
5.	ท่านอาจถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยขาดความระมัดระวัง		
6.	ท่านรู้วิธีในการตั้งค่าความปลอดภัย การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		
7.	การใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปอาจทำให้ท่านสูญเสียความสัมพันธ์กับคนรอบข้างในสังคมปกติ		
8.	การแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในเครือข่ายสังคมออนไลน์คนอาจถูกตรวจสอบจากหน่วยงานองค์กรต่างๆ จนทำถูกให้ออกจากงาน หรือไม่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานในหน่วยงาน องค์กรที่ต้องการ		

ส่วนที่ 4 ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด และโปรดตอบทุกข้อ

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านความสัมพันธ์กับครอบครัว						
1.	สมาชิกในครอบครัวท่านมีการพูดคุยแลกเปลี่ยน ปรัชญาหรือในเรื่องต่างๆเป็นประจำ					
2.	ท่านได้รับความรักและความห่วงใยจากสมาชิกในครอบครัวเป็นอย่างดี					
3.	ท่านสามารถว่ากล่าวตักเตือนสมาชิกในครอบครัวได้					
4.	สมาชิกในครอบครัวของท่านมีการแสดงออกถึงความรักที่มีต่อกันทางกาย เช่น กอด หอมแก้ม					
5.	ท่านคิดว่าตนเองมีประโยชน์ต่อคนในครอบครัว					
6.	ท่านชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมกับครอบครัว เช่น เทียวพักผ่อน ทานอาหารร่วมกัน เป็นต้น					
7.	ท่านมีความสุขและพอใจในชีวิตครอบครัวของท่านที่ผ่านมา					
ด้านการศึกษา						
8.	ท่านเข้าเรียนตรงต่อเวลา					
9.	ท่านลาหรือขาดเรียนเฉพาะมีเหตุจำเป็นเท่านั้น					
10.	ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมภายในสถาบันการศึกษา					

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
11.	ท่านให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของคณะหรือมหาวิทยาลัยเป็นประจำ					
12.	ท่านชอบใช้เวลาว่างในการทบทวนเนื้อหาวิชาเรียน หรือทำกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา					
13.	ท่านชอบแสวงหาความรู้เพิ่มเติมนอกห้องเรียนโดยการอ่านหนังสือ					
14.	ท่านให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต					
ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร						
15.	ท่านชอบซื้อสินค้าทางเทคโนโลยีที่ออกใหม่ล่าสุด เช่น โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ เป็นต้น					
16.	ท่านมักเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต หรือซื้อขายส่งคอมออนไลน์ หรือเว็บไซต์ต่างๆ					
17.	ท่านมักค้นหาข้อมูลสินค้าการบริการต่างๆผ่านทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ					
18.	ท่านชอบเปรียบเทียบข้อมูลราคาสินค้าบริการก่อนเลือกซื้อหรือใช้บริการ					
19.	ท่านสนใจติดตามข่าวสารข้อมูลสินค้าบริการเทคโนโลยีใหม่ๆเสมอ					
ด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน						
20.	ท่านชอบพบปะเที่ยวสังสรรค์กับเพื่อนเป็นประจำ					
21.	ท่านชอบพูดคุย ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ๆ					
22.	ท่านเป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่มีเพื่อนมาก					

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
23.	ท่านให้ความสำคัญ ใส่ใจกับความรู้สึกของเพื่อนอย่างมาก					
24.	ในเวลาว่างท่านชอบใช้เวลาอยู่หรือทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน					
25.	เมื่อมีปัญหา หรือมีเรื่องราวต่างๆ ในชีวิตท่านชอบพูดคุยปรึกษากับเพื่อนเป็นอันดับแรก					
ด้านศาสนาและวัฒนธรรม						
26.	ท่านให้ความสำคัญและเคร่งครัดกับประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น					
27.	ท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีดั้งเดิมของคนไทย เช่น รดน้ำหัว การถือศีลกินเจ เป็นต้น					
28.	ท่านสนใจในเรื่องธรรมะ หลักธรรมคำสอนของศาสนาที่ท่านนับถือ					
29.	ท่านร่วมกิจกรรมทางศาสนาที่ท่านนับถือเป็นประจำ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันสำคัญ การเวียนเทียน การเข้าโบสถ์ เป็นต้น					
30.	ท่านเคร่งครัดกับการปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอนของศาสนา					

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับพฤติกรรมที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด และโปรดตอบทุกข้อ

ข้อ	คำถาม	ระดับพฤติกรรม				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด/ไม่เคย (1)
1.	ท่านรู้สึกต้องการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเวลามากขึ้น เพื่อตอบสนองความพอใจ					
2.	ท่านรู้สึกรู้สึกหมดหวัง โมโห โกรธ รู้สึกกดดัน กระสับกระส่าย เมื่อต้องหยุดใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์					
3.	ท่านมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นหนทางหลีกเลี่ยงหนีจากปัญหา หรือบรรเทาผ่อนคลาย อารมณ์ ความรู้สึกกดดัน หมดหวัง					
4.	ท่านมักแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึกผ่านการเครือข่ายสังคมออนไลน์					
5.	ท่านเคยแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว หยาดคายลามก บนเครือข่ายสังคมออนไลน์					
6.	ท่านไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้ หรือหยุดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้					
7.	ท่านใช้เวลาไปกับเครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้สูญเสียความสัมพันธ์ทางสังคม หน้าที่การงาน การเรียน หรือโอกาสต่างๆ					

ข้อ	คำถาม	ระดับพฤติกรรม				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด /ไม่เคย (1)
8.	ท่านเข้าเช็คข้อความ ความเคลื่อนไหว เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงตื่นตอนเช้า และบนเตียงก่อนเข้านอน					
9.	ท่านต้องการเข้าไปดูความเคลื่อนไหว ล่าสุดบนเครือข่ายสังคมออนไลน์โดย ตลอดแม้จะมีเวลาว่างเพียงไม่มาก					
10.	ท่านเคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในขณะที่ทำกิจกรรมอื่นๆ เช่น ทานข้าว เรียนหนังสือ					
11.	ท่านยินดีในการมีเพื่อนใหม่ทางเครือข่าย สังคมออนไลน์					
12.	ท่านรู้สึกยินดีหรือพอใจเมื่อมีคนชื่นชม สถานะ หรือรูปภาพ ข้อความที่ท่านโพสต์ ลงในเครือข่ายสังคมออนไลน์					
13.	ท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการ ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนหรือคนรอบข้าง มากกว่าการพบเจอหรือการโทรศัพท์ พูดคุยกัน					
14.	ท่านเคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ติดต่อ สื่อสารกับคนรอบข้างในขณะที่อยู่ด้วยกัน					
15.	ท่านมักโพสต์ แชร์ อัปเดตกิจกรรมความ เคลื่อนไหวในชีวิตประจำวันของท่านผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์					
16.	ท่านใช้เวลาว่างในการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ก่อนทำกิจกรรมอย่างอื่น					

ข้อ	คำถาม	ระดับพฤติกรรม				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด/ไม่เคย (1)
17.	ท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อไม่ให้ล้าหลัง และให้สามารถเข้ากับคนอื่นได้					
18.	ท่านเคยใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าที่ตั้งใจเอาไว้					
19.	ท่านเคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้เพื่อน คนในครอบครัวไม่พอใจ					
20.	ท่านรู้สึกมั่นใจเมื่ออยู่ในสังคมออนไลน์มากกว่าอยู่ในสังคมปกติ					

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

1. ท่านคิดว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีประโยชน์และโทษอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรต่อผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

.....

.....

.....

.....

*****ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม*****



ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

ตารางผนวกที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
D_5_1	13.1667	18.2126	.5109	.7643
D_5_2	12.6000	19.6966	.4128	.7791
D_5_3	12.8000	18.1655	.5821	.7562
D_5_4	13.0333	15.9644	.6861	.7318
D_5_5	13.3667	16.2402	.5905	.7491
D_5_6	13.2000	16.3034	.7258	.7281
D_5_7	13.2667	15.9264	.6397	.7396
D_5_8	12.8667	21.4989	-.0130	.8503

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 8

Alpha = .7891

ตารางผนวกที่ 2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C_1_1	23.7172	17.9804	.5786	.8396
C_1_2	23.2424	17.6549	.6956	.8269
C_1_3	24.0101	17.3570	.5384	.8453
C_1_4	24.1010	15.9285	.5474	.8516
C_1_5	23.6465	17.9043	.5587	.8418
C_1_6	23.7576	15.4508	.7650	.8101
C_1_7	23.4040	16.4473	.7185	.8191

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 7

Alpha = .8541

ตารางผนวกที่ 3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการศึกษา

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C_2_8	21.2929	13.9235	.3754	.7235
C_2_9	21.0707	13.0256	.3412	.7344
C_2_10	21.7273	11.7514	.5299	.6875
C_2_11	21.5051	12.8240	.4436	.7089
C_2_12	22.0101	12.1530	.5758	.6792
C_2_13	21.8586	12.3676	.5173	.6921
C_2_14	21.5657	12.5747	.4014	.7202

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 7

Alpha = .7381

ตารางผนวกที่ 4 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C_3_15	14.8081	6.5444	.5127	.6632
C_3_16	15.0101	6.2346	.5336	.6553
C_3_17	14.0404	7.3249	.4936	.6718
C_3_18	13.8384	8.1165	.3768	.7122
C_3_19	14.1010	7.2142	.5069	.6664

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 5

Alpha = .7224

ตารางผนวกที่ 5 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการเข้าสังคม/การคบเพื่อน

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C_3_20	18.7245	10.6140	.6748	.8191
C_3_21	18.8878	10.3893	.6588	.8217
C_3_22	18.8163	10.5639	.6094	.8314
C_3_23	18.3796	11.4333	.5459	.8420
C_3_24	18.6939	9.9466	.7767	.7985
C_3_25	18.8980	10.7730	.5568	.8419

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

Alpha = .8509

ตารางผนวกที่ 6 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านศาสนาและวัฒนธรรม

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C_3_26	13.4646	8.0472	.6218	.8496
C_3_27	13.5859	7.3880	.7256	.8238
C_3_28	13.6667	6.8776	.8039	.8017
C_3_29	13.5556	8.1474	.6116	.8519
C_3_30	13.7273	7.8330	.6555	.8416

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 5

Alpha = .8634

ตารางผนวกที่ 7 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมในภาพรวม

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C_1_2	104.7959	184.9476	.4338	.9021
C_1_3	105.5612	180.9498	.4838	.9012
C_1_4	105.6429	178.9124	.4433	.9024
C_1_5	105.2143	182.1082	.5000	.9010
C_1_6	105.2959	178.0456	.5839	.8993
C_1_7	104.9388	182.2643	.4866	.9012
C_2_8	105.3469	188.4145	.2588	.9045
C_2_9	105.1224	186.7684	.2301	.9060
C_2_10	105.7857	179.7990	.4876	.9011
C_2_11	105.5612	181.6715	.4805	.9012
C_2_12	106.0612	180.5942	.5323	.9003
C_2_13	105.9082	179.8162	.5498	.9000
C_2_14	105.6224	179.1859	.5120	.9006
C_3_15	106.0612	180.0993	.4637	.9016
C_3_16	106.2755	180.8821	.4056	.9030
C_3_17	105.3163	185.6618	.3309	.9037
C_3_18	105.1122	187.2759	.2977	.9040
C_3_19	105.3469	182.0433	.4898	.9011
C_3_20	105.4592	180.9725	.5703	.8999
C_3_21	105.6224	181.7426	.4939	.9010
C_3_22	105.5510	182.6623	.4460	.9018
C_3_23	105.1122	183.4409	.4855	.9013
C_3_24	105.4286	179.0103	.6300	.8988
C_3_25	105.6327	182.0699	.4648	.9015
C_3_26	105.6939	181.4723	.5547	.9002
C_3_27	105.8061	182.8177	.4469	.9018
C_3_28	105.8878	180.7398	.5081	.9007
C_3_29	105.7755	182.8975	.4883	.9012
C_3_30	105.9388	181.9344	.5098	.9008
C_4_31	106.3367	180.2256	.4870	.9011

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 30

Alpha = .9045

ตารางผนวกที่ 8 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพฤติกรรมติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
D_6_1	57.4796	212.7676	.6288	.9396
D_6_2	58.3163	206.1154	.7361	.9378
D_6_3	57.8469	204.4609	.6897	.9386
D_6_4	58.1327	205.1884	.7330	.9378
D_6_5	58.8878	209.6883	.5844	.9403
D_6_6	58.6429	207.1392	.6295	.9396
D_6_7	58.7653	205.0268	.7662	.9373
D_6_8	58.8980	210.4431	.5903	.9402
D_6_9	57.3163	213.3113	.4714	.9422
D_6_10	57.7347	206.0938	.6738	.9388
D_6_11	57.4388	210.9498	.6329	.9395
D_6_12	57.8980	216.9998	.4829	.9416
D_6_13	57.6327	215.3688	.5311	.9409
D_6_14	57.7245	210.6347	.6917	.9387
D_6_15	58.2857	205.7526	.7043	.9383
D_6_16	58.2041	206.8445	.6729	.9388
D_6_17	57.8571	208.1031	.7063	.9384
D_6_18	57.6633	214.3494	.5311	.9410
D_6_19	57.5204	213.0150	.6208	.9398
D_6_20	58.3367	208.2875	.6304	.9396
D_6_21	58.3980	204.4276	.7595	.9374

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 21

Alpha = .9421

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ –นามสกุล

นายต้น นิลมาติ

วัน เดือน ปี ที่เกิด

27 กุมภาพันธ์ 2515

สถานที่เกิด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

ศิลปศาสตรบัณฑิต (พลศึกษา)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตำแหน่งงานที่ทำอยู่

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

สถานที่ทำงาน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

