

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาถึงปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ และผลจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งด้านบวกและด้านลบในระดับต่างๆ ซึ่งได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 177 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ในรูปของความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตอนดังนี้

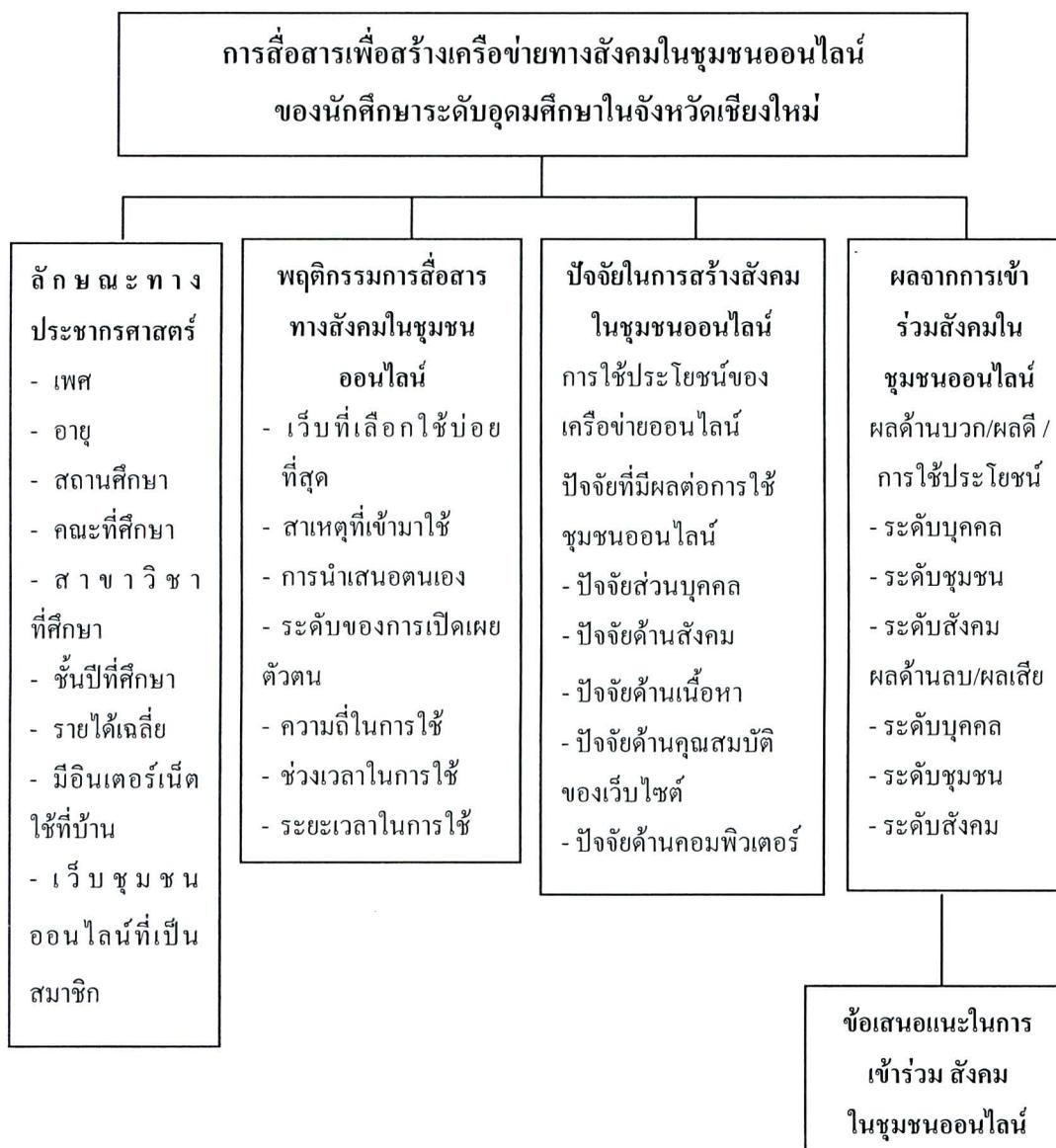
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 4 ผลจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่



ภาพ 8 ผังอภิปรายผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานศึกษา คณะที่ศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน และเป็นสมาชิกอยู่ในเว็บไซต์เครือข่ายออนไลน์ ผลจากการศึกษามีดังนี้

เพศ

นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 177 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 และรองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 (ตาราง 4)

อายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20–21 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 57.10 รองลงมา มีอายุอยู่ระหว่าง 18–19 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 มีอายุอยู่ระหว่าง 22–23 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 และมีอายุอยู่ระหว่าง 24–25 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 (ตาราง 4)

สถานศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 44.10 รองลงมา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 มหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตพายัพ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 (ตาราง 4)

คณะที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 44.10 รองลงมา คณะรัฐศาสตร์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 คณะนิเทศศาสตร์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 และคณะบริหารธุรกิจ กับคณะศิลปศาสตร์ มีจำนวนที่เท่ากัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 (ตาราง 4)

สาขาวิชาที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 44.10 รองลงมา ศึกษาสาขารัฐศาสตร์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 ศึกษาที่สาขานิเทศศาสตร์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 และศึกษาอยู่สาขาการบัญชี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 (ตาราง 4)

ชั้นปีที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 40.10 รองลงมา ศึกษาชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 เท่ากัน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 และศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 (ตาราง 4)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 67.20 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท และรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 (ตาราง 4)

มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 และรองลงมา ไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 (ตาราง 4)

เป็นสมาชิกอยู่ในเว็บไซต์เครือข่ายออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกอยู่ในเว็บไซต์เครือข่ายออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) มาเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 87.60 รองลงมา เป็นสมาชิกอยู่ในเว็บไซต์เครือข่ายออนไลน์ ไฮไฟว์ (Hi 5) จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40 เป็นสมาชิกอยู่ในเว็บไซต์เครือข่ายออนไลน์ ทวิตเตอร์ (Twitter) จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 และ เป็นสมาชิกอยู่ในเว็บไซต์เครือข่ายออนไลน์ มายสเปซ (Myspace) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 (ตาราง 4)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-21 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ในคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ ชั้นปีที่ 3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท โดยนักศึกษามีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน และเว็บไซต์เครือข่ายชุมชนออนไลน์ที่นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นสมาชิกอยู่มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก

วิจารณ์ผลการวิจัย

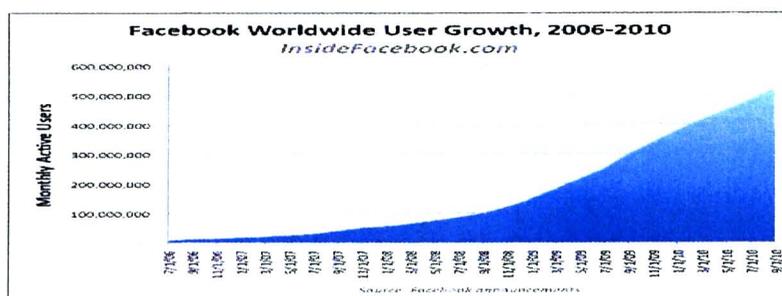
การที่นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย นั้น อาจเป็นเพราะในมหาวิทยาลัยมีสัดส่วนของนักศึกษาเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาได้แก่สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ สาขารัฐศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์ และสาขาการบัญชี ยังเป็นสาขาที่นักศึกษาเพศหญิงเลือกเรียนกันมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยขององอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2539: 37-45) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเวิลด์ไวด์เว็บ (www) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

ที่ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-21 ปี นักศึกษาส่วนใหญ่เคยผ่านการอบรมความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของรสสุคนธ์ ทรงคำ (2548 : (3)-(4)) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ เปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐบาลกับมหาวิทยาลัยเอกชนเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะทางประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และส่วนใหญ่มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน สำหรับช่วงอายุกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 20-21 ปี ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ในคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 สอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒนา มาลา (2545: (3)-(4)) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20-22 ปี และสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2551 ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2551: ระบบออนไลน์) จากการสำรวจออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง 14,809 คนระหว่างเดือนส.ค.-ก.ย.2551 เพื่อเก็บรวบรวมลักษณะพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในด้านต่างๆ ผลวิจัยระบุว่า แนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2552 จะมีการขยายตัวของการใช้เว็บไซต์สังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น บล็อก เว็บไซต์สังคมออนไลน์ หรือสารานุกรมออนไลน์เสรี หรือวิกิพีเดีย ที่จะต่อ ยอดสู่การสร้างดิจิทัลคอนเทนท์ที่สำคัญอีกมากมาย และเป็นส่วนหนึ่งของสังคมยุคปัญญาของประเทศไทยในอนาคต และกลุ่มผู้ใช้งานอยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี มากที่สุด

สำหรับด้านรายได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท โดยนักศึกษามีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒนา มาลา (2545: (3)) ศึกษาวิจัยเรื่องประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-22 และ นักศึกษาส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ช่วง 3,001-6,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของรสสุคนธ์ ทรงคำ (2548 : (3)-(4)) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่เปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐบาลกับมหาวิทยาลัยเอกชนเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะทางประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และส่วนใหญ่มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน

สำหรับเว็บไซต์เครือข่ายชุมชนออนไลน์ที่นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นสมาชิกอยู่มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก นั้นสอดคล้องกับการสำรวจเมื่อกลางปี พ.ศ.2553 ของเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก www.insidefacebook.com พบว่า เฟซบุ๊ก เป็นเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่นิยมมากที่สุด ซึ่งมีจำนวน

ผู้ใช้บริการมากกว่า 500 ล้านคนทั่วโลก ในขณะที่เปิดให้บริการได้เพียง 6 ปี ซึ่งเป็นสถิติที่รวดเร็วมาก นอกจากนี้ เฟซบุ๊กยังเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดในโลกอีกด้วย



ภาพ 9 สถิติผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กปี พ.ศ. 2549 -2553

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	90	50.80
ชาย	87	49.20
อายุ		
18 – 19 ปี	53	29.90
20 – 21 ปี	105	57.10
22 – 23 ปี	19	10.80
24 – 25 ปี	4	2.20
สถานศึกษา		
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	78	44.10
มหาวิทยาลัยแม่โจ้	60	33.90
มหาวิทยาลัยพายัพ	26	14.70
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตพายัพ	13	7.30
คณะที่ศึกษา		
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	78	44.10

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
วิทยาลัยบริหารศาสตร์	60	33.90
นิเทศศาสตร์	26	14.70
บริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์	13	7.30
สาขาวิชาที่ศึกษา		
วิทยาการคอมพิวเตอร์	78	44.10
รัฐศาสตร์	60	33.90
นิเทศศาสตร์	26	14.70
การบัญชี	13	7.30
ชั้นปีที่ศึกษา		
ชั้นปีที่ 1	45	25.40
ชั้นปีที่ 2	45	25.40
ชั้นปีที่ 3	71	40.10
ชั้นปีที่ 4	16	9.10
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	54	30.60
5,001 – 10,000 บาท	119	67.20
10,001 – 15,000 บาท	2	1.10
15,000 บาทขึ้นไป	2	1.10
มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน		
มี	108	61.00
ไม่มี	69	39.00
เป็นสมาชิกอยู่ในเว็บไซต์เครือข่ายออนไลน์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เฟซบุ๊ก (Face book)	155	87.60
ไฮไฟว์ (Hi 5)	114	64.40
ทวิตเตอร์ (Twitter)	24	13.60
มายสเปซ (Myspace)	11	6.20
รวม	177	100.00

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมใน
ชุมชนออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา
ในจังหวัดเชียงใหม่**

พฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ที่เลือกใช้บ่อยที่สุด สาเหตุที่เข้ามาใช้ การนำเสนอตนเอง ระดับการเปิดเผยตัวตน ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้ ระยะเวลาในการใช้ และสถานที่ในการใช้บริการ ผลจากการศึกษามีดังนี้

เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ที่เลือกใช้บ่อยที่สุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ เฟซบุ๊ก(Face book) บ่อยที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 79.10 รองลงมา เลือกใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ ไฮไฟว์ (Hi 5) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 และกลุ่มตัวอย่างไม่มีการเลือกใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ทวิตเตอร์ (Twitter) และเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์มายสเปซ (Myspace) (ตาราง 5)

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ที่เลือกใช้บ่อยที่สุด		
เฟซบุ๊ก (Face book)	140	79.10
ไฮไฟว์ (Hi 5)	37	20.90
ทวิตเตอร์ (Twitter)	0	0.00
มายสเปซ (Myspace)	0	0.00
รวม	177	100.00

สาเหตุที่เข้ามาใช้

ไฮไฟว์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุสาเหตุที่เข้ามาใช้ ไฮไฟว์ เพราะต้องการหาเพื่อนใหม่ๆ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมา ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้อื่น จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 ต้องการนำเสนอตัวเอง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 และต้องการแบ่งปันข้อมูล รูปภาพ คนตรี กับผู้อื่น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 (ตาราง 6)

เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุสาเหตุที่เข้ามาใช้ เฟซบุ๊ก เพราะต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้อื่น จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมา ต้องการหาเพื่อนใหม่ๆ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 ต้องการนำเสนอตัวเอง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 และต้องการแบ่งปันข้อมูล รูปภาพ คนตรี กับผู้อื่น จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 (ตาราง 6)

การนำเสนอตนเอง

ไฮไฟว์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการนำเสนอตนเองใน ไฮไฟว์ แบบเปิดเผยข้อมูลตามความจริง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60 รองลงมา ปกปิดข้อมูลส่วนตัวบางส่วน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 และใช้นามแฝงและปกปิดข้อมูลส่วนตัวทั้งหมด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 (ตาราง 6)

เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการนำเสนอตนเองใน เฟซบุ๊ก แบบปกปิดข้อมูลส่วนตัวบางส่วน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 รองลงมา เปิดเผยข้อมูลตามความจริง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 และใช้นามแฝงและปกปิดข้อมูลส่วนตัวทั้งหมด จำนวน 48 คน คิดเป็น ร้อยละ 27.10 (ตาราง 6)

ระดับการเปิดเผยตัวตน

ไฮไฟว์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการเปิดเผยตัวตนใน ไฮไฟว์ แบบเปิดเผยเฉพาะในกลุ่มเพื่อน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 62.70 และรองลงมาทุกคนสามารถเข้าสู่ข้อมูลส่วนตัวได้ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 (ตาราง 6)

เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการเปิดเผยตัวตนใน เฟซบุ๊ก แบบเปิดเผยเฉพาะในกลุ่มเพื่อน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 และรองลงมา ทุกคนสามารถเข้าสู่ข้อมูลส่วนตัวได้ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 (ตาราง 6)

ความถี่ในการใช้บริการ

ไฮไฟว์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ ไฮไฟว์ ทุกวัน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 68.90 รองลงมา มีความถี่ในการใช้บริการ ไฮไฟว์ ทุกชั่วโมง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 และมีความถี่ในการใช้บริการ ไฮไฟว์ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 (ตาราง 6)

เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ เฟซบุ๊ก ทุกวัน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 83.10 รองลงมา มีความถี่ในการใช้บริการ เฟซบุ๊ก ทุกชั่วโมง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และมีความถี่ในการใช้บริการ เฟซบุ๊ก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 (ตาราง 6)

ช่วงเวลาที่ใช้

ไฮไฟว์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงเวลาที่ใช้ ไฮไฟว์ เวลาว่าง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30 รองลงมา มีช่วงเวลาที่ใช้ ไฮไฟว์ ช่วงเย็นหลังเลิกเรียน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 และมีช่วงเวลาที่ใช้ ไฮไฟว์ ช่วงกลางวัน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 (ตาราง 6)

เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงเวลาที่ใช้ เฟซบุ๊ก เวลาว่าง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 59.90 รองลงมา มีช่วงเวลาที่ใช้ เฟซบุ๊ก ช่วงเย็นหลังเลิกเรียน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 และมีช่วงเวลาที่ใช้ เฟซบุ๊ก ช่วงกลางคืน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 (ตาราง 6)

ระยะเวลาในการใช้

ไฮไฟว์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ ไฮไฟว์ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 รองลงมา มีระยะเวลาในการใช้ ไฮไฟว์ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 มีระยะเวลาในการใช้ ไฮไฟว์ 3-4 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 และมีระยะเวลาในการใช้ ไฮไฟว์ มากกว่า 4 ชั่วโมงจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 (ตาราง 6)

เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ เฟซบุ๊ก 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา มีระยะเวลาในการใช้ เฟซบุ๊ก 3-4 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 มีระยะเวลาในการใช้ เฟซบุ๊ก มากกว่า 4 ชั่วโมงจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 และมีระยะเวลาในการใช้ เฟซบุ๊ก น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 (ตาราง 6)

สถานที่ในการใช้บริการ

ไฮไฟว์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานที่ในการใช้บริการ ไฮไฟว์ เป็นที่หอพัก จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 รองลงมา มีสถานที่ในการใช้บริการ ไฮไฟว์ เป็นที่บ้าน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 มีสถานที่ในการใช้บริการ ไฮไฟว์ เป็นที่สถานศึกษาจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 และมีสถานที่ในการใช้บริการ ไฮไฟว์ ร้านอินเทอร์เน็ตจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 (ตาราง 6)

เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานที่ในการใช้บริการ เฟซบุ๊ก เป็นที่หอพัก จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมา มีสถานที่ในการใช้บริการ เฟซบุ๊ก เป็นที่บ้าน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 มีสถานที่ในการใช้บริการ เฟซบุ๊ก ร้านอินเทอร์เน็ตจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 และมีสถานที่ในการใช้บริการ เฟซบุ๊ก เป็นที่สถานศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 (ตาราง 6)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารทางสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ เฟซบุ๊กบ่อยที่สุด ในส่วนของสาเหตุที่เข้ามาใช้พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ ไฮไฟว์ เพราะต้องการหาเพื่อนใหม่ๆ สาเหตุที่เข้ามาใช้ เฟซบุ๊ก เพราะต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้อื่น ลักษณะการนำเสนอตนเองในไฮไฟว์ เป็นแบบเปิดเผยข้อมูลตามความจริง การนำเสนอตนเองในเฟซบุ๊ก เป็นแบบปกปิดข้อมูลส่วนตัวบางส่วนระดับการเปิดเผยตัวตนใน ไฮไฟว์ เป็นแบบเปิดเผยเฉพาะในกลุ่มเพื่อน ส่วนระดับการเปิดเผยตัวตนใน เฟซบุ๊ก เป็นแบบเปิดเผยเฉพาะในกลุ่มเพื่อนเช่นเดียวกัน ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการกลุ่มตัวอย่างใช้บริการ ไฮไฟว์และเฟซบุ๊ก ทุกวัน โดยมีช่วงเวลาที่ใช้ ไฮไฟว์ และเฟซบุ๊ก ในเวลาว่าง ระยะเวลาในการใช้ ไฮไฟว์และเฟซบุ๊ก 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง สถานที่ในการใช้บริการไฮไฟว์และเฟซบุ๊ก คือหอพัก

วิจารณ์ผลการวิจัย

พฤติกรรมการสื่อสารทางสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ได้แก่ เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ที่เลือกใช้บ่อยที่สุด สาเหตุที่เข้ามาใช้ การนำเสนอตนเอง ระดับการเปิดเผยตัวตน ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้ ระยะเวลาในการใช้ และสถานที่ในการใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ เฟซบุ๊ก บ่อยที่สุด เนื่องจากเฟซบุ๊ก เป็นเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก มีลูกเล่นใหม่ๆ ที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความผู้ใช้ เช่น ผู้เล่นสามารถระบุสถานะของตนเอง สามารถส่งข้อความทันทีระหว่างคนสองคน หรือในกลุ่ม ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถส่งข้อความด่วนให้กับเพื่อน ๆ ที่คิดว่าจะได้ตอบกับผู้ใช้ในเรื่องนั้น ๆ ได้ หรืออาจเป็นผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกันได้

นอกจากนี้ยังมี Facebook Places บริการที่ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊ก ด้วยมือถือสามารถเช็คอินเพื่อระบุตำแหน่งที่ตัวเองอยู่ได้ อีกทั้งยัง tag เพื่อนเพื่อบอกว่าผู้ใช้กำลังอยู่ที่ไหน กับใครได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการสร้างภาพยนตร์ The Social Network ภาพยนตร์บอกเล่าเรื่องราวของ มาร์ค ซัคเกอร์เบิร์ก ผู้ก่อตั้งเฟซบุ๊ก ที่เหมือนเป็นการแนะนำ มาร์ค ซัคเกอร์เบิร์ก ให้ทั่วโลกสิ่งเหล่านี้ น่าจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เฟซบุ๊ก มีการใช้บ่อยที่สุด

ในส่วนของสาเหตุที่เข้ามาใช้พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ ไฮไฟฟ์ เพราะต้องการหาเพื่อนใหม่ๆ สาเหตุที่เข้ามาใช้ เฟซบุ๊ก เพราะต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรองทอง เกิดนาค (2551: บทคัดย่อ) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.hi5.com พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์คือการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน การทำกิจกรรมต่างๆ ในเว็บไซต์เพื่อ ความบันเทิง การสื่อสารด้วยการนำเสนอภาพเพลงและตัวอักษร และการสื่อสารหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ อีกทั้งยังสามารถนำมาปรับใช้กับการเรียนและการทำงานได้ ประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับคือ ความพิเศษของการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสาร 2 ทาง (two-way communication) ที่ผู้เล่นเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน การได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนสนิท เพื่อนเก่า และเพื่อนใหม่ และยังสามารถนำข้อมูลของเพื่อนมาปรับใช้และตกแต่งข้อมูลเป็นของตนเองได้ ลักษณะการนำเสนอตนเองในไฮไฟฟ์ เป็นแบบเปิดเผยข้อมูลตามความจริง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้เว็บไซต์ไฮไฟฟ์ต้องการนำเสนอตัวตนให้เป็นที่รู้จักและอยากได้รับการยอมรับมากขึ้น การนำเสนอตนเองในเฟซบุ๊ก เป็นแบบปกปิดข้อมูลส่วนตัวบางส่วนเนื่องจากกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊กมีเป็นจำนวนมาก และหลากหลายอาชีพอาจจะมีกลุ่มที่ไม่หวังคืออยู่ด้วย กลุ่มผู้ใช้จึงเลือกเป็นแบบปกปิดข้อมูลส่วนตัวบางส่วน นอกจากนี้บางกลุ่มยังปกปิดข้อมูลเช่นอายุ เพราะไม่ต้องการให้ผู้ที่มาความรู้จักรู้ว่าตนเองอายุมากกว่า

ระดับการเปิดเผยตัวตนใน ไฮไฟฟ์ และในเฟซบุ๊ก เป็นแบบเปิดเผยเฉพาะในกลุ่มเพื่อน ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลเฉพาะในกลุ่มเพื่อน จะเป็นสิ่งที่ช่วยป้องกันการละเมิดสิทธิส่วนตัวได้ในระดับหนึ่ง ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการกลุ่มตัวอย่างใช้บริการ ไฮไฟฟ์ และเฟซบุ๊ก ทุกวัน เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้ต้องการอัปเดตสถานะของตนเอง และอยากรู้ความเคลื่อนไหวของเพื่อนว่าตอนนี้ทำอะไรอยู่ที่ไหนโดยมีช่วงเวลาที่ใช้ ไฮไฟฟ์ และเฟซบุ๊ก ในเวลาว่าง ระยะเวลาในการใช้ ไฮไฟฟ์ และเฟซบุ๊ก 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง สถานที่ในการใช้บริการ ไฮไฟฟ์ และเฟซบุ๊ก เป็นที่หอพัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในช่วงเวลากลางวันเป็นช่วงเวลาที่ใช้ในการเรียนหนังสือ ดังนั้นนักศึกษาส่วนใหญ่จึงใช้บริการเว็บไซต์ ไฮไฟฟ์ และเฟซบุ๊ก ในช่วงเวลาว่างหลังเลิกเรียน และเล่นที่หอพักมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มี

ผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Website) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง มีการใช้โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5.52 ครั้ง และมีระยะเวลาในการใช้เฉลี่ยครั้งละ 2.44 ชั่วโมง โดยช่วงเวลาที่มีการใช้บ่อยที่สุดคือ ช่วงเวลาระหว่างเวลา 2.01-24.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์มาแล้ว 1-2 ปี สถานที่ที่ใช้เว็บไซต์มากที่สุดคือ บ้านและที่ทำงาน

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการสื่อสารทางสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่	ไอพีวี		เฟซบุ๊ก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สาเหตุที่เข้ามาใช้				
ต้องการหาเพื่อนใหม่ๆ	73	41.20	65	36.70
ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้อื่น	58	32.80	66	37.30
ต้องการนำเสนอตัวเอง	33	18.60	27	15.30
ต้องการแบ่งปันข้อมูล รูปภาพ ดนตรี กับผู้อื่น	13	7.40	19	10.70
การนำเสนอตนเอง				
เปิดเผยข้อมูลตามความจริง	63	35.60	64	36.20
ปกปิดข้อมูลส่วนตัวบางส่วน	60	33.90	65	36.70
ใช้นามแฝงและปกปิดข้อมูลส่วนตัวทั้งหมด	54	30.50	48	27.10
ระดับการเปิดเผยตัวตน				
เปิดเผยเฉพาะในกลุ่มเพื่อน	111	62.70	108	61.00
ทุกคนสามารถเข้าดูข้อมูลส่วนตัวได้	66	37.30	69	39.00
ความถี่ในการใช้บริการ				
ทุกวัน	122	68.90	147	83.10
ทุกชั่วโมง	28	15.80	16	9.00
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	27	15.30	14	7.90

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่	ไฮไฟว์		เฟซบุ๊ก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่ใช้				
เวลารว่าง	82	46.30	106	59.90
ช่วงเย็นหลังเลิกเรียน	57	32.20	43	24.30
ช่วงกลางคืน	38	21.50	28	15.80
ระยะเวลาในการใช้				
1-2 ชั่วโมง	86	48.60	93	52.50
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	48	27.10	27	15.30
3-4 ชั่วโมง	32	18.10	29	16.40
มากกว่า 4 ชั่วโมง	11	6.20	28	15.80
สถานที่ในการใช้บริการ				
หอพัก	104	58.80	105	59.30
บ้าน	30	16.90	32	18.10
สถานศึกษา	27	15.30	19	10.70
ร้านอินเทอร์เน็ต	16	9.00	21	11.90

**ตอนที่ 3 ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่**

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ การใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ ผลจากการศึกษามีดังนี้

ด้านการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์

ไฮไฟว์

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์ โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.87 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า เพื่อเล็งหนีปัญหา/ผ่อนคลายอารมณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.09 รองลงมาคือ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97 เพื่อความต้องการด้านความรู้/ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและแสวงหาข้อมูลในการสนทนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.91 เพื่อความบันเทิง ความสนุก ปล่อยอารมณ์และสุนทรียะทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.87 เพื่อแสวงหาความจริง สร้างความมั่นใจ สร้างความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86 เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม ครอบครัว และเพื่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.83 เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความเชื่อถือและรักษาสถานภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.82 เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ/เชื่อมโยงสร้างความผูกพันกับครอบครัว เพื่อน สังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81 เพื่อหลีกเลี่ยงกิจกรรมและปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.74 และเพื่อตอบสนองความต้องการทางอารมณ์และความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.73 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 7)

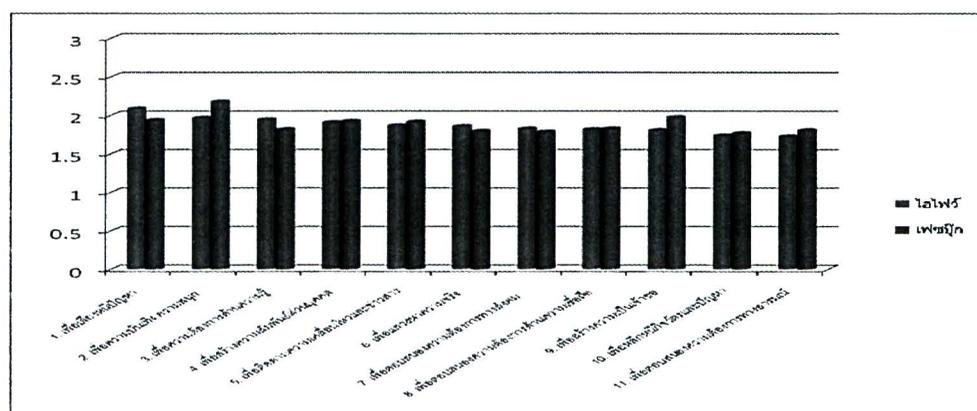
เฟซบุ๊ก

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์ โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.89 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อยพบว่า เพื่อความบันเทิง ความสนุก ปล่อยอารมณ์และสุนทรียะทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.18 รองลงมาคือ เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ/เชื่อมโยงสร้างความผูกพันกับครอบครัว เพื่อน สังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 เพื่อเล็งหนีปัญหา/ผ่อนคลายอารมณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคล และ แสวงหาข้อมูลในการสนทนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.93 เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.92 เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความเชื่อถือและรักษาสถานภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.83 เพื่อความต้องการด้านความรู้/ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.82 เพื่อตอบสนองความต้องการทางอารมณ์และความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81 เพื่อแสวงหาความจริง สร้างความมั่นใจ สร้างความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.80 เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม ครอบครัวและเพื่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.79 และเพื่อหลีกเลี่ยงกิจกรรมและปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.77 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 7)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ไฮไฟว์เพื่อประโยชน์ 10 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อเล็งหนีปัญหา/ผ่อนคลายอารมณ์ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและข่าวสาร เพื่อความต้องการด้านความรู้/ความเข้าใจ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและแสวงหาข้อมูลในการสนทนา เพื่อความบันเทิง ความสนุก ปลอดภัย อารมณ์และสุนทรียะทางวัฒนธรรม เพื่อแสวงหาความจริง สร้างความมั่นใจ สร้างความเข้าใจ เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม ครอบครัว และเพื่อน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความเชื่อถือและรักษาสถานภาพ เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ/เชื่อมโยงสร้างความผูกพันกับครอบครัว เพื่อน สังคม และเพื่อหลีกเลี่ยงหนีปัญหา

ส่วนปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กเพื่อประโยชน์ 10 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อความบันเทิง ความสนุก ปลอดภัย อารมณ์และสุนทรียะทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ/เชื่อมโยงสร้างความผูกพันกับครอบครัว เพื่อน สังคม เพื่อเล็งหนีปัญหา/ผ่อนคลายอารมณ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและ แสวงหาข้อมูลในการสนทนา เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความเชื่อถือและรักษาสถานภาพ เพื่อความต้องการด้านความรู้/ความเข้าใจ เพื่อตอบสนองความต้องการทางอารมณ์และความรู้สึก เพื่อแสวงหาความจริง สร้างความมั่นใจ สร้างความเข้าใจ และเพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม ครอบครัวและเพื่อน



ภาพ 10 ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษาด้านการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์พบว่า นักศึกษาเข้าร่วมเป็นสมาชิกในชุมชนไฮไฟว์ เพื่อเล็งหนีปัญหา/ผ่อนคลายอารมณ์ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและข่าวสาร เพื่อความต้องการด้านความรู้/ความเข้าใจ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและแสวงหาข้อมูลในการสนทนา เพื่อความบันเทิง ความสนุก ปล่อยอารมณ์และสุนทรียะทางวัฒนธรรม เพื่อแสวงหาความจริง สร้างความมั่นใจ สร้างความเข้าใจ เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม ครอบครัว และเพื่อน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความเชื่อถือและรักษาสถานภาพ เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ/เชื่อมโยงสร้างความผูกพันกับครอบครัว เพื่อน สังคม และเพื่อหลีกเลี่ยงกิจกรรมและปัญหา จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่านักศึกษาส่วนใหญ่เข้ามาเป็นสมาชิกและใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์เพื่อผ่อนคลายอารมณ์ หลีกหนีปัญหา และเพื่อความรู้อย่างนี้อาจเนื่องมาจาก สังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษาสามารถเปิดเผยตัวเองและแสดงออกได้อย่างอิสระ การแสดงออกในโลกเสมือนจริงในชุมชนออนไลน์อาจทำให้นักศึกษารู้สึกผ่อนคลายที่ได้แลกเปลี่ยนข่าวสารกับเพื่อน การเข้าร่วมในสังคมออนไลน์ยังสามารถทำให้เล็งหนีปัญหาและความวุ่นวายที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันได้ นอกจากนี้การเข้าเป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์ยังสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ๆระหว่างซึ่งกันและกัน สามารถทำให้นักศึกษามีความรู้เพิ่มมากขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail and Brown (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 309-310) ว่าผู้รับสารใช้สื่อเพื่อความเพลิดเพลิน (diversion) เป็นความต้องการที่อยากจะหลีกหนีจากสภาพชีวิตอันจำเจ ซ้ำซาก เพื่อมนุษยสัมพันธ์ (personal relation) เป็นการใช้อสื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่นๆในสังคม เพื่ออัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) เป็นการใช้อสื่อเพื่อต่อยุ่หรืออ้างอิงกับกลุ่มเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง และเพื่อติดตามข่าวสาร (surveillance) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรองทอง เกิดนาค (2551: บทคัดย่อ) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.hi5.com พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการเว็บไซต์ hi5.com จากการได้รับอีเมลลิงค์ (forward mail) จากเพื่อนและจากทางเว็บไซต์เอง โดยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์คือการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน การทำกิจกรรมต่างๆในเว็บไซต์เพื่อความบันเทิง การสื่อสารด้วยการนำเสนอภาพเพลงและตัวอักษร และการสื่อสารหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆอีกทั้งยังสามารถนำมาปรับใช้กับการเรียนและการทำงานได้ ประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับคือ ความพิเศษของการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสาร 2 ทาง (two-way communication) ที่ผู้เล่นเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน การได้

ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนสนิท เพื่อนเก่า และเพื่อนใหม่ และยังสามารถนำข้อมูลของเพื่อนมาปรับใช้ และตกแต่งข้อมูลเป็นของตนเองได้ รวมถึงเป็นการผ่อนคลายความเครียด คลายความเหงา และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

ส่วนปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการใช้ประโยชน์ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการเลือกใช้เพื่อความบันเทิง ความสนุก ปล่อยอารมณ์และสุนทรียะทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ/เชื่อมโยงสร้างความผูกพันกับครอบครัว เพื่อน สังคม เพื่อเลี่ยงหนีปัญหา/ผ่อนคลายอารมณ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและ แสวงหาข้อมูลในการสนทนา เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความเชื่อถือและรักษาสถานภาพ เพื่อความต้องการด้านความรู้/ความเข้าใจ เพื่อตอบสนองความต้องการทางอารมณ์และความรู้สึก เพื่อแสวงหาความจริง สร้างความมั่นใจ สร้างความเข้าใจ และเพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม ครอบครัวและเพื่อน จากผลการวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่านักศึกษาส่วนใหญ่เข้ามาเป็นสมาชิกและใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อเพื่อความบันเทิง เพื่อเชื่อมโยงสร้างความผูกพันกับเพื่อน และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก เว็บไซต์เฟซบุ๊กมีคุณสมบัติที่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ ไฟล์ต่างๆ แม้กระทั่งการใส่เกมส์ออนไลน์หรือกิจกรรมอื่นๆ ลงไปในหน้าโปรไฟล์ของตนเอง จึงทำให้ผู้ใช้ได้รับความบันเทิงได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ นักศึกษายังสามารถใช้เฟซบุ๊กเพื่อเชื่อมโยงสร้างความผูกพันกับเพื่อนโดยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล ระหว่างกัน และการเลือกเพื่อนที่มีความคิดเห็นเหมือนกันมาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน สิ่งต่างๆเหล่านี้สามารถทำให้ผ่อนคลายอารมณ์ลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Blumler (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2553: ระบบออนไลน์) ว่าเป้าหมายหลักในการใช้สื่อหรือบริโภคสื่อได้แก่ การเลี่ยงหนีปัญหา ผ่อนคลายอารมณ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคล แสวงหาข้อมูลในการสนทนา เพื่อการแสวงหาความจริง การสร้างความมั่นใจ การสร้างความเข้าใจ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวข่าวสาร เพื่อความบันเทิง ความสนุก สุนทรียะทางวัฒนธรรม เติมเต็มเวลา ปล่อยอารมณ์ ปลูกเร้าอารมณ์เพศ เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ เชื่อมโยงความผูกพันกับครอบครัว เพื่อน สังคม นอกจากนี้ยังใช้เพื่อความต้องการด้านความรู้ ความเข้าใจ สนองความต้องการทางอารมณ์ ความเพลิดเพลิน ความรู้สึก ความต้องการด้านความเชื่อถือ รักษาสถานภาพ ความต้องการทางสังคม ครอบครัว เพื่อน และความต้องการเพื่อหลีกเลี่ยงหนีกิจกรรม ปัญหา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรพรรณ น้อยจัน (2547: บทคัดย่อ) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการแสวงหาสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักศึกษาสาขาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

มากกว่า 4 ปีขึ้นไป และมีความถี่ในการใช้ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ การแสวงหาสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง

ตาราง 7 ระดับอิทธิพลปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์

การใช้ประโยชน์ของเครือข่ายออนไลน์	ไฮไฟว์			เฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล
1. เพื่อเลี่ยนหนีปัญหา/ผ่อนคลายอารมณ์	2.09	0.73	ปานกลาง	1.94	0.72	ปานกลาง
2. เพื่อความบันเทิง ความสนุก ปล่อยอารมณ์และสุนทรียะทางวัฒนธรรม	1.97	0.77	ปานกลาง	2.18	0.75	ปานกลาง
3. เพื่อความต้องการด้านความรู้/ความเข้าใจ	1.95	0.69	ปานกลาง	1.82	0.69	ปานกลาง
4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและแสวงหาข้อมูลในการสนทนา	1.91	0.66	ปานกลาง	1.93	0.68	ปานกลาง
5. เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและข่าวสาร	1.87	0.71	ปานกลาง	1.92	0.76	ปานกลาง
6. เพื่อแสวงหาความจริง สร้างความมั่นใจ สร้างความเข้าใจ	1.86	0.73	ปานกลาง	1.80	0.69	ปานกลาง
7. เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม ครอบครัวและเพื่อน	1.83	0.71	ปานกลาง	1.79	0.71	ปานกลาง
8. เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความเชื่อถือและรักษาสถานภาพ	1.82	0.76	ปานกลาง	1.83	0.77	ปานกลาง
9. เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ/เชื่อมโยงสร้างความผูกพันกับครอบครัว เพื่อน สังคม	1.81	0.69	ปานกลาง	1.98	0.66	ปานกลาง
10. เพื่อหลีกเลี่ยงหนีกิจกรรมและปัญหา	1.74	0.72	ปานกลาง	1.77	0.78	ปานกลาง
11. เพื่อตอบสนองความต้องการทางอารมณ์และความรู้สึก	1.73	0.72	ปานกลาง	1.81	0.70	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	1.87	0.72	ปานกลาง	1.89	0.72	ปานกลาง

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์

ผลการศึกษารวมของปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.87 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 1.94 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.92 ปัจจัยส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.84 และปัจจัยด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 1.79 (ตาราง 8)

ในส่วนของภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.98 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า ปัจจัยด้านคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.32 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 ปัจจัยด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11 ปัจจัยด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 และปัจจัยส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 1.98 (ตาราง 8)

ตาราง 8 ภาพรวมระดับอิทธิพลปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์	ไฮไฟว์			เฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล
1. ปัจจัยด้านเนื้อหา	1.94	0.80	ปานกลาง	2.11	0.72	ปานกลาง
2. ปัจจัยด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	1.92	0.73	ปานกลาง	2.33	0.71	ปานกลาง
3. ปัจจัยส่วนบุคคล	1.86	0.73	ปานกลาง	1.98	0.72	ปานกลาง
4. ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์	1.84	0.70	ปานกลาง	2.12	0.72	ปานกลาง
5. ปัจจัยด้านสังคม	1.79	0.71	ปานกลาง	2.00	0.75	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	1.87	0.73	ปานกลาง	1.98	0.72	ปานกลาง

ปัจจัยส่วนบุคคล

ไอพีวี

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนไอพีวีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนบุคคล โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.88 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า ต้องการความเพลิดเพลิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.09 รองลงมา ต้องการนำเสนออัตลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 ต้องการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88 ต้องการติดตามข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.82 ต้องการช่วยตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.78 และต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.74 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 9)

เฟซบุ๊ก

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊ก ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนบุคคล โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.97 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า ต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.12 รองลงมา ต้องการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10 ต้องการความเพลิดเพลิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.02 ต้องการช่วยตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.90 ต้องการนำเสนอ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88 และต้องการติดตามข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.80 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 9)

ตาราง 9 ระดับอิทธิพลปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์	ไอพีวี			เฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล
ปัจจัยส่วนบุคคล						
1. ต้องการความเพลิดเพลิน	2.09	0.79	ปานกลาง	2.02	0.70	ปานกลาง
2. ต้องการนำเสนออัตลักษณ์ส่วนบุคคล	1.94	0.76	ปานกลาง	1.88	0.58	ปานกลาง
3. ต้องการมีส่วนร่วม	1.88	0.73	ปานกลาง	2.10	0.78	ปานกลาง
4. ต้องการติดตามข่าวสาร	1.82	0.71	ปานกลาง	1.80	0.76	ปานกลาง
5. ต้องการช่วยตัดสินใจ	1.78	0.73	ปานกลาง	1.90	0.77	ปานกลาง



ตาราง 9 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์	ไฮไฟว์			เฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ อิทธิพล	\bar{X}	S.D.	ระดับ อิทธิพล
6. ต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์	1.74	0.75	ปานกลาง	2.12	0.79	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	1.88	0.74	ปานกลาง	1.97	0.73	ปานกลาง

ปัจจัยด้านสังคม

ไฮไฟว์

ในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัด เชียงใหม่ ด้านปัจจัยด้านสังคม โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.79 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า เพื่อน ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.03 รองลงมา คือครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.82 คนรัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.78 และกลุ่มที่มีอารมณ์และความรู้สึก เดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71 ซึ่งมีองค์ประกอบย่อย คือ ความเป็นห่วงในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86 รองลงมา ความวิตกกังวลในด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.76 และความรักในเอกลักษณ์ ของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.65 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 10)

เฟซบุ๊ก

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชน เฟซบุ๊ก ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัด เชียงใหม่ ด้านปัจจัยด้านสังคม โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.00 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า เพื่อน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.46 รองลงมา คนรัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 ครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 กลุ่มที่มีอารมณ์และความรู้สึกเดียวกัน มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 ซึ่งมีองค์ประกอบย่อย คือ ความรักในเอกลักษณ์ของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97 และ ความเป็นห่วงในสังคม และความวิตกกังวลในด้าน เศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 10)

ตาราง 10 ระดับอิทธิพลปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา
ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ ปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์	ไฮไฟว์			เฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล
ปัจจัยด้านสังคม						
1. เพื่อน	2.03	0.80	ปานกลาง	2.46	0.74	ปานกลาง
2. ครอบครัว	1.82	0.80	ปานกลาง	1.98	0.80	ปานกลาง
3. คนรัก	1.78	0.75	ปานกลาง	2.13	0.81	ปานกลาง
4. กลุ่มที่มีอารมณ์และความรู้สึกเดียวกัน	1.71	0.73	ปานกลาง	1.94	0.77	ปานกลาง
- ความเป็นห่วงในสังคม	1.86	0.63	ปานกลาง	1.85	0.61	ปานกลาง
- ความวิตกกังวลในด้านเศรษฐกิจ	1.76	0.70	ปานกลาง	1.85	0.74	ปานกลาง
- ความรักในเอกลักษณ์ของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์	1.65	0.55	ปานกลาง	1.97	0.77	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	1.80	0.71	ปานกลาง	2.00	0.75	ปานกลาง

ปัจจัยด้านเนื้อหา

ไฮไฟว์

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยด้านเนื้อหา โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.94 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระ ทั้งถ้อยคำและภาพ ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.01 รองลงมา ตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 และมีความหลากหลายทั้ง อักษร รูปภาพ ดนตรี เกมส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 11)

เฟซบุ๊ก

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยด้านเนื้อหา โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.11 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า มีความหลากหลายทั้งอักษร รูปภาพ ดนตรี เกมส์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.26 รองลงมา ตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 และ

สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระ ทั้งถ้อยคำและภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 11)

ตาราง 11 ระดับอิทธิพลปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ ปัจจัยด้านเนื้อหา

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์	ไฮไฟว์			เฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล
ปัจจัยด้านเนื้อหา						
1. สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระ ทั้งถ้อยคำและภาพ	2.01	0.74	ปานกลาง	1.94	0.66	ปานกลาง
2. ตอบสนองความต้องการ	1.94	0.86	ปานกลาง	2.12	0.74	ปานกลาง
3. มีความหลากหลายทั้ง อักษร รูปภาพ ดนตรี เกมส์	1.86	0.80	ปานกลาง	2.26	0.77	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	1.94	0.80	ปานกลาง	2.11	0.72	ปานกลาง

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์

ไฮไฟว์

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.84 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งข้อมูลได้ในเวลาเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 1.98 รองลงมา เชื่อมโยงได้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88 มีความรวดเร็ว สามารถโต้ตอบได้แบบจับปล้นทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.80 และพื้นที่สื่อที่เปิดกว้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.77 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 12)

เฟซบุ๊ก

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.12 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า เชื่อมโยงได้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.22 รองลงมาคือ มีความรวดเร็ว สามารถโต้ตอบได้แบบจับปล้นทันที

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 ผู้เล่นเป็นได้ทั้งผู้รับข้อมูลและผู้ส่งข้อมูลในเวลาเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 และพื้นที่สื่อที่เปิดกว้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 12)

ตาราง 12 ระดับอิทธิพลปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์	ไฮไฟว์			เฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล
ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์						
1. ผู้เล่นเป็นได้ทั้งผู้รับข้อมูลและผู้ส่งข้อมูลในเวลาเดียวกัน	1.98	0.72	ปานกลาง	2.03	0.70	ปานกลาง
2. เชื่อมโยงได้หลากหลาย	1.88	0.71	ปานกลาง	2.22	0.75	ปานกลาง
3. มีความรวดเร็ว สามารถโต้ตอบได้แบบฉับพลันทันที	1.80	0.70	ปานกลาง	2.19	0.72	ปานกลาง
4. พื้นที่สื่อที่เปิดกว้าง	1.77	0.69	ปานกลาง	1.97	0.70	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	1.86	0.71	ปานกลาง	2.10	0.72	ปานกลาง

ปัจจัยด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์

ไฮไฟว์

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.92 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 1.95 รองลงมา คือ ประหยัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88 (ตาราง 13)

เฟซบุ๊ก

ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.32 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.35 รองลงมา คือ ประหยัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 (ตาราง 13)

ตาราง 13 ระดับอิทธิพลปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาใน
จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ ปัจจัยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์	ไฮไฟว์			เฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล
ปัจจัยด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์						
1.สามารถเข้าถึงได้ง่าย ความสะดวก	1.95	0.74	ปานกลาง	2.35	0.72	ปานกลาง
2. ประหยัด และราคาถูก	1.88	0.70	ปานกลาง	2.29	0.69	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	1.92	0.72	ปานกลาง	2.32	0.71	ปานกลาง

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านเนื้อหา เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสังคมเป็นลำดับสุดท้าย

ในส่วนของภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ ปัจจัยด้านเนื้อหา ปัจจัยด้านสังคม และให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นลำดับสุดท้าย

ในส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์และเฟซบุ๊ก ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ ในส่วนปัจจัยส่วนบุคคล คือ ต้องการความเพลิดเพลิน ส่วนปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊กด้านปัจจัยส่วนบุคคล คือ ต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์ ส่วนปัจจัยด้านสังคมในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์และเฟซบุ๊ก คือ เพื่อน ปัจจัยด้านเนื้อหาในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ คือ สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระ ทั้งถ้อยคำและภาพ ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊ก ด้านเนื้อหา คือ มีความหลากหลายทั้ง อักษร รูปภาพ ดนตรี เกมส์ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ คือ ผู้เล่นเป็นได้ทั้งผู้รับข้อมูลและผู้ส่งข้อมูลในเวลาเดียวกัน ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊ก ด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ คือ สามารถเชื่อมโยงได้

หลากหลาย และตอบโต้แบบฉับพลันทันที ส่วนปัจจัยด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ในการสร้างสังคม ในชุมชนไฮไฟว์ และเฟซบุ๊กของนักศึกษา คือ สามารถเข้าถึงได้ง่าย

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ ในส่วน ของปัจจัยส่วนบุคคล คือ ต้องการความเพลิดเพลิน ส่วนปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊ก ด้านปัจจัยส่วนบุคคล คือ ต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์ ส่วนปัจจัยด้านสังคมในการสร้างสังคมใน ชุมชนไฮไฟว์และเฟซบุ๊ก คือ เพื่อน ปัจจัยด้านเนื้อหาในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ คือ สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระ ทั้งถ้อยคำและภาพ ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊ก ด้านเนื้อหา คือ มีความหลากหลายทั้ง อักษร รูปภาพ ดนตรี เกมส์ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ ในการสร้างสังคมในชุมชนไฮไฟว์ คือ ผู้เล่นเป็นได้ทั้งผู้รับข้อมูลและผู้ส่งข้อมูลในเวลาเดียวกัน ปัจจัยในการสร้างสังคมในชุมชนเฟซบุ๊ก ด้านคุณสมบัติของเว็บไซต์ คือ สามารถเชื่อมโยงได้ หลากหลาย และตอบโต้แบบฉับพลันทันที ส่วนปัจจัยด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ในการสร้างสังคม ในชุมชนไฮไฟว์ และเฟซบุ๊กของนักศึกษา คือ สามารถเข้าถึงได้ง่าย จากประเด็นดังกล่าวจะเห็นได้ ว่าภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์และเฟซบุ๊ก ของนักศึกษา มีความ แตกต่างกันทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานการณ์ สภาพแวดล้อมหรือแรงจูงใจในการเล่นต่างกันบางคน เล่นเพราะเพื่อนแนะนำ บางคนเล่นเพราะชอบหน้าตาของเว็บไซต์ เล่นเพราะเว็บไซต์มีคุณสมบัติที่ หลากหลายและตอบสนองความต้องการไม่ว่าจะเป็น การเล่นเกมส์ การแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ ไฟล์ ต่างๆ หรือเล่นเพราะการเข้าถึงสามารถทำได้ง่ายไม่ยุ่งยาก นอกจากนี้คุณสมบัติและลูกเล่นในการ นำเสนอข้อมูลของทั้ง www.hi5.com และ www.facebook.com มีความแตกต่างกัน จุดแตกต่างที่ ชัดเจนคือเรื่องของรูปลักษณ์หน้าตาของเฟซบุ๊ก ที่มีความเป็นเอกลักษณ์และไม่สามารถต่อเติมเสริม แต่งได้อย่างอิสระ ทำให้หน้าทุกหน้าของเฟซบุ๊ก นั้นดูสบายตาและสามารถอ่านได้ง่ายรวมถึงปิด กั้นไวรัสต่างๆได้ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของกิตติ กันภัย (สุกรี แมนชัยนิมิต, 2553: ระบบ ออนไลน์) ที่กล่าวว่าการจุดติดในเฟซบุ๊ก ด้วยกลไกของการรวมตัวของสังคมนี้ คือ การเลือกเพื่อน ความคิดเห็นเดียวกันมาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระทั้งถ้อยคำและภาพที่ สามารถพูดความในใจได้ดีกว่า มีเวลาไตร่ตรอง คิดเลือกรูป ทำให้เป้าหมายในการสื่อสารได้ผล ยิ่งขึ้น และความรู้สึกจริงใจมากกว่าแม้จะเป็นการสื่อสารระหว่างคนหนึ่งไปยังหลายคน ไปต่ออีกหลายคนแต่ผู้ส่งสารรู้สึกว่าเป็นส่วนตัว และใกล้ชิดกับผู้รับสารมากกว่า กลไกของการจุด

ติดขัดมาจากวิธีการหลักๆคือ การใช้วาทกรรม วิธีการใช้ภาษา การเลือกสรรคำ การทำให้คำนั้น กลายเป็นถ้อยคำที่ทุกคนเห็นพ้อง เข้าใจตรงกัน การยอมรับโดยปริยาย และการโพสต์ภาพ การเลือกภาพทำให้เกิด Viral Mail และคอมเมนต์ที่ส่งต่อความหมายบางอย่างได้อย่างทั่วถึง

ปัจจัยย่อยของอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาใน จังหวัดเชียงใหม่

ไฮไฟว์

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ จากประเด็นย่อยทั้ง 22 ประเด็น พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ระดับอิทธิพลที่มีผล ต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ของนักศึกษา ที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ ต้องการความเพลิดเพลิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.09 รองลงมาคือ เพื่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระทั้งถ้อยคำและภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.01 เป็น ทั้งผู้รับและผู้ส่งข้อมูลได้ในเวลาเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 มีความหลากหลายและต้องการนำเสนออัตลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 ต้องการมีส่วนร่วม เชื่อมโยงได้หลากหลาย และประหยัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88 (ตาราง 14)

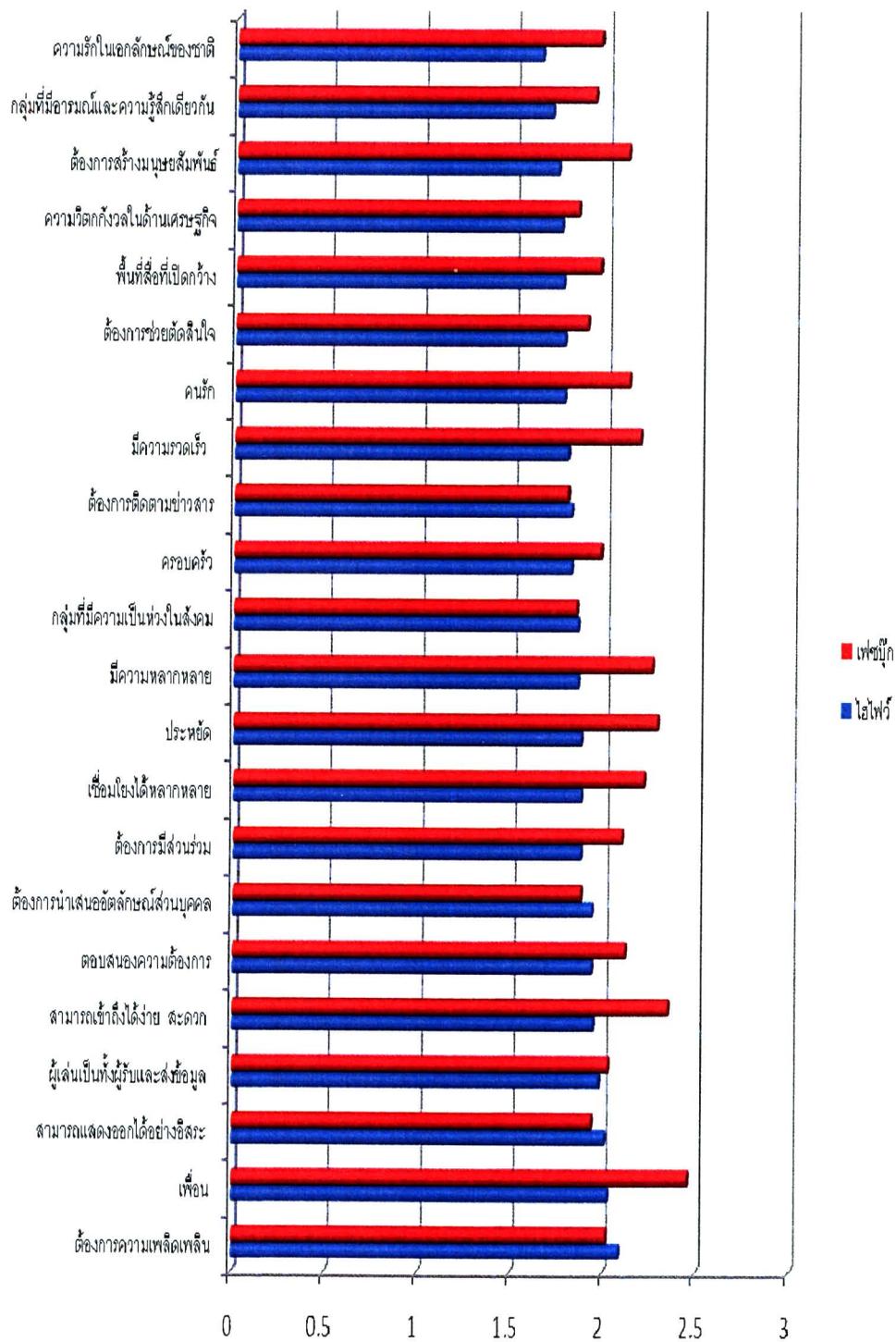
เฟซบุ๊ก

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก จาก ประเด็นย่อยทั้ง 22 ประเด็น พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อ การสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊กของนักศึกษา ที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.46 รองลงมาคือ สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.35 ประหยัดและราคาถูกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 มีความหลากหลายทั้ง อักษร รูปภาพ ดนตรี เกมส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 เชื่อมโยงได้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.22 มีความรวดเร็ว สามารถโต้ตอบ ได้แบบฉับพลันทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 คนรัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 ต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์ และมีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 ต้องการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10 (ตาราง 14)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาภาพรวมของปัจจัยย่อยของอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ จากประเด็นย่อยทั้ง 22 ประเด็น พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย 10 อันดับแรก ได้แก่ ต้องการความเพลิดเพลิน รองลงมาคือ เพื่อน สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระทั้งถ้อยคำและภาพ ผู้รับข้อมูลเป็นทั้งผู้ส่งข้อมูลได้ในเวลาเดียวกัน สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก ตอบสนองความต้องการและต้องการนำเสนออัตลักษณ์ส่วนบุคคล ต้องการมีส่วนร่วม เชื่อมโยงได้หลากหลาย ประหยัดและราคาถูก ตามลำดับ

ในส่วนระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก จากประเด็นย่อยทั้ง 22 ประเด็น พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊กของนักศึกษา ที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อน รองลงมาคือ สามารถเข้าถึงได้ง่ายสะดวก ประหยัดและราคาถูก มีความหลากหลายทั้ง อักษร รูปภาพ คนตรี เกมส์ เชื่อมโยงได้หลากหลาย มีความรวดเร็ว สามารถโต้ตอบได้แบบฉับพลันทันที คนรัก ต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์ ตอบสนองความต้องการ และต้องการมีส่วนร่วม ตามลำดับ



ภาพ 11 ปัจจัยย่อยของอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาภาพรวมของปัจจัยย่อยของอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ จากประเด็นย่อยทั้ง 22 ประเด็น พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย 10 อันดับแรก ได้แก่ ต้องการความเพลิดเพลิน รองลงมาคือ เพื่อน สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระทั้งถ้อยคำและภาพ เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งข้อมูลได้ในเวลาเดียวกัน สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก ตอบสนองความต้องการ และต้องการนำเสนออัตลักษณ์ส่วนบุคคล ต้องการมีส่วนร่วม เชื่อมโยงได้หลากหลาย ประหยัดและราคาถูก ตามลำดับ จากประเด็นดังกล่าวจะเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ของนักศึกษา เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การเข้าไปใช้บริการในเว็บไฮไฟว์ ผู้ใช้สามารถที่จะเลือกเล่นเกมส์ ตกแต่งหน้าเว็บเพจของตนเอง หรือไปโพสต์ข้อความแสดงความคิดเห็นในเว็บเพจของเพื่อน หรือส่งของขวัญและอวยพรในเทศกาลหรือโอกาสสำคัญๆ ได้ สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดความเพลิดเพลินทั้งสิ้น นอกจากนี้ เพื่อน ยังเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการของนักศึกษา เพราะสามารถที่จะไปแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารจากการเป็นสมาชิกเว็บไฮไฟว์ชุมชนออนไลน์กลุ่มเดียวกัน และการเป็นสมาชิกในชุมชนออนไลน์ยังทำให้นักศึกษารู้สึกได้รับการยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย

ในส่วนระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก จากประเด็นย่อยทั้ง 22 ประเด็น พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊กของนักศึกษา ที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อน รองลงมาคือ สามารถเข้าถึงได้ง่ายสะดวก ประหยัดและราคาถูก มีความหลากหลายทั้งอักษร รูปภาพ ดนตรี เกมส์ เชื่อมโยงได้หลากหลาย มีความรวดเร็ว สามารถโต้ตอบได้แบบฉับพลันทันที คนรัก ต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์และตอบสนองความต้องการ ต้องการมีส่วนร่วม ตามลำดับ จากประเด็นดังกล่าวจะเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊กคือ เพื่อน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเว็บไฮไฟว์เฟซบุ๊ก ทำให้นักศึกษาสามารถที่จะหาเพื่อนใหม่ ติดตามเพื่อนเก่า รวบรวมเพื่อน สร้างกลุ่มส่วนตัวหรือกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกัน มาไว้ในที่เดียวกัน โดยที่เพื่อนๆที่เป็นสมาชิกสามารถที่จะอัพเดทสถานะของตนเองและโต้ตอบกับเพื่อนได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ปัจจุบันเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ง่ายสะดวก ประหยัด นักศึกษาสามารถออนไลน์ได้จากคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ คอมพิวเตอร์แบบพกพา หรือออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสามารถเชื่อมต่อได้ทั้งระบบ Lan และเครือข่ายไร้สาย

ตาราง 14 ปัจจัยย่อยของอิทธิพลที่มีผลต่อการสร้างสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ชุมชนออนไลน์	ไอพีวี			เฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	ระดับอิทธิพล
1. ต้องการความเพลิดเพลิน	2.09	0.79	ปานกลาง	2.02	0.70	ปานกลาง
2. เพื่อน	2.03	0.80	ปานกลาง	2.46	0.74	ปานกลาง
3. สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระ ทั้งถ้อยคำและภาพ	2.01	0.74	ปานกลาง	1.94	0.66	ปานกลาง
4. เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งข้อมูลได้ในเวลา เดียวกัน	1.98	0.72	ปานกลาง	2.03	0.70	ปานกลาง
5. สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก	1.95	0.74	ปานกลาง	2.35	0.72	ปานกลาง
6. ตอบสนองความต้องการ	1.94	0.86	ปานกลาง	2.12	0.74	ปานกลาง
7. ต้องการนำเสนออัตลักษณ์ส่วนบุคคล	1.94	0.76	ปานกลาง	1.88	0.58	ปานกลาง
8. ต้องการมีส่วนร่วม	1.88	0.73	ปานกลาง	2.10	0.78	ปานกลาง
9. เชื่อมโยงได้หลากหลาย	1.88	0.71	ปานกลาง	2.22	0.75	ปานกลาง
10. ประหยัด และราคาถูก	1.88	0.70	ปานกลาง	2.29	0.69	ปานกลาง
11. มีความหลากหลายทั้ง อักษร รูปภาพ ดนตรี เกมส์	1.86	0.80	ปานกลาง	2.26	0.77	ปานกลาง
12. กลุ่มที่มีความเป็นห่วงในสังคม	1.86	0.63	ปานกลาง	1.85	0.61	ปานกลาง
13. ครอบครั้ว	1.82	0.80	ปานกลาง	1.98	0.80	ปานกลาง
14. ต้องการติดตามข่าวสาร	1.82	0.71	ปานกลาง	1.80	0.76	ปานกลาง
15. มีความรวดเร็ว สามารถโต้ตอบได้ แบบฉับพลันทันที	1.80	0.70	ปานกลาง	2.19	0.72	ปานกลาง
16. คนรัก	1.78	0.75	ปานกลาง	2.13	0.81	ปานกลาง
17. ต้องการช่วยตัดสินใจ	1.78	0.73	ปานกลาง	1.90	0.77	ปานกลาง
18. พื้นที่สื่อที่เปิดกว้าง	1.77	0.69	ปานกลาง	1.97	0.70	ปานกลาง
19. ความวิตกกังวลในด้านเศรษฐกิจ	1.76	0.70	ปานกลาง	1.85	0.74	ปานกลาง
20. ต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์	1.74	0.75	ปานกลาง	2.12	0.79	ปานกลาง
21. กลุ่มที่มีอารมณ์และความรู้สึกเดียวกัน	1.71	0.73	ปานกลาง	1.94	0.77	ปานกลาง
22. ความรักในเอกลักษณ์ของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์	1.65	0.55	ปานกลาง	1.97	0.77	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	1.86	0.73	ปานกลาง	2.06	0.73	ปานกลาง

ตอนที่ 4 ผลจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในจังหวัด เชียงใหม่ ทั้งด้านบวกและด้านลบ

ไฮไฟว์

ภาพรวมผลจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัด เชียงใหม่ ในส่วนผลด้านบวก พบว่าโดยรวมมีผลระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.05 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า ให้ความสำคัญกับระดับชุมชน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.08 รองลงมา ระดับบุคคล และระดับสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 (ตาราง 15)

เฟซบุ๊ก

ปัจจัยผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษา โดยรวมมีผลระดับ ปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.11 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่าให้ ให้ความสำคัญระดับชุมชนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.24 รองลงมา ระดับสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และระดับบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 (ตาราง 15)

ตาราง 15 ภาพรวมผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับ อุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ภาพรวมผลจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์	ผลจากการเข้าร่วมในสังคม ไฮไฟว์			ผลจากการเข้าร่วมใน สังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ผลกระทบ			ผลกระทบ
ระดับชุมชน	3.18	1.16	ปานกลาง	3.24	1.11	ปานกลาง
ระดับบุคคล	2.99	1.08	ปานกลาง	3.03	1.00	ปานกลาง
ระดับสังคม	2.99	1.01	ปานกลาง	3.05	1.12	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.05	1.08	ปานกลาง	3.11	1.07	ปานกลาง

ระดับบุคคล

ไฮไฟว์

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.99 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.04 รองลงมาคือเผยแพร่งาน และคลายความเหงา มีค่าเฉลี่ย 3.03 เผยแพร่ผลงาน มีค่าเฉลี่ย 2.98 สามารถติดต่อข่าวสารต่างๆ ได้ และ ผ่อนคลายและคลายเครียด มีค่าเฉลี่ย 2.93 (ตาราง 16)

เฟซบุ๊ก

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.04 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า เผยแพร่ผลงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.12 รองลงมา คือมีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์ และคลายความเหงา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.10 ผ่อนคลายและคลายเครียด มีค่าเฉลี่ย 2.99 เผยแพร่งาน มีค่าเฉลี่ย 2.98 และสามารถติดตามข่าวสารต่างๆ ได้ค่าเฉลี่ย 2.94 (ตาราง 16)

ตาราง 16 ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับบุคคล

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์ ระดับบุคคล	ผลจากการเข้าร่วมใน สังคมไฮไฟว์			ผลจากการเข้าร่วมใน สังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ผลกระทบ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ผลกระทบ
ระดับบุคคล						
1. มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์	3.04	1.20	ปานกลาง	3.10	1.05	ปานกลาง
2. เผยแพร่งาน	3.03	1.12	ปานกลาง	2.98	0.95	ปานกลาง
3. คลายความเหงา	3.03	1.02	ปานกลาง	3.10	1.02	ปานกลาง
4. เผยแพร่ผลงาน	2.98	1.02	ปานกลาง	3.12	0.99	ปานกลาง

ตาราง 16 (ต่อ)

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์ ระดับบุคคล	ผลจากการเข้าร่วมใน สังคมไฮไฟว์			ผลจากการเข้าร่วมใน สังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ผลกระทบ			ผลกระทบ
5. สามารถติดตามข่าวสารต่างๆ ได้	2.93	1.12	ปานกลาง	2.94	1.03	ปานกลาง
6. ผ่อนคลายและคลายเครียด	2.93	1.01	ปานกลาง	2.99	0.94	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.99	1.08	ปานกลาง	3.04	1.00	ปานกลาง

ระดับชุมชน

ไฮไฟว์

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.18 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า การได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.29 รองลงมาคือ เป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.15 และการมีเพื่อนมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.09 (ตาราง 17)

เฟซบุ๊ก

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับชุมชน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.24 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า มีระดับอิทธิพลอยู่ 2 กลุ่มคือ มีอิทธิพลระดับมากได้แก่ การมีเพื่อนมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.64 กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง คือ การได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.09 เป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.96 (ตาราง 17)

ตาราง 17 ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา
ในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับชุมชน

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์ ระดับชุมชน	ผลจากการเข้าร่วมใน สังคมไฮไฟว์			ผลจากการเข้าร่วมใน สังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ผลกระทบ			ผลกระทบ
ระดับชุมชน						
1. การได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน	3.29	1.16	ปานกลาง	3.09	1.09	ปานกลาง
2. เป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์	3.15	1.14	ปานกลาง	2.96	1.09	ปานกลาง
3. การมีเพื่อนมากขึ้น	3.09	1.19	ปานกลาง	3.67	1.14	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18	1.16	ปานกลาง	3.24	1.11	ปานกลาง

ระดับสังคม

ไฮไฟว์

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับสังคม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.99 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า มีพื้นที่และเวทีสาธารณะสำหรับสังคม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.15 รองลงมาคือ เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.03 เพื่อสร้างกลุ่มส่วนตัว/ความสนใจร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.01 แลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.00 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม มีค่าเฉลี่ย 2.95 เพื่อทำงานร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 2.79 (ตาราง 18)

เฟซบุ๊ก

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับสังคม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.05 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า เพื่อทำงานร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.17 รองลงมาคือ เพื่อสร้างกลุ่มส่วนตัว/ความสนใจร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.15 มีพื้นที่และเวทีสาธารณะสำหรับสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.05 แลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.00 เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ และสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม มีค่าเฉลี่ย 2.97 (ตาราง 18)

ตาราง 18 ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาใน
จังหวัดเชียงใหม่ ระดับสังคม

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์ ระดับสังคม	ผลจากการเข้าร่วมใน สังคมไฮไฟว์			ผลจากการเข้าร่วมใน สังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ผลกระทบ			ผลกระทบ
ระดับสังคม						
1. มีพื้นที่และเวทิสารณะสำหรับ สังคม	3.15	1.10	ปานกลาง	3.05	1.08	ปานกลาง
2. เพื่อแบ่งปันประสบการณ์	3.03	0.98	ปานกลาง	2.97	1.12	ปานกลาง
3. เพื่อสร้างกลุ่มส่วนตัว/ ความสนใจ ร่วมกัน	3.01	1.11	ปานกลาง	3.15	1.11	ปานกลาง
4. แลกเปลี่ยนความคิดเห็น	3.00	0.89	ปานกลาง	3.00	1.13	ปานกลาง
5. สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนา สังคม	2.95	1.01	ปานกลาง	2.97	1.03	ปานกลาง
6. เพื่อทำงานร่วมกัน	2.79	0.97	ปานกลาง	3.17	1.23	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.99	1.01	ปานกลาง	3.05	1.12	ปานกลาง

สรุปผลการวิจัย

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า
ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์ของนักศึกษา ในระดับบุคคล คือ มีความรู้ในด้าน
เทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์ ในระดับชุมชน คือ การได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน และในระดับ
สังคม คือมีพื้นที่และเวทิสารณะสำหรับสังคม

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษาในระดับบุคคล
คือ การเผยแพร่ผลงาน ในระดับชุมชน คือ การมีเพื่อนมากขึ้น และในระดับสังคม คือ เพื่อทำงาน
ร่วมกัน

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากการศึกษาผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ ทั้งในระดับบุคคล ระดับชุมชนและระดับสังคมนั้น พบว่า นักศึกษาเลือกใช้เพราะทำให้มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์ ได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน และมีพื้นที่และเวทिसาธารณะสำหรับสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกรองทอง เกิดนาค (2551: บทคัดย่อ) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.hi5.com พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์คือการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน การทำกิจกรรมต่างๆในเว็บไซต์เพื่อความบันเทิง การสื่อสารด้วยการนำเสนอภาพเพลงและตัวอักษร และการสื่อสารหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆอีกทั้งยังสามารถนำมาปรับใช้กับการเรียนและการทำงานได้ ประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับคือ ความพิเศษของการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสาร 2 ทาง (two-way communication) ที่ผู้เล่นเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน การได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนสนิท เพื่อนเก่า และเพื่อนใหม่ และยังสามารถนำข้อมูลของเพื่อนมาปรับใช้และตกแต่งข้อมูลเป็นของตนเองได้ รวมถึงเป็นการผ่อนคลายความเครียด คลายความเหงา และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนัสถ์ เกษมไชยานันท์ (2544: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Website) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุด 3 อันดับแรก คือเพื่อสืบค้นข้อมูล เพื่อส่งข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อความบันเทิง โดยมี 3 เว็บไซต์ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้กันคือ ฮอตเมลล์ ดอท คอม (Hotmail.com) ยะฮู ดอท คอม (Yahoo.com) และสนุก ดอทคอม (Sanook.com) ในส่วนของความคาดหวังประโยชน์ที่ได้จากเว็บไซต์โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยคาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับ 3 อันดับแรก คือ การช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆที่น่าสนใจ ช่วยค้นหาความรู้ใหม่ๆ ในด้านการศึกษาและงานวิจัยช่วยประหยัดเวลาในการสื่อสาร

จากการศึกษาผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษาในระดับบุคคลคือ การเผยแพร่ผลงาน ในระดับชุมชน คือ การมีเพื่อนมากขึ้น ในระดับสังคม คือ เพื่อทำงานร่วมกัน จากข้อมูลผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊ก นักศึกษาได้รับผลประโยชน์ในการใช้ต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ใช้แต่ละคนมีวัตถุประสงค์และความคาดหวังในการใช้ต่างกันบางคนเข้ามาใช้เพราะต้องการรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ บางคนเข้ามาใช้เพื่อต้องการการเผยแพร่ผลงาน หรือต้องการมีเพื่อน บางคนเข้ามาใช้เพื่อต้องการแจ้งประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อทำงานร่วมกับผู้อื่น เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของผลการศึกษาของ รสสุคนธ์ ทรงคำ

(2548: (3)-(4)) ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ เปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐบาลกับมหาวิทยาลัยเอกชนเชียงใหม่ พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษามากที่สุด รองลงมาได้แก่ ใช้เพื่อรับข่าวสาร ใช้เพื่อความบันเทิง ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารและใช้เพื่อธุรกิจโฆษณาตามลำดับ การเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลกับมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อรับข่าวสาร และเพื่อความบันเทิงไม่แตกต่างกัน ส่วนวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อการศึกษาและเพื่อธุรกิจโฆษณาแตกต่างกัน เมื่อจำแนกในรายละเอียดพบว่า พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนทนาออนไลน์ เพื่อส่งการบ้านหรือรายงาน ใช้ในการเรียนการสอนผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ดูข้อมูลสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่อหรือเรียนพิเศษ ดาวน์โหลดโปรแกรมเพื่อขายสินค้า ดูข้อมูลสินค้าหรือบริการเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซื้อสินค้า หางาน สมัครงาน และทำธุรกรรมทางการเงิน แตกต่างกัน โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนมีแนวโน้มในการใช้มากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล

ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ไฮไฟว์

จากผลการวิจัย ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ จากประเด็นย่อยทั้ง 15 ประเด็น พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.03 เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบย่อยพบว่า ประเด็นที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ การได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.29 รองลงมาคือ เป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์ และมีพื้นที่และเวทिसาธารณะสำหรับสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 การมีเพื่อนมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 คลายความเหงา เผยแพร่ตัวตน และเพื่อแบ่งปันประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 มีพื้นที่เพื่อสร้างกลุ่มส่วนตัว/ความสนใจร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 (ตาราง 19)

เฟซบุ๊ก

จากผลการวิจัย ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก จากประเด็นย่อยทั้ง 15 ประเด็น พบว่า มีระดับอิทธิพลอยู่ 2 กลุ่มคือ มีอิทธิพลระดับมากได้แก่ การมีเพื่อนมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.67 กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบย่อยพบว่า ประเด็นที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อทำงานร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.17 รองลงมาคือ เพื่อสร้างกลุ่มส่วนตัว/ ความสนใจร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 เผยแพร่ผลงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์และคลายความเหงา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 การได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 มีพื้นที่และเวทีสาธารณะสำหรับสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 แลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ผ่อนคลายและคลายเครียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และเผยแพร่ตัวตน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 (ตาราง 19)

สรุปผลการวิจัย

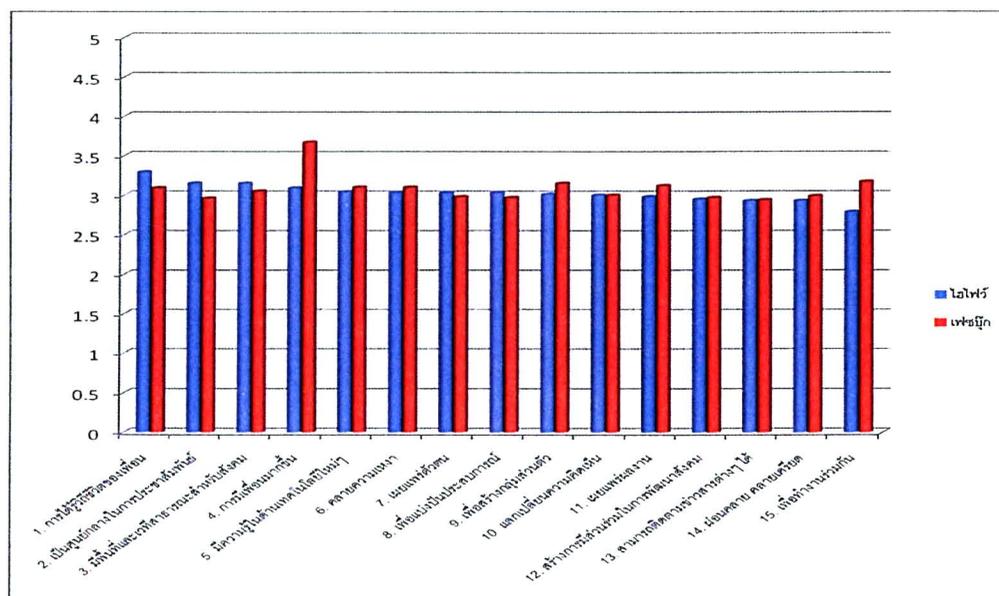
ไฮไฟว์

จากผลการวิจัย ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ จากประเด็นย่อยทั้ง 15 ประเด็น พบว่า ผลกระทบด้านบวกจากการเข้าร่วม โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งประเด็นที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ การได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน รองลงมาคือ เป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์ และมีพื้นที่และเวทีสาธารณะสำหรับสังคม การมีเพื่อนมากขึ้น มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์ คลายความเหงา เผยแพร่ตัวตน และเพื่อแบ่งปันประสบการณ์ มีพื้นที่เพื่อสร้างกลุ่มส่วนตัว/ ความสนใจร่วมกัน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

เฟซบุ๊ก

จากผลการวิจัย ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก จากประเด็นย่อยทั้ง 15 ประเด็น พบว่า มีระดับอิทธิพลอยู่ 2 กลุ่มคือ มีอิทธิพลระดับมากได้แก่ การมีเพื่อนมากขึ้น กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งประเด็นที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อทำงานร่วมกัน รองลงมาคือ เพื่อสร้างกลุ่มส่วนตัว/ ความสนใจ

ร่วมกัน เผยแพร่ผลงาน มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์และคลายความเหงา การได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน มีพื้นที่และเวทีสาธารณะสำหรับสังคม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผ่อนคลายและคลายเครียด และเผยแพร่ตัวตน



ภาพ 12 ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์

ตาราง 19 ภาพรวมปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์	ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมไอไฟว์			ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ผลกระทบ			ผลกระทบ
1. การได้รู้วิถีชีวิตของเพื่อน	3.29	1.16	ปานกลาง	3.09	1.09	ปานกลาง
2. เป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์	3.15	1.14	ปานกลาง	2.96	1.09	ปานกลาง
3. มีพื้นที่และเวทีสาธารณะสำหรับสังคม	3.15	1.10	ปานกลาง	3.05	1.08	ปานกลาง
4. การมีเพื่อนมากขึ้น	3.09	1.19	ปานกลาง	3.67	1.14	มาก

ตาราง 19 (ต่อ)

ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์	ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์			ผลด้านบวกจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ผลกระทบ			ผลกระทบ
5. มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ผ่านชุมชนออนไลน์	3.04	1.20	ปานกลาง	3.10	1.05	ปานกลาง
6. คลายความเหงา	3.03	1.12	ปานกลาง	3.10	1.02	ปานกลาง
7. เผยแพร่ตัวตน	3.03	1.02	ปานกลาง	2.98	0.95	ปานกลาง
8. เพื่อแบ่งปันประสบการณ์	3.03	0.98	ปานกลาง	2.97	1.12	ปานกลาง
9. เพื่อสร้างกลุ่มส่วนตัว/ ความสนใจ ร่วมกัน	3.01	1.11	ปานกลาง	3.15	1.11	ปานกลาง
10. แลกเปลี่ยนความคิดเห็น	3.00	0.89	ปานกลาง	3.00	1.13	ปานกลาง
11. เผยแพร่ผลงาน	2.98	1.02	ปานกลาง	3.12	0.99	ปานกลาง
12. สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนา สังคม	2.95	1.01	ปานกลาง	2.97	1.03	ปานกลาง
13. สามารถติดตามข่าวสารต่างๆ ได้	2.93	1.12	ปานกลาง	2.94	1.03	ปานกลาง
14. ผ่อนคลาย และคลายเครียด	2.93	1.01	ปานกลาง	2.99	0.94	ปานกลาง
15. เพื่อทำงานร่วมกัน	2.79	0.97	ปานกลาง	3.17	1.23	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.03	1.07	ปานกลาง	3.08	1.07	ปานกลาง

ภาพรวมผลด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัด
เชียงใหม่ ในระดับบุคคล ระดับชุมชน และระดับสังคม

ไฮไฟว์

ภาพรวมผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาใน
จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีผลลบระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.93 เมื่อพิจารณา
รายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า ให้ความสำคัญระดับบุคคล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.18 รองลงมา
ระดับสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 และระดับชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 (ตาราง 20)

เฟซบุ๊ก

ภาพรวมผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีผลระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.06 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า ให้ความสำคัญระดับบุคคล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.16 รองลงมา ระดับชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และระดับสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 (ตาราง 20)

ตาราง 20 ภาพรวมผลด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์	ผลด้านลบจากการเข้าร่วม ในสังคมไอพีวี			ผลด้านลบจากการเข้าร่วม ในสังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ผลกระทบ			ผลกระทบ
ระดับบุคคล	3.18	0.99	ปานกลาง	3.16	1.12	ปานกลาง
ระดับชุมชน	2.79	1.08	ปานกลาง	3.08	1.12	ปานกลาง
ระดับสังคม	2.82	1.07	ปานกลาง	2.95	1.14	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.93	1.05	ปานกลาง	3.06	1.13	ปานกลาง

ระดับบุคคล

ไอพีวี

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมไอพีวีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับบุคคล โดยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.18 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.25 รองลงมาคือ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.11 (ตาราง 21)

เฟซบุ๊ก

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.16 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.23 รองลงมาคือ การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.09 (ตาราง 21)

ตาราง 21 ผลด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาใน
จังหวัดเชียงใหม่ ระดับบุคคล

	ผลด้านลบจากการเข้าร่วม ในสังคมไอพีวี			ผลด้านลบจากการเข้า ร่วมในสังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ผลกระทบ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ผลกระทบ
ระดับบุคคล						
1. การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง	3.25	1.27	ปานกลาง	3.09	1.07	ปานกลาง
2. การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม	3.11	1.00	ปานกลาง	3.23	1.18	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18	1.13	ปานกลาง	3.16	1.12	ปานกลาง

ระดับชุมชน

ไอพีวี

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมไอพีวีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.79 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า การรุกร่ำล้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2.83 รองลงมาคือ การยึดคิดในโลกเสมือนจริงมากเกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับผู้คนในชีวิตจริง มีค่าเฉลี่ย 2.75 (ตาราง 22)

เฟซบุ๊ก

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.08 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า การยึดคิดในโลกเสมือนจริงมากเกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับผู้คนในชีวิตจริง และการรุกร่ำล้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 (ตาราง 22)

ตาราง 22 ผลด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาใน
จังหวัดเชียงใหม่ ระดับชุมชน

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์	ผลด้านลบจากการเข้าร่วม ในสังคมไฮไฟว์			ผลด้านลบจากการเข้า ร่วมในสังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ผลกระทบ			ผลกระทบ
ระดับชุมชน						
1. การรุกร้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น	2.83	1.03	ปานกลาง	3.08	1.11	ปานกลาง
2. การยึดติดในโลกเสมือนจริงมากเกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับ ผู้คนในชีวิตจริง	2.75	1.14	ปานกลาง	3.08	1.12	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.79	1.08	ปานกลาง	3.08	1.12	ปานกลาง

ระดับสังคม

ไฮไฟว์

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับสังคม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.85 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2.96 รองลงมาคือข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและยึดมั่นในความดี มีค่าเฉลี่ย 2.85 มีการปกปิดข้อมูล และบิดเบือนความจริงในการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 2.73 (ตาราง 23)

เฟซบุ๊ก

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ระดับสังคม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.96 เมื่อพิจารณารายละเอียดในองค์ประกอบย่อย พบว่า ข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและยึดมั่นในความดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.01 รองลงมาคือมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ย 2.95 มีการปกปิดข้อมูล และบิดเบือนความจริงในการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 2.93 (ตาราง 23)

ตาราง 23 ผลด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาใน
จังหวัดเชียงใหม่ ระดับสังคม

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมสังคม ในชุมชนออนไลน์	ผลด้านลบจากการเข้าร่วม ในสังคมไฮไฟว์			ผลด้านลบจากการเข้า ร่วมในสังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ผลกระทบ			ผลกระทบ
ระดับสังคม						
1. มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงด้าน เดียว	2.96	1.28	ปานกลาง	2.95	1.13	ปานกลาง
2. ข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและ ยึดมั่นในความดี	2.85	1.09	ปานกลาง	3.01	1.07	ปานกลาง
3. มีการปกปิดข้อมูล และบิดเบือนความ จริงในการนำเสนอ	2.73	1.07	ปานกลาง	2.93	1.19	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.85	1.15	ปานกลาง	2.96	1.13	ปานกลาง

สรุปผลการวิจัย

ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์ของนักศึกษา ในระดับบุคคล คือ การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในระดับชุมชน คือ การรุกร้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในระดับสังคม คือ มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว ส่วนผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษา ในระดับบุคคล คือ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในระดับชุมชน คือ การยึดติดในโลกเสมือนจริงมากเกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับผู้คนในชีวิตจริง และการรุกร้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น และผลด้านลบจากการเข้าร่วมในระดับสังคม คือ ข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและยึดมั่นในความดี

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากข้อมูลการศึกษาผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมไฮไฟว์ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในระดับบุคคล คือ การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในระดับชุมชน คือ การรุกรานสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในระดับสังคม คือ มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรองทอง เกิดนาค (2551: บทคัดย่อ) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.hi5.com พบว่า ผลกระทบจากการใช้ www.hi5.com ซึ่งเป็นผลกระทบที่ได้จากการเล่น ทั้งที่เป็นปัญหาส่วนบุคคลและปัญหาทางเทคนิค การสื่อสารที่มีความอิสระเสรีเกินไป เป็นการก้าวล่วงความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคล การใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสม และนำเว็บไซต์ไปใช้งานทางที่ผิด การถูกหลอกหลวงที่ไม่สามารถพิสูจน์ความเป็นจริงได้

จากข้อมูลการศึกษาผลด้านลบจากการเข้าร่วมในสังคมเฟซบุ๊กของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในระดับบุคคล คือ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม ผลด้านลบจากการเข้าร่วมในระดับชุมชน คือ การยึดติดในโลกเสมือนจริงมากเกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับผู้คนในชีวิตจริง และการรุกรานสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น และผลด้านลบจากการเข้าร่วมในระดับสังคม คือ ข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและยึดมั่นในความดี ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2551 ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2551: ระบบออนไลน์) โดยการสำรวจออนไลน์กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี พ.ศ. 2551 จำนวน 14,809 คนระหว่างเดือนส.ค.-ก.ย. พ.ศ. 2551 เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในด้านต่างๆ ผลวิจัยระบุว่า ปัญหาที่พบจากการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่าปัญหาไวรัสคอมพิวเตอร์ยังเป็นปัญหาสำคัญอันดับที่ 1 รองลงมา คือ เป็นแหล่งช่วยทางเพศจากการใช้อินเทอร์เน็ต ขณะที่ปัญหาความล่าช้าของเครือข่าย ตามมาเป็นอันดับที่ 3 สำหรับสาเหตุที่คนไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตพบว่าผู้ใช้งานไม่ไว้วางใจผู้ค้าเป็นหลักโดยประเด็นทางอินเทอร์เน็ตที่ควรได้รับการพิจารณาลำดับต้นๆ ได้แก่ ปัญหาไวรัสและความมั่นคงของเครือข่ายรองลงมาเป็นการกระจายบริการให้ทั่วถึง และปัญหาการหลอกหลวงทางอินเทอร์เน็ตและอาชญากรรมทางอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา เมื่อยม (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างสัมพันธภาพทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้การสนทนา (Chat) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเล่น ผู้เล่นสนทนาส่วนใหญ่จะใช้นามแฝงและไม่นิยมใช้ชื่อจริงในการสนทนาเพื่อปกป้องการแสดงตัวตนที่แท้จริง ในส่วนของการสัมภาษณ์ความคิดเห็นในด้านลบ

พบว่า การสนทนาไม่สามารถค้นหาความจริงได้ ข้อมูลที่ได้ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริง เนื่องจากการมองไม่เห็นและการไม่ได้ยินเสียงระหว่างทำการสนทนา

ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ไฮไฟว์

จากผลการวิจัย ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ จากประเด็นย่อยทั้ง 8 ประเด็น พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.93 เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบย่อยพบว่า ประเด็นที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.25 รองลงมาคือ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและยึดมั่นในความดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 การรุกร้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 การยึดคิดในโลกเสมือนจริงมากเกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับผู้คนในชีวิตจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 มีการปกปิดข้อมูล และบิดเบือนความจริงในการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 (ตาราง 24)

เฟซบุ๊ก

จากผลการวิจัย ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก จากประเด็นย่อยทั้ง 8 ประเด็น พบว่า โดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.05 เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบย่อยพบว่า ประเด็นที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.23 รองลงมาคือ การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 การยึดคิดในโลกเสมือนจริงมากเกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับผู้คนในชีวิตจริงและการรุกร้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 ข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและยึดมั่นในความดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 มีการปกปิดข้อมูล และบิดเบือนความจริงในการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 (ตาราง 24)

ตาราง 24 ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วม สังคมในชุมชนออนไลน์	ผลด้านลบจากการเข้าร่วม ในสังคมไฮไฟว์			ผลด้านลบจากการเข้า ร่วมในสังคมเฟซบุ๊ก		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ผลกระทบ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ผลกระทบ
1. การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง	3.25	1.27	ปานกลาง	3.09	1.07	ปานกลาง
2. การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม	3.11	1.00	ปานกลาง	3.23	1.18	ปานกลาง
3. มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงด้าน เดียว	2.96	1.28	ปานกลาง	2.95	1.13	ปานกลาง
4. ข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและ ยึดมั่นในความดี	2.85	1.09	ปานกลาง	3.01	1.07	ปานกลาง
5. การรุกร้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วน บุคคลผู้อื่น	2.83	1.03	ปานกลาง	3.08	1.11	ปานกลาง
6. การยึดคิดในโลกเสมือนจริงมาก เกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับ ผู้คนในชีวิตจริง	2.75	1.14	ปานกลาง	3.08	1.12	ปานกลาง
7. มีการปกปิดข้อมูล และบิดเบือนความ จริงในการนำเสนอ	2.73	1.07	ปานกลาง	2.93	1.19	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.93	1.13	ปานกลาง	3.05	1.12	ปานกลาง

สรุปผลการวิจัย

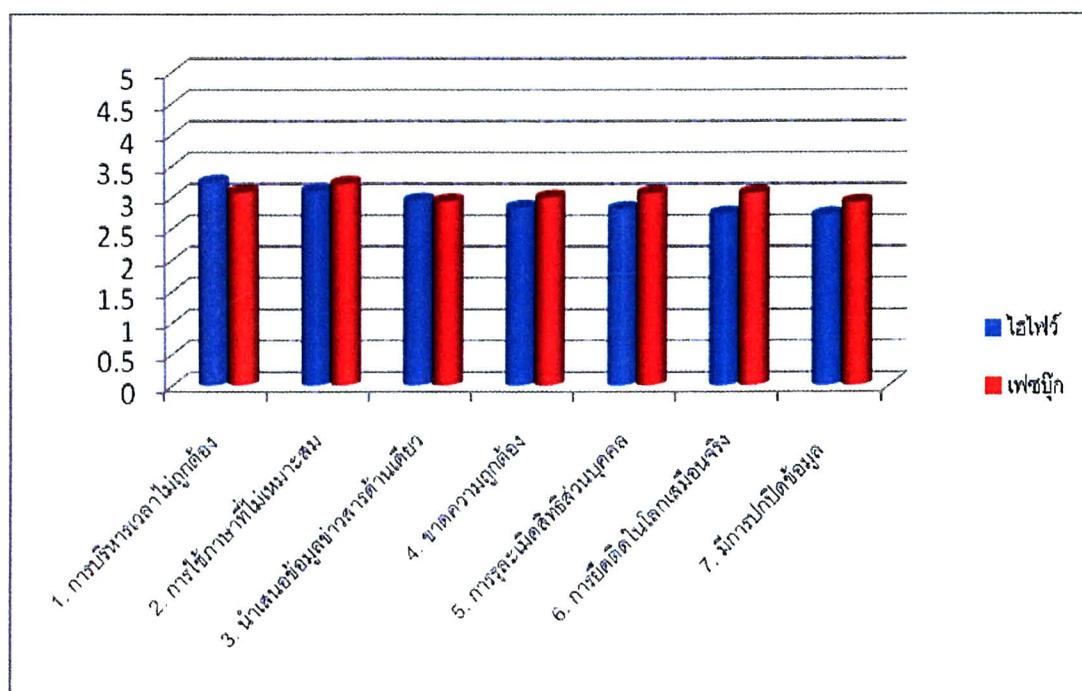
ไฮไฟว์

จากผลการวิจัย ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์ไฮไฟว์ จากประเด็นย่อยทั้ง 8 ประเด็น พบว่า ผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วมโดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบย่อยพบว่า ประเด็นที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง รองลงมาคือ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม มีการนำเสนอข้อมูล

ข่าวสารเพียงด้านเดียว ข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและยึดมั่นในความดี การรุกร้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น การยึดคิดในโลกเสมือนจริงมากเกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับผู้คนในชีวิตจริง และมีการปกปิดข้อมูล และบิดเบือนความจริงในการนำเสนอ

เฟซบุ๊ก

จากผลการวิจัย ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของเว็บชุมชนออนไลน์ เฟซบุ๊ก จากประเด็นย่อยทั้ง 8 ประเด็น พบว่า ผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วมโดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาในองค์ประกอบย่อยพบว่า ประเด็นที่มีอิทธิพลจากค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม รองลงมาคือ การบริหารเวลาไม่ถูกต้อง การยึดคิดในโลกเสมือนจริงมากเกินไป ทำให้ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับผู้คนในชีวิตจริงและการรุกร้าสิทธิหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้อื่น ข้อมูลที่นำเสนอขาดความถูกต้องและยึดมั่นในความดี มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว และมีการปกปิดข้อมูล และบิดเบือนความจริงในการนำเสนอ



ภาพ 13 ปัจจัยย่อยของผลกระทบด้านลบจากการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการเข้าร่วมสังคมในชุมชนออนไลน์ ของ นักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาวิจัย เรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมในชุมชนออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียและเฟซบุ๊ก ดังนี้

การนำเสนอข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะในเรื่องการนำเสนอข้อมูล ว่าผู้ใช้ควรตระหนักถึง ผลผลดีและผลเสียของการนำเสนอข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ ควรนำเสนอข้อมูลที่เป็น ความจริงและถูกต้อง ไม่นำเสนอข้อมูลที่พาดพิงไปยังผู้อื่นที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือ ความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น

ด้านการใช้ภาษา

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะในด้านการใช้ภาษา ว่าผู้ใช้ควรใช้ภาษาไทยให้ ถูกต้อง ไม่ใช่คำหยาบคาย

ด้านการเปิดเผยตัวตน

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะในด้านการเปิดเผยตัวตน ว่าผู้ใช้ควรมีการเปิดเผยตัวตนและแสดงออกอย่างเหมาะสม ไม่โชว์ภาพโป๊ เปลือยหรือส่อไปทางลามกอนาจาร

ด้านการบริหารเวลา

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะในด้านการบริหารเวลา ว่าผู้ใช้ควรบริหารเวลาใน การเล่นให้เหมาะสม เล่นในช่วงเวลาว่างหรือหลังจากเลิกเรียน และรับผิดชอบในหน้าที่ตนเองเป็น หลัก นักเรียน ควรจะตั้งใจเรียน ไม่เล่นในเวลาเรียน หรือคนทำงานก็ไม่ควรเล่นในเวลาทำงาน