

## แนวทางการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

### Guidelines for the used and gratification using social network of the North Eastern University (NEU) students.

จรรยา ปันท้วงกูร

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 2. ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และ 3. เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษากลุ่มสาขาวิชาทางวิทยาศาสตร์กับกลุ่มสาขาวิชาทางสังคมศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 383 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป ใช้ 2-4 ชั่วโมงต่อวัน นิยมใช้ในระยะเวลา 20.01-24.00 น. และใช้ 2-4 ครั้งต่อวัน เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ มีหลายประเภทร่วมกันคือเฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) และไลน์ (Line)

2. นักศึกษามีการใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด ในการรับรู้ความง่าย และการรับรู้การใช้ประโยชน์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งรับรู้ว่ามีประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ทำได้สะดวก กว้างขวางและรวดเร็ว ได้รับข่าวสารมากขึ้นหรือได้พบปะกับบุคคลอื่นเพิ่มมากขึ้น รับ-ส่งข่าวสารต่างๆ ได้จำนวนมากและหลากหลายประเภทได้ตามที่ต้องการ ใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนและคลายความตึงเครียด มากที่สุด

3. นักศึกษาที่เรียนทางด้านสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ มีความเห็นไม่แตกต่างกัน ในด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้การใช้ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ การใช้ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ อิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และประเภทของข่าวสารที่ใช้ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ยกเว้นด้านทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ 2 กลุ่มมีความเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ, เครือข่ายสังคมออนไลน์

#### Abstract

This research aims at 1) studying social network behavior of the North Eastern University (NEU) students 2) learning about application and satisfaction of NEU students' social networking and 3) And comparing the application and satisfaction of science majored students versus social science majored students. The research collects data from 383 undergraduate students by using linkert scale

questionnaire. Then data are analysed by using statistics including percentage, average, standard deviation, and one-way ANOVA.

The research found that 1) About the behaviors, most NEU students have used social networks for 5 years and over. Most of them use the networks from 2-4 hours a day, between 8 p.m. to midnight, and twice to four times logged in each day. The social networks popularly used include Facebook, Youtube, and Line. The place most students interface these social networks are both at home and on campus. 2) About the application and satisfaction, most NEU students agree at highest level of the following topics: easiness perception and usage perception, this means that the students acknowledge that social networking helps them contact faster and with wider group of audiences, gain more information or meet much more new people, spread out and take in as much as information various types as they prefer, and use it for relaxation. In addition, most students agree at high level about positive attitude towards using social network. Also, types of news that most students favor in using social network are every kind of news. 3) About the comparison, there is no significant difference between the science majored students and the social science majored students upon the topics of application and satisfaction about easiness and usage perception, usage of social networking, social influences on social networking and types of news used in social networking. They have a statistics significant difference at 0.05 about attitude upon social networking.

**Keywords:** the used and gratification using, social network

## 1. บทนำ

ยุคของการสื่อสารในปัจจุบันที่เรียกว่า การสื่อสารไร้พรมแดน (Borderless Communications) ซึ่งเป็นยุคที่มนุษย์สามารถที่จะข้ามประเทศไปพบปะพูดคุยกับใครก็ได้ ที่ไหนก็ได้ โดยการใช้เครื่องมือสื่อสาร เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรือเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ ผ่านระบบเครือข่าย (Internet) ด้วยความเร็วสูงและสามารถส่งข้อมูลข่าวสารในลักษณะข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีทัศน์ ฯลฯ ได้ปริมาณมากอย่างที่ต้องการ และในปัจจุบันมีอีกสื่อหนึ่งที่เกิดขึ้นและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในหมู่นักสื่อสารผ่านเครือข่าย คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เกิดเป็นชุมชนสังคมออนไลน์ หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network)

ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทยได้ คาดการณ์จำนวนประชากรของไทย ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ว่าจะมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 64.6 ล้านคน เป็นชาย 31.4 ล้านคน และหญิง 33.1 ล้านคน ช่วงเด็กและวัยรุ่น (นักเรียนนักศึกษา อายุ 6-21 ปี) มี 14 ล้านคน จำนวนนี้มีการเข้าถึงและใช้งานอินเทอร์เน็ต 25 ล้านคน โดยผู้ชายใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้หญิง คิดเป็น 55% และ 45% ตามลำดับ ในจำนวนนี้เป็นนักเรียน และนักศึกษาถึง 34% นั้นหมายถึงเป็นผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 22 ปี เป็นส่วนใหญ่ (ข้อมูลจากการสำรวจของ True Hit พบว่าเป็นช่วงอายุ 12-17 ปี เป็นส่วนใหญ่) ใน 25 ล้านคนที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต โดย 18 ล้านคน เป็นผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งได้สมัครเป็นสมาชิกเฟซบุ๊ก 16.4 ล้านบัญชีรายชื่อ (ในจำนวนนี้ บางคนมีบัญชีรายชื่อ มากกว่า 1 บัญชี) เฉพาะในกรุงเทพมหานครมีจำนวนผู้ใช้งาน 8.6 ล้านบัญชีรายชื่อ หรือคิดเป็นครึ่งหนึ่งของทั้งประเทศ และในการจัดลำดับด้วย Alexa ซึ่งเป็นการจัดลำดับแบบสากล จะพบว่าเฟซบุ๊ก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1

จากการสำรวจโดย Retrevo ซึ่งศึกษาผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ยอดนิยม เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไฮไฟว์ และอื่นๆ พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 1,000 คน พบว่าผู้ใช้งานเกือบครึ่งที่มีการติดตามความ

เคลื่อนไหวเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งก่อนเข้านอนและตื่นนอนในตอนเช้า และ 16% ของจำนวนผู้ใช้งาน ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์เหล่านี้เป็นประจำ นอกจากนี้ผลสำรวจยังพบว่าผู้ใช้มากกว่าครึ่งหนึ่งที่ต้องติดตามความเคลื่อนไหวเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตนอย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง และมากกว่า 10% ที่เข้าไปดูความเคลื่อนไหวล่าสุดทุกๆ 2-3 ชั่วโมง (ปณิชา นิตพรมงคล, 2556) ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของคนในทุกๆ แห่งทั่วโลกมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารของมนุษย์โดยการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ กลายเป็นศูนย์กลางแห่งการสื่อสารของมนุษย์ในยุคดิจิทัล เกิดเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงการสื่อสารทั้งในโลกแห่งความเป็นจริง (Reality World) และโลกเสมือนจริง (Virtual World) เกิดเป็นกิจกรรมการแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ตามประโยชน์ กิจกรรมหรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและกัน ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีบทบาทและอิทธิพลในการติดต่อสื่อสารอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหรือนักศึกษาที่ใช้คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน ซึ่งนักศึกษามากกว่าครึ่งนิยมติดต่อสื่อสารและรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา แนวทางการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันสูง เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมทั้งความพึงพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคสื่อในวัยนักศึกษาว่าเป็นอย่างไร และประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการสื่อสารอย่างไรบ้าง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักศึกษา ได้รับทราบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตจังหวัดขอนแก่น รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารในเชิงสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มนักศึกษาต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษา การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อเปรียบเทียบ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษากลุ่มสาขาวิชาทางวิทยาศาสตร์กับกลุ่มสาขาวิชาทางสังคมศาสตร์

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยคือ ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. ขอบเขตด้านสถานที่ สถานที่ในการวิจัยคือ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น โดยกำหนดให้เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## 2. วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรม การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบ

แนวคิดในการวิจัย และดำเนินการวิจัยโดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 383 คน

## 2. ขั้นตอนการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยไว้ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำกรอบแนวคิด การวิจัย และร่างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 จัดทำ “ร่างการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” โดยการใช้แบบสอบถาม ในการสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยในขั้นตอนนี้ใช้ตัวแทนนักศึกษาทั้งสิ้น 20 คน ซึ่งกำหนดคุณสมบัติของตัวแทนนักศึกษา คือกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างน้อย 1 ประเภท ไม่น้อยกว่า 1 เดือน

ขั้นตอนที่ 3 เก็บข้อมูล “การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” โดยการใช้แบบสอบถาม จำนวน 7 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และ ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ รวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 383 คน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อกำหนดค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova Analysis of Variance) แล้วนำเสนอผลการวิจัยในรูปตารางประกอบความเรียง

## 3. ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

การสรุปผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1) พฤติกรรมการการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า โดยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 18-22 ปี มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป ซึ่งจะมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 2-4 ชั่วโมงต่อวัน และใช้มากในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. ของแต่ละวัน อีกทั้งมีการใช้เฉลี่ย 2-4 ครั้งต่อวัน โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ร่วมกัน 3 อันดับแรก คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) และไลน์ (Line) ซึ่งจะนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้านมากที่สุด และใช้เพื่อวัตถุประสงค์หลายวัตถุประสงค์ร่วมกันคือเพื่อการติดต่อสื่อสาร พูดคุยกับบุคคลอื่น เพื่อรับรู้เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของสังคม และเพื่อคลายความเครียดและรับความบันเทิงมากที่สุด ตามลำดับ

2) การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นักศึกษามีการใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุดในด้านกรรับรู้ความง่าย และการรับรู้การใช้ประโยชน์เครือข่ายสังคม ซึ่งนักศึกษารับรู้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นทำได้สะดวก กว้างขวางและรวดเร็ว ได้รับข่าวสารมากขึ้นหรือได้พบปะกับบุคคลอื่นเพิ่มมากขึ้น รับ-ส่งข่าวสารต่างๆ ได้จำนวนมากและหลากหลายประเภทได้ตามที่ต้องการ ได้ใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนและคลายความตึงเครียด และใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด โดยนักศึกษาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อประโยชน์ในการช่วยให้การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นสะดวก รวดเร็ว และใช้ในการแสวงหาและรับรู้ข่าวสารต่างๆ (information's up date) มากที่สุด ส่วนอิทธิพลของกลุ่มสังคมที่มีผลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เนื่องจาก สมาชิกกลุ่มเชิญหรือแนะนำให้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อนสนับสนุนให้ใช้เพื่อให้ติดต่อกันได้สะดวก ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพราะต้องการความ

ทันสมัย ต้องการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้ติดต่อกับบุคคลอื่นได้ง่าย และไม่อยากตกข่าว

นอกจากนี้ นักศึกษายังมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เนื่องจากการใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจเพราะเห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความจำเป็นอย่างมากต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ช่วยให้มีความรู้หรือคนรู้จักเพิ่มมากขึ้น แสวงหาข่าวสารได้ตามที่ต้องการเป็นคนทันสมัย มีกลุ่มพิเศษที่มีความชอบบางอย่างคล้ายกัน ทำให้สร้างจินตนาการของตนเองได้เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นวิธีการสื่อสารที่นิยมใช้ เกิดความชื่นชอบการสื่อสารกับบุคคลอื่นมากขึ้น จะใช้เวลาการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น อาจมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นจากเครือข่ายเดิม และมีความต้องการใช้อย่างต่อเนื่องไปเรื่อยๆ และเลือกที่จะใช้เวลากับเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าออกไปทำกิจกรรมอย่างอื่น อีกทั้งยังกลัวชีวิตที่ไม่มีเครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้เบื่อและไม่มีความสุข แต่ก็ยอมรับว่าการรับข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านเกิดความวิตกกังวลกับสถานการณ์ต่างๆ ได้

ส่วนประเภทข่าวสารที่นักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมใช้ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก เป็นข่าวสารทุกประเภท คือ ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย ข่าวสารเกี่ยวกับงานหรืออาชีพที่ทำ ความรู้ทางวิชาการ สารบันเทิง (เพลง ละคร นวนิยาย ฯลฯ) ข่าวสารทั่วไป (สังคม เศรษฐกิจ การเมือง อาชญากรรม เกษตร ฯลฯ) สุขภาพ และความงาม กิจกรรมพิเศษเฉพาะกลุ่ม ซื้อขายสินค้าและบริการ สารคดีหรือประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยว ความรู้ทั่วไป พุดคุยทั่วไป ปรับทุกข์ แสดงความรู้สึกและความคิดเห็นต่างๆ (ยินดี เสียใจ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เฉยๆ) ข่าวสารหรือข้อความแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ข่าวสารหรือข้อความแสดงตัวตนของตนเอง เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ความคิด ความรู้สึกของตน

3) เปรียบเทียบ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษากลุ่มสาขาวิชาทางสังคมศาสตร์กับกลุ่มสาขาวิชาทางวิทยาศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เรียนทางด้านสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ มีความเห็นไม่แตกต่างกันในการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้การใช้ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ การใช้ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ อิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และประเภทของข่าวสารที่ใช้ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ยกเว้นด้านทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ 2 กลุ่มมีความเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4. อภิปรายผล

จากแนวคิดเมอร์ริลและโลเวสไตน์ (อ้างในประมะ สะตะเวทิน, 2546) ได้กล่าวว่า บุคคลเลือกรับสื่อเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการคือ ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์ใช้สอย และลักษณะของสื่อที่ตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของกลุ่มสังคมที่มีผลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีลักษณะความเป็นกลุ่มสังคมคือ ต้องการมีเพื่อน ต้องการการสื่อสาร แลกเปลี่ยนข่าวสาร ต้องการการแสดงออก มีแรงจูงใจจากอิทธิพลทางสังคม มีความต้องการใช้ข่าวสารต่างๆ และมีความสามารถในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก นอกจากนี้ การที่เครือข่ายสังคมออนไลน์มีการใช้งานที่ค่อนข้างง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และผู้ใช้งานก็รับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือ การแสวงหาข่าวสารต่างๆ ได้สะดวก รวดเร็ว ทำให้นักศึกษามีความพึงพอใจในการใช้งานในระดับมากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีทัศนคติเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยบุขุรา ประกอบธรรม (2556) ศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา วิทยาลัยการศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 จากผลการวิจัย สถาบันการศึกษาสามารถนำเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูล

ข่าวสารต่างๆ ได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนจะสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาได้ง่ายขึ้น

นอกจากนี้นักศึกษา ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์หลักคือ สื่อสารกับบุคคลอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของนุจรินทร์ ขอบดำรงธรรม (2553) ที่วิจัยเรื่องอิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ที่ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์คือ ต้องการติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก และภานุวัฒน์ กองราช (2554) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมความหลงใหลจนติดปกติ (System Addiction) และการติดการใช้งาน (System Stickiness) เป็นผลมาจากการรับรู้ความเพลิดเพลิน (Perceived Enjoyment) และอิทธิพลทางสังคม (social Influence) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การที่กลุ่มวัยรุ่นมีความเพลิดเพลินในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้เกิดความรู้สึกชื่นชอบและสนุกสนาน รวมถึงเป็นการทำกระแสนิยม จึงทำให้อัตราในการใช้เพิ่มมากขึ้นจนเกิดเป็นการติดตามการใช้งาน และอาจทำให้เกิดความรู้สึกกังวลหรือหมกมุ่นว่าจะต้องเข้าไปใช้งานอีกจนกลายเป็นความหลงใหลจนติดปกติ ซึ่งนอกจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นแล้ว ความชื่นชอบการใช้งานที่ง่าย สะดวก และรับรู้การใช้ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้ นักศึกษาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการรับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ การค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องราวที่อยากรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ชักจูงใจกลุ่มสมาชิกให้เห็นด้วยในเรื่องต่างๆ เช่น การขายสินค้าหรือบริการ การชักชวนให้สมาชิกกลุ่มเดียวกันทำกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน รวมทั้งใช้ในด้านความบันเทิง เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดต่างๆ ซึ่งการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (The Usage and Gratification Theory of Mass Communication) ของ Katz, Bumber and Gurevitch. (1974) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะเป็นตัวจักรสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อและเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล และกล่าวว่า ผู้รับสารที่ศึกษาในสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์หรือความต้องการที่แตกต่างกันออกไป และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wenner (1985) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) ว่า ผู้รับสารใช้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ 4 รูปแบบ คือ เพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล และเพื่อลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์

ในส่วนของผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของกลุ่มสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเห็นว่าสังคมมีอิทธิพลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก โดยสังคมมีอิทธิพลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์คือสมาชิกกลุ่มเชื้อเชิญหรือแนะนำให้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อนสนับสนุนให้ใช้เพื่อให้ติดต่อกันได้สะดวก กลุ่มตัวอย่างต้องการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับบุคคลอื่นได้ง่ายใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพราะต้องการความทันสมัย ในระดับมาก และไม่อยากตกข่าว ส่วนการเห็นบุคคลอื่นใช้เลยใช้ตาม กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าสังคมมีอิทธิพลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเดอร์เฟลอร์ (Defleur, 1966) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับ ทฤษฎีกลุ่มสังคม (The Social Categories Theory) ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน การชอบต่อประเภทของข่าวสารและเกิดผลของการสื่อสารคล้ายกัน และ ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมของผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมมีผลต่อการรับข่าวสารและการเกิดพฤติกรรมของผู้รับสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการเพื่อน ต้องการเป็นที่รู้จัก ต้องการมีกลุ่มสังกัด ดังนั้นเมื่อมีการเชิญชวนหรือสนับสนุนจากกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักให้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การทดลองใช้ก็จะเกิดขึ้น เมื่อมีการใช้แล้วพบว่า ใช้งานได้ง่าย สะดวกและมีประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร และสามารถสร้างตัวตนของตนเองให้อยู่ในสังคมได้ก็จะมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อไปอย่างต่อเนื่องและสอดคล้อง

กับงานวิจัยของบุชรา ประกอบธรรม (2556) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา วิทยาลัยการศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์และอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ชาร์ลส์ เค อันคิท (Charles K. Atkin, 1973. อ้างในจรรยา ปันทวังกูร, 2553) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย นอกจากนี้ กิตติมา สุรสุนธิ (2542) ยังได้กล่าวอีกว่า บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน เพื่อให้ตนเป็นผู้มีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบัน ดังนั้นข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆ นั้นมักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา และสอดคล้องกับแนวคิดของวิลเบอร์ ชแรมม์ (1973) ที่กล่าวว่า การเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ประสบการณ์ การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลักที่แตกต่างกัน การศึกษา และสภาพแวดล้อมความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ อารมณ์และทัศนคติ ดังนั้นข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการเปิดรับข่าวสารหลากหลายประเภทที่ตอบสนองความต้องการข่าวสาร สอดคล้องกับทัศนคติและค่านิยม รวมทั้งเป็นข่าวสารที่นักศึกษาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ได้ตามที่นักศึกษาแต่ละคนจะชื่นชอบและเลือกนำมาใช้ประโยชน์ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของแฮมมิล เบคเกอร์ (อ้างในประมะ สตะเวทิน, 2546) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารต้องการสารสนเทศเพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้ เพื่อความหลากหลาย จึงมีการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารเหล่านั้นและยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ Todd Hunt and Brent D. Ruben, 1993 (อ้างในประมะ สตะเวทิน, 2546) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารว่าประกอบด้วย 1) ความต้องการ (Needs) ทั้งทางร่างกายและจิตใจของมนุษย์เป็นตัวกำหนดการเลือก 2) ทัศนคติและค่านิยม (Attitude & Value) มีผลต่อการเลือกใช้สื่อ การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ 3) เป้าหมายในการดำเนิน (Goals) 4) การใช้ประโยชน์ (Utility) ผู้รับสารจะสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าถึงและจดจำข่าวสารที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ 5) สภาพ (Context) คือ บุคคลและสถานการณ์มีผลการเลือกรับข่าวสาร อีกทั้ง ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันคือ 1) บุคลิกภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งส่งผลต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ กระบวนการรับรู้ การสนใจ ทำให้เกิดการเลือกรับสารและการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกัน 2) ด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม นั่นคือการยึดติดกับกลุ่มสังคมใดสังคมหนึ่งส่งผลให้เกิดการคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติและพฤติกรรมเพื่อให้เกิดการยอมรับของกลุ่ม 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เช่น เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงกันในการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมทั้งการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันมากด้วย ทำให้ข่าวสารที่นักศึกษาเลือกใช้ในเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงมีหลากหลายประเภทตามความต้องการหรือความสนใจ

ส่วนทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก โดยมีการรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และการรับรู้ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด มีการใช้ประโยชน์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในระดับมาก โดยใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ และค้นหาข้อมูลข่าวสารหลากหลายประเภท ในระดับมาก อีกทั้งกลุ่มสังคมก็ยังมีอิทธิพลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมากด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Theotokis & Doukidis (2009) อ้างในภานุวัฒน์ กองราช (2554) กล่าวว่า ในปัจจุบันการเพิ่มจำนวนของเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์มีอัตราเพิ่มมากขึ้น โดยได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแนวโน้มการหลงใหลจนผิดปกติและการติดการใช้บริการ พบว่า มาจากประสบการณ์ที่ใช้บริการและมีผลมากจากการเห็นประโยชน์เป็นสิ่งสำคัญ (utilitarian Determinants) การชอบ (Hedonic Determinants) สืบเนื่องมาจากความหลากหลายของรูปแบบที่มีให้เลือกใช้รวมไปถึงเครื่องมือต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สร้างความ

ท้าทายและสนุกสนานให้กับผู้ใช้บริการได้ และเว็บไซต์ที่ให้บริการมีอยู่มากให้เลือกใช้ความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นอกจากจะเป็นสื่อกลางในการติดต่อกับบุคคลอื่นแล้ว นักศึกษายังสามารถสร้างและประกาศตนเองและเผยแพร่เรื่องราวของตนเองให้ผู้อื่นรู้จัก นำเสนอผลงานต่างๆ ของตน แบ่งปันเรื่องราวต่างๆ ให้กับกลุ่มคนที่ชื่นชอบเรื่องเดียวกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้และต่อยอดการพัฒนา ซื้อขายสินค้าและบริการ ใช้เพื่อคลายเครียดหรือรับความบันเทิง รวมทั้งใช้เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งสังคมในเวลาที่ต้องการอยู่คนเดียว เป็นต้น โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุดในปัจจุบันคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปณิตา นิติพรมงคล (2555) เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยของ นุจรินทร์ ขอบดำรงธรรม (2553) ที่วิจัยเรื่องอิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค และงานวิจัยของภิรมย์ พายุ และมงคล ตีอุทุม (2556) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ ที่ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุดคือคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและมีจำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เกิดจากการรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และรับรู้ว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเรื่องง่าย ขั้นตอนการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ชัดเจนและเข้าใจง่าย และง่ายต่อการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Apiwan Thumsamison (2555) ที่ศึกษาเรื่อง Social Media Engagement in Facebook : The case of College Students in Thailand ซึ่งเป็นการศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในประเทศไทย พบว่าคุณภาพของสารสนเทศและคุณภาพของระบบเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และพฤติกรรมความตั้งใจต่อการใช้งานระบบ อีกทั้งนักศึกษามีการรับรู้ว่าจะสามารถใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อประโยชน์ ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นทำได้สะดวก กว้างขวางและรวดเร็ว ช่วยให้ได้รับข่าวสารมากขึ้นหรือได้พบปะกับบุคคลอื่นเพิ่มมากขึ้น ใช้รับส่งข่าวสารต่างๆ ได้จำนวนมากและหลากหลายประเภทได้ตามที่ต้องการใช้ มีประโยชน์เพื่อการพักผ่อนและคลายความตึงเครียด และรับรู้การใช้ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิดต่างๆ กับผู้อื่นได้ดีขึ้นและช่วยทำงานได้เร็วขึ้น มีคุณภาพมากขึ้น อีกทั้ง กลุ่มสังคมยังมีอิทธิพลในระดับมากต่อการชักจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เกิดจากสมาชิกกลุ่มเชื้อเชิญหรือแนะนำให้ใช้ เพื่อนสนับสนุนให้ใช้เพื่อให้ติดต่อกันได้สะดวก รวมทั้งนักศึกษาต้องการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้ติดต่อกับบุคคลอื่นได้ง่าย ต้องการความทันสมัยไม่อยากตกข่าว และเห็นบุคคลอื่นใช้ เลยใช้ตาม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อติดต่อสื่อสาร พูดคุยกับบุคคลอื่นเพื่อรับรู้เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของสังคม เพื่อคลายความเครียดและรับความบันเทิง เพื่อใช้เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดและต่อยอดการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ เพื่อแบ่งปันเรื่องราวต่างๆ ให้กับกลุ่มคนที่มีความชอบในสิ่งเดียวกันเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลโดย การเล่นเกมออนไลน์เดียวกัน เพื่อซื้อขายสินค้าและบริการ เพื่อสร้าง ประกาศตัวตนและเผยแพร่ เรื่องราวของตนเองให้บุคคลอื่นรู้จัก เพื่อแสดงออกและนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว หรือเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของบริษัท มิลลาร์ด บราวน์ ไฟร์ฟลาย (Millward Brown Firefly) ผู้ให้บริการวิจัยการตลาดซึ่งเปิดเผยผลการวิจัยจากการศึกษาเชิงคุณภาพ (Quality study) เกี่ยวกับปฏิกริยาตอบสนองต่อแบรนด์ต่างๆ ของผู้บริโภคในเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ภายใต้วหัวข้อ “ภาษาแห่งความรักในสื่อสังคมออนไลน์ (The language of Love in Social Media)” พบว่า ผู้บริโภคชาวไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความรู้สึกของการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สำหรับคนไทย สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการแสดงตัวตนภายในกลุ่ม และพวกเขาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการในการได้รับการยอมรับและการเห็นด้วย สิ่งนี้มีความแตกต่างกับประเทศอื่น ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ถูกนำมาใช้ในการโปรโมทตนเองหรือเพื่อแสดงบุคลิกลักษณะเฉพาะ



## 5. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าการรับรู้ความง่ายและการรับรู้การใช้ประโยชน์เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีผลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด ส่วน การใช้ประโยชน์เครือข่ายสังคมออนไลน์ อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทักษะคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และประเภทของข่าวสารที่ใช้ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ก็มีผลต่อการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมากเช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยคือ

1. จากการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายและการรับรู้การใช้ประโยชน์เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ด้านบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาในปัจจุบันสามารถเข้าถึงและใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ง่ายมาก ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจได้อย่างมากมาย ซึ่งอาจทำให้เกิดการใช้อย่างต่อเนื่อง เพิ่มจำนวนครั้งในการใช้งาน รวมทั้งใช้เวลาในการใช้งานมากขึ้น อาจส่งผลให้ลดการออกไปร่วมกิจกรรมทางสังคมอย่างอื่นๆ ลง บางครั้งอาจติดอยู่ในโลกแห่งความเพ้อฝันหรือติดอยู่ในจินตนาการของกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิก อีกทั้งการใช้และเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ง่ายขึ้น อาจทำให้เข้าถึงเนื้อหาข่าวสารที่ไม่สมควร เนื้อหาที่มีความรุนแรง หรือเกิดความเห็นหรือการชักชวนกันกระทำในทางที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรืออันตรายทั้งต่อตนเองและสังคมของกลุ่มเครือข่ายสังคมออนไลน์เดียวกันได้ ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการระมัดระวังการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ผู้ปกครอง อาจารย์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรตระหนักและแนะนำการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ให้ถูกวิธีและเกิดประโยชน์ทางด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาให้กับนักศึกษา หรืออาจแนะนำให้ทำกิจกรรมที่ชื่นชอบในเครือข่ายสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ร่วมกับบุคคลอื่นในครอบครัว กลุ่มเพื่อน หรือทำให้เกิดประโยชน์กับประเทศชาติ

2. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล หรือสมาชิกกลุ่ม มีแนวโน้มที่จะมีจำนวนสูงมากขึ้น เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย สร้างความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ไม่ว่าจะต้องการสื่อสารกันในเวลาใดหรือสถานที่ใด และสามารถขยายแนวคิดต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดสร้างกลุ่มอิทธิพลในด้านต่างๆ ได้ หากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนำประโยชน์ของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ประโยชน์ในด้านการขยายแนวคิดเพื่อเพื่อการพัฒนา และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม ประเทศชาติไปในทางที่ดีขึ้นแล้วก็จะช่วยให้ประชาชนเกิดการตื่นตัวเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ เกิดการรับรู้สิ่งใหม่ และเกิดความปรารถนาที่จะยกระดับตนเองให้ทันสมัยเทียบเท่าประเทศที่พัฒนาแล้วได้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเปรียบเทียบอิทธิพลของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีของกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มนักศึกษา กลุ่มคนวัยทำงาน เป็นต้น
2. ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้รับสารกลุ่มต่างๆ
3. ศึกษาปัจจัยของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมต่างๆ ของผู้รับสาร

## 6. เอกสารอ้างอิง

- กิตติมา สุรสสนธิ. 2542. **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจนิสตาร์ รักษ์สิริโสภา. 2553. **ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมแต่ละระดับที่มีต่อรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงทิพย์ เจริญรุรักษ์ เพื่อนโชติ. 2556. **ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์**. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์ ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 เดือน ก.ค.-ธ.ค. 2556. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- นภัสกร กรวยสวัสดิ์. 2553. **ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์**. วารสารวารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 28 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2553) มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นุจรินทร์ ขอบดำรงธรรม. 2553. **อิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค**. ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภานุวัฒน์ กองราช. 2554. **การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภริมย์ พากู และมงคล ตีอุดม. 2556. **การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์**. วารสารวิทยาศาสตร์ประยุกต์ เล่มที่ 12 หมายเลข 2:68-82. (2013). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- บุษรา ประกอบธรรม. 2556. **การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ**. วารสารสุทธิปริทัศน์ ปีที่ 28 ฉบับที่ 81 มกราคม-มีนาคม 2556.
- ประมะ สตะเวทิน. 2540. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ : หจก.ภาพพิมพ์ จำกัด.
- พีระ จิโรโสภณ. 2540. **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน เอกสารประกอบการสอนชุดหลักและทฤษฎีการสื่อสาร** หน่วยที่ 11, นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิมลพรรณ อาภาเวท และคณะ. 2554. **พฤติกรรมการใช้สื่อในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร**. สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. 2554. **ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศูนย์การเรียนรู้สุขภาพ กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข .
- สุรางคณา วายูภาพ. 2556. **Thailand Internet User Profile 2013**. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
- อภิวรรณ ธรรมสามิส และ ญัฐริกา ฤทธิพิพพันธ์. 2555. **การศึกษาการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย**. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง. 2554. **การเสพติดอินเทอร์เน็ตของชุมชนชาวออนไลน์**. วารสารนักบริหาร ปีที่ 31 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน 2554).
- [http://203.157.7.150/frontend/theme/view\\_general\\_data.php?ID\\_Menu=3825&init=Set&init\\_Chk=0](http://203.157.7.150/frontend/theme/view_general_data.php?ID_Menu=3825&init=Set&init_Chk=0)  
สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2557

<http://www.addkute3.com/administration>. สุรศักดิ์ ปาเฮ. เพชบุรี: การใช้สื่อเครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือทางการศึกษา. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2556.

[http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/oct\\_dec\\_11](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11). พิเชิต วิจิตรบุญรักษ์. สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2556.

[http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/july\\_dec2009/pdf/Budsara.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/july_dec2009/pdf/Budsara.pdf) บุชรา ประกอบธรรม. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา การติดต่อสื่อสาร และบันเทิง ที่มีผลต่อช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2557.

[www.spu.ac.th/commart/files/2013/.../สรุปสาระนิพนธ์-ไรท์ซีดี.doc](http://www.spu.ac.th/commart/files/2013/.../สรุปสาระนิพนธ์-ไรท์ซีดี.doc). ปณิชา นิตีพรมงคล. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2556.

<http://smeducation.wordpress.com/2011/01/18>. พฤติกรรมของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2557.