



วิทยานิพนธ์

ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในมณฑลไห่หนาน

POSITIVE IMPACTS OF SOCIAL MEDIA USE AMONG
UNIVERSITY STUDENTS IN HAINAN

ZHU XIANQI

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
พ.ศ. 2569

วิทยานิพนธ์

ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในมณฑลไห่หนาน

POSITIVE IMPACTS OF SOCIAL MEDIA USE AMONG
UNIVERSITY STUDENTS IN HAINAN

ZHU XIANQI

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

พ.ศ. 2569



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

เรื่อง

ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในมณฑลไห่หนาน

POSITIVE IMPACTS OF SOCIAL MEDIA USE AMONG
UNIVERSITY STUDENTS IN HAINAN

ZHU XIANQI

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

3cr

ประธานสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร)

นิม

ประธานที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.นิสากร ยินดีจันทร์)

ว

กรรมการที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

อ.ว.ว

กรรมการสอบ
วิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.อภิวรรณ ศิรินันทนา)

ได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร

ว

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(อาจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา)

วันที่ ๑๐ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๑

Zhu Xianqi. (2569). ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : อาจารย์ ดร.นิสากร ยินดีจันทร์, ประ.ด.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน 2) เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการลดผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในมณฑลไห่หนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย 5 แห่งในมณฑลไห่หนาน ได้แก่ มหาวิทยาลัยเศรษฐศาสตร์ไห่โจว มหาวิทยาลัยครุไห่หนาน มหาวิทยาลัยการแพทย์ไห่หนาน มหาวิทยาลัยชานย่า และมหาวิทยาลัยฉงโจว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา และความบันเทิง สำหรับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ การเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็ว การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม และการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ยังพบผลกระทบด้านลบในบางประเด็น เช่น การใช้เวลาในสื่อสังคมออนไลน์มากเกินไป และความเสี่ยงต่อการรับข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ได้แก่ การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มนักศึกษา การกำหนดแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมในสถาบันอุดมศึกษา และการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการเรียนการสอนอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย

คำสำคัญ : สื่อสังคมออนไลน์, พฤติกรรมการใช้สื่อ, ผลกระทบเชิงบวก, นักศึกษามหาวิทยาลัย, มณฑลไห่หนาน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Zhu Xianqi. (2026). **Positive Impacts of Social Media Use among University Students in Hainan**. Thesis M.Com.Arts. (Communication Innovation Management).
Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University. Principal Thesis Advisor :
Dr. Nisakorn Yindeechan, Ph.D.

Abstract

This research aimed to: 1) study social media usage behaviors of university students in Hainan Province, 2) study the impacts of social media usage on students, and 3) propose guidelines for reducing the impacts of social media usage among students in Hainan Province, China. This study employed a quantitative research design. Data were collected via questionnaires from a sample of students at five universities in Hainan Province: Haikou University of Economics, Hainan Normal University, Hainan Medical University, Sanya University, and Qiongzhou University. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequencies, percentages, means, and standard deviations.

The research findings revealed that: 1) university students in Hainan Province had a high level of social media usage behavior, with the primary objectives being communication, searching for educational information, and entertainment. Regarding the positive impacts of social media use, it was found that social media promoted learning, rapid access to information, social relationship building, and the development of communication skills. However, negative impacts were also observed, including excessive time spent on social media and the risk of exposure to inappropriate content. Suggestions from the research included promoting social media literacy among students, establishing guidelines for appropriate social media usage in higher education institutions, and utilizing social media as a tool to support teaching and learning creatively and safely.

Keywords : Social Media, Media Usage Behavior, Positive Impacts, University Students, Hainan Province

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.นิสากร ยินดีจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ซึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาแก้ไขตรวจสอบข้อบกพร่อง ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดการทำ วิทยานิพนธ์นี้ พร้อมทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะในการทำ วิทยานิพนธ์จนสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำ วิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัย และนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานที่ให้ความ กรุณาผู้วิจัยได้เข้าไปศึกษาเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ยังสถานที่ทั้ง 5 มหาวิทยาลัย อีกทั้งขอขอบพระคุณ อาจารย์ เจ้าหน้าที่คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีทุกท่านที่อำนวยความสะดวกให้ ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้กำเนิดและสั่งสอนจน ผู้ทำวิจัยเป็นคนดีเสมอมา ครู อาจารย์ทุกท่านที่มอบความรู้มาโดยตลอด ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ครอบครัว รวมไปถึงคนรอบข้างที่เป็นกำลังใจคอยช่วยเหลือเสมอ ซึ่งเป็นส่วนช่วยผลักดันให้ผู้วิจัยทำ วิทยานิพนธ์นี้จนสำเร็จได้ด้วยดี

ผู้ทำวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ เพื่อเป็นแนวทาง ในการศึกษาและพัฒนาต่อไป

Zhu Xianqi

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

บท	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ของการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์	7
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบ	15
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	21
3.1 แนวทางการวิจัย	21
3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ	22
3.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ	28
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	32
4.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม และผลกระทบจากการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	32
4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	43
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	51
5.1 สรุปผลการวิจัย	51
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	60
5.3 ข้อเสนอแนะ	62
บรรณานุกรม	64
แบบสอบถาม	67

สารบัญภาพ

ภาพที่

1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

หน้า

6



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนประชากรที่เป็นนักศึกษาและกลุ่มตัวอย่างแยกเป็นมหาวิทยาลัย ในมณฑลไต้หวัน	22
3.2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามโควตา (Quota Sampling) ตามที่กำหนด	24
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามเพศ	33
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามอายุ	33
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามระดับชั้นปีที่ศึกษา	34
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	34
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามสถานศึกษา	35
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตาม ความถี่ในการเข้าใช้	35
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตาม ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	36
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตาม สถานที่ที่เข้าใช้	36
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตาม ช่วงระยะเวลาที่เข้าใช้	37
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตาม การใช้อุปกรณ์	37
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามแพลตฟอร์ม	38
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตาม เหตุผลการเข้าใช้	38
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตาม ประสบการณ์ในการใช้	39
4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับผลกระทบเชิงบวกๆ ด้านการ พัฒนาการเรียนรู้	40
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับผลกระทบเชิงบวกๆ ด้าน พัฒนาการทางสังคม	41
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับผลกระทบเชิงบวกๆ ด้านความ สะดวกในการใช้ฯ	42

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับผลกระทบเชิงบวกๆ ด้านการใช้ประโยชน์ฯ	42
4.19 แสดงผลการทดสอบค่าแปรปรวน ของตัวแทนนักศึกษา จำแนกตามเพศ	43
4.20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตามอายุ	44
4.21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามอายุ ด้านการพัฒนาการเรียนรู้	45
4.22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามอายุ ด้านการใช้ประโยชน์ฯ	46
4.23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา	47
4.24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี ด้านการพัฒนาการเรียนรู้	48
4.25 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี ด้านพัฒนาการทางสังคม	49
4.26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี ด้านความสะดวกในการใช้ฯ	50
4.27 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี ด้านการใช้ประโยชน์ฯ	51
4.28 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตามรายได้	52
4.29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษา จำแนกตามสถานศึกษา	53
4.30 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามสถานศึกษา ด้านการพัฒนาการเรียนรู้	54
4.31 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษา จำแนกตามสถานศึกษา ด้านการใช้ประโยชน์ฯ	55

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการ ทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generate Content :UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง โดยที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ มักนำมาใช้ดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ โดยมีบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยน แบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ ปัจจุบันคำว่า (Social Network) หมายถึงระบบเครือข่ายบนโลกออนไลน์ หรือการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการนำมาใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ หรือการสื่อสารของหน่วยงานราชการ ตลอดจนองค์กรต่าง ๆ มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ที่มีรูปแบบการทำงานในลักษณะออนไลน์และสามารถที่จะใช้สร้างและเพิ่มเติมเนื้อหาได้ สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่หน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานของเอกชนในทุกหน่วยงาน สามารถจะนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่างๆ ได้เพื่อเผยแพร่ข้อมูล การให้ความรู้รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และใช้ติดต่อสื่อสารกับสาธารณะ ซึ่งกล่าวโดยทั่วไปแล้ว สื่อสังคมออนไลน์จึงมีทั้งข้อดีและข้อด้อย (Phakpron Jiranathep, 2022)

เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นถือเป็นอีกเส้นทางหนึ่งที่โปรแกรมประสงค์ร้ายต่างๆ สามารถเข้าถึงคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์พกพาของคุณ หากคุณนั้นกำลังใช้สื่อสังคมออนไลน์ก็ควรระวังโปรแกรมป้องกันไวรัสที่มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา โปรแกรมป้องกันไวรัสที่ดีที่มีเครื่องมือเฉพาะสำหรับเครือข่ายสังคมออนไลน์มีการใช้ตัวกรองพิเศษเพื่อช่วยค้นหาและหยุดการโจมตีที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์แถม ยังช่วยเตือนการหลอกลวง (Potential Fraud) ที่อาจเกิดขึ้นรวมทั้งควรหลีกเลี่ยงการใช้โปรแกรมที่ไม่ผ่านการรับประกันจากผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์เพราะอาจมีโปรแกรมประสงค์ร้ายที่แฝงตัวอยู่ภายในเพื่อลักลอบปลอมแปลง หรือขโมยข้อมูลที่สำคัญ ของคุณได้ในมุมมองนั้นเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้คุณสื่อสารกับเพื่อนฝูงและสามารถส่งเสริมในการทำงานของคุณได้แต่หากปราศจากในมาตรการ ป้องกันที่ถูกต้องก็อาจจะนำคุณไปสู่อันตรายต่างๆ ได้ (สรสิริ สิริสันตคุปต์, 2559 อ้างถึงในเมธาพันธ์ ประยงค์พันธ์ และ สิริชัย ดีเลิศ, 2561) สื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์มากมายไม่ว่าจะเป็นการค้นคว้าหาข้อมูล การศึกษาข่าวสารที่รวดเร็ว สามารถแลกเปลี่ยนความรู้หรือสิ่งที่เราสนใจร่วมกันได้ช่วยประหยัดเวลา สะดวกและรวดเร็วถึงแม้ประโยชน์จะมีมากแต่มีโทษอยู่บ้างหากใช้งานในทางที่ผิดหรือไม่ถูกต้องเพราะฉะนั้นผู้ใช้ต้องพึงใช้ในส่วนที่เป็นประโยชน์ให้มากเพื่อป้องกันผลเสียที่เกิดจากสื่อสังคมออนไลน์ ในสมัยนี้เราพบเห็นอย่างมากจากข่าวสารที่กล่าวเกี่ยวกับวัยรุ่นเสียชีวิตจากเหตุทะเลาะกันโซเชียลจนลามมาถึงเหตุอันน่าสลดที่เกิดขึ้น ฉะนั้นความคิดประกอบกับการตัดสินใจนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญ อย่างยิ่งในการใช้สื่อออนไลน์คือเราต้องคิดให้ถี่ถ้วนก่อนที่จะ “โพสต์” “แสดงความคิดเห็น” “แชร์” เพราะอาจจะส่งผลเสียที่ตามมาได้อย่างร้ายแรงทั้งต่อเราและบุคคลอื่น ดังนั้นจึงต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้งานเป็นอย่างมากอย่าให้ข้อมูลส่วนตัว ที่อยู่กับบุคคลที่รู้จักผ่านอินเทอร์เน็ตเพราะอาจจะเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลหรือร้ายแรงที่สุดอาจจะถูกหลอกลวงจนก่อให้เกิดผลเสียและอันตรายตามมาได้ (สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนการสอน, 2557)

สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกวงการทั้งชีวิตประจำวันการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน และถึงแม้ว่าจะมีประโยชน์มากเพียงใดก็ตามและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ในยุคปัจจุบัน แต่โทษหรืออันตรายที่เกิดขึ้นในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในยุคปัจจุบันยังคงมีให้เห็นทั่วไปตามหนังสือพิมพ์ รายการข่าว โทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง ไม่ว่าจะเป็นข่าวอาชญากรรม การขโมยข้อมูลในโลกไซเบอร์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ การติดสื่อสังคมออนไลน์มากเกินไปจนการแอบอ้างชื่อเพื่อใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการหลอกลวงเพื่อทำธุรกิจผิดกฎหมาย การถูกล่อลวงของนักเรียนนักศึกษาผ่านช่องทางการสื่อสารโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น นับได้ว่าเป็นภัยคุกคามที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบันที่พบบ่อยที่สุด พฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางการสื่อสารของนักเรียนนักศึกษาที่อาจจะรู้เท่าไม่ถึงการณ์การด้วยพฤติกรรมของวัยรุ่นนักเรียนนักศึกษาที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ความคิดและการไตร่ตรองและการตัดสินใจเพื่อรับเอาข้อมูลข่าวสารยังมีไม่เพียงพอ จึงอาจตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพได้ง่าย การติดเกมออนไลน์ของนักเรียนนักศึกษาก็นับเป็นปัญหาสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามและเป็นปัญหาในระดับชาติ (สุภาวรรณ นวลนิล, 2563)

การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานมีความสะดวกสบายมากขึ้น เนื่องจากการติดตั้งจุดกระจาย สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) ทั่วทั้ง 20 เขตเมือง รวมถึงนโยบายที่ส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีและบริการอินเทอร์เน็ตตามสถานที่สาธารณะ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาให้ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นสังคมแห่งปัญญา ซึ่งเปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษารวมถึงประชาชนสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นของจีนเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารได้อย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตาม การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสมหรือมากเกินไปก็อาจส่งผลให้เกิดการเสพติดเทคโนโลยีหรือการถูกล่อลวงจากภัยสื่อสังคมออนไลน์ได้

สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาสามารถสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็วและง่ายดาย ไม่ว่าจะเป็น การติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ครอบครัว หรือการเข้าถึงข่าวสารและข้อมูลต่างๆ ซึ่งเกิดประโยชน์อย่างมาก แต่ทางกลับกันสื่อออนไลน์มีประโยชน์มากมาย แต่ก็ควรใช้อย่างระมัดระวังและพิจารณาถึงผลกระทบต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากเหตุผลข้างต้นทำให้ต้องการศึกษาถึงผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งจักเกิดประโยชน์ต่อนักศึกษาที่เป็นต่อเยาวชนในการรู้เท่าทันสื่อและการป้องกันผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในวงกว้างและส่งผลดีต่อประเทศชาติโดยรวม

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน
2. เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน
3. เพื่อเสนอแนวทางการลดผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

1.3 ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน
2. ทำให้ทราบถึงผลกระทบด้านต่างๆ จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน
3. สามารถนำผลกระทบเชิงลบมาวางแผนทางดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์

4. สามารถนำข้อมูลจากการศึกษานี้การใช่วางแผนการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อประโยชน์ในด้านการศึกษา การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

5. ได้แนวทางการลดผลกระทบเชิงลบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน รวมถึงเยาวชนในพื้นที่อื่นๆ

6. สามารถประยุกต์ใช้ผลการศึกษาในครั้งนี้กับประชาชนอื่นๆ ในพื้นที่มณฑลอื่นๆ ลดผลกระทบเชิงลบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์

7. เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารมหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน และผู้บริหารมหาวิทยาลัยใน มณฑลอื่นๆ สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการลดผลกระทบเชิงลบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไปกำหนดเป็นแนวทาง เป็นนโยบายในการวางแผนและสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักศึกษาเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังปรากฏรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาการพฤติกรรมการใช้การสื่อออนไลน์ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย 5 แห่ง ในมณฑลไห่หนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

3. ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยใช้เวลาในการเตรียมข้อมูล ศึกษาค้นคว้า จัดลำดับข้อมูล สร้างเครื่องมือ พร้อมทั้งแจกแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลภาคสนาม และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่วันที่ เดือน กรกฎาคม 2567 – มกราคม 2568

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อที่สามารถสื่อสารไปยังนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน สามารถรับสารได้ทุกที่ ทุกเวลา และสามารถสนทนากัน ได้ต่อกันระหว่างผู้ส่งสารและนักศึกษาที่เป็นผู้รับสาร เป็นการสื่อสารสองทาง และเป็นสื่อใหม่ที่เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องเพราะการปฏิสัมพันธ์กับสารที่เผยแพร่มาสู่ผู้ศึกษาอย่างต่อเนื่อง และนักศึกษาสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อได้ และเป็นสื่อที่นักศึกษาใช้ประโยชน์จากการสื่อสารรอบด้านที่สะดวกรวดเร็ว

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง แพลตฟอร์มออนไลน์ที่นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ใช้ ในการหาข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา ด้านความบันเทิง ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อพัฒนาตนเองทำให้ผู้ศึกษาสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิด แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน และเชื่อมโยงกัน โดยมีการติดต่อสื่อสารกันเป็นเครือข่าย (Network) เช่น เว็บไซต์ ไลน์, วิตซ์ ทูท ฯลฯ เป็นต้น

พฤติกรรม หมายถึง การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานในลักษณะต่างๆ ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อข่าวสารที่นักศึกษารับมา และส่งผลกระทบให้เกิดขึ้น ซึ่งสามารถสังเกตได้โดยตรงหรือใช้เครื่องมือวัดได้ หรืออาจสังเกตได้ในทางอ้อม เช่น การพูด การกระทำที่แสดงออก ตลอดจนความรู้สึก ทัศนคติ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

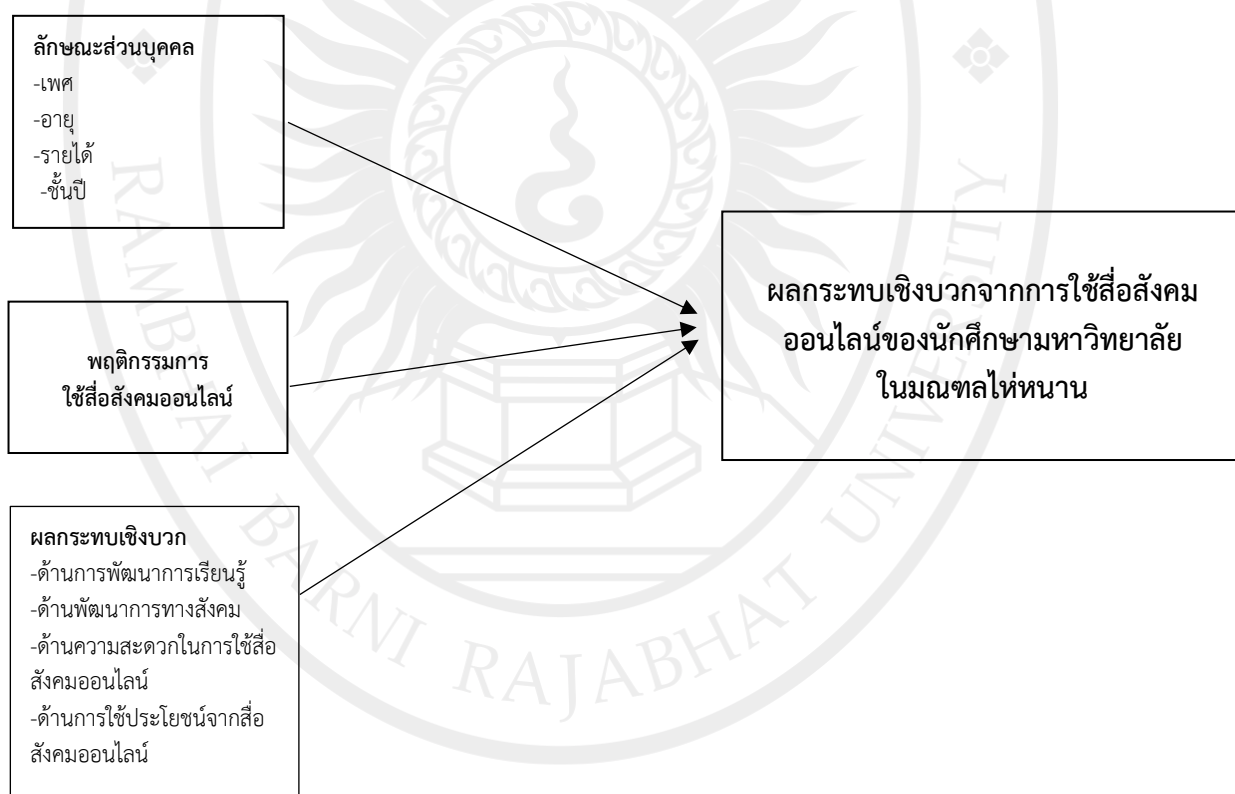
ผลกระทบเชิงบวก หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ดีจากเรื่องใดเรื่องหนึ่งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานส่งผลดีต่อพฤติกรรมที่แสดงออกผ่านการพูดและการกระทำอันส่งผลดีต่อตนเองและสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผลกระทบเชิงลบ หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ดีจากเรื่องใดเรื่องหนึ่งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานส่งผลเชิงลบต่อพฤติกรรมที่แสดงออกผ่านการพูดและการกระทำที่ส่งผลเสียต่อตนเองและสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม

นักศึกษา หมายถึง เยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย 5 แห่ง ในมณฑลไห่หนานประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน คือ Haikou University of Economics, Hainan Normal University, Hainan Medical University, Sunya University, และ Qiongzhou University.

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด เพื่อเป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ผู้วิจัยได้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน และได้ทำการศึกษาเอกสารทั้งในด้านการวรรณกรรม และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบ และแนวทางในการอธิบายและวิเคราะห์ถึงผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน โดยมีรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางที่มีการติดต่อสื่อสารกันในลักษณะการสื่อสารแบบบรอดทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้อุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต เป็นต้น โครงสร้างของสื่อสังคมออนไลน์ (พรณวดี ลัคนะวิสุต, 2557) ประกอบด้วยโนด (Node) ที่เชื่อมต่อกัน โดยแต่ละโนด (Node) ที่เชื่อมโยงกันอาจมีความสัมพันธ์กับโนด (Node) อื่นๆ ด้วย โดยประเภทของความสัมพันธ์อาจมีประเภทเดียวหรือมากกว่านั้น เช่น ค่านิยม วิสัยทัศน์ความคิด เพื่อน ญาติ หรือเว็บลิงค์การค้า ซึ่งแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. สร้างและประกาศตัวตน ใช้สำหรับผู้ใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนผ่านการเขียนบทความขึ้นมาบนเว็บไซต์ และสามารถเผยแพร่เรื่องราวของตนเองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

- 1.1 รูปแบบบล็อก (Blog) มาจากคำว่า "Web" รวมกับคำว่า "Log" เป็นเสมือนที่เก็บบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูล

- 1.2 รูปแบบไมโครบล็อก ให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความสั้นๆ ผ่านเว็บไซต์ผู้ให้บริการ และสามารถส่งข้อความนั้นๆ ไปยังโทรศัพท์มือถือได้ เช่น ทวิตเตอร์

2. สร้างและประกาศผลงาน สำหรับผู้ใช้ที่ต้องการนำเสนอผลงานของตนเองได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยเป็นเว็บไซต์ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรีที่จัดโชว์ผลงานของตนเองทั้งในแบบ รูปภาพ เพลง ภาพเคลื่อนไหว

3. ความชอบในสิ่งเดียวกัน

4. เวทีทำงานร่วมกัน

5. ประสบการณ์เสมือนจริง

6. เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ

7. เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เชื่อมต่อระหว่างเครื่องของผู้ใช้งานด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและตรงถึงผู้ใช้งานได้ทันที

วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ และคณะ (2554) ได้เสนอว่าสื่อสังคมออนไลน์แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. สื่อสังคมออนไลน์แบบกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ เป็นเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่คอยกระตุ้นให้ผู้ใช้ร่วมกันสร้างข้อมูล เนื้อหาต่างๆ ขึ้นมา เช่น วิกิพีเดีย

2. สื่อสังคมออนไลน์แบบบล็อกเป็นเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถเขียนบอกเรื่องราวความรู้สึกของตนเองลงไปได้ เช่น เว็บบล็อก

3. สื่อสังคมออนไลน์แบบรวบรวมเนื้อหา เป็นเว็บไซต์ที่มีไว้สำหรับแบ่งปันเนื้อหาต่างๆ ระหว่างผู้ใช้ด้วยกันเองไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ หรือไฟล์เพื่อนำเสนองานต่างๆ เช่น ยูทูบ สไลด์แชร์

4. สื่อสังคมออนไลน์แบบชุมชนออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างประวัติข้อมูลของตนเองและเข้ามาอยู่ร่วมกัน มีการลงข้อความรูปภาพ วิดีโอ เช่น เฟซบุ๊ก

5. สื่อสังคมออนไลน์แบบเกมในโลกเสมือนจริง เป็นเกม 3 มิติ ที่ผู้ใช้จะต้องสวมบทบาทเป็นตัวละครในเกม และสามารถติดต่อพูดคุยกับผู้เล่นคนอื่นได้

6. สื่อสังคมออนไลน์แบบแบบสังคมในโลกเสมือนจริง เป็นเกม 3 มิติ โดยผู้ใช้จะต้องเปิดเผยตัวตนในรูปแบบตนจำลอง ที่ผู้ใช้สามารถเลือก รูปร่าง ท่าทาง การแสดงออก การแต่งกาย เช่น เซคันด์ไลฟ์

ถึงแม้ว่าจะมีการแบ่งโครงสร้างหรือการแบ่งประเภทที่แตกต่างกัน แต่ภาพรวมแล้วมีความใกล้เคียงกัน ในลักษณะของการมีความสัมพันธ์กันของผู้ใช้งานในสังคมออนไลน์แต่ละประเภทนั้นๆ ซึ่งจะมีบางอย่างที่เหมือนกัน เช่น ความชอบ กิจกรรม หรือมีบางอย่างที่เกี่ยวข้องกัน เช่น อาชีพ หรือครอบครัว

การสื่อสารเป็นเรื่องที่มีความจำเป็น และมีความสำคัญ เนื่องจากมนุษย์ใช้การสื่อสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน แต่มนุษย์มีความแตกต่างกันทั้งด้านกายภาพ สถานภาพทางสังคม และขอบเขตประสบการณ์ของผู้สื่อสาร ปัจจัยดังกล่าวเหล่านี้ล้วนส่งผลเกิดเป็นพฤติกรรมในการสื่อสาร ที่อาจทำให้การสื่อสารระหว่างกันไม่เป็นไปด้วยความราบรื่นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และอาจเป็นปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิดด้านการสื่อสาร และแนวคิดด้านพฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมการสื่อสารมีความสำคัญและเป็นกลไกหลักในการดำเนินชีวิตของบุคคลที่จำเป็นและจะขาดเสียไม่ได้

พฤติกรรมการสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ พฤติกรรมการสื่อสารที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และพฤติกรรมการสื่อสารที่เกิดจากการเรียนรู้ พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่แสดงออกมาส่วนใหญ่พบทั้งในทุกระดับการสื่อสาร หรือทุกประเภทของการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารได้สะท้อนหรือแสดงให้เห็นผ่าน การทำงานร่วมกันเป็นทีม การประสานงาน การให้บริการ และการบริหารคน หรือในการพัฒนาระดับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ของบุคลากรก็ตาม หากเราจะศึกษาถึงการพัฒนาคอนที่ผ่าน ๆ มาคงไม่ปฏิเสธไม่ได้ว่าในทุกกิจกรรมโดยส่วนใหญ่ ของการทำงานของเราต้องอาศัยการสื่อสารติดต่อสัมพันธ์เพื่อให้ได้งานตามเป้าหมายที่ต้องการ โดยเฉพาะผู้ที่ มีหน้าที่เป็น “หัวหน้างาน (คน)” ซึ่งต้องตระหนักถึงความสำคัญและ มีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะการสื่อสารที่ถูกต้องและใช้ อย่างเหมาะสม รวมทั้งสามารถปรับและพัฒนาพฤติกรรมการสื่อสารของตนเองให้ สามารถคัดคน สอนคน รักษาคน และพัฒนาคนเพื่อให้สามารถทำงาน ได้ตามที่พึงประสงค์ เพื่อนำไปสู่การ พัฒนาคณะและองค์การแบบยั่งยืน ซึ่งเรื่องหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม คือ “พฤติกรรมการสื่อสาร” (พิชญา ประครอง ใจ, 2558)

พฤติกรรมการสื่อสารจึงเป็นเสมือน “จุดอ่อนในปมด้อย” ของการสื่อสารได้เหมือนกัน ทั้งที่รู้ตัวและ อาจไม่รู้ตัวดังนั้น พฤติกรรมการสื่อสารจึงถือเป็นคุณภาพของการสื่อสาร สำหรับคู่สื่อสารเป็นเครื่องมือขึ้น พื้นฐานที่จำเป็นและสำคัญมากสำหรับการสื่อสารทุกประเภท และทุกระดับ หากบุคคลได้รับการฝึกปฏิบัติ และพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยเสริมสร้างทักษะการสื่อสารได้ดียิ่งขึ้น

1.1 ความหมายและความสำคัญของพฤติกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมกรรมสื่อสาร มาจากคำว่า "พฤติกรรม" และ "การสื่อสาร" ซึ่งเป็นศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก เนื่องจากได้กล่าวถึงความหมายของ "การสื่อสาร" ไว้โดยละเอียดแล้วในบทที่ 1 ในที่นี้จะขอหยิบยกริชาของคำว่า "พฤติกรรม" บางส่วนมา เพื่อแสดงให้เห็นถึงความหมายที่แท้จริงของคำว่า "พฤติกรรม" ในแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ เสียก่อน

- พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือปฏิกิริยาที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย กล้ามเนื้อสมอง อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์และสัตว์ย่อมจะแสดงออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจน

- พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ของร่างกายที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกระบวนการทางจิตซึ่งถูกใจด้วยสิ่งเร้าต่าง ๆ

- พฤติกรรม หมายถึง กิริยาของสิ่งมีชีวิตในทุกรูปแบบที่แสดงออกมาเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้น ทั้งสิ่งเร้าที่อยู่ภายในและภายนอกร่างกาย เพื่อเป็นไปอย่างเหมาะสมในการอยู่รอดของชีวิต

- พฤติกรรม เกิดจากการประสานงานกันระหว่างระบบประสาท ระบบกล้ามเนื้อ และระบบต่อม (ลักขณา ศรีวัฒน์, 2540: 16 - 17)

แมคคอนเนล (McConnell) ระบุว่า นิยามของคำว่า "พฤติกรรม" มาจากมุมมอง 3 ด้านคือ 1) มุมมองทางชีววิทยา (biological viewpoint) ซึ่งเป็นการศึกษาว่าระบบการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์อย่างไรบ้าง 2) จิตวิทยาภายในบุคคล (intra-psychic viewpoint) ซึ่งมีความเชื่อพื้นฐานว่าจิตใจภายในบุคคลเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม และ 3) พฤติกรรมทางสังคม (social/behavioral viewpoint) ซึ่งไม่คำนึงถึงปัจจัยทางชีวภาพ และจิตวิทยาภายใน แต่จะคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นสำคัญ นอกจากนี้ เขายังได้กล่าวว่ามีมุมมองทั้ง 3 นี้ ไม่สามารถใช้อธิบายพฤติกรรมมนุษย์แบบแยกส่วน หากต้องนำมาใช้อธิบายแบบองค์รวม (holistic approach) เนื่องจากชีววิทยา จิตวิทยา และ พฤติกรรมทางสังคม เป็นองค์ประกอบหลักที่ใช้อธิบายพฤติกรรมมนุษย์ได้อย่างสมบูรณ์ที่สุด (McConnell, 1983: 10-13)

หากนำแนวคิดของแมคคอนเนล มาพิจารณาต่อแล้ว จะเห็นว่าการศึกษาเรื่องพฤติกรรมมนุษย์มีที่มาจากทฤษฎีหลัก 5 ทฤษฎี ที่สะท้อนให้เห็นแนวคิดจาก 5 แนวทาง ได้แก่ ทฤษฎีพันธุศาสตร์ (genetic theories) ทฤษฎีการเรียนรู้ (learning theories) ทฤษฎีความเข้าใจ (cognitive theories) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (psychoanalytic theories) และทฤษฎีบทบาท (role theories)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ (Social Network)

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากเนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่แตกต่างหลากหลายของคนทั่วโลกที่สามารถเชื่อมถึงกันและมีปฏิสัมพันธ์กันบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์จึงเข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารหรือผู้บริโภค

2.2.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2559) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อข้อมูล สารสนเทศ ภาพ มัลติมีเดีย หรือสื่อดิจิทัล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ช่องทางประเภทของสื่อสังคมออนไลน์การติดต่อแบบสามารถโต้ตอบหรือแบ่งปันสื่อร่วมกันผ่านอินเทอร์เน็ต หรือระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ บุคคลทั่วไปสามารถสื่อสาร นำเสนอ แบ่งปันและเผยแพร่ข้อมูลออกสู่สาธารณะ โดยใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟนทำให้เกิดเครือข่ายสังคมขึ้นจากการติดต่อร่วมกันของบุคคลทั่วโลก

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติคำว่า "Social Media" ไว้ว่า "สื่อสังคม" หมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัทต่างๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน

อรรถวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง (2533) กล่าวว่าสื่อสังคมออนไลน์คือ สื่อดิจิทัล หรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของระบบเว็บ หรือเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมเพื่อทำให้ผู้ใช้ในโลกออนไลน์สามารถแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวกับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้ประโยชน์ร่วมกันในสังคมมนุษย์ เช่น การติดต่อสื่อสาร การแบ่งปันความรู้ และการจัดการความรู้ เป็นต้น

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (2554) สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และ โปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User generated Content) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง

อุไรพร ชลศิริรุ่งสกุล (2554) กล่าวว่า "Social Media" คือสื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในทุกกลุ่ม การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในโซเชียลเน็ตเวิร์ค คือ รู้จักเรียนรู้ รับฟังและเสนอข้อมูลได้ตรงความต้องการ มีความจริงใจและระบบเทคโนโลยีรองรับเพื่อการต่อยอดสู่การบริหารด้านอื่นๆ ขององค์กร ได้อย่างต่อเนื่อง “เครือข่ายสังคมออนไลน์” มาจากคำว่าว่า Social Network ซึ่งเป็นเครือข่ายของการสื่อสารข้อมูลขนาดใหญ่อันประกอบด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ จำนวนมากเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลจากองค์กรต่างๆ ทั่วโลกเข้าด้วยกัน โดยคำว่า "เครือข่าย" หมายถึง

1. การที่มีคอมพิวเตอร์ตั้งแต่ 2 เครื่องขึ้นไป เชื่อมต่อเข้าด้วยกันด้วยสายเคเบิลทางตรง) หรือสายโทรศัพท์ (ทางอ้อม)
2. มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์
3. มีการถ่ายเทข้อมูลระหว่างกัน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ถือเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกันภายใต้มาตรฐานการสื่อสารเดียวกัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารและสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายต่างๆ ทั่วโลก ดังนั้นอินเทอร์เน็ต จึงเป็นแหล่งรวมสารสนเทศจากทุกมุมโลกทุกสาขาวิชา ทุกด้าน ทั้งบันเทิงและวิชาการ ตลอดจนการประกอบธุรกิจต่าง ๆ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) หมายถึง เว็บไซต์เชื่อมโยงผู้คนเข้าไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนเข้ามารู้จักกัน มีการให้บริการเครื่องมือต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายสำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวบทความ รูปภาพ ผลงานเป็นที่พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือความสนใจร่วมกัน รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ ตามความสนใจของแต่ละบุคคล โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์มีหลายประเภท ได้แก่

1. ประเภทแหล่งข้อมูลให้ความรู้ (Data/ Knowledge) เช่น Wilia
2. ประเภทสร้างเครือข่ายทางสังคม (Community) เช่น Facebook, Twitter
3. ประเภทสื่อ (Media) เช่น YouTube
4. ประเภทเกมออนไลน์ (Online Game) เช่น Raknarok, PANGYA
5. ประเภทฝากภาพ (Photo Management) เช่น Multiply
6. ประเภทซื้อขาย (Business/ Commerce) เช่น eBay ฯลฯ

วิรัชญา ใจสม (2560) ได้ให้เหตุผลสำคัญที่ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมแพร่หลาย

1. การสื่อสารในสังคมออนไลน์ไม่จำกัดระบบปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต่างระบบปฏิบัติการกันก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ ผู้ใช้ยังสามารถมีการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างอิสระยังสามารถสร้างกลุ่มความสนใจขึ้นได้เองอีกด้วย

2. การสื่อสารในสังคมออนไลน์ไม่จำกัดรูปแบบของข้อมูล ซึ่งมีได้ทั้งข้อมูลที่เป็นข้อความอย่างเดียว หรืออาจมีภาพประกอบ รวมไปถึงข้อมูลชนิดมัลติมีเดียทั้งภาพเคลื่อนไหวและมีเสียงประกอบด้วย

จากความหมายที่ได้กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายสังคมผ่านอุปกรณ์ที่การเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารที่ผลิตเนื้อหาสารขึ้นเอง หรือส่งต่อเนื้อหา (Content Sharing) เช่น line, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram , WhatsApp, DLTV, Wiilan ทฤษฎี กฎ กติกา , เว็บไซต์ Wikipedia, เว็บไซต์ Google , เว็บไซต์ E-mail , G-mail เป็นต้น

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์

ลักษณะของสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารสองทาง การเข้าถึงในวงกว้างสื่อออนไลน์เป็นสื่อใหม่ที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง เพราะมีการปฏิสัมพันธ์กับสารและเผยแพร่ต่อได้ เชื่อมโยงข้อมูลได้จำนวนมาก ข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์มีลักษณะแยกชิ้นส่วน หากผู้รับสารไม่เข้าใจและไม่สามารถประกอบรวมได้อาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดได้ แต่ถ้าประกอบรวมได้จะมีประโยชน์ในการสื่อสารรอบด้าน สื่อออนไลน์เอื้อต่อการสร้างชุมชน ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม โดยเฉพาะการรวมกลุ่มความคิดนำไปสู่การหลอมทัศนคติและพฤติกรรมกลุ่ม สื่อออนไลน์มีความสามารถในการประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่ง ทำให้บทบาทของ User-generated Content สำคัญ สื่อออนไลน์มีลักษณะส่งเสริมการรวมกันทางสังคมและการร่วมมือกันทางไซเบอร์ สื่อออนไลน์ยังทำให้เกิดวัฒนธรรมแบบริมิคซ์ คือการเลือกเนื้อหามาคัดแปลง ตัดต่อ ประกอบสร้างใหม่ โดยที่ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหานั้น เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดลักษณะของการสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ ซึ่ง Deuze (2003) อธิบายว่าการใช้สื่อออนไลน์ต้องเลือกตัดสินใจการใช้สื่อที่แตกต่างให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่จะนำเสนอและมีความเป็นมัลติมีเดีย (Multimedia) ต้องคำนึงถึงถึงช่องทางเครื่องมือที่จะทำให้เกิดการโต้ตอบกับผู้รับสารและมีเครื่องมือให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับข่าวสารในรูปแบบที่ต้องการได้ (Interactivity) และต้องคำนึงถึงการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารไปสู่ประเด็นหรือฐานข้อมูลอื่นๆ ผ่าน Hyperlink (Hyper textuality) เช่นเดียวกับ Skoler (2009) ที่อธิบายว่าสื่อสังคมเป็นเรื่องของการแบ่งปัน การรับฟังและตอบโต้กับผู้อื่น ซึ่งการแบ่งปันข้อมูลนี้ทำให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ และการรับฟังความเห็นของผู้อื่น การสร้างความสัมพันธ์ และการรวบรวมความรู้มาจากแหล่งที่หลากหลาย รวมถึงมาจากประสบการณ์โดยตรง ดังนั้น การปรับตัวของคนสื่อก็คือต้องเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่าง "สื่อมวลชน" กับ "ชุมชนออนไลน์" ให้ได้ ทำได้ทั้งตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของการสนทนาร่วมกับชุมชนออนไลน์ เช่น การเขียน blog ร่วมใน Forum, Web Board อัปเดตข้อมูลผ่าน Twitter สร้างเครือข่ายผ่าน Social Network ต่างๆ และการขยายเครือข่ายเช่นนี้ จะมีประโยชน์ทำให้ มิติ ในการเข้าถึงข้อมูล และการมองหาประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่องานสื่อสารมวลชนทำได้กว้างและหลากหลายมากขึ้น ประเด็นในมิตินี้ การศึกษาที่สำคัญคือการดูรูปแบบกระบวนการที่สื่อมวลชนสื่อสาร "ข้ามสื่อ" รวมถึงจริยธรรมและมาตรฐานทางวิชาชีพเมื่อต้องทำข่าวข้ามสื่อในขณะที่ยังสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ สื่อที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีลักษณะสร้างให้ผู้ใช้เกิดการแลกเปลี่ยน พูดคุยกันระหว่างผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลด้วยตัวเอง แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่น โดยมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยสื่อสังคมมีลักษณะสำคัญ คือ การมีส่วนร่วม

ร่วม (Participation) คือเป็นช่องทางสนับสนุนให้เกิดการให้ข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ผู้สื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นทั้งผู้ส่งสารและรับสารในกระบวนการสื่อสารสองทาง การเปิดกว้าง (Openness) คือการเปิดพื้นที่ให้มีการแสดงตัวตน ความเห็น ความรู้สึกอย่างเปิดเผยต่อสาธารณะ และเปิดพื้นที่ให้มีการตอบโต้ ปฏิสัมพันธ์กันอย่างกว้างขวาง การสร้างบทสนทนา (Conversation) สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ของการสนทนาและแลกเปลี่ยนเรื่องต่างๆ ระหว่างคนที่อยู่ในเครือข่ายการสื่อสารเดียวกัน การสนทนาจะเกิดขึ้นจากการต้องการข้อมูล ข่าวสารหรือมีความคิด ความเห็นและความชอบใกล้เคียงกันและต้องการแลกเปลี่ยนกับอีกฝ่าย ซึ่งการสนทนานี้ เมื่อเกิดเป็นกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องแบ่งปันให้ผู้อื่นทั้งในและนอกเครือข่ายได้รับรู้ ทำให้เกิดการรวมตัวเป็นชุมชนออนไลน์ (Community) ขึ้น ซึ่งจุดเด่นของสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ประการนี้ ก่อรูปแบบของการสื่อสารการเมืองรูปแบบใหม่บนสื่อออนไลน์

จากแนวคิดข้างต้น สะท้อนลักษณะสำคัญของสื่อออนไลน์ในเรื่องของความเร็ว การเป็นเครือข่ายการเชื่อมโยงข้อมูลจำนวนมาก การปฏิสัมพันธ์ และการสร้างพื้นที่การนำเสนอข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นเพื่อการสื่อสารได้สองทางมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ดังนั้นการศึกษาและวิเคราะห์การสื่อสารบนสื่อออนไลน์ต้องทำการศึกษาในส่วนของแพลตฟอร์มหรือช่องทางที่มีการใช้งานเพื่อสื่อสาร กระบวนการและรูปแบบของการสื่อสาร เนื้อหาในการสื่อสาร และอิทธิพลของการสื่อสารบนสื่อออนไลน์ที่มีต่อความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมในประเด็นต่าง ๆ

2.2.3 คุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram จัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่พัฒนาขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีคุณสมบัติหรือลักษณะดังนี้

1. เป็นสื่อที่ต่างจากสื่อเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) หรือกระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-to-Many) เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Comm) หรือการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายๆ คน (Many-to-Many)
2. สะดวกต่อการพกพา (Compactable), รวดเร็ว (Speed of Communication) ไร้พรมแดน (Absence of Boundaries) และเป็นดิจิทัล (Digitalization)
3. เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งสาร ส่งไปได้ทั้งในและต่างประเทศอย่างไร้พรมแดน
4. เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การแพร่กระจายข่าวสารเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงประเด็นที่เป็นทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ (Talk of the Town) ทำได้ง่ายขึ้นโดยเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing)

2.2.4 องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์

องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบไปด้วยพื้นฐาน 5 ชนิด ดังนี้

1. ข้อความ เป็นส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าสนใจ ถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่นำเสนอผ่านจอภาพ ภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ (โต้ตอบ) ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมีหลายรูปแบบ ได้แก่

ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป ได้จากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผลงาน (Word Processor) เช่น NotePad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษรแต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพหนึ่งภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพเป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผลได้

ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) เป็นรูปแบบของข้อความที่ได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิค หรือเชื่อมข้อความไปยังข้อความหรือจุดอื่นๆ ได้

2. เสียง ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับการทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอจะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดีทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ชมมากกว่าข้อความหรือภาพนิ่ง ดังนั้นเสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่งสามารถนำเข้าเสียงผ่านทางไมโครโฟน, แผ่นซีดี, ดีวีดี, เทป และวิทยุ

3. ภาพนิ่ง เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากภาพจะให้ผลเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งกว่าข้อความหรือตัวอักษรซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

4. ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทาง ซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

5. วิดีโอ เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการนำเสนอวิดีโอด้วยเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real-Time) จะต้องประกอบด้วยจำนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30 ภาพ ต่อวินาที (Frame/Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าวไม่ได้ผ่านกระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การนำเสนอภาพเพียง 1 วินาที อาจต้องใช้หน่วยความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกินขนาดและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ลดลงนั่นเอง

2.2.5 ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์

1. สื่อสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง หรือการสนทนาที่มีผู้เข้าร่วมได้ทีละหลายคน สามารถโต้ตอบกันได้ทันที ช่วยลดการผูกขาดการแพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียวของสื่อกระแสหลักอย่างหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ถือเป็นปรากฏการณ์เชิงบวกที่เปิดโอกาสให้พลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมต่อประเด็นสาธารณะต่างๆ ในสังคม

2. เป็นช่องทางที่ประหยัด สะดวก และรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างและต่อยอดความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่มีประโยชน์จนเกิดเป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดอ้อม เช่น Wikipedia และเว็บบอร์ดต่างๆ

3. เป็นช่องทางในการระดมทุน ความคิดเห็น หรือทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาสังคมด้านใดด้านหนึ่ง

4. เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น ภาพถ่าย บทความ วิดีโอต่างๆ ทั้งที่เป็นสาระประโยชน์และความบันเทิง ช่วยสร้างผลงานและรายได้แก่ตนเองและครอบครัว

5. เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ทั้งแบบเร่งด่วนและ ไม่เร่งด่วน เช่น แจ้งจุดเกิดอุบัติเหตุ, แจ้งเตือนภัยธรรมชาติ, ขอรับบริจาคโลหิต, ตำแหน่งงานว่าง เป็นต้น

6. เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

7. สื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนที่สะดวกต่อการพกพาช่วยคลายเครียดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากการสนทนากับเพื่อน และการเปิดรับความบันเทิงต่างๆ ได้

2.2.6 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานในปัจจุบันแบ่งออกเป็นหลายประเภทตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) หมายถึง การสร้างกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มสังคม (Social Community) เอาไว้ติดต่อพูดคุยและอัปเดตข่าวสารของกันและกัน อาจแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้เป็น 2 ชนิด ได้แก่

1.1 Social Networking หรือเครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม เพื่อให้ผู้ใช้แลกเปลี่ยนความสนใจ ข่าวสาร หรือกิจกรรมของกันและกัน รวมถึงเพื่อแลกเปลี่ยนทัศนะและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันทั้งด้านสังคม, สิ่งแวดล้อม, ธุรกิจ, การเมือง การศึกษา ความบันเทิง ตัวอย่างของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เช่น Facebook, YouTube, Instagram , DLTV, ทูปลูกปัญญา , เว็บไซต์ Wikipedia, เว็บไซต์ Google , เว็บไซต์ E-mail G-mail เป็นต้น

1.2 Micro Blog หรือที่เรียกกันว่า "บล็อกจ๊ว" เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ที่จำกัดของข้อความที่เขียน ผู้ใช้สามารถเขียนข้อความได้สั้นๆ ประมาณครั้งละ 240 ตัวอักษร ที่เรียกว่า "status" หรือ "notice" เพื่อแสดงสถานะของตัวเองว่ากำลังทำอะไรอยู่ หรือแจ้งข่าวสารต่างๆ แก่กลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ เช่น Twitter เป็นต้น

2. การสนทนาออนไลน์ หรือแชท (Chat) หมายถึง การพิมพ์ข้อความโต้ตอบกันไปตามในลักษณะประโยคต่อประโยค ปัจจุบันนอกจากการพิมพ์ข้อความ ยังสามารถพูดคุยแบบเห็นหน้าและได้ยินเสียง โปรแกรมแชทที่เป็นที่นิยม เช่น Line, WeChat, และ WhatsApp เป็นต้น

3. การแสดงความคิดเห็นหรือพูดคุยผ่านกระดานข่าว หรือเว็บบอร์ด (web board) หมายถึง การโพสต์กระทู้หรือแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ลงบนเว็บไซต์ในรูปแบบของเว็บบอร์ดที่ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนทัศนะในเรื่องที่สนใจ เช่น สินค้าหรือบริการ ประเด็นข่าว ประเด็นสาธารณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา หรือประเด็นฮอตฮิตของสังคมในขณะนั้น เว็บไซต์ที่เป็นที่นิยม เช่น Pantip, Epinions เป็นต้น

4. การแบ่งปันภาพ แฟ้มข้อมูล หรือวิดีโอ (Media Sharing) หมายถึง การอัปโหลด (Upload) รูปภาพ แฟ้มข้อมูล หรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับสมาชิก หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์ทั้งหนัง เพลง ละคร และรายการสาระและบันเทิงอื่นๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เนื่องจากผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการและตามเวลาที่คนสะดวก ไม่ถูกจำกัดด้วยผังรายการเหมือนสื่อวิทยุโทรทัศน์ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่เป็น media sharing เช่น Youtube, Multiply เป็นต้น

5. การแบ่งปันทัศนะผ่านบทความหรือบันทึกส่วนตัวในบล็อก (Blogs/WeBlogs) หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น บันทึกส่วนตัว เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความสามารถด้านต่างๆ เผยแพร่ความรู้ผ่านบทความหรือบันทึกส่วนตัว โดยสามารถแบ่งปันให้บุคคลอื่นๆ เข้าไปอ่าน หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ เช่น Exteen, Bloggang, Wordpress และ Blogger เป็นต้น

6. การสืบค้นข้อมูล (Search) หมายถึง การเรียกดูข้อมูลจากเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data Knowledge) ซึ่งผู้เขียนส่วนใหญ่อาจจะเป็นนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่างๆ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การศึกษา ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนหรือแก้ไขข้อมูลได้อย่างอิสระ เช่น เว็บไซต์ Wikipedia, เว็บไซต์ Google, เว็บไซต์ E-mail G-mail เป็นต้น

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

2.3.1 ความหมายของการรับรู้

กนิฐทิพ ศรีสมรัตน์ (2561) ได้ให้ความหมายของ การรับรู้ ว่าเป็นกระบวนการตีความที่ผ่านประสาทสัมผัสใดๆ โดยตรง การสัมผัสรู้ อันเป็นการรู้ที่เกิดจากการได้รับความรู้สึกเข้ามาทางประสาทสัมผัสเกิดเป็นความเข้าใจหรือความรู้สึกภายในของบุคคลกล่าวว่ากระบวนการเลือกสรรการรับรู้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเปิดรับสื่อ คือ การที่ผู้บริโภคลือกรับข้อมูลข่าวสาร เช่น ผู้บริโภคอาจเลือกดูโฆษณาสินค้าที่น่าสนใจจากโทรทัศน์หรือสื่ออื่นๆ
2. การเลือกสนใจ คือ จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคลือกรับความสนใจไปที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งและไม่สนใจต่อสิ่งเร้าอื่นๆ
3. การเลือกตีความเข้าใจ คือ ว่าเมื่อผู้บริโภคลือกรับสนใจที่จะรับรู้ข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง ก็จะได้ความตามความเข้าใจ ความเชื่อ แรงจูงใจ และประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งอาจจะไม่ตรงตามเจตนาของผู้ส่งข่าวสารได้

นวลอนงค์ ผานัด (2556) กล่าวว่าคุณค่าที่รับรู้ หมายถึงการประเมินโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยเฉพาะรับรู้ในมูลค่าจากการส่งออกและผลประโยชน์ และรับรู้ในต้นทุน

Chen, Hsiao & Wu (2018) ได้อธิบายว่า การรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยพื้นฐานของการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการแสดงถึงระดับที่ผู้ใช้ยอมรับว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน

Ooi & Tan (2016) ได้ให้นิยามการรับรู้ประโยชน์ หมายถึง การที่บุคคลเชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้ด้วยการแสดงถึงระดับที่ผู้ใช้สามารถรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกิจกรรมหรือการทำงานให้ดีขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ปิยา แดงเดช (2557) การรับรู้ประโยชน์ ประกอบด้วย การรับรู้ด้านสังคม การรับรู้ด้านจิตใจอารมณ์ และ การรับรู้ทางด้านการเงิน หมายถึงความรู้สึกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่จะมีผลต่อการประเมินสิ่งที่ได้รับว่ามีประโยชน์มากน้อยแค่ไหน และจะนำไปสู่การตัดสินใจว่าสินค้า หรือบริการนั้น มีประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่

กัลยา เขียวเปลื้อง (2563) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่อินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อมโดยผ่านทางประสาทสัมผัส โดยเริ่มต้นจากการไขว่คว้าสัมผัสสิ่งเร้าและจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ภายในระบบการคิดในสมองแล้วจึงแปลความหมาย ในขั้นแปลความหมายนี้จะใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นพื้นฐานในการแปลความหมาย ดังนี้

1. การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับค้ำที่ผู้ใช้เชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของคน ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและพฤติกรรมของผู้ใช้

2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึงระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

3. ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งเกิดจากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน

ศุภรางค์ จันทรมะ (2559) ได้ให้อธิบายว่า ทัศนคติ คือความเชื่อที่คงทนที่มนุษย์เรียนรู้มาเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง เป็นการรวมตัวของความเชื่อที่ตั้งเป็นระบบคงทนซึ่งก่อให้เกิดเห็นว่าทัศนคตินั้นเป็นสิ่งที่รวมตัวกันจากความเชื่อเป็นกลุ่มจนกระทั่งมีความมั่นคงและเป็นระบบ

สุพรรณษา บุญพาพันธ์ (2561) ได้อธิบายว่าทัศนคติว่าเป็นความรู้สึกและความคิดโดยรวมของบุคคล ซึ่งกันได้ทั้งทางบวกและทางลบ เช่น ความชอบ ไม่ชอบ ข้อคิดเห็น ความหวาดกลัว ความเชื่อมั่นที่มีต่อเรื่องหนึ่งเรื่องใด โดยทัศนคติจะแสดงออกผ่านทางความคิดเห็น (Opinion) ดังนั้นจึงถือได้ว่าความคิดเห็นของบุคคลเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงทัศนคติ

ธนัญชนก เบญจเส (2563) ทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ด้านอารมณ์ความรู้สึก หมายถึง ปฏิกริยาทางอารมณ์และความรู้สึกของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังเป็นความปรารถนาของนักศึกษาที่เกิดจากอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบที่มีต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก็ได้ โดยมีต้นเหตุมาจากความสนใจและความพึงพอใจต่อการขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ รวมทั้งความท้าทายซึ่งเป็นแรงจูงใจภายในของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต

2. ด้านความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจของนักศึกษาเกี่ยวกับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับมาจากประสบการณ์ในอดีตผสมผสานกับข้อมูลกับแหล่งอื่นๆ เช่น ครอบครัวเพื่อน รวมทั้งกลุ่มอ้างอิง เป็นต้น จนกลายเป็นความเชื่อ ซึ่งความเชื่อนี้อาจจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง จริงหรือไม่จริงก็ได้เป็นเพียงแค่ความเชื่อของนักศึกษาแต่ละคนเท่านั้น กล่าวคือ หากนักศึกษาเชื่อว่าการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการสามารถสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและมีทักษะในการขายสินค้าเพิ่มขึ้น รวมทั้งสามารถสร้างความสำเร็จให้แก่นักศึกษาได้ในอนาคต ความรู้ความเข้าใจเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะทำให้ให้นักศึกษาพัฒนาตัวเองไปสู่การเป็นผู้ประกอบการได้ในอนาคต

3. ด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มการแสดงออก หมายถึง วิธีที่นักศึกษาจะตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ โดยจะแสดงให้เห็นถึงความเต็มใจของนักศึกษาต่อแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งประกอบด้วย ความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ในอนาคตหลังสำเร็จการศึกษา ตลอดจนความเต็มใจที่จะยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในอนาคต

นภาพร ภูบุบผา (2562) ได้ให้ความหมายของทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีว่าเป็นผลรวมของความรู้สึกรู้สึกหรือความคิด ซึ่งบุคคลจะแสดงออกผ่านความคิดเห็น เช่น ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ซึ่งความคิดของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือเทคโนโลยีหนึ่งเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลหนึ่งมีการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความเสี่ยง จึงทำให้บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีและส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้เทคโนโลยีต่อไป

2.3.2 การรับรู้ของคนเจนเนอเรชั่นแซต

คนเจนเนอเรชั่นแซต คือกลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุระหว่าง 16--24 ปี เยาวชนกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่จะมากำหนดเทรนด์ในอนาคตกำลังอยู่ในวัยที่เจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่และออกไปสำรวจโลกกว้างทำให้มีการคาดเดาเกี่ยวกับคน Gen Z และพฤติกรรมของคนรุ่นนี้ ตลอดจนมุมมองต่อเรื่องต่างๆ ในโลกที่เชื่อมโยงถึงกันมากขึ้น และการเดินทางเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ง่ายกว่าเดิมข้อมูลเรื่องแบ่ง แตกต่างกัน เรายึดหลักของ มหาวิทยาลัยมหิดล ถือเอา ช่วงหลัง พ.ศ. 2543 (ค.ศ. 2000) เป็นจุดเริ่มของช่วงวัยนี้เป็นกลุ่มคนที่เกิดมาพร้อม Digital และ Social Network แม้ Gen Y และ Gen Z จะเป็นพวกที่มีช่วงอายุที่ติดกัน เจเนอเรชั่น Z หรือ Gen Z หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี 2540 2555 และมีอายุระหว่าง 9-24 ปี ซึ่งในปี พ.ศ. 2564 นี้ พวกเขา กำลังจะกลายเป็นประชากรกลุ่มค่อนข้างใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน โดยปัจจุบันจำนวนประชากรกลุ่มนี้คิดเป็นประมาณ ร้อยละ 24 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และจะกลายมาเป็นผู้บริโภคหลักต่อไปดังนั้นคนในกลุ่ม Gen Z จึงเป็นเจเนอเรชั่นที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก สถาบันวิจัยความเป็นอยู่ อาคิโฮโด อาเซียน หรือ ฮิลล์ อาเซียน (Hakuhodo Institute of Life and Living ASEAN: HILL ASEAN) เอเจนซีโฆษณารายใหญ่จากญี่ปุ่น ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวใน 6 ประเทศอาเซียน โดยพบว่าชาว Gen Z ซึ่งส่วนใหญ่มีพ่อแม่เป็นชาว Gen X เป็นเจเนอเรชั่นที่เกิดมาในยุคโซเชียลมีเดียและอินเทอร์เน็ต พวกเขาได้รับข้อมูลข่าวสารมากมายจากอินเทอร์เน็ต พวกเขาพิจารณาคำพูดและการกระทำของคนในเจเนอเรชั่นก่อน ๆ อย่างเป็นกลาง ใน

มุมมองที่กว้าง พวกเขาต้องการแก้ปัญหาทางสังคมที่อาจเกิดจากคนในเจเนอเรชั่นก่อน ๆ โดยการให้ความสำคัญกับตนเอง ครอบครัว และคนรอบตัวอย่างเท่าเทียมกัน พร้อมร่วมมือกันแก้ปัญหาถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างระหว่างกัน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบ

2.4.1 ความหมายของผลกระทบ

ในการศึกษาเรื่องผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ครั้งนี้มีผู้ให้ความหมายของผลกระทบไว้ต่าง ๆ ดังนี้

เสถียร เหลืองอร่าม (2527, หน้า 1 อ้างถึงใน อุษา เพชรยิ้ม, 2542) ผลกระทบ หมายถึง ผลประโยชน์และหรือผลเสียที่อันเกิดขึ้นจากการกระทำเรื่องใด เรื่องหนึ่งโดยตรง

บันลือ สุทธารมณ (2527, หน้า 2 อ้างอิงใน อุษา เพชรยิ้ม, 2542) ผลกระทบ หมายถึง ผลในชั้นมัธยม และผลในชั้นต่อไปของการเปลี่ยนแปลง

ไบรอัน และไวท์ (Bryant & White, 1987, pp. 137-140 อ้างถึงใน สุรเชษฐ์ ตาคำ, 2554) ผลกระทบ หมายถึง ผลที่ตามมาจากผลผลิต เช่น ถ้ามีการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น เป็นผลผลิตของ โครงการผลกระทบ อย่างหนึ่งก็คือ การลดการตายของทารก

อนันต์ เกตุวงศ์ (2532, หน้า 26-27 อ้างถึงใน ปาริชาติ สังขทรัพย์, 2546) ได้ให้ความหมาย ของผลกระทบว่า หมายถึง ผลที่ตามมาจากผลงาน หรือผลผลิต หรือผลประโยชน์ในระดับประถม (Primary Effects) ของแผนหรือโครงการ ผลกระทบอาจเป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบและอาจเกิด ขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย และมีใช้กลุ่มเป้าหมายและอนาคต

เมอร์ฟี (Murphy, 1981, p. 253) ผลกระทบเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้เสมอด้วย เหตุผลหลาย ประการโดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุเป็นผลต่อกันของการเปลี่ยนแปลง ระดับประถมศึกษาไปสู่ระดับต่อไป

แสวง รัตนมงคลมาศ (2538, หน้า 16-17 อ้างอิงใน ปาริชาติ สังขทรัพย์, 2546) ได้สรุป ความหมาย ผลกระทบ คือ ผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นผลที่เกิดขึ้นทั้งใน ปัจจุบัน และอนาคต เป็นไปทั้งทางบวกและทางลบและอาจเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายและมีใช้ เป้าหมาย หรือผลกระทบต่อ สถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างไรก็ดีเราสามารถแบ่ง ผลกระทบออกเป็นแง่มุมต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมเนื้อหา (Content) สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายรูปแบบ คือ

1.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกระบวนการผลิตและ กระบวนการกระจายสินค้าหรือบริการ เช่น ผลกระทบนโยบายที่มีต่อรายได้ต่อหัวต่อคน

1.2 ผลกระทบทางการเมือง หมายถึง ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการจัดผลประโยชน์ ทางด้าน วัตถุ ตำแหน่ง หน้าที่ และเกียรติยศชื่อเสียง โดยมุ่งที่จะตอบคำถาม “ใครได้ ใครเสีย อะไร เมื่อไร และ อย่างไร”

1.3 ผลกระทบทางการกายภาพ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นทางวัตถุตามธรรมชาติ หรือ ชีววิทยา เช่น ผลกระทบที่ทำให้เกิดโรคมาเรียมะเร็งจากการส่งเสริมการสูบบุหรี่

1.4 ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพนิเวศวิทยาทาง อากาศ น้ำ เสียง และทางเดิน

1.5 ผลกระทบทางสังคม หมายถึง ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับวิถีดำเนินชีวิตของราษฎร ในแง่ ของระบบคุณค่าและพฤติกรรมทางสังคม

2. การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมของความเป็นจริงที่เกิดขึ้น (Reality) เราอาจแบ่งได้เป็น สองประเภท ใหญ่ ๆ คือ ผลกระทบในเชิงภาวะวิสัย (Objective Impact) ซึ่งได้แก่ ผลกระทบที่ เกิดขึ้นโดยไม่ขึ้นอยู่กับ ความรู้สึกนึกคิดของคน เช่น การดำเนินนโยบายคุมกำเนิด จะทำให้สัดส่วน ของผู้สูงอายุสูงขึ้นไม่ว่าใครจะรับรู้ หรือไม่ เช่นนี้ก็จะเกิดขึ้นประเภทหนึ่งคือ ผลกระทบเชิงอัตวิสัย (Subjective Impact) ได้แก่ผลกระทบที่ เกิดขึ้นในความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจต่อความเปลี่ยนแปลงที่ เกิดขึ้น ได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ความ ชัดแย้ง เป็นต้น

3. การแบ่งตามแง่มุมของทิศทางที่กระทบ (Impact) คือ ผลกระทบโดยตรง (Direction Impact) ผลกระทบทางอ้อม (Indirection Impact)

4. การแบ่งตามแง่มุมของคุณค่า (Value) ของผลกระทบอาจแบ่งได้เป็นผลกระทบใน เชิงบวก (Position Impact) หมายถึง ผลกระทบที่เป็นสิ่งที่พึงปรารถนา และผลกระทบในเชิงลบ (Negative Impact) ได้แก่ ผลกระทบที่ไม่เป็นที่พึงปรารถนา

5. การแบ่งผลกระทบตามช่วงเวลา คือ ผลกระทบในระยะสั้น หมายถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน และผลกระทบระยะยาว หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นในอนาคต

6. การแบ่งผลกระทบตามขอบเขตที่เกิดขึ้น สามารถแบ่งออกได้เป็นผลกระทบที่มีผลในวงกว้าง และผลกระทบที่มีผลในวงแคบ

สรุปได้ว่า ผลกระทบ หมายถึง ผลการเปลี่ยนแปลงผลงานที่คาดว่าจะก่อให้เกิดผลดี หรือ ผลเสียในระยะยาวอย่างไร โดยประโยชน์ที่ลงสู่ประชาชนนั้นประชาชนจะได้รับประโยชน์ อะไรบ้างจากการดำเนินการของโครงการนี้ที่สามารถแสดงผลประโยชน์ต่อสังคม

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

ทฤษฎีทางเศรษฐกิจของฮาร์รอด-โดมาร์ (Harrod-Domar Growth Model)

Harrod-Domar (2540 อ้างถึงใน สุพีรี มหาวงศ์, 2544, หน้า 19) ต่างได้พัฒนา ทฤษฎีหรือแบบจำลอง การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่จะอธิบายความสัมพันธ์ ระหว่างการเจริญเติบโตในระดับนั้นๆ ทั้งสองมีแนวคิดว่าการลงทุนเป็นหัวใจสำคัญของการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ นอกจากจะเพิ่มรายได้แล้วยังมีความสามารถในการผลิตหรือ เพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตของระบบเศรษฐกิจอีกด้วย การรักษาระดับการจ้างงานให้เต็มที่ต้องอาศัยการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทางเศรษฐกิจที่สูงพอที่จะดูดซับเงินออม ซึ่งเป็นการต้องการสำหรับการลงทุนให้เกิดรายได้ในระดับการจ้างงานเต็มที่โดยที่ ฮาร์รอด-โดมาร์ ตั้งข้อสมมุติฐาน ของตัวแบบไว้ว่าจะเป็นหน่วยงานผลิตอุตสาหกรรมหรือระบบเศรษฐกิจโดยส่วนรวมจะขึ้นอยู่กับจำนวนทุนที่ลงทุนในหน่วยเศรษฐกิจนั้น ๆ

2.4.3 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

นักวิชาการหลายคนได้กล่าวถึงความสำคัญของผลกระทบด้านเศรษฐกิจไว้พอ ประมวลได้ดังนี้

พัชร โพธิ์หัง (2550, หน้า 10) ผลกระทบที่เป็นตัวเงินที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงและ ทางอ้อม ในพื้นที่ซึ่งเป็นผลพลวงมาจากการดำเนินกิจกรรมนิคมอุตสาหกรรม ขยายผลโดยผ่าน กระบวนการทำการของตัวทวีคูณ การหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจในวงแคบและกว้างออกไป

สรุปได้ว่า ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ผลกระทบที่มีต่อชุมชนในเรื่องของ การค้าขาย การสร้างงานสร้างอาชีพใหม่ที่เกิดมาจากการขยายตัวของคอนโดมิเนียมจนทำให้ทำคน ในชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงอาชีพดั้งเดิมในทางบวก

2.4.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบด้านสุขภาพ

สุรเชษฐ์ ตาค ๑ (2554) ผลกระทบทางสุขภาพมักจำแนกลักษณะของผลกระทบ ออกเป็นหลาย ๆ ลักษณะคือ

1. ผลกระทบสุขภาพในแง่บวก (ทำสุขภาพให้ดีขึ้นในด้านหนึ่งหรือหลายด้าน และ แ่ลบผู้ทำให้สุขภาพเสื่อมลงในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้าน)

2. ผลกระทบทางสุขภาพที่แสดงออกได้ ทั้งในเรื่องของสุขภาพความเป็นอยู่ที่ แ่ลง สภาพจิตใจที่อ่อนล้า ภาวะความแปรปรวนทางจิต ปัญหาอาชญากรรม วิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง ไป โรคและความผิดปกติต่าง ๆ ไปจนถึงการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร หรือการเสียชีวิตด้วยเหตุอื่น พึงหลีกเลี่ยงไม่ได้

3. ผลกระทบทางสุขภาพแบบเฉียบพลัน คือ ผลกระทบที่ทำให้สุขภาพเสื่อม ลงในทันที (ได้แก่ การได้รับพิษ) ผลกระทบซ่อนเร้น คือ ผลกระทบที่มีได้แสดงอาการในทันที แต่ อาจมีการสะสมในร่างกายหรือจิตใจเป็นเวลานาน กว่าจะทราบผลกระทบที่ชัดเจน (ได้แก่ การเกิด โรคมะเร็ง ความเครียด)

4. ผลกระทบระยะสั้น ซึ่งสามารถรักษาฟื้นฟูให้หายได้ในระยะเวลา อันรวดเร็วหรือผลกระทบระยะยาวหรือผลกระทบเรื้อรังซึ่งไม่สามารถบำบัดหรือฟื้นฟูได้ใน ระยะเวลาอันสั้นหรือไม่อาจฟื้นฟูได้เลย

5. ผลกระทบทางตรง (Direct Impact) เป็นผลกระทบทางสุขภาพอัน เนื่องมาจากการดำเนินนโยบาย แผนงานหรือโครงการโดยตรง โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อสุขภาพทาง จิตใจอันเนื่องมาจากความวิตกกังวลในอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการก่อสร้างอาคารสูงขนาดใหญ่ ผลกระทบลักษณะนี้มักง่ายต่อการที่จะวิเคราะห์เชิงปริมาณและการติดตามเฝ้าระวังเพราะตัวแปรที่ เข้ามาเกี่ยวข้องน้อย

6. ผลกระทบทางอ้อม (Undirect Impact) เป็นผลกระทบที่มีได้เกิดขึ้นกับ สุขภาพโดยตรง แต่เกิดขึ้นมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านสุขภาพในที่สุดได้แก่ ผลกระทบต่อ สุขภาพที่แย่งเนื่องจากความวิตกกังวลเกี่ยวกับการดำรงชีวิตภายหลังจากที่ทรัพยากรธรรมชาติ เสื่อมลงจากการดำเนินโครงการหรือผลกระทบทางสุขภาพจิตที่ดีขึ้น อันเนื่องจากการจ้างงานที่ เพิ่มขึ้นการประเมินผลกระทบลักษณะนี้ค่อนข้างยากในการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพราะมีปัจจัย ประกอบมากจึงจำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (เช่น การสังเกตโดยตรง กรณีศึกษา) เพื่อ อธิบายให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ

7. ผลกระทบสะสม (Cumulative Impact) เป็นผลกระทบทั้งทางตรงและ ทางอ้อมที่สะสมจากการดำเนินนโยบาย แผนงานและโครงการต่าง ๆ ในพื้นที่เดียวกันหรือในกลุ่มประชากรเดียวกันซึ่ง บางครั้งทำให้ผลกระทบทางสุขภาพรุนแรงเกินกว่าที่คาดการณ์ไว้ใน การประเมินผลกระทบทางสุขภาพในแต่ละพื้นที่ของการก่อสร้างอาคารสูงการประเมินผลกระทบ สะสมจึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลพื้นฐาน (รวมถึงสภาพแวดล้อมและ โครงสร้างเศรษฐกิจสังคม) ของพื้นที่หรือประชากรแต่ละกลุ่มเป็นอย่างดี ตลอดจนต้องสามารถ มองทะลุไปสู่ความเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ที่น่าจะเกิดขึ้นแม้ว่าความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นจะอยู่ นอกเหนือขอบเขตของการก่อสร้างอาคารสูงก็ตาม

2.4.5 ผลกระทบด้านสังคม

สังคมสมัยใหม่หรือสังคมเมืองความสัมพันธ์จะเป็นแบบพหุติภูมิ คือ มีความสัมพันธ์แบบฉาบฉวยไม่สนใจในตัวบุคคลความสนิทสนมรักใคร่จริงใจต่อกันก็มีน้อย คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตน ขนาดครอบครัว ในสังคมแบบดั้งเดิมและชาวนาจะมีสมาชิกของครอบครัวทั้ง 2 แบบ คือ ครอบครัวเดี่ยวและครอบครัวขยาย แต่ในสังคมเมืองขนาดครอบครัวมักจะมีขนาดเล็ก เรียกว่าครอบครัวเดี่ยวซึ่งประกอบด้วยพ่อแม่และลูกเท่านั้น

สาเหตุการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีมากมายหลายประการอย่างไรก็ดีหากจะจัดแบ่ง ออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ก็อาจสรุปได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงที่มาจากสาเหตุจากตัวการภายนอกทางสังคม ได้แก่ การบุกรุกจากต่างชาติ การล่าอาณานิคม การอพยพย้ายถิ่นฐานอันเนื่องมาจากสงคราม การติดต่อ ทางวัฒนธรรมและโรคภัยต่าง ๆ ทั้งหมดนี้เป็นเรื่องที่ไม่สามารถท านายหรือคาดการณ์ได้ล่วงหน้า แต่สามารถท าให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้

2. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเองภายในสังคมซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบตามระดับความสามารถที่จะทำนายการเกิดการเปลี่ยนแปลงว่ามีมากน้อยเพียงใด คือ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพียงครั้งคราว การเปลี่ยนแปลงที่ว่ามีพบในสังคม เนื่องจากมีเหตุการณ์บางอย่างเกิดขึ้นเราไม่สามารถทำนายได้ แม้จะมีความรู้เรื่องสภาพสังคมเราเป็นอย่างดี การเปลี่ยนแปลงในด้านนี้เราจะมองเห็นได้ในแวดวงของการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่มี ผลต่อชีวิตคนในสังคมมากมาย เช่น การค้นพบแหล่งน้ำ มันเหนือแหล่งก๊าซธรรมชาติ พลังงาน ปรมาณูและลำแสงเลเซอร์ความจริงการประดิษฐ์ใหม่ ๆ เป็นเรื่องกลาง ๆ คือ ไม่ดี ไม่เลว แต่ การนำไปใช้จะเป็นเครื่องชี้วัดว่าสังคมจะก้าวหน้าหรือเสื่อมลงแต่ไม่ว่าเราจะนำไปใช้ในทิศทางใด การ

เปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นอย่างแน่นอน การเปลี่ยนแปลงแบบมีแบบอย่าง การเปลี่ยนแปลงแบบนี้เราสามารถทำนายการเกิดได้อย่างค่อนข้างแน่นอนและแม่นยำ เพราะการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นโดยมีการวางแผนมีเหตุผล โครงการและสอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง เช่น การพัฒนาชนบท การพัฒนา เป็นต้น

3. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจะเกิดขึ้นในระดับบุคคลและในระดับสังคมทั้งผลกระทบในแง่ดีและแง่เสียหรือผลในทางบวกและผลในทางลบ (วราคม ที่สุกะ, 2527, หน้า 455-462)

ผลในแง่ดีมีหลายประการมองจากแง่ของการพัฒนาตนเองบุคคลอาจจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อุดมสมบูรณ์ด้วยปัจจัย 4 สำหรับชีวิตไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภคใช้สอยเครื่อง บริโภคอันได้แก่ อาหารการกิน บ้านเรือน ที่อยู่อาศัยรวมทั้งการได้รับบริการสาธารณสุขต่างๆ อย่างเพียงพอในแง่อื่นบุคคลอาจได้รับการศึกษาที่ดีขึ้นมีความรู้ความคิดเฉียบแหลมคมคายและ กว้างไกลขึ้นอีกนัยหนึ่งบุคคลที่อยู่ในชนชั้นที่ดีค่อนข้างต่ำก็ขยับขึ้นอยู่ในระดับช่วงชั้นสูงและดีขึ้น มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและได้รับการยอมรับนับถือในวงสังคมรวมทั้งมีชื่อเสียงในทางการเมือง อีกด้วย

ผลในแง่เสีย กล่าวในแง่ของหลักการการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเกิดขึ้น ณ ที่ใดย่อม หมายถึงว่าต้องมีการปรับตัวเริ่มตั้งแต่การปรับเปลี่ยนความรู้สึก นึกคิด ทศนคติ ค่านิยม รวมถึง การต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นค่อนข้างรวดเร็วและมีจำนวน หลากหลายบางคนก็อาจรู้ทันตามทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจนกลายเป็นการต่อต้าน ด้านการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ได้ แต่บางคนอาจจะปรับไม่ทันรวมทั้งไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ เกิดขึ้นจนกลายเป็นการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงนั้นและถ้าหากผู้ที่สามารถปรับเปลี่ยนทันและ รับกับความเปลี่ยนแปลงและผู้ที่ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้นอยู่ในครอบครัวเดียวกันหรือชุมชน เดียวกันและจำเป็นต้องมีการพบปะสังสรรค์กันอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอผลที่เกิดขึ้นตามมาคือ เป็นรอยร้าวที่ไม่อาจเชื่อมต่อกันได้ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาสังคมได้ไม่อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ปัญหาระหว่างวัย ปัญหาความเสื่อมโทรมของครอบครัว ฯลฯ ปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่มีผลกระทบต่อแบบแผนความสัมพันธ์ภายในครอบครัว คือ การกลายสภาพเป็นเมืองและกลายสภาพเป็นอุตสาหกรรม ซึ่งทิศทางการเปลี่ยนแปลงจะดำเนิน ไปสู่ความสัมพันธ์ทางบทบาทแบบสมภาพ (Equalitarian Role Relationship) (พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิพงษ์, 2525, หน้า 17-19)

สรุปได้ว่า ผลกระทบทางสังคม หมายถึง ผลที่ได้รับการขยายตัวของที่อยู่อาศัยจากเดิมเป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่มีประชาชนอาศัยอยู่ไม่กี่ครัวเรือนจนได้กลายเป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่มาจากประชากรแฝงจนนำมาสู่ปัญหาสังคม

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุทธิดา ชนวนวัน (2558) ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาความหลากหลายและวิเคราะห์แนวโน้มเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2554- พ.ศ. 2557 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มประชากรที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มักยังเป็นกลุ่มเยาวชน (อายุ 15 – 24 ปี) แต่พบว่า มีการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์กลุ่มอื่น ๆ อีกด้วย โดยเฉพาะในกลุ่ม เด็ก (อายุ 6 - 14 ปี) และกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) วัตถุประสงค์ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่พบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง การติดตามข้อมูลข่าวสารและการสนทนาเป็นหลัก การที่ผู้สูงอายุในประเทศไทยใช้แอปพลิเคชันไลน์ในจำนวนมาก รวมถึงมีอัตราการเติบโต

การใช้งานที่มากขึ้นด้วยนั้น จึงน่าจะเป็นแนวโน้มของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกลุ่มใหญ่ขึ้น และมีการเรียนรู้วิธีการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากขึ้น

ปัทมาภรณ์ สุขสมโส และปฐมพงษ์ พุ่มพฤษ (2563) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมวัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่น 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับค่านิยมของวัยรุ่นไทยกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์และ 3) เพื่อศึกษาผลกระทบค่านิยมทั้งด้านบวกและด้านลบของวัยรุ่นจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์กับค่านิยมของวัยรุ่นไทยกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แบ่งเป็น 7 ด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านเจตคติ 2) ปัจจัยด้านสังคม 3) ปัจจัยด้านการเลี้ยงดูของครอบครัว 4) ปัจจัยด้านรายได้และสถานะทางเศรษฐกิจ 5) ปัจจัยด้านการศึกษา 6) ปัจจัยด้านการได้รับอิทธิพลจากเพื่อน 7) ปัจจัยด้านอิทธิพลจากบุคคลที่ชื่นชอบ ผลกระทบค่านิยมด้านบวก คือ 1) มีค่านิยมในการศึกษาและใฝ่รู้ 2) ค่านิยมเรื่องความกตัญญูกตเวที 3) ค่านิยมเรื่องการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และมีจิตอาสา 4) ค่านิยมการรักสุขภาพ 3) ค่านิยมการพึ่งพาตนเองและความขยันหมั่นเพียร และการใช้สื่อออนไลน์ของวัยรุ่นที่ส่งผลกระทบต่อค่านิยมด้านลบ คือ 1) ค่านิยมความฟุ้งเฟ้อ 2) ค่านิยมการใช้ภาษาที่ผิดเพี้ยน 3) ค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรและค่านิยมอยู่ก่อนแต่ง 4) ค่านิยมการไม่รักเดียวใจเดียว 5) ค่านิยมการบริโภคนิยม 6) ค่านิยมเรื่องของการแข่งขันการแต่งตัว 7) ค่านิยมความเป็นอิสระเสรีไม่อยู่ในกฎเกณฑ์ 8) ค่านิยมชอบเสี่ยงโชค

ภัททิรา กลิ่นเลขา (2565) ศึกษาผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพได้ เช่น อาการปวดหลัง อาการปวดข้อมือ และอาการปวดไหล่ ผลกระทบเชิงบวก นักศึกษาสามารถอภิปรายประเด็นการเรียนรู้กับอาจารย์ผู้สอนผ่านการแชท และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนเพิ่มเติมจากบทเรียนนอกจากการเรียนในห้องเรียน รวมถึงการพัฒนาทักษะต่างๆ โดยการดูคลิปวิดีโอบนยูทูป เช่น การทำอาหาร การแต่งหน้า การทำผม สามารถเรียนรู้ทักษะจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ ติดต่อกับเพื่อนหรือญาติที่อยู่ห่างไกล ประสพการณ์จากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้สามารถเรียนรู้และปรับตัวเข้ากับสังคมและรู้ถึงศักยภาพของตนเองเป็นผลมาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เกิดประโยชน์ขึ้นในสังคม เพื่อให้สามารถระมัดระวังตนเองได้ และสื่อสังคมทำให้สามารถพบปะกับเพื่อนทั้งใกล้และไกลได้กลับมาพบกันได้อย่างง่ายดาย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน" เป็นการศึกษาวิจัยซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน 2) เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน 3) เพื่อเสนอแนวทางการลดผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวิธีการดำเนินการวิจัยเพื่อการพัฒนา (research and development) มีรายละเอียด ดังนี้

3.1 แนวทางการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied research) เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) กับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน และวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และใช้วิธีการสังเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน โดยมีผู้บริหารมหาวิทยาลัย คณาจารย์ นักศึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กและเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญด้านผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง เป็นหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) โดยข้อมูลที่รวบรวมได้จะถูกนำไปวิเคราะห์ใน 2 รูปแบบ คือ 1) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และ 2) การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการศึกษา ตามวัตถุประสงค์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ และได้ข้อมูลหลายส่วนครบถ้วนประกอบกัน ให้ได้ข้อมูลครบถ้วนทุกด้าน โดยการวิจัยแต่ละประเภทมีลักษณะดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ถึงลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่เกิดขึ้นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ซึ่งรายละเอียดของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผลการวิเคราะห์ จะได้กล่าวในลำดับต่อไป

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีศึกษาวิจัยดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน และจัดทำแนวทางการแก้ไขปัญหาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการสัมภาษณ์ในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ โดยมีการใช้ประเด็น/แนวคำถามกว้างๆ เพื่อกระตุ้นให้คู่สนทนาเล่าเรื่องราวอย่างมีเป้าหมาย ผู้สัมภาษณ์มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ถูกสัมภาษณ์ในลักษณะเป็นคู่สนทนา โดยมีการใช้ทักษะการสื่อสาร สร้างการสนทนาอย่างมีเป้าหมาย โดยผู้วิจัยมีการสัมภาษณ์บุคคลซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานมหาวิทยาลัยภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ หน่วยงานด้านเด็กและเยาวชน และผู้ทำงานเกี่ยวกับการกำกับดูแลผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลเด็กและเยาวชนในมณฑลไห่หนาน จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) หน่วยงานมหาวิทยาลัยภาครัฐบาล/หน่วยงานใน

กำกับ 2) หน่วยงานภาคเอกชน 3) นักวิชาการผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการเด็กและเยาวชน 4) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสังคมออนไลน์

3) การสังเคราะห์ (Synthesis) โดยวิธีการดังนี้ 1) นำผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับประเด็นพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2) นำผลจากการศึกษาเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์, ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มาสรุปเพื่อจัดทำเป็นแนวทางการลดผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.2.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยของมณฑลไห่หนาน ทั้ง 5 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย Haikou University of Economics, Hainan Normal University, Hainan Medical University, Sunya University, และ Qiongzhou University โดยมีนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ตั้งแต่ ปีการศึกษา 2567 รวมจำนวน 155,883 คน (สำนักงานศึกษามณฑลไห่หนาน , 2567)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรที่เป็นนักศึกษาและกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาแยกเป็นมหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

ที่	ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัด จันทบุรี	จำนวนนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2566
		ประชากร (คน)
1	Haikou University of Economics, University	23,913
2	Hainan Normal University,	36,109
3	Hainan Medical University,	28,727
4	Sunya University,	33,612
5	Qiongzhou University	33,522
รวม		155,483

ที่มา: กลุ่มงานศึกษาสำนักงานการศึกษามณฑลไห่หนาน (2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแทนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยทั้ง 5 แห่ง ในมณฑลไห่หนาน ประกอบด้วย 1) Haikou University of Economics 2) Hainan Normal University 3) Hainan Medical University 4) Sunya University 5) Qiongzhou University

โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ตามสูตร ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม
 N แทน จำนวนหน่วยประชากรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด
 e แทน ระดับความคลาดเคลื่อนของการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ 0.05 จึงแทนค่าในสูตรได้ ดังนี้

เมื่อแทนค่าตามสูตร

$$\begin{aligned} n &= 155,483 / [1 + 155,483^{(0.05)^2}] \\ &= 155,483 / [155,483^{(0.0025)}] = 399.98 \\ &= 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้นในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างไว้ ไม่น้อยกว่า 400 คน

3.2.2 วิธีการเลือกตัวอย่าง

วิธีการเลือกตัวอย่างของงานวิจัยนี้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (ตามที่ได้ดำเนินการแล้วในข้อ 3.2.1)

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างขั้นแรก ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)

$$\text{จำนวนนักศึกษาในแต่ละมหาวิทยาลัย} \times \frac{400}{\text{จำนวนนักศึกษาในมณฑลไห่หนาน}} = \text{โควตาที่กำหนด}$$

จำนวนนักศึกษาในมณฑลไห่หนาน

ตาราง 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามโควตา (Quota Sampling) ตามที่กำหนด

มหาวิทยาลัย	จำนวนนักศึกษา	เทียบเป็น%	โควตาที่กำหนด
Haikou University of Economics	23,913	18.47 %	62 คน
Hainan Normal University	36,109	28.72%	93 คน
Hainan Medical University	28,727	19.35 %	73 คน
Sunya University	33,612	29.08 %	86 คน

Qiongzhou University	33,522	28.87 %	86 คน
รวม	43,483	100	400

ขั้นตอนที่ 3 เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ทั้ง 5 มหาวิทยาลัย ที่ยินดีให้ความร่วมมือประกอบด้วย

- | | |
|-----------------------------------|-------------|
| 1) Haikou University of Economics | จำนวน 62 คน |
| 2) Hainan Normal University | จำนวน 93 คน |
| 3) Hainan Medical University | จำนวน 33 คน |
| 4) Sunya University | จำนวน 86 คน |
| 5) Qiongzhou University | จำนวน 86 คน |

ขั้นตอนที่ 4 เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคัดเลือกแบบตามสะดวก (Accident Sampling) โดยผู้วิจัยได้ออกไปแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งกำหนดเป็นพื้นที่มหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ทั้ง 5 แห่ง ที่เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ที่นักศึกษานิยมสมัครเข้ามศึกษา

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ชุดคำถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และภูมิลำเนา เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 ชุดคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 ชุดคำถามเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านร่างกาย รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ด้านกิจกรรมที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นคำถามแบบมาตราวัดประเมินค่า ชนิดมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert's Rating Scale) ดังนี้

5 หมายถึง มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ชุดคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ ความคาดหวังด้านความสามารถในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ความคาดหวังด้านศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว ความคาดหวังด้านราคาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ความคาดหวังด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และความคาดหวังด้านบุคลากรในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นคำถามแบบมาตรวัดประเมินค่า ชนิดมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert's Rating Scale) ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคาดหวังด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคาดหวังด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความคาดหวังด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคาดหวังด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความคาดหวังด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย เป็นแบบคำถามปลายเปิดเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความคิดเห็นอย่างอิสระ

3.2.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามตามแนวคิดและทฤษฎี การศึกษาผลงานที่เกี่ยวข้องเสร็จแล้วนำไปตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เป็นขั้นตอนหลังจากการสร้างเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว ดังนั้นเพื่อความถูกต้อง ผู้วิจัยนำไปตรวจสอบเครื่องมือ (สุวิมล ติรภานันท์, 2543: 50) ตามขั้นตอน ดังนี้

1. การหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้สอบถามได้นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา รูปแบบของแบบสอบถาม (Format) ความเหมาะสมด้านภาษา (Wording) ความสมบูรณ์ของคำชี้แจง และความเหมาะสมของการใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม เมื่อรับเครื่องมือกลับคืนจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนำข้อแก้ไขทั้งหมดมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นตามข้อเสนอแนะ
2. การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยในการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาได้ดำเนินการโดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ กับแบบสอบถามเป็นรายข้อ วิธีการพิจารณาแบบนี้จะเรียกว่า การหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) โดยมีสูตรการการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร } ioc = \frac{\sum r}{n}$$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ด้วยการแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

+1 ข้อคำถามวัดได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

0 ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

-1 ข้อคำถามวัดไม่ได้ เพราะไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

การเลือกข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยด้วยค่า IOC โดยใช้เกณฑ์ค่ามากกว่าหรือเทียบเท่า 0.5 สำหรับค่าที่น้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงตามหรือตัดออกไปตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัยมี 3 ท่าน ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพิมล สงกระสันต์ รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวนีย์ วรรณประภา คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภารดี พึ่งสำราญ ประธานสาขาวิชานิเทศศาสตร์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปฏิกานต์ กิตตินันท์วัฒน์
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เหมือนฝัน คงสมแสวง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช

การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ระหว่างข้อคำถามกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและผลกระทบในครั้งนี้ ได้ค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.97 (ภาคผนวก ค.)

3. การหาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวก่อกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ข้างเคียง จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์หาค่าทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แบบครอนบัค (Cronbach Alpha Coefficient) ซึ่งกำหนดว่าจะต้องได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไป จึงจะยอมรับว่ามีความเชื่อถือได้

4. การหาคุณภาพของเครื่องมือครั้งนี้ สามารถหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าแอลฟาสัมประสิทธิ์ (α - Coefficient) ในชุดคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน มีค่าเท่ากับ 0.81 ดังนั้น แบบสอบถามชุดนี้จึงมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง (เมื่อได้ตัวเลขจริงจะนำมาใส่)

5. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วมาปรับแก้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำเครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูล
6. จัดพิมพ์เครื่องมือเป็นฉบับจริงและนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของลักษณะข้อมูล สามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนามจากนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน กลุ่มเป้าหมายที่ได้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวันที่จะเกิดขึ้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความ ตลอดจนเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และผลกระทบที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน

ในการเก็บรวบรวมด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ซึ่งเป็นเทคนิควิธีการที่ต้องใช้และคำนึงถึงในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้มีการวางแผนงานในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จากมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง 5 แห่ง ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามตามโควตา (Quota Sampling) (ดำเนินการแล้วข้อ 3.2.2 วิธีการเลือกตัวอย่าง) ในแต่ละมหาวิทยาลัยที่กำหนดไว้ให้เป็นตัวแทนนักศึกษาทั้งหมดทั้ง 5 แห่ง รวมจำนวน 400 ตัวอย่าง (คน) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน

- 1) ให้มหาวิทยาลัยต้นสังกัดออกหนังสือขอความอนุเคราะห์และขออนุญาตผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูล
- 2) ให้มหาวิทยาลัยต้นสังกัด ประกาศแต่งตั้งผู้ช่วยการวิจัยประจำพื้นที่มหาวิทยาลัย 5 แห่งในมณฑลไต้หวัน และแต่งตั้งผู้ช่วยวิจัยแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ละ 8 คน โดยมีผู้วิจัยเป็นหัวหน้าการวิจัยประจำมหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน
- 3) ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องในมหาวิทยาลัยที่เป็นพื้นที่การวิจัยทั้ง 5 พื้นที่ และนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวันกลุ่มตัวอย่างเพื่อนัดวัน และเวลาที่เหมาะสมในการแจกแบบสอบถาม

3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ผ่านการตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูล
3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลข้อมูลโปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยเกณฑ์การคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นมี ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.2.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่

1. ลักษณะทางประชากรของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ใช้สถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติ T-test และ F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.2.8 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของคำตอบนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อนำเสนอข้อมูลในลักษณะตารางแสดงผล และพรรณนาความตามเนื้อหาที่ได้วิเคราะห์

3.3 การวิจัยคุณภาพ (Qualitative Research)

การศึกษาในขั้นตอนนี้ ใช้วิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative method) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

3.3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในมิติต่างๆ ที่มีความหลากหลาย โดยผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากตัวแทน ดังนี้

1. ภาครัฐ ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัย สำนักงานการศึกษามณฑลไห่หนาน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลเด็กและเยาวชนมณฑลไห่หนาน รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 คน
2. นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสาร ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จำนวน 2 คน
3. ผู้นำนักศึกษาในพื้นที่แต่ละมหาวิทยาลัย จำนวน 5 คน

เนื่องจากขั้นตอนนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในมหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน จำนวน 5 มหาวิทยาลัย รวมทั้งหมด 17 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) อันเป็นการเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกผู้ให้สัมภาษณ์จากตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลกระทบจากพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลเยาวชนที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เป็นเกณฑ์คัดเลือกซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ทั้งนี้จะเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่สามารถลดผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในด้านต่างๆ ของนักศึกษา โดยใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นและประสบการณ์อย่างอิสระในการตอบคำถามภายใต้กรอบวัตถุประสงค์และแนวคำถามนำวิจัย

3.3.3 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ประกอบไปด้วย

1. อธิการบดี Haikou University of Economics
2. อธิการบดี Hainan Normal University
3. อธิการบดี Hainan Medical University
4. อธิการบดี Sunya University
5. อธิการบดี Qiongzhou University

6. ผู้อำนวยการสำนักการศึกษามณฑลไห่หนาน
7. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านเด็กและเยาวชนมณฑลไห่หนาน

3.3.4 ตัวแทนภาคเอกชน ประกอบไปด้วย

1. ประธานสมาคมผู้ประกอบการ Haikou University of Economics
2. ประธานสมาคมผู้ประกอบการ Hainan Normal University
3. ประธานสมาคมผู้ประกอบการ Hainan Medical University
4. ประธานสมาคมผู้ประกอบการ Sunya University
5. ประธานสมาคมผู้ประกอบการ Qiongzhou University

3.3.5 ตัวแทนนักวิชาการ ประกอบไปด้วย

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร คือ รองศาสตราจารย์ ดร. สายใจ ทั้นการ อาจารย์ประจำคณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุทธินันท์ โสทธิวิธิ ผู้อำนวยการสำนักบริการ วิชาการ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
3. ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ พัฒนอิทธิกุล คณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
4. ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชา หน่อเงิน รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
5. ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญทริกา สุขมะนา ผู้ช่วย อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
6. ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันท์ภัคร บุร ขจรกุล อาจารย์ประจำหลักสูตรการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราช ภัฏรำไพพรรณี

3.3.6 ผู้นำนักศึกษาในพื้นที่ประกอบด้วย

1. ผู้นำนักศึกษา Haikou University of Economics
2. ผู้นำนักศึกษา Hainan Normal University
3. ผู้นำนักศึกษา Hainan Medical University
4. ผู้นำนักศึกษา Sunya University
5. ผู้นำนักศึกษา Qiongzhou University

3.3.7 วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposeful Selection) เป็นการเลือกแบบไม่มีโครงสร้างที่เคร่งครัด มี ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการที่ไม่ซับซ้อน จุดมุ่งหมายหลักของการเลือกตัวผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบบนี้ไม่ใช่เพื่อได้กลุ่มที่เป็นตัวแทน แต่เพื่อที่จะได้ตัวแทนที่เหมาะสมที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ สำหรับแนวคิด จุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของการศึกษา (ชาย โพธิ์สิตา, 2550) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เลือกมีลักษณะเป็น “Information-

rich case” คือ มีข้อมูลให้ศึกษาในระดับลึกได้มาก และสามารถสะท้อนความเป็นจริงได้ดีที่สุด ซึ่งจะมีความหมายต่อจุดมุ่งหมายหลักของการวิจัย เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด

3.3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์ (Interviewing)

โดยขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่อง ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สภาพพื้นที่ บริบท สิ่งแวดล้อม การสื่อสาร หน่วยงานต่างๆ ที่อยู่ในมหาวิทยาลัย 5 แห่ง ในมณฑลไห่หนาน
2. สร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ในประเด็นด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และแนวทางการลดผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน
3. นำแนวคำถามในการสัมภาษณ์ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและแก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว
4. นำร่างแบบสัมภาษณ์เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร ด้านการบริหาร และด้านการบริหารจัดการปัญหาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบและพิจารณาความถูกต้องเพื่อปรับปรุงและแก้ไขแนวคำถามในการสัมภาษณ์ แล้วนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาอีกครั้ง เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ตามหลักวิชาการวิจัย
5. จัดพิมพ์แนวคำถามในการวิจัย และนำแนวคำถามในการวิจัยไปใช้ในการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อไป

3.3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างเป็นการสัมภาษณ์ไม่จำกัดคำตอบเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตอบคำถามและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลดังนี้

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) ใช้การสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่มหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ทั้ง 5 มหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เพื่อไปพบกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและอธิบายถึงความเป็นมา ความสำคัญ วัตถุประสงค์และประโยชน์ของงานวิจัย อีกทั้งผู้วิจัยได้พูดคุยแบบเป็นกันเองและใช้ภาษาในการสื่อสารที่เข้าใจง่ายเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน นำไปสู่การสร้างความร่วมมือที่ดีในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการวิจัย จากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำตารางการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อจะทำการสัมภาษณ์ข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในครั้งต่อไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์แบบอุปมัย (Induction Analysis) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และตีความเพื่อสร้างข้อสรุป โดยอาจมีการแบ่งประเภทตามเนื้อหาของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แล้วเปรียบเทียบเนื้อหาประเภทต่างๆ เข้าด้วยกัน

3. การตรวจสอบข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเพื่อให้เกิดความถูกต้องด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล(Methodological Triangulation) และตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านแนวคิดทฤษฎี โดยการใช้ข้อมูลที่ได้จากเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยการอธิบายทบทวนข้อมูลหลังจากการสัมภาษณ์เสร็จอีก 1 ครั้ง และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่เหมือนกันไว้ในกลุ่มประเภทเดียวกัน และใช้ทฤษฎีทางการสื่อสาร คือ องค์ประกอบทางการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร ผลสะท้อนกลับ มาวิเคราะห์เชื่อมโยงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อเป็นการยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล

3.3.7 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยมีการนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสรุปข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอข้อมูลการวิจัยในรูปแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จากการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และนำผลการวิจัยมาจัดทำ "แนวทางการลดผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน" ต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องผลกระทบเชิงบวกของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน 2) เพื่อศึกษาผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน 3) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน โดยผู้ศึกษาแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ตอนที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

ตอนที่ 2 เพื่อศึกษาผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

ตอนที่ 3 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

4.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม และผลกระทบจากการการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เป็นลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ชั้นปีที่ศึกษา 4) รายได้ต่อเดือน และ 5) สถานศึกษา

ส่วนที่ 2 ชุดคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เป็นลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วย 1) ความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2) ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 3) สถานที่ที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 4) ช่วงระยะเวลาที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 5) อุปกรณ์ใดที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 6) นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และ 7) เหตุผลที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 8) ประสบการณ์ในการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ส่วนที่ 3 ชุดคำถามเกี่ยวกับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เป็นลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Rating Scale) ได้แก่ 1) ผลกระทบด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา 2) ผลกระทบด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษา 3) ผลกระทบด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และ 4 ด้านความสะดวกในการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ทั้ง 5 มหาวิทยาลัย เป็นลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ เกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับชั้นปีที่ศึกษา รายได้ต่อเดือน และ สถานศึกษาของนักศึกษา รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ (N=400)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	258	71.00
หญิง	116	29.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุดร้อยละ 71.00 รองลงมาเป็นเพศหญิงร้อยละ 29.50

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (N=400)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 19 ปี	85	21.25
20 - 21 ปี	224	56.00
22 - 23 ปี	67	16.75
มากกว่า 23 ปี	24	6.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 21 ปีมากที่สุดร้อยละ 56.00 รองลงมาคืออายุ 18 - 19 ปี ร้อยละ 21.25 และน้อยที่สุดมีอายุ มากกว่า 23 ปี ร้อยละ 6.00

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการระดับชั้นปีที่ศึกษา (N=400)

ระดับชั้นการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปีที่ 1	95	23.75
ปีที่ 2	101	25.25
ปีที่ 3	139	34.75
ปีที่ 4	49	12.25
มากกว่าปีที่ 4	16	4.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ส่วนใหญ่มีการศึกษาชั้นปีที่ 3 มากที่สุดร้อยละ 34.75 รองลงมามีการศึกษาชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 25.25 และมีการศึกษาชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 23.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (N=400)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท	16	4.00
รายได้ 20,001 – 25,000 บาท	44	11.00
รายได้ 25,001 – 30,000 บาท	82	20.50
รายได้ 30,001 – 35,000 บาท	136	34.00
รายได้มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป	122	30.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมามีรายได้มากกว่า 35,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และมีรายได้ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค (N=400)

สถานศึกษาของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
Haikou University of Economics	85	21.25
Hainan Normal University	54	13.50
Hainan Medical University	92	23.00
Sanya University	64	16.00
Qiongzhou University	44	11.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ใน Hainan Medical University มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 23.00 รองลงมาศึกษาอยู่ใน Haikou University of Economics ร้อยละ 21.25 และศึกษาอยู่ใน Sanya University ร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ผล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เป็นลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วย 1) ความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2) ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 3) สถานที่ที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 4) ช่วงระยะเวลาที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 5) อุปกรณ์ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 6) นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ใดมากที่สุด 7) เหตุผลที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ 8) ประสิทธิภาพในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละตามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ (N=400)

ความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 ครั้งต่อวัน	133	32.25
4 – 6 ครั้งต่อวัน	121	30.25
7 – 9 ครั้งต่อวัน	116	29.00
10 ครั้งขึ้นไปต่อวัน	30	7.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ส่วนใหญ่มีการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 1-3 ครั้งต่อวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมานักศึกษามหาวิทยาลัยใน

มณฑลให้หนาน มีการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 4-6 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 30.25 และนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลให้หนาน มีการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 7-9 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 29.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละตามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลให้หนาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้ง (N=400)

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ แต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ชั่วโมง	137	34.25
3 – 4 ชั่วโมง	104	26.00
5 – 6 ชั่วโมง	98	24.50
7 ชั่วโมงขึ้นไป	61	15.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลให้หนาน ส่วนใหญ่ใช้เวลาโดยเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง มากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมานักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลให้หนาน ใช้เวลาโดยเฉลี่ย 3-4 ชั่วโมงต่อครั้ง ร้อยละ 26.00 และ นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลให้หนาน ใช้เวลาโดยเฉลี่ย 5-6 ชั่วโมงต่อครั้ง ร้อยละ 24.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละตามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลให้หนาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ (N=400)

สถานที่ที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ที่มหาวิทยาลัย	117	29.25
ที่บ้านตนเอง	144	36.00
ห้างสรรพสินค้า	52	13.00
ร้านอินเทอร์เน็ต	88	22.00
สถานที่อื่นๆ	10	2.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลให้หนาน ส่วนใหญ่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้านตนเอง มากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมานักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑล

ให้หนาน เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มหาวิทยาลัย ร้อยละ 29.25 และนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในสถานที่อื่นๆ น้อยที่สุด ร้อยละ 2.50

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละตามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงระยะเวลาที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ (N=400)

ช่วงระยะเวลาที่นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
08.01 - 12.00 น.	111	27.75
12.01 - 16.00 น.	78	19.50
16.01 - 20.00 น.	113	28.25
20.01 - 00.00 น.	59	14.75
00.01 - 04.00 น.	14	3.50
04.01 - 08.00 น.	25	6.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงระยะเวลา 16.01-20.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมานักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงระยะเวลา 08.01-12.00 น. ร้อยละ 27.75 และนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงระยะเวลา 01.00-04.00 น. น้อยที่สุดร้อยละ 3.50

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละตามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้อุปกรณ์ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์(N=400)

อุปกรณ์ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ	276	65.00
แท็บเล็ต	88	20.00
คอมพิวเตอร์	64	15.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมานักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ใช้โทรศัพท์แท็บเล็ตเป็นอุปกรณ์ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ร้อย

ละ 20.00 และนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ใช้คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ น้อยที่สุด ร้อยละ 15.00

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละตามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์ (N=400)

สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าใช้มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
WeChat	108	27.00
Weibo	63	15.75
Douyin	117	29.25
Toutiao	67	16.75
Xiaohongshu	55	13.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ส่วนใหญ่ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ Douyin มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมา นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ใช้สื่อสังคมออนไลน์ WeChat ร้อยละ 27.00 และนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ใช้สื่อสังคมออนไลน์ Toutiao ร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละตามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ (N=400)

เหตุผลที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ติดต่อบุคคลที่รู้จัก	58	14.50
ค้นหาเพื่อนใหม่	43	10.75
เพื่อหาคู่	27	6.75
ติดตามข่าวสารเพื่อพัฒนาความรู้	87	21.75
เพื่อความบันเทิง	65	16.25
เพื่อส่งไฟล์งานต่างๆ	48	12.00
เพื่อซื้อขายสินค้าหรือบริการ	18	4.50
เพื่อแสดงความคิดเห็น	54	13.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดตามข่าวสารเพื่อพัฒนาความรู้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.75 รองลงมา นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มีเหตุผลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 16.25 และนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มีเหตุผลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละตามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (N=400)

ประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	8	2.00
2 – 3 ปี	13	3.25
4 – 5 ปี	112	28.00
มากกว่า 6 ปี ขึ้นไป	267	66.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่า 6 ปี ขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมา นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มีประสบการณ์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 4-5 ร้อยละ 28.00 และนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มีประสบการณ์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ น้อยกว่า 1 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 2.00

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 3 ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เป็นลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Rating Scale) ได้แก่ 1) ผลกระทบด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา 2) ผลกระทบด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษา 3) ผลกระทบด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และ 4 ด้านการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา (N=400)

ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1 สื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมและประเพณีของสังคมที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้	4.25	0.75	มากที่สุด
2 สื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	4.19	0.72	มาก
3 สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความเฉพาะสำหรับการเรียนรู้แต่ละเรื่องที่นักศึกษาสนใจ	4.36	0.77	มากที่สุด
4 สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาและแหล่งข้อมูล	4.43	0.70	มากที่สุด
5 สื่อสังคมออนไลน์สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือส่งต่อข้อมูลเพื่อการเรียนรู้	4.25	0.75	มากที่สุด
6 สื่อสังคมออนไลน์เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้าร่วมทำกิจกรรมร่วมกับมหาวิทยาลัย	4.23	0.82	มากที่สุด
7 สื่อสังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษาที่ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ช่วยพัฒนาทักษะและศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง	4.21	0.74	มากที่สุด
8 สื่อสังคมออนไลน์สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.21	0.76	มากที่สุด
9 สื่อสังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษาทำกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกของตนเองได้ดี	4.22	0.67	มากที่สุด
รวม	4.26	0.74	มากที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่า ระดับความคิดเห็นผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ด้านพัฒนาการเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาและแหล่งข้อมูลมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความเฉพาะสำหรับการเรียนรู้แต่ละเรื่องที่นักศึกษาสนใจ ($\bar{X} = 4.36$) และสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมและประเพณีของสังคมที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้

และ สื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมและประเพณีของสังคมที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ เท่ากัน ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษา (N=400)

	ด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	การใช้สื่อสังคมออนไลน์สะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพโดยรวมของนักศึกษา	4.26	0.76	มากที่สุด
2	การใช้สื่อสังคมออนไลน์เปิดโลกทัศน์ของนักศึกษาให้กว้างขวางมากขึ้น	4.27	0.72	มาก
3	สื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและบุคคลทั่วไปของนักศึกษา	4.29	0.78	มากที่สุด
4	สื่อสังคมช่วยให้นักศึกษาสามารถเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน/มหาวิทยาลัยได้อย่างสะดวก	4.41	0.69	มากที่สุด
5	สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมได้ดีขึ้น	4.26	0.73	มากที่สุด
6	สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของมณฑลไห่หนาน	3.99	0.81	มาก
7	สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้เกิดโอกาสในการศึกษาทรัพยากรต่างๆ ของสังคมเพื่อการอนุรักษ์ได้ดีขึ้น	4.12	0.74	มาก
	รวม	4.23	0.75	มากที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ระดับความคิดเห็นผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษา โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาสามารถเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน/มหาวิทยาลัยได้อย่างสะดวก มากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมา นักศึกษาเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและบุคคลทั่วไปของนักศึกษา ($\bar{X} = 4.29$) และ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เปิดโลกทัศน์ของนักศึกษาให้กว้างขวางมากขึ้น ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ และสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของมณฑลไห่หนาน น้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.27$)

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (N=400)

ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1 สามารถดาวน์โหลดสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ได้โดยง่าย	4.24	0.78	มากที่สุด
2 สามารถเรียนรู้การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่ที่นักศึกษาสนใจได้อย่างรวดเร็ว	4.29	0.74	มากที่สุด
3 สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้งานอยู่มีลักษณะใช้งานง่ายและสะดวก	4.52	0.75	มากที่สุด
4 สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้งานมีขั้นตอนรายละเอียด และตัวอย่างที่ชัดเจน	4.22	0.76	มากที่สุด
5 นักศึกษาเข้าใจวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์	4.28	0.82	มากที่สุด
รวม	4.30	0.75	มากที่สุด

จากตาราง 17 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้งานอยู่มีลักษณะใช้งานง่ายและสะดวกมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือ นักศึกษาสามารถเรียนรู้การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.29$) และนักศึกษาเข้าใจวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 4.28$) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ (N = 400)

ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1 นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความรู้ในการพัฒนาตนเอง	4.22	0.78	มากที่สุด
2 นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง	4.26	0.80	มากที่สุด
3 นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเรียนรู้โลกภายนอก	4.32	0.64	มากที่สุด

- 4 นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อ
สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง เพื่อนและ
คนรู้จัก

	4.10	0.74	มาก
รวม	4.23	0.74	มากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเรียนรู้โลกภายนอก มากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาคือ นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง ($\bar{X} = 4.26$) และนักศึกษานำไปใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความรู้ในการพัฒนาตนเอง ($\bar{X} = 4.22$) ตามลำดับ

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.2.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานต่างกันมีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1) นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานที่มี เพศ แตกต่างกันมีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : เพศของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานแตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานแตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างตัวแทนนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่มีมีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น จะยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_1) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบค่าแปรปรวน ของตัวแทนนักศึกษา จำแนกตาม เพศ โดยใช้ t-test

ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน	t	df	Sig.
ด้านพัฒนาการเรียนรู้	-1.426	399	.155
ด้านพัฒนาการทางสังคม	.575	399	.565
ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	-5.832	399	.000*
ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์	1.166	399	.244

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตาม เพศ พบว่า ด้านความสะกดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มี เพศแตกต่างกัน มีผลต่อกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกันด้านความสะกดในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวันที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ ดังนี้

H_0 : นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวันที่มี อายุ แตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวันที่มี อายุ แตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามอายุ

ด้านการพัฒนาการเรียนรู้	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.255	3	.751	7.803	.000*
ภายในกลุ่ม	38.130	396	.096		
รวม	40.394	399			
ด้านพัฒนาการทางสังคม	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.085	3	.268	3.020	.080
ภายในกลุ่ม	35.232	396	.079		
รวม	36.038	399			
ด้านความสะกดในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.632	3	.201	1.517	.209
ภายในกลุ่ม	54.977	396	.139		
รวม	54.600	399			

ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.392	3	1.464	9.607	.000*
ภายในกลุ่ม	60.353	396	.152		
รวม	64.746	399			
รวม	9.102	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในจันทบุรี พบว่า ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ ด้านการประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่านักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในจันทบุรี ที่มีอายุ แตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามอายุโดยใช้การทดสอบแบบ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในจันทบุรี จำแนกตามอายุ ด้านการพัฒนาการเรียนรู้

อายุ	18-19 ปี	20-21 ปี	22-23 ปี	มากกว่า 23 ปี
18-19 ปี	.018 (1.000)	.185 (.756)	.005 (1.000)	.243 (.405)
20-21 ปี	-	.012 (1.000)	.178 (.571)	.416* (.001)
22-23 ปี	-	-	.023 (1.000)	.261 (.152)
มากกว่า 23 ปี	-	-	-	.427* (.025)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 เมื่อทดสอบความแตกต่าง ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในจันทบุรี จำแนกตามอายุ ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

นักศึกษา ที่มีอายุ มากกว่า 23 ปี มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในจันทบุรี มากกว่า นักศึกษา ที่มีอายุต่ำกว่า 22-23 ปี

ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟใน จังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอายุ ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

อายุ	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
25-30 ปี	.262* (.002)	.321* (.000)	.098 (.649)	.258* (.043)
31-35 ปี	-	.058 (.958)	.161 (.242)	.003 (1.000)
36-40 ปี		-	.220 (.006)	.063 (.975)
มากกว่า 40 ปี			-	.157 (.500)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 เมื่อทดสอบความแตกต่าง ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน จำแนกตามอายุ ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่อายุ 22-23 ปี มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่า นักศึกษาที่มีอายุ 20-21 ปี

3) นักศึกษาที่มีชั้นปีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ระดับชั้นปีการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานแตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานแตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน
จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา

จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา	SS	df	MS	f	Sig.
ด้านการพัฒนาการเรียนรู้					
ระหว่างกลุ่ม	7.853	4	1.961	11.350	.000*
ภายในกลุ่ม	68.245	395	0.172		
รวม	76.098	399			
ด้านพัฒนาการทางสังคม					
ระหว่างกลุ่ม	11.032	4	2.757	16.814	.000*
ภายในกลุ่ม	64.797	395	0.163		
รวม	75.829	399			
ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์					
ระหว่างกลุ่ม	4.608	4	1.152	5.577	.000*
ภายในกลุ่ม	81.607	395	0.207		
รวม	86.215	399			
ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์					
ระหว่างกลุ่ม	4.858	4	1.215	5.527	.000*
ภายในกลุ่ม	86.819	395	0.220		
รวม	91.677	399			
รวม	96.104	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษาที่มีผลกระทบเชิงบวกจากการสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา พบว่า ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ ด้านพัฒนาการทางสังคม ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่านักศึกษา ที่มี ระดับชั้นปีการศึกษา แตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน แตกต่างกันด้านการพัฒนาการเรียนรู้ ด้านพัฒนาการทางสังคม ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษาโดยใช้การทดสอบแบบ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัด
จันทบุรี จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

ชั้นปีการศึกษา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	มากกว่า ปีที่ 4
ปีที่ 1	-	.006 (1.000)	.151 (.146)	.350* (.005)	.402* (.000)
ปีที่ 2		-	.145 (.226)	.345* (.008)	.394* (.000)
ปีที่ 3			-	.200 (.354)	.250* (.049)
ปีที่ 4				-	.050 (.993)
มากกว่าปีที่ 4					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 เมื่อทดสอบความแตกต่าง ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา ด้านการพัฒนาการ
เรียนรู้ แตกต่างกันอย่างมี นัยความสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

คู่ที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 3 มากกว่าปี
4ขึ้นไป มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน
ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 1

คู่ที่ 2 นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีระดับการศึกษาชั้นปีที่ 3, มากกว่าชั้นปี
ที่ 4 มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน
ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 1

คู่ที่ 3 นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา มากกว่าชั้นปีที่ 4
มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มี
ระดับชั้นปีการศึกษาปีที่ 2

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา ด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษา

ชั้นปีการศึกษา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	มากกว่า ปีที่ 4
ปีที่ 1	-	.221* (.001)	.343* (.000)	.281* (.037)	.489* (.000)
ปีที่ 2		-	.123 (.371)	.060 (.978)	.268* (.013)
ปีที่ 3			-	.062 (.978)	.145 (.485)
ปีที่ 4				-	.208 (.397)
มากกว่าปีที่ 4					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 เมื่อทดสอบความแตกต่าง ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา ด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

คู่ที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 2, ปีที่ 3, มากกว่าปีที่ 4 มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 1

คู่ที่ 2 นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา มากกว่า ปีที่ 4 มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 1

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของตัวแทนนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ชั้นปีการศึกษา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	มากกว่าปีที่ 4
ปีที่ 1	-	.001 (1.000)	.157 (.180)	.288 (.076)	.142 (.538)
ปีที่ 2		-	.160 (.218)	.286 (.092)	.145 (.563)
ปีที่ 3			-	.456* (.001)	.015 (1.000)
ปีที่ 4				-	.432* (.009)
มากกว่าปีที่ 4					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 เมื่อทดสอบความแตกต่าง ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา ด้านความสะดวกในการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยความสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

คู่ที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา มากกว่าปี 4 มี ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มี ระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 3

คู่ที่ 2 นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 3 มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มี ระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 2

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

ชั้นปีการศึกษา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	มากกว่าปีที่ 4
ปีที่ 1	-	.042 (.975)	.243* (.008)	.021 (1.000)	.268* (.038)
ปีที่ 2		-	.203 (.072)	.053 (.992)	.237 (.144)
ปีที่ 3			-	.245 (.230)	.025 (.999)
ปีที่ 4				-	.281 (.243)
มากกว่าปีที่ 4					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05

จากตารางที่ 27 เมื่อทดสอบความแตกต่าง ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามระดับชั้นปี การศึกษา ด้านการใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

นักศึกษามหาวิทยาลัยในไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 3, มากกว่าปีที่ 4 มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในไต้หวัน ที่มีระดับชั้นปี การศึกษา ปีที่ 1

4) นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวันที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : รายได้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในไต้หวัน แตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในไต้หวัน แตกต่างกัน กระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ

นัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน จำแนกตามรายได้

นักศึกษามหาวิทยาลัย จำแนกตามรายได้	SS	df	MS	f	Sig.
ด้านการพัฒนาการเรียนรู้					
ระหว่างกลุ่ม	7.753	4	1.941	11.250	.055
ภายในกลุ่ม	67.235	395	0.172		
รวม	74.988	399			
ด้านพัฒนาการทางสังคม					
ระหว่างกลุ่ม	11.032	4	2.757	16.914	.054
ภายในกลุ่ม	64.697	395	0.163		
รวม	75.729	399			
ด้านความสะดวกในการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์					
ระหว่างกลุ่ม	4.608	4	1.152	5.567	.051
ภายในกลุ่ม	82.607	395	0.207		
รวม	87.215	399			
ด้านการใช้ประโยชน์ จากสื่อสังคมออนไลน์					
ระหว่างกลุ่ม	4.858	4	1.215	5.427	.052
ภายในกลุ่ม	86.819	395	0.220		
รวม	91.677	399			
รวม	97.104	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของ นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามรายได้ พบว่า ทุกด้านมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_1) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

4) นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานที่มีสถานศึกษาแตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : สถานศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในไห่หนาน แตกต่างกัน มีกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในไห่หนาน แตกต่างกัน กระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน จำแนกตามสถานศึกษา

นักศึกษามหาวิทยาลัย จำแนกตามสถานศึกษา	SS	df	MS	f	Sig.
ด้านการพัฒนาการเรียนรู้					
ระหว่างกลุ่ม	3.388	4	.847	9.042	.000*
ภายในกลุ่ม	37.006	395	.094		
รวม	40.395	399			
ด้านพัฒนาการทางสังคม					
ระหว่างกลุ่ม	.843	4	.211	2.365	.054
ภายในกลุ่ม	35.196	395	.089		
รวม	36,039	399			
ด้านความสะดวกในการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์					
ระหว่างกลุ่ม	.615	4	.154	1.105	.051
ภายในกลุ่ม	54.985	395	.139		
รวม	55,600	399			
ด้านการใช้ประโยชน์ จากสื่อสังคมออนไลน์					
ระหว่างกลุ่ม	8.691	4	2.173	15.310	.000*
ภายในกลุ่ม	56.056	395	.142		
รวม	64,647	399			
รวม	77.114	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของ นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามสถานศึกษา พบว่าด้านการพัฒนาการเรียนรู้ และด้านการใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่มีสถานศึกษาแตกต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามสถานศึกษา โดยใช้การทดสอบแบบ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน จำแนกตามสถานศึกษา ด้านการพัฒนาการเรียนรู้

สถานศึกษา	Hikou University of Economic	Hinan Normal University	Hinan Medical University	Sunya University	Qiongzhou University
Hikou University of Economic	.250 (.054)	.167 (.750)	.218 (.421)	.277 (.157)	.257* (.042)
Hinan Normal University	-	.012 (1.000)	.041 (.988)	.098* (.020)	.003 (1.000)
Hinan Medical University	-	-	.030 (1.000)	.025 (1.000)	.063 (.974)
Sunya University	-	-	-	.108 (.958)	.156 (.500)
Qiongzhou University	-	-	-	-	.974 (.257)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 เมื่อทดสอบความแตกต่าง ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน จำแนกตามสถานศึกษา ด้านการพัฒนาการเรียนรู้

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ใน Sunya University มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ใน Qiongzhou University

ตารางที่ 31 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานจำแนกตามสถานศึกษา ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

สถานศึกษา	Hikou University of Economic	Hinan Normal University	Hinan Medical University	Sunya University	Qiongzhou University
Hikou University of Economic	.260 (.064)	.169 (.705)	.118 (.321)	.377 (.257)	.207* (.032)
Hinan Normal University	-	.018 (1.000)	.061 (.988)	.088* (.040)	.003 (1.000)
Hinan Medical University	-	-	.036 (1.000)	.035 (1.000)	.063 (.974)
Sunya University	-	-	-	.108 (.958)	.156 (.520)
Qiongzhou University	-	-	-	-	.964 (.247)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 31 เมื่อทดสอบความแตกต่าง ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน จำแนกตามสถานศึกษา ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ด้านการใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ นักศึกษาใน Hinan Normal University มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ใน Qiongzhou University



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน 2) เพื่อศึกษาผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานกับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ซึ่งใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research Method) โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน โดยผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เป็นเพศชายมากที่สุดร้อยละ 71.00 รองลงมา เป็นเพศชายร้อยละ 29.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 21 ปี มากที่สุดร้อยละ 56.00 รองลงมา มีอายุ 18 - 19 ปี ร้อยละ 21.25 และน้อยที่สุดมีอายุ มากกว่า 24 ปี ร้อยละ 6.00 ซึ่งมีระดับชั้นการศึกษาปีที่ 3 มากที่สุดร้อยละ 34.75 รองลงมามีระดับชั้นการศึกษาปีที่ 2 ร้อยละ 25.25 และมีการศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 23.75 ตามลำดับ และมีรายได้ 30,001 - 35,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 34.000 รองลงมา เป็นรายได้ มากกว่า 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.50 และมีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ และเป็นนักศึกษาใน Hainan Medical University มากที่สุดร้อยละ 23.00 รองลงมา เป็นนักศึกษาใน Haikou University of Economics ร้อยละ 21.25

5.1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 1 - 3 ครั้งต่อวันมากที่สุด ร้อยละ 32.25 และมีระยะเวลาเฉลี่ยที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง 1 - 2 ชั่วโมงต่อครั้ง มากที่สุดร้อยละ 34.25 และสถานที่ที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุด คือ บ้านของตนเอง ร้อยละ 36.00 และนักศึกษาใช้ช่วงระยะเวลา 16.01 - 20.00 น. ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ร้อยละ 34.25 และใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดร้อยละ 65.00 และนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ Douyin มากที่สุดร้อยละ 29.25

และมีเหตุผลในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดตามข่าวสารพัฒนาความรู้ มากที่สุดร้อยละ 21.75 และนักศึกษามีประสบการณ์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่า 6 ปี ขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 66.75

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

พบว่า สามารถแยกเป็น 4 ด้าน ได้ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาและแหล่งข้อมูลมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความเฉพาะสำหรับการเรียนรู้แต่ละเรื่องที่นักศึกษาสนใจ ($\bar{X} = 4.36$) และสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมและประเพณีของสังคมที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ และ สื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมและประเพณีของสังคมที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ เท่ากัน ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ

2. ด้านพัฒนาการทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อสังคมช่วยให้นักศึกษาสามารถเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน/มหาวิทยาลัยได้อย่างสะดวก มากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมานักศึกษาเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและบุคคลทั่วไปของนักศึกษา ($\bar{X} = 4.29$) และ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เปิดโลกทัศน์ของนักศึกษาให้กว้างขวางมากขึ้น ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ และสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของมณฑลไห่หนาน น้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.27$)

3. ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4. สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้งานอยู่มีลักษณะใช้งานง่ายและสะดวกมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือ นักศึกษาสามารถเรียนรู้การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.29$) และนักศึกษาเข้าใจวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 4.28$) ตามลำดับ

4. ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้งานอยู่มีลักษณะใช้งานง่ายและสะดวกมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือ นักศึกษาสามารถเรียนรู้การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.29$) และนักศึกษาเข้าใจวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 4.28$) ตามลำดับ

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานต่างกัน มีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

3. นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่มีชั้นปีการศึกษาต่างกัน จะมีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่มีชั้นปีการศึกษาแตกต่างกัน มีมีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน ด้านพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านพัฒนาการทางสังคม ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05)

5. นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่มีชั้นสถานศึกษาต่างกัน จะมีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ที่มีสถานศึกษาแตกต่างกัน มีมีผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน ด้านพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านพัฒนาการทางสังคม และด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.< .05)

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มีความสัมพันธ์กับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน พบว่า เพศของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มีความสัมพันธ์กับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยมีค่า Sig. มากกว่า .05

2. ลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน พบว่า อายุของของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน มีความสัมพันธ์กับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยมีค่า Sig. มากกว่า .05

3. ลักษณะส่วนบุคคลด้านชั้นปีการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน พบว่า ชั้นปีการศึกษาของของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน มีความสัมพันธ์กับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยมีค่า Sig. มากกว่า .05

4. ลักษณะส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน มีความสัมพันธ์กับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยมีค่า Sig. มากกว่า .05

5. ลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานที่ศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน พบว่า สถานที่ศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน มีความสัมพันธ์กับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยมีค่า Sig. มากกว่า .05

อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 การศึกษาผลกระทบเชิงบวกจากการใช้การสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน

1. ผลกระทบเชิงบวกเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาและแหล่งข้อมูลมากที่สุด และใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความเฉพาะสำหรับการเรียนรู้แต่ละเรื่องที่นักศึกษาสนใจ และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมและประเพณีของสังคมที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภัททิรา กลิ่นเลขา (2565) ที่วิจัยเรื่อง ผลกระทบจากโซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ด้านการเรียนรู้ คือมีผลให้นักศึกษาสามารถปรึกษาเรื่องต่างๆ กับอาจารย์ผ่านทางแชท (Chat) และใช้สื่อในการหาความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนในห้องเรียน รวมถึงพัฒนาทักษะในด้านต่างๆ จากการดูคลิปวิดีโอใน Youtube เช่นการทำอาหาร การแต่งหน้าทำผม เป็นต้น

2. ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาสามารถเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน/มหาวิทยาลัยได้อย่างสะดวก และนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและบุคคลทั่วไปของนักศึกษา และนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเปิดโลกทัศน์ของนักศึกษาให้กว้างขวางมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภัททิรา กลิ่นเลขา (2565) ที่วิจัยเรื่อง ผลกระทบจากโซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ด้านสังคม คือรู้จักเพื่อนใหม่เพิ่มมากขึ้นจากการแชทออนไลน์สามารถใช้โทรศัพท์ติดต่อกับเพื่อนหรือญาติที่อยู่ห่างไกลได้สะดวก ประสพการณ์จากสื่อสังคม

ออนไลน์ทำให้นักศึกษาสามารถ เรียนรู้และปรับตัวเข้ากับสังคมและรู้เท่าทันภัยอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นในสังคมทำให้สามารถระมัดระวังตัวเอง และเอาตัวรอดได้ในยามฉุกเฉินอีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์ก็ทำให้ได้พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงทั้งที่อยู่ ใกล้และไกลได้กลับมาเจอกันอีกครั้งอย่างง่าย

3. ผลกระทบเชิงบวกเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านความสะดวกในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้งานอยู่มีลักษณะใช้งานง่ายและสะดวก และนักศึกษาสามารถเรียนรู้การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และนักศึกษาเข้าใจวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุทธิดา ขวณวัน (2558) ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ที่ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่ มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง การติดตามข้อมูลข่าวสารและการสนทนาเป็นหลัก ที่ตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากขึ้น

4. ผลกระทบเชิงบวกเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเรียนรู้โลกภายนอก และนักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง และนักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความรู้ในการพัฒนาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณิชกุล เสนาวงษ์ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซด ในยุค New Normal ผลการศึกษาพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซด ในยุค New Normal ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซด ในยุค New Normal มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน กับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

1) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ด้านเพศ, อายุ, ชั้นปีการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, และสถานศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน มีความสัมพันธ์กับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน และด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชกุล เสนาวงษ์ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซด ในยุค New Normal ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซด ในยุค New Normal แต่ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ และ

ปัจจัยด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซต ในยุค New Normal มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. การนำเสนอข้อมูลใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวก ควรนำเสนอร่วมกับสื่ออื่นๆ เช่น บุคคล หนังสือตำรา สื่อสารมวลชน ต่างๆ และแพลตฟอร์มอินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และไลน์ เป็นต้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักศึกษาได้มากขึ้น เนื่องจากนักศึกษาแต่ละกลุ่มมีความนิยมในการรับข้อมูลผ่านสื่อที่แตกต่างกัน
2. ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่กำลังได้รับความนิยมและนักศึกษาให้ความสนใจ ผู้บริหารมหาวิทยาลัยควรใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันที่สามารถเข้าถึงได้จริงในชีวิตประจำวัน
3. การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่กำลังได้รับความนิยมและนักศึกษามหาวิทยาลัยให้ความสนใจ มหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ควรสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ผ่านโมบายแอปพลิเคชันที่ใช้อยู่ในชีวิตประจำวัน
4. การเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารข้อมูลของมหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน เป็นกระบวนการส่งข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการผลิตบัณฑิต การให้บริการไปสู่นักศึกษาจำนวนมาก และสามารถเจาะลึกกลุ่มนักศึกษาได้อย่างรอบด้าน สามารถนำข้อมูลข่าวสารส่งผ่านกลุ่มนักศึกษาเป้าหมายโดยตรงประเด็นกับความต้องการ ความคิด และทัศนคติของนักศึกษาเพื่อนำมาพัฒนาการสื่อสารการเรียนการสอน กิจกรรม และบริการของมหาวิทยาลัย รวมถึงการพัฒนาความมั่นคงให้กับมหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนานได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งศึกษาผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ซึ่งในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจาะจง เฉพาะรายการผลกระทบเชิงบวก ทางสื่อสังคมออนไลน์ WeChat, Weibo, Douyin, Toutiao และ Xiaohongshu ดังนั้น ผู้สนใจควรที่จะศึกษาการใช้สื่อมวลชนแขนงอื่นๆ และการใช้สื่อออนไลน์อื่นๆ อาทิเช่น ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม เฟสบุ๊ก และยูทูบ เป็นต้น เพื่อจะได้มองเห็นภาพรวมของผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
2. งานวิจัยครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะ 5 มหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้สนใจควรที่จะใช้การวิจัยโดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในมณฑลอื่นๆ ทั่วประเทศ เพื่อที่จะได้เห็นลักษณะของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของบุคคลในหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกันักศึกษา ผู้ปกครองอื่นๆ
3. ควรทำการศึกษา เพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรอื่นๆ ในการวิจัย เช่น ประสิทธิภาพของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่อาจส่งผลต่อการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น และสามารถนำมา

พัฒนาปรับปรุง แก้ไข สื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของนักศึกษา
ประชาชน และตรงหรือสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิด
ประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- ณิกุล เสนาวงษ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซตในยุค new Normal ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธนารักษ์ สารเถื่อนแก้ว และคณะ. (2567). การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนในยุค ดิจิทัล. วารสารการศึกษาเชิงประยุกต์, 2(5), 37-44.
- นภาพร ภูบุบผา. (2562). ทศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นภัสวรรณ โกลันทนุรักษ์. (2567). การศึกษาการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงาน บริษัท ไทยกรุ๊ปโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน). ใน สารนิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรา กลิ่นเลขา. (2565). ผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุทธิดา ชนวนัน. (2558). การศึกษาผลการจัดการเรียนการสอนระเบียบวิธีการวิจัยทาง สังคมศาสตร์โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยบูรพา, 10(2), 138-154.
- พัชรภา เอื้ออมรวิช. (2562). สื่อสังคมออนไลน์แหล่งข่าวยุคดิจิทัล. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิง นวัตกรรม, 9(2), 1-9.
- พีรพัฒน์ ใจแก้วมา. (2563). การศึกษาพฤติกรรมการดำรงชีวิตแบบปกติใหม่ของประชาชนชาวไทยระหว่างวิกฤตโค วิด-19 วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เพียรวิทย์ มณีชัยดี. (2560). การใช้สื่อสังคมออนไลน์ Konvy.com สำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องสำอางในประเทศ ไทย. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 10(1), 168-179.
- สิทธิรักษ์ ศิลป์ประสิทธิ์ และคณะ. (2565). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต แขนงวิชาการบูรณา การการสื่อสาร. สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรรณ วงศ์แก้วทอง. (2553). Social Media เครื่องมือเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ. วารสารนักบริหาร, 30(4), 63-69
- Cao, D. et al. (2021). Understanding consumer's social media engagement behavior: An examination of the moderation effect of social media context. Journal of Business research, 12(21), 835-846.
- Manca, S. & Ranieri, M. (2016). Facebook and the others. Potentials and obstacles of social media for teaching in higher education. Computers & education, 95(15), 216-230.
- Murphy, E. (1981). [A1.1]Strategic Planning for Higher Education. The Journal of Higher Education, 5(52), 470-489.

- Hrastinski, S. & Aghaee, N. M. (2012). How are campus students using social media to support their studies? An explorative interview study. *Education and Information Technologies*, 17(21), 451-464.
- Reena, S. & Ruchi, T. (2016). [A2.1]Demystifying ‘selfie’ : a rampant social media activity. *Behavior and information Technology*, Taylor & Francis Journals, 35(10), 864-871.
- Hrastinski, S., & Aghaee, N. M. (2012). How are campus students using social media to support their studies? An explorative interview study. *Education and Information Technologies*, 17, 451-464.
- Selwyn, N. (2012). Social media in higher education. *The Europa world of learning*, 1(3), 1-10.
- Tess, P. A. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual)–A literature review. *Computers in human behavior*, 29(5), A60-A68.
- Phakpron Jiranathep. (2022). Digital media creation on social networks. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. .

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบสอบถาม
เรื่อง ผลกระทบจากเชิงบวกการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลไปใช้ในการทำวิจัยเรื่อง “ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในมณฑลไห่หนาน

ตอนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของงานวิจัย

ทั้งนี้แบบสอบถามฉบับนี้ ใช้ในการศึกษาเท่านั้นจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใดทั้งสิ้น ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์และขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างครบถ้วน และตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

Zhu Xianqi

ผู้วิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ตรงกับข้อมูลของท่านหรือเติมคำ/ข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. เพศ

() 1. หญิง () 2. ชาย

2. อายุ

() 1. อายุ 18- 19 ปี () 2. อายุ 20 – 21 ปี

() 3. อายุ 22 – 23 ปี () 4. มากกว่า 23 ปี

3. ชั้นปีที่ศึกษา

() 1.ปีที่ 1

() 2. ปีที่ 2

() 3. ปีที่ 3

() 4. ปีที่ 4

() 5. มากกว่าปีที่ 4

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() 1. ไม่เกิน 20,000 บาท

() 2. 20,001-25,000 บาท

() 3. 25,001-30,000 บาท

() 4. 30,001-35,000 บาท

() 5. มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป

5. สถานศึกษาของนักศึกษา

() 1. Haikou University of Economics

() 2. Hainan Normal University

() 3. Hainan Medical University

() 4. Sunya University

() 5. Qiongzhou University

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในมณฑลไห่หนาน**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ตรงกับข้อมูลของท่านหรือเติมคำ/ข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

.....

1. ความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

- () 1. 1 - 3 ครั้ง / วัน
- () 2. 4 - 6 ครั้ง / วัน
- () 3. 7 - 9 ครั้ง / วัน
- () 3. 10 ครั้งขึ้นไป / วัน

2. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้งของนักศึกษา

- () 1. 1 - 2 ชั่วโมง
- () 2. 3 - 4 ชั่วโมง
- () 3. 5 - 6 ชั่วโมง
- () 4. 7 ชั่วโมงขึ้นไป

3. สถานที่ที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

- () 1. ที่มหาวิทยาลัย
- () 2. ที่บ้านตนเอง
- () 3. ห้างสรรพสินค้า
- () 4. ร้านอินเทอร์เน็ต
- () 5. อื่นๆ.....

4. ช่วงระยะเวลาที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

- () 1. 08.01 - 12.00 น.
- () 2. 12.01 - 16.00 น.
- () 3. 16.01 - 20.00 น.
- () 4. 20.01 - 00.00 น.
- () 5. 00.01 - 04.00 น.
- () 6. 04.01 - 08.00 น.

5. นักศึกษาใช้อุปกรณ์ใดในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

- () 1. โทรศัพท์มือถือ
- () 3. แท็บเล็ต
- () 5. คอมพิวเตอร์

6. นักศึกษาเข้าใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ใดมากที่สุด

- () 1. WeChat
- () 2. Weibo
- () 3. Douyin
- () 4. Toutiao
- () 5. Xiaohongshu

7. นักศึกษารู้จักสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้อยู่ได้อย่างไร

- () 1. เรียนรู้ลึก สนใจองค์ความรู้เฉพาะด้านเพื่อนำไปสร้างสรรค์ต่อยอด
 () 2. เรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างละเอียดลึกซึ้ง
 () 3. ย้อนอดีตเพื่อเรียนรู้วิถีดั้งเดิม/ความทรงจำในอดีต
 () 4. เรียนรู้ทักษะเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
 () 5. ชับชับวัฒนธรรม ต้องการสัมผัสและใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนในท้องถิ่น
 () 6. ค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ

8. เหตุผลที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก
 () 2. เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่
 () 3. เพื่อหาคู่
 () 4. ติดตามข่าวสารเพื่อพัฒนาความรู้
 () 5. เพื่อความบันเทิง
 () 6. เพื่อส่งไฟล์งานต่างๆ
 () 7. เพื่อซื้อขายสินค้าหรือบริการ
 () 8. เพื่อแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ

9. ประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

- () 1. น้อยกว่า 1 ปี
 () 2. 2 - 3 ปี
 () 3. 4 - 5 ปี
 () 4. มากกว่า 6 ปี ขึ้นไป

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามาวิทยาลัย
 ในมณฑลไต้หวัน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ตรงกับข้อมูลของท่านหรือเติมคำ/ข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา					
1. สื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมและประเพณีของสังคมที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้					
2. สื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้					
3. สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความเฉพาะสำหรับการเรียนรู้แต่ละเรื่องที่นักศึกษาสนใจ					
4. สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดี					

ระหว่างนักศึกษาและแหล่งข้อมูล					
5. สื่อสังคมออนไลน์สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือส่งต่อข้อมูลเพื่อการเรียนรู้					
6. สื่อสังคมออนไลน์เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้าร่วมทำกิจกรรมร่วมกับมหาวิทยาลัย					
7. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษาที่ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ช่วยพัฒนาทักษะและศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง					
8. สื่อสังคมออนไลน์สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้					
9. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษาทำกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกของตนเองได้ดี					
ด้านพัฒนาการทางสังคมของนักศึกษา					
1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์สะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพโดยรวมของนักศึกษา					
2. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เปิดโลกทัศน์ของนักศึกษาให้กว้างขวางมากขึ้น					
3. สื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและบุคคลทั่วไปของนักศึกษา					
4. สื่อสังคมช่วยให้นักศึกษาสามารถเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน/มหาวิทยาลัยได้อย่างสะดวก					
5. สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมได้ดีขึ้น					
6. สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของมณฑลไต้หวัน					
7. สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้เกิดโอกาสในการศึกษาทรัพยากรต่างๆ ของสังคมเพื่อการอนุรักษ์ได้ดีขึ้น					
ด้านความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์					
1. สามารถดาวน์โหลดสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ได้โดยง่าย					
2. สามารถเรียนรู้การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาสนใจได้อย่างรวดเร็ว					
3. สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้งานอยู่มีลักษณะใช้งานง่ายและสะดวก					
4. สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาใช้งานมีขั้นตอนรายละเอียด และตัวอย่างที่ชัดเจน					

5. นักศึกษาเข้าใจวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์					
ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์					
1. นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความรู้ในการพัฒนาตนเอง					
2. นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง					
3. นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง เพื่อนและคนรู้จัก					
4. นักศึกษาใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเรียนรู้โลกภายนอก					

ตอนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ:

MR.ZHU XIANQI

วันเดือนปีเกิด:

6 กรกฎาคม 1998

สถานที่เกิด:

เมืองไห่โข่ว

ที่อยู่ปัจจุบัน:

เลขที่ 104 อาคาร D ชุมชนที่อยู่อาศัยผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ
ถนนซานเฟิง เขตฉงชาน เมืองไห่โข่ว มณฑลไห่หนาน

ประวัติการศึกษา:

ปี 2014 โรงเรียน Hainan Haizheng School
ปี 2015 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิศวกรรม
ซอฟต์แวร์ วิทยาลัยมนุษยศาสตร์และสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีฉางชุน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี