

# การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

## A Study of Social Media Using Behavior of Business Administration Faculty Students Bangkok Thonburi University.

อาจารย์สุณี ประจิจิตร

Suni Prajitr

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สังกัดคณะบริหารธุรกิจ , โทรศัพท์ 097-9566416

Branch Business Computer Department Business Administration , Tell. 097-9566416

E-mail : Suni.burin@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ การประยุกต์ใช้ ทักษะคิดและความคิดเห็นต่อผลกระทบของ การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการประยุกต์ใช้และทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคม ออนไลน์ และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรได้แก่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงมกราคม 2563 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมุติฐานโดยใช้สถิติ t-test, F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลวิจัยพบว่านิสิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้มากที่สุดคือ Line, Youtube, Facebook และไม่เคยใช้ LinkedIn นิสิตส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน โดยใช้งานทั้งวันและใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 5 โมง เย็นถึง 5 ทุ่ม วัตถุประสงค์การใช้เพื่อการเรียนรู้มากกว่าเพื่อการดำเนิน ชีวิตประจำวัน ซึ่งได้แก่ เพื่อทำงานกลุ่ม ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนอาจารย์ ดาวน์โหลดสื่อการสอน และส่งการบ้าน รวมทั้งใช้เพื่อการบันเทิงด้วยการดูหนังและฟังเพลง ทักษะคิดและความคิดเห็นต่อผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์เป็นเชิงบวกโดยเฉพาะด้านการสื่อสาร ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าตัวแปรเพศ และสาขาวิชาที่สังกัดต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนิสิตที่เรียนในชั้นปีที่ต่างกันมีการใช้เพื่อการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ใช้เพื่อการดำเนินชีวิตไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ตัวแปรเพศ สาขาวิชาและชั้นปีที่ต่างกันมีทัศนคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ตัวแปรทัศนคติกับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

### Abstract

The purpose of this research is to study the usage behavior. Application Attitude and opinions on the impact of Using social media The relationship between personal characteristics and applications and attitudes towards using social media and the relationship between attitudes and opinions on the effects of social media usage. Which is a survey research Population include Faculty of Business Administration Bangkok Thonburi University The sample consisted of 400 people. Data were collected by using questionnaires. Between November and January 2020, data were analyzed using frequency distribution statistics, percentage, mean, standard deviation. Hypotheses were tested using t-test, F-test, one-way analysis of variance and Pearson's product moment correlation coefficient analysis.

Research shows that most students have experience in using social media for more than 5 years. Types of social media The most used are Line, Youtube, Facebook and never use LinkedIn. Most students use social media via smartphone. By using all day and most use during 5 pm to 7 pm Objective of use for learning more than to operate Daily life, which is to do group work Communicate with fellow teachers. Download teaching aids And send homework Including for entertainment by watching movies and listening to music Positive attitudes and opinions on the impact of social media, especially in communication The hypothesis test found that gender variables And different academic disciplines. There is no difference in using social media for learning. But it is used for living differently at statistical significance of .05 level, while students studying in different years are used for learning differently with statistical significance. At the level of .05, but used for living is no different. In addition, the different gender, subject and year of study had no different attitude towards social media. Attitude variables and opinions on the effects of social media usage were statistically significant at the .01 level.

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมการใช้, สื่อสังคมออนไลน์, นิสิตระดับปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ธนบุรี

**Keywords :** Usage behaviors, Online social media, Undergraduate student, Bangkok  
Thonburi University

### บทนำ

ในปัจจุบันเป็นยุคของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทุกเพศทุกวัย มีการติดต่อสื่อสารกันผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook ที่

มีไว้สำหรับแชร์ โพสต์ข้อความ ข่าวสาร คลิปวิดีโอ ภาพ รวมถึงการสนทนาแบบแชท เป็นต้น หรือLine ที่เหมาะสำหรับการพูดคุยสนทนากัน ทั้งแบบเห็นหน้าและไม่เห็นหน้า ยิ่งไปกว่านั้นสามารถแชทได้ตลอดหรือจะโทรผ่าน Line สะดวกยิ่งขึ้น หรือจะเป็นการใช้ชีวิตของตนเองอย่างInstagram เป็นต้น แอปพลิเคชันเหล่านี้ถือเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีประโยชน์มากสำหรับชีวิตในยุคปัจจุบัน ทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกรวดเร็ว สามารถสนทนาแบบบุคคลระหว่างบุคคลและสนทนาแบบกลุ่มได้ สามารถสื่อสารข้อความต่างๆ ได้เพียงครั้งเดียวและรับทราบข้อความพร้อมกันทุกคนได้ไม่ทำให้ใจความผิดเพี้ยนไปถือว่ามีประสิทธิภาพอย่างมาก โดยเฉพาะในยุคที่มี 4G สามารถทันเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองต่างๆ โดยไม่ต้องรอข่าวจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถรับรู้ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อย่างทันท่วงที (พัชรภรณ์ ไกรชุมพล, 2555)

คุณสมบัติเด่นของสื่อสังคมออนไลน์คือ ไม่มีค่าใช้จ่าย (Free) ใช้งานง่าย (Easy to use) ใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร ข้อความและสารสนเทศได้ทุกรูปแบบ ทั้งข้อความ ภาพถ่าย วิดีทัศน์ และเสียง ด้วยเป็นโปรแกรมที่พัฒนาจากเทคโนโลยีเว็บ 2.0 ทำให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างและจัดการเนื้อหาได้ด้วยตนเอง ทั้งการแชร์หรือแบ่งปัน การจัดหมวดหมู่ การกำหนดคำค้น (Tag) มีความรวดเร็วในการใช้งาน และสามารถสื่อสารได้ ณ เวลาปัจจุบัน (Real time) ผนวกกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ไม่หยุดยั้ง มีการพัฒนาอุปกรณ์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน ไอแพดและเครือข่ายแบบไร้สายความเร็วสูง ก็ยิ่งเพิ่ม ความสะดวกในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ความนิยมในการใช้งานเพิ่มมากขึ้นและนำไปใช้ประโยชน์ในวงกว้างทั้งในแวดวงของธุรกิจและภาคการศึกษา (Lim et al., 2013) ซึ่งในประเทศไทยพบว่ามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่าง แพร่หลาย จากผลสำรวจพบว่าคนไทยมีการใช้งาน Facebook และ Line เป็นอันดับสูงสุดในอาเซียน (“Ko so tho on ICT”, 2015)

ปัจจุบันผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาเป็นเยาวชนรุ่นใหม่ที่อยู่ในยุคดิจิทัล หรือเรียกว่า Net generation มีการใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์ในวงกว้างเพื่อประโยชน์หลายประการ ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งการดำเนินชีวิตประจำวันและสนับสนุนการเรียนรู้ ทั้งนี้ การศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นการศึกษาขั้นสูงบทบาทของสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาในปัจจุบันคือการมุ่งเน้นการช่วยเหลือ สนับสนุนผู้เรียนในการสร้างความรู้ใหม่ด้วยตนเอง โดยรูปแบบการสอนต้องเปลี่ยนจากวิธีการสอนที่ครูเป็นศูนย์กลาง (Teacher-focused approach) มาเป็นการสอนที่เน้นความร่วมมือ ของผู้เรียนในการเรียนและทำกิจกรรมร่วมกัน (Student-focused model based on collaboration) (Brown, 2006; Tapscott, 2008) โดยสื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์ทั้งในแง่ของการใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารการสร้างความสัมพันธ์ กับผู้อื่น เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงสารสนเทศ เพื่อประโยชน์ในการค้นคว้าหาความรู้ ข่าวสารเพิ่มเติม สามารถเผยแพร่ แบ่งปันสารสนเทศให้กับผู้อื่น เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการทำงานหรือเรียนรู้ รั วมกั บผู้ อื่น เป็ นช่ องทางในการสนั บสนุนให้ ผู้เรียนสร้างความรู้ใหม่ การแบ่งปันความรู้ไปยังผู้อื่น และการเรียนรู้แบบอภิปรายร่วมกัน (Discuss learning) (Kivunja, 2015; Murthy, 2013)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี(มกธ.) หรือ Bangkokthonburi University (BTU) ซึ่งเดิมคือ “วิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี” ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 28 มกราคม พ.ศ./ถถ ตามเจตนารมณ์ของ ดร.บงอร เบ็ญจาธิกุล อธิการบดี ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศและสนอง ศรัทธาของชุมชน ความปรารถนาของท่านผู้ปกครอง ศิษย์เก่าพาณิชย์การกรุงเทพและโพลีเทคนิค พาณิชย์กรุงเทพ ตลอดจนเจนเยาชนและประชาชนทั่วภูมิภาคในการสืบสานสู่การศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่สมบูรณ์แบบภายใต้ปณิธานที่จะให้สถาบันการศึกษาเป็นที่รวมองค์ความรู้วิชาการ แขนงต่างๆ อันล้ำเลิศ ทันสมัยและบุคลากรที่มีความสามารถเชี่ยวชาญด้านการศึกษา โดยจัดการศึกษาที่เปิดโอกาสให้บุคคลได้มีโอกาสศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาเพื่อพัฒนากำลังคนให้มีความรู้ ความสามารถควบคู่กับการมีคุณธรรม จรรยาบรรณในวิชาเรียน และดำรงตนให้เป็นประโยชน์ต่อ สังคม ประเทศชาติตามปรัชญาแห่งสถาบันที่ว่า “สร้างปัญญา พัฒนาคน ฝึกฝนคุณธรรม”

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เปิดสอนตั้งแต่ปีการศึกษา 2545 เริ่มแรกมี จำนวนทั้งหมด 3 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาการ บัญชี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ และปัจจุบันคณะบริหารธุรกิจได้พัฒนาหลักสูตรโดยเปิดสอนทั้ง ระดับบัณฑิต มหาบัณฑิต และดุษฎีบัณฑิต เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต และ แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจุบันคณะบริหารธุรกิจมีจำนวนหลักสูตรทั้งสิ้น 9 หลักสูตร ได้แก่ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการการศึกษา สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ สาขาวิชาการ จัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

จึงทำให้ผู้วิจัย สนใจทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี” โดยผลวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับการ เรียนการสอนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ทั้งต่อผู้สอนและการกำหนดแนวทางในระดับ มหาวิทยาลัยเพื่อขับเคลื่อนการใช้งานสื่อสังคม ออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้เรียนต่อไป

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
2. ศึกษาการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีคณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
3. ศึกษาทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
4. ศึกษาความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญา ตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

5. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กับการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์และทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์

6. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

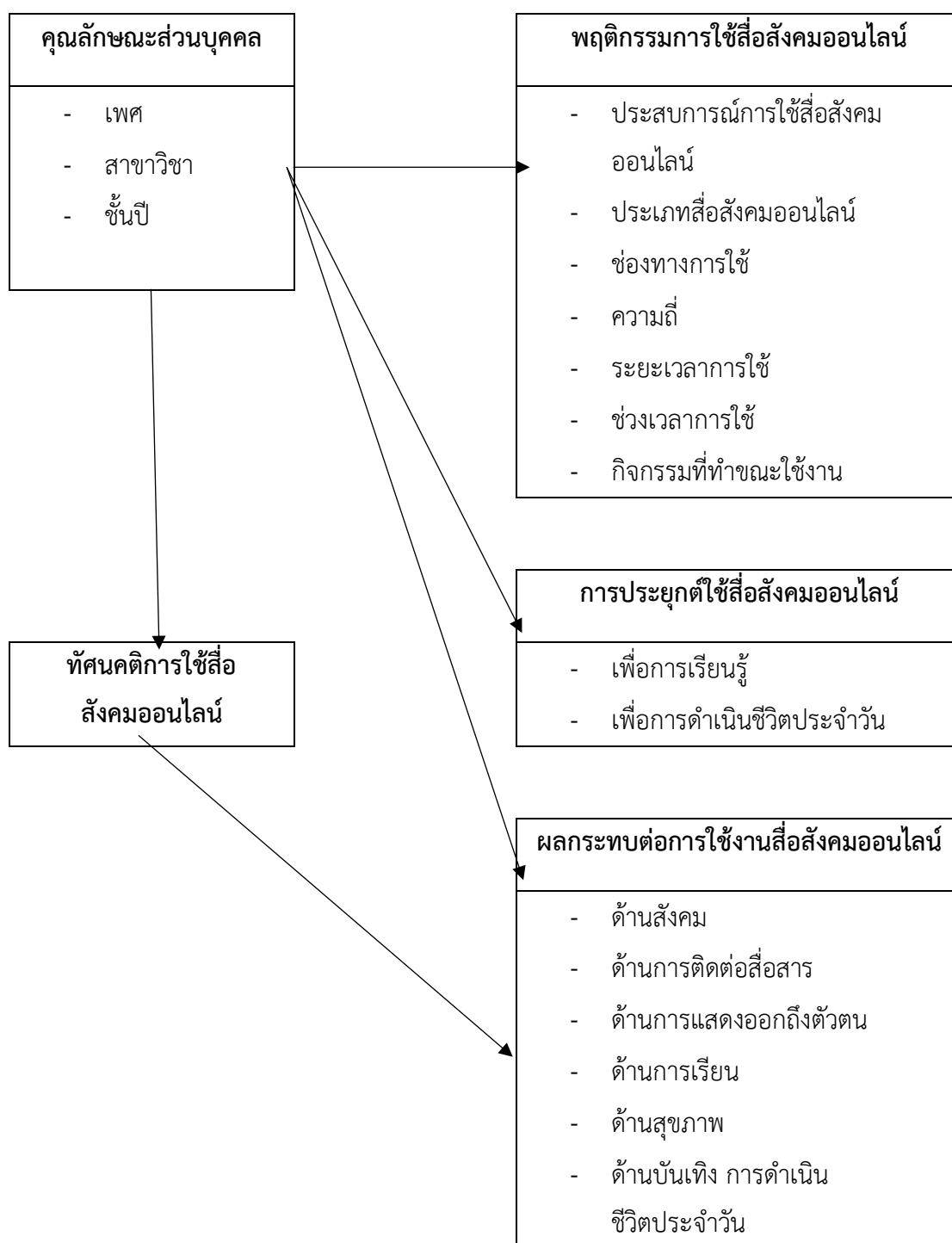
### **สมมติฐาน**

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ได้แก่ เพศ สาขาวิชาที่ศึกษา และชั้นปีที่แตกต่างกันมีการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

2. คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ได้แก่ เพศ สาขาวิชาที่ศึกษา และชั้นปีที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

3. ทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ (Survey research) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่ลงทะเบียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 รวมทั้งสิ้น 1,148 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่เคยใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 400 คน ตามการ กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งผ่านการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 2 คน โดยคัดเลือกข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.60-1.00 คะแนน ได้จำนวนข้อคำถาม 15 ข้อ จากนั้นนำไปทดลอง ใช้กับนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำมา หาความเชื่อมั่นของข้อคำถาม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่า 0.85

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองแก่นิสิตระดับปริญญาตรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ในช่วงเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ได้รับแบบสอบถาม กลับมาจำนวน 400 ชุดและเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบ สมมติฐาน ดังนี้

4.1 ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ข้อมูล ลักษณะส่วนบุคคลของนิสิต ระดับปริญญาตรี พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การประยุกต์ใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ ทักษะการใช้สื่อสังคม ออนไลน์ และผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์

4.2 ใช้สถิติ t-test, F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบ เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนิสิตระดับปริญญาตรีได้แก่คณะที่ศึกษา และชั้นปี กับการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ และทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์

4.3 ใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation) ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ทักษะต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ กับความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

## ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน (ร้อยละ 65.9) ศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ จำนวน 98 คน (ร้อยละ 23.9) และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 198 คน (ร้อยละ 48.3)

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 225 คน (ร้อยละ 54.8) ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ ที่นิสิตใช้เป็นประจำจำนวนมากที่สุด ได้แก่ Line จำนวน 371 คน (ร้อยละ 90.5) ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้บ้างจำนวนมากที่สุด คือ Wikipedia จำนวน 309 คน (ร้อยละ 75.4) ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่เคยใช้เลย จำนวน มากที่สุด คือ LinkedIn จำนวน 357 คน (ร้อยละ 87.3) ช่องทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ประจำจำนวนมากที่สุด คือ โทรศัพท์ Smartphone จำนวน 393 คน (ร้อยละ 95.9) ช่องทางที่ใช้

บ้างจำนวนมากที่สุด คือ เครื่องคอมพิวเตอร์แบบ ตั้งโต๊ะหรือ PC จำนวน 280 คน (ร้อยละ 68.3) จำนวนครั้งในการใช้ต่อวันพบว่านิสิตส่วนใหญ่จำนวน 222 คน (ร้อยละ 54.1) ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยเปิดตลอดทั้งวันจำนวนชั่วโมงการใช้ต่อวัน พบว่านิสิตส่วนใหญ่จำนวน 155 คน (ร้อยละ 37.9) ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 3 - 6 ชั่วโมงต่อวันช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่านิสิตส่วนใหญ่จำนวน 201 คน (ร้อยละ 52.5) ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 5 โมงเย็นถึง 4 ทุ่ม ด้านกิจกรรมที่นิสิตทำ ขณะใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมที่ทำประจำ คือ ใช้ขณะก่อนเวลานอน จำนวน 286 คน (ร้อยละ 69.7) กิจกรรมที่นิสิตทำบ้างขณะใช้สื่อสังคม ออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่ใช้ในห้องเรียนขณะ เรียนหนังสือ จำนวน 351 คน (ร้อยละ 85.6)

3. การประยุกต์ใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร พบว่า การ ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันที่นิสิตส่วนใหญ่ทำเป็นประจำจำนวนมากที่สุด คือ การสื่อสารพูดคุยกับเพื่อน จำนวน 344 คน (ร้อยละ 83.9) กิจกรรมที่มีการประยุกต์ใช้สื่อสังคม ออนไลน์บ้างตามวาระโอกาสจำนวนมากที่สุด คือ ใช้หาเพื่อนใหม่เป็น ส่วนใหญ่ จำนวน 263 คน (ร้อยละ 64.3) และกิจกรรมที่ไม่มีการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันจำนวนมาก ที่สุด คือ การขายสินค้าหรือสร้างรายได้ เช่น ขายของผ่าน Facebook จำนวน 274 คน (ร้อยละ 66.8)

การประยุกต์ใช้ประโยชน์เพื่อการเรียนรู้ พบว่า พฤติกรรมที่นิสิตส่วนใหญ่ทำเป็นประจำ จำนวนมากที่สุด คือ ใช้ในการทำงานร่วมกับเพื่อน เช่น ทำงานกลุ่มผ่าน Line group , Facebook group เป็นต้น จำนวน 304 คน (ร้อยละ 74.1) การประยุกต์ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ที่มีการทำบ้างจำนวนมากที่สุด คือ มีการตรวจสอบข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ก่อนนำมาใช้ งาน จำนวน 255 คน (ร้อยละ 62.2) การประยุกต์ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ที่ ไม่เคยทำจำนวนมากที่สุด คือ การแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการผ่านเว็บวิชาชีพเช่น Linked in จำนวน 283 คน (ร้อยละ 69.4)

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างการประยุกต์ใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันและเพื่อ การเรียนรู้ พบว่านิสิต ระดับปริญญาตรีมีการประยุกต์ใช้เพื่อการเรียนรู้สูงกว่าเพื่อการดำเนิน ชีวิตประจำวัน โดยพบว่าคะแนนเฉลี่ยการใช้สื่อสังคม ออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ อยู่ที่ 17.87 คะแนน สูงกว่าการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 13.42

4. ทักษะติดต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร พบว่า ในภาพรวม นิสิตระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเชิง บวก โดยเห็นด้วยต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ( $\bar{X}$  = 3.52) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทัศนคติในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ฉันติดต่อสื่อสาร กับคนอื่นได้อย่างรวดเร็ว ( $\bar{X}$  = 4.51) ทัศนคติในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคือฉันรู้สึกสะดวกสบายในการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ ( $\bar{X}$  = 4.42) สื่อสังคมออนไลน์ใช้งานง่าย ( $\bar{X}$  = 4.36) ในแต่ละวันฉันต้องเช็คสื่อสังคมออนไลน์อย่างน้อย 1 ครั้ง ( $\bar{X}$  = 4.26) สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ฉันเกาะติดและไม่พลาดเรื่องสำคัญในชีวิต ( $\bar{X}$  = 4.10) ฉันคิดว่าสื่อสังคมออนไลน์คือช่องทางที่ดีในการเผยแพร่ข้อมูล/สารสนเทศ (= 4,08) และฉัน ต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน( $\bar{X}$  = 4.05) ส่วนทัศนคติในระดับเฉย ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ฉัน



ตั้งใจจะโพสต์ข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในรายวิชา ( $\bar{X} = 3.45$ ) สื่อสังคมออนไลน์คือสิ่งที่ดีมีประโยชน์คุ้มค่างกับเวลาที่เสียไป ( $\bar{X} = 3.44$ ) สื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่มีความหมายในชีวิตของฉัน ( $\bar{X} = 3.43$ ) ฉันภูมิใจที่บอกให้คนอื่นรู้ว่าฉันใช้สื่อสังคมออนไลน์ ( $\bar{X} = 3.41$ ) ทักษะคิดในแง่ไม่เห็นด้วยต่อการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ฉันคิดว่าสื่อสังคมออนไลน์มีการใช้งานมากเกินไปจนทำให้ส่งผลกระทบต่อ การเรียนหรือความสัมพันธ์กับคนอื่น ( $\bar{X} = 2.22$ ) ฉันติดตั้งระบบ ความเป็นส่วนตัวในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อป้องกันไม่ให้ คนอื่นเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของฉัน ( $\bar{X} = 1.96$ )

5. ความคิดเห็นต่อผลกระทบของการทำงานสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่า ในภาพรวมนิสิตส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบต่อ ผู้ใช้งานในเชิงบวกและอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีผลกระทบในระดับ มากทุกด้านโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านการติดต่อสื่อสาร ( $\bar{X} = 4.26$ ) ด้านความบันเทิงและ การดำเนินชีวิตประจำวัน ( $\bar{X} = 4.19$ ) ด้านการเรียน ( $\bar{X} = 4.17$ ) ด้านการแสดงออกถึงตัวตน ( $\bar{X} = 3.92$ ) ด้านสุขภาพ ( $\bar{X} = 3.84$ ) และด้านสังคม ( $\bar{X} = 3.77$ ) รายละเอียดผลกระทบรายข้อของแต่ละ ด้าน ดังแสดงในตาราง 1

ผลกระทบที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์	$\bar{X}$	SD	ระดับผลกระทบ
ด้านสังคม	3.77	0.69	มาก
ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.26	0.52	มาก
ด้านการแสดงออกถึงตัวตน	3.92	0.51	มาก
ด้านการเรียน	4.17	0.51	มาก
ด้านสุขภาพ	3.84	0.78	มาก
ด้านบันเทิง การดำเนินชีวิตประจำวัน	4.19	0.63	มาก
รวมทุกด้าน	4.02	0.52	มาก

6. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานครกับการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ พบผลการทดสอบสมมติฐานตามตัว แปร ดังนี้

6.1 ตัวแปรเพศ นิสิตระดับปริญญาตรี เพศที่แตกต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในชีวิตประจำวันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.016 (ยอมรับสมมติฐาน) โดยนิสิตชาย ( $\bar{X} = 13.81$ ) มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน มากกว่านิสิตหญิง ( $\bar{X} = 13.17$ ) แต่มีการใช้สื่อ สังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐาน)

6.2 ตัวแปรสาขาวิชา นิสิตระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาต่างกัน มีการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.043 (ยอมรับสมมติฐาน) โดยนิสิตสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ ( $\bar{X} = 12.82$ ) ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน น้อยกว่า สาขาวิชาการวิชาการตลาด ( $\bar{X} = 13.88$ ) และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 14.10$ )

6.3 ตัวแปรชั้นปี นิสิตระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในชั้นปีที่ต่างกัน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันไม่แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐาน) ในขณะที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.03 (ยอมรับสมมติฐาน) โดยนิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ( $\bar{X} = 17.12$ ) มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้น้อยกว่าชั้นปีที่ 3 ( $\bar{X} = 18.94$ )

7. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีกับทัศนคติต่อการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ พบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของนิสิตระดับปริญญาตรี ได้แก่ เพศ สาขาวิชาที่ศึกษา และชั้นปี มีความสัมพันธ์ เชิงลบหรือไม่มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ปฏิเสธสมมติฐาน)

8. ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการทำงานสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่าทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการทำงานสื่อสังคมออนไลน์ (ยอมรับสมมติฐาน)

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบประเด็นสำคัญที่นำไปสู่การอภิปรายผล ดังนี้

คุณลักษณะส่วนบุคคลของนิสิตระดับปริญญาตรีได้แก่ เพศ สาขาวิชาที่ศึกษาและชั้นปี มีทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคม ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากนิสิตระดับปริญญาตรีอยู่ในวัยที่ใกล้เคียง ย่อมมีกิจกรรม ความชื่นชอบ และการใช้ชีวิตที่ คล้ายคลึงกัน จึงทำให้มีทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคม ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ทัศนคติต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีมีความสัมพันธ์เชิงบวกในทุก ด้านต่อความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของการทำงานสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านสังคมด้านการ ติดต่อบริการด้านการแสดงถึงตัวตนด้านการเรียนด้าน สุขภาพด้านความบันเทิง และการดำเนินชีวิต เนื่องจากนิสิตส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จึงมี ความคิดเห็นว่าสื่อสังคม ออนไลน์มีผลกระทบต่อตนเองในเชิงบวกด้วยเช่นกัน

## บทสรุป ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะ

1. ผลวิจัยพบว่านิสิตมีความถนัดในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์สูงและมีทัศนคติในเชิงบวก โดยเฉพาะเพื่อเป็น เครื่องมือในการเรียนรู้ ดังนั้นจึงควรกำหนดเป็นนโยบาย และมีแนวทางขับเคลื่อน อย่างชัดเจน และจริงจังในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของนิสิตระดับปริญญา ตรี

2. ผลวิจัยพบว่านิสิตมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยการ เข้าถึงและโหลดสื่อการเรียนการสอนของครู เช่น สไลด์ เอกสารการสอน วิดีโอบรรยาย/การโหลดภาพ/วิดีโอ

มาใช้ประกอบในการทำรายงาน ใช้เป็นช่องทาง ในการส่งการบ้าน รายงานที่ได้รับมอบหมายตั้งนั้น มหาวิทยาลัยจึงควรมีมาตรการในการกระตุ้นและส่งเสริมให้อาจารย์นำ สื่อสังคมออนไลน์ มาใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนการสอนในรายวิชาที่รับผิดชอบ เช่น จัดฝึกอบรมการใช้งาน เป็นต้น

3. ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ ควรจัดอบรมและกระตุ้นส่งเสริมการใช้งานสื่อสังคม ออนไลน์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแพร่เนื้อหาและสื่อสารด้านวิชาการ เช่น LinkedIn, Slideshare, Blog เป็นต้น เนื่องจาก ผลวิจัยพบว่านิสิตส่วนใหญ่ไม่เคยใช้หรือใช้ไม่เป็น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเก็บข้อมูลนิสิตนักศึกษาให้ครอบคลุมทุกคณะในสถาบัน และอาจารย์รวมถึงสถาบันการศึกษาอื่น ๆ เพื่อจะได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาได้ครอบคลุม เพราะบริบทของนักศึกษาต่างคณะ ต่างสถาบันอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

### บรรณานุกรมอ้างอิง

- กายกาญจน์ เสนแก้ว. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, เมษายน 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร (104 หน้า)
- จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์. และคณะ (2560) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วารสารบรรณศาสตร์ มศว ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2560)
- พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. (2555). ทักษะคิดและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง: กรณีศึกษา YouTube. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Brown, T. H. (2006). Beyond constructivism: Navigationism in the knowledge era. On the Horizon, 14(3), 108-120.
- Kivunja, C. (2015). The effective of social media technologies in academia: A pedagogical bliss of digital fad. International Journal of Higher Education, 4(4), 33-44.
- Ko so tho on ICT chip Facebook, Line, Google chai thai pen hab [NBTC asks MDES to persuade Facebook, Line and Google to use Thailand as a hub].(2015,October 23). Dailynews. p. 23. (In Thai)
- Lim, J. S. Y., Agostinho, S., Harper, B., & Chicharo, J. F. (2013). Investigating the use of social media by university undergraduate informatics program in Malaysia. In International Conference on Educational Technologies 2013, Selangor, Malaysia, 29 November - 1 December 2013 (pp. 143-147). n. p.