

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก
จังหวัดเพชรบูรณ์

Study of Satisfaction and Behavior in Using Online Social of Lan Ba Sub-district Lom
Sak District Phetchabun Province

กานติมา สร้อยสัตย์¹ กัญญ์กุลณัฏ พิรัชอัครชัย²

Kantima Sroisat¹, Kankulnat Peerachaakkarachai²

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Author for Correspondence: Email kankulnat.pee@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 378 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กรณีศึกษา ตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 3 ครั้งต่อวัน มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน มีพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Facebook มีสถานที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในที่พัก มีจุดประสงค์ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อใช้อ่านข่าวสาร ไม่เคยทำงานหรือหารายได้เสริมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และผลการศึกษาความพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88, SD = 0.68)

คำสำคัญ: เครือข่ายสังคมออนไลน์, พฤติกรรม, ความพึงพอใจ

Received:28/05/64, Revised:12/06/64, Accepted:14/06/64

Abstract

The purpose of this research were 1) a study the behaviour in using online social of Lan Ba subdistrict Lom Sak district Phetchabun province and 2) a study of the satisfaction in using online social of Lan Ba subdistrict Lom Sak district Phetchabun province. The sample used in this study was the 378 people who were living in Lan Ba subdistrict Lom Sak district Phetchabun province. The tool used in the study was the satisfaction assessment form. The data were analyzed by the percentage, mean and standard deviation.

The results showed the satisfaction and behaviour in using online social of Lan Ba subdistrict Lom Sak district Phetchabun province. The use of online social services was to chat with current and old friends on Facebook for more than 5 hours a day. There is a place to access the online social service at the property. The intention of accessing online social media was to read the news, not for working or earning extra money on online social. And the results of the study on the overall satisfaction of accessing online social was on a high level ($\bar{X}$ = 3.88, SD.= 0.68).

Keywords: Online Social, Behavior, Satisfaction

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

บทนำ

มนุษย์เราเป็นสัตว์สังคมที่อยู่ร่วมกันและมีการสื่อสารกันตลอดเวลา และด้วยความชาญฉลาดของมนุษย์ในการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ก่อให้เกิดการประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีในการสื่อสารใหม่ ที่ค่อย ๆ เชื่อมโลกจากกลุ่มคนเล็ก ๆ สู่คนในอีกฟากโลกหนึ่ง และเชื่อมต่อกันได้ทั้งโลกก่อให้เกิดกระบวนการศึกษาเรียนรู้ต่าง ๆ และกาสื่อสาร ดังนั้นมนุษย์เราจึงได้มีการพัฒนาลักษณะในการสื่อสารออกมาในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การสื่อสารด้วยภาพ การสื่อสารด้วยการใช้สัญญาณ การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นต้น ซึ่งในสังคมมนุษย์ต้องมีการสื่อสารและแลกเปลี่ยนกันอย่างยาวนาน เช่น ในสมัยก่อนได้ใช้นกพิราบในการสื่อสารหรือการขี่ม้าเร็ว จึงจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อมนุษย์ในสมัยก่อนเป็นอย่างมากและในสถานะเศรษฐกิจในประเทศในอดีตจนถึงปัจจุบันส่งผลให้คนทั่วไปมีการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ กันอย่างแพร่หลาย การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานบ๋า อำเภอห่มสั๊ก จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการติดต่อสื่อสารกันทำให้คนในหมู่บ้านต่างก็สามารถติดต่อกันได้ การค้าขายสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่ยังไม่เข้าใจเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจทำให้เป็นดาบสองคมในการใช้งานมีทั้งโทษในด้านลบ คือ การรู้เท่าไม่ถึงการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อาจทำให้ถูกหลอกลวงและประโยชน์ในด้านบวก คือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านต่าง ๆ เช่น การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การสนทนากับบุคคลอื่นที่อยู่ไกลกันทำให้ติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ได้สร้างความวุ่นวายให้กับทุกประเทศทั่วโลกเป็นอย่างมากทั้งด้านเศรษฐกิจ สาธารณสุข และสังคม ประเทศไทยเช่นเดียวกันได้รับผลกระทบไม่ต่างจากประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก (มหาดไทย, 2563) ซึ่งการดำเนินชีวิตคนรุ่นใหม่ภายในประเทศไทยก็ถือว่าเปลี่ยนไปจากเดิมเป็นอย่างมาก ต้องยอมรับว่าทัศนคติของคนรุ่นใหม่จะเริ่มมีความแปลกใหม่มากขึ้นทำให้ร้านอาหารทั่วไปหรือห้างสรรพสินค้า ธนาคารไม่สามารถให้บริการ ภายในร้านได้อีกต่อไป เหลือไว้เพียงให้บริการผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้น ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำเป็นต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) เป็นอย่างมาก ปัจจุบันประชากรของประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 68.1 ล้านคน มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต จำนวน 38 ล้านคน คิดเป็น 56% ของจำนวนประชากรทั้งหมด และมี ผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คผ่าน โทรศัพท์มือถือมากถึง 41 ล้านคน คิดเป็น 60% ผู้ใช้สมาร์ทโฟนชาวไทยใช้เวลาโดยเฉลี่ย 230 นาที หรือเกือบสี่ชั่วโมงต่อวันกับการใช้งานโทรศัพท์มือถือ การใช้งาน สมาร์ทโฟนนั้นทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างชัดเจน สืบเนื่องมาจากประโยชน์ ของการใช้งานมือถือ การเข้าถึงของข้อมูลที่ง่ายขึ้น การส่งต่อข้อมูลที่รวดเร็วขึ้น การใช้งานเพื่อความบันเทิง เช่น การดูหนัง ฟังเพลง หรือการเล่นเกมส์ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคสามารถอยู่ในกระแส และตามกระแส ของสังคมได้ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2560) และโรมิสโซวสกี (Romiszowski, 2009) ได้เสนอแนะแนวทางในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการเรียนรู้ประการหนึ่ง คือ ต้องมีการศึกษาในรายละเอียดของกลุ่มผู้ใช้เฉพาะกลุ่ม เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีกลุ่มผู้ใช้งานเป็นจำ นวนมากและมีความแตกต่างกันจากหลาย ๆ ปัจจัย

ในปัจจุบันเป็นยุคของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทุกเพศทุกวัย มีการติดต่อสื่อสารกันผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเฟสบุ๊ก (Facebook)

ที่มีไว้สำหรับแชท โพสต์ข้อความ ข่าวสาร คลิปวิดีโอ ภาพ รวมถึงการสนทนาแบบแชท เป็นต้น หรือไลน์ (Line) ที่เหมาะสำหรับการพูดคุยสนทนากัน ทั้งแบบเห็นหน้าและไม่เห็นหน้า ยิ่งไปกว่านั้นสามารถแชทได้ตลอดหรือจะโทรผ่าน Line สะดวกยิ่งขึ้น หรือจะเป็นการโหวตการใช้ชีวิตของตนเองอย่าง Instagram เป็นต้น แอปพลิเคชันเหล่านี้ถือเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีประโยชน์มากสำหรับชีวิตในยุคปัจจุบัน ทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกรวดเร็ว สามารถสนทนาแบบบุคคลระหว่างบุคคลและสนทนาแบบกลุ่มได้สามารถสื่อสารข้อความต่าง ๆ ได้เพียงครั้งเดียวและรับทราบข้อความพร้อมกันทุกคนได้ ไม่ทำให้ใจความผิดเพี้ยนไปถือว่ามีประสิทธิภาพอย่างมาก โดยเฉพาะในยุคที่มี 4G สามารถทันเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองต่าง ๆ โดยไม่ต้องรอข่าวจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถรับรู้ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ อย่างทันท่วงที (พัชรภรณ์ ไกรชุมพล, 2555) สื่อสังคม (Social Media) กลายเป็นสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทอย่าง สำคัญยิ่งในยุคที่สังคมมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในแง่ของการเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสารในปัจจุบัน เมื่ออินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้น และเริ่มมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสาร (Trench and Gary Quinn, 2003) การเติบโตของเทคโนโลยีในโลกยุคปัจจุบัน ได้มีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าอย่างมาก โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่ทำให้รูปแบบการติดต่อสื่อสารทำได้ง่ายมากขึ้น เพียงแค่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตหรือสัญญาณโทรศัพท์ ก็สามารถ เชื่อมโยงคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน จนทำให้เกิดการสร้างสังคมใหม่ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ทุกเวลา หรือที่รู้จักกันในชื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ที่ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล แบ่งปันข่าวสาร ความสนใจ การแสดงเรื่องราว เกี่ยวกับตนเอง ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งทุกคนสามารถก็สามารถเลือกรับข่าวสารข้อมูลดังกล่าวได้อย่างเสรี ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นแหล่งการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก เพราะนอกจากจะเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารอีกช่องทาง หนึ่งแล้วยังเปรียบเสมือนเป็นบริการพื้นฐานที่ใช้แสดงตัวตนให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปบนโลกยุคปัจจุบัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กรณีศึกษาดำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมความสนใจการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจ เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการเอง และทำให้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้อย่างสะดวกสบาย ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล แบ่งปันข่าวสาร ความสนใจ ทำให้ผู้คนบริการรู้สึกเหมือนได้ใกล้กับครอบครัวและคนรู้ใจเพื่อนำมาพัฒนาในการสร้างสังคมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ และการตลาดในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์
- 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตำบลลานบ่า อำเภอลำสนัก จังหวัดเพชรบูรณ์

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในตำบลลานบ่า อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 6,894 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตตำบลลานบ่า อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยวิธีการเจาะจง จำนวน 378 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน สุทธนู ศรีไสย์, 2551)

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

2.2 ความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

3.2.1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)

3.2.3 สอบถามข้อมูลพฤติกรรมการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)

3.2.3 สอบถามความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด

3.2.4 สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ซึ่งมีลักษณะแบบปลายเปิด

4. การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองกับผู้ที่อาศัยอยู่ในตำบลลานบ่า อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ในช่วงเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2563 จำนวน 378 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์แบบสอบถาม วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติที่สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ผลของค่าเฉลี่ยจากเกณฑ์ในการแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในพื้นที่ตำบลลานบ่า อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 มีสถานภาพสมรส จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 ประกอบอาชีพเป็นเกษตรกร จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,001 – 20,000 บาทพบาพ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80

2. ความพฤติกรรมการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในพื้นที่ตำบลลานบ่า อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า พฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำนวน 3-4 ครั้งต่อวัน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำนวน 5-6 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90 มีพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Facebook จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 มีสถานที่อยู่ในที่พักของการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 88.10 มีการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ใช้เครือข่ายประเภท Dtac จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีจุดประสงค์ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อใช้อ่านข่าวสาร จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 ได้เคยซื้อ-ขายบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 และไม่เคยทำงานหรือหารายได้เสริมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 81.70

3. ความพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในพื้นที่ตำบลลานบ่า อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อ	รายการ	$\bar{x}$	SD.	ระดับความพึงพอใจ
1.	ข้อมูลที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการ	4.05	0.48	มาก
2.	รับทราบข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว	3.71	0.61	มาก
3.	ข้อมูลเหมาะสมและถูกต้อง	3.80	0.62	มาก
4.	การออกแบบหน้าต่างการใช้งาน เข้าใจง่าย	3.74	0.70	มาก
5.	มีความทันสมัย	3.65	0.75	มาก
6.	การโต้ตอบสื่อสารกันได้อย่างอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใด	3.75	0.69	มาก
7.	มีความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร	3.77	0.69	มาก
8.	มีช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย	3.71	0.75	มาก
9.	เว็บไซต์มีประสิทธิภาพ และอัปเดตข้อมูลตลอดเวลา	3.79	0.72	มาก
10.	ทำให้ใช้เวลาว่างเกิดประโยชน์	3.78	0.78	มาก
เฉลี่ยโดยรวม		3.88	0.68	มาก

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาความพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในพื้นที่ตำบลลานบ๋า อำเภอลำลือ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88, SD. = 0.68) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อข้อมูลที่นำเสนอเป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05, SD. = 0.48) รองลงมาข้อมูลเหมาะสมและถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.80, SD. = 0.62) เว็บไซต์มีประสิทธิภาพ และอัปเดตข้อมูลตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.79, SD. = 0.72) ทำให้ใช้เวลาว่างเกิดประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78, SD. = 0.78) มีความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.74, SD. = 0.69) การโต้ตอบสื่อสารกันได้อย่างอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.75, SD. = 0.69) การออกแบบหน้าต่างการใช้งาน เข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.74, SD. = 0.70) รับทราบข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.71, SD. = 0.61) มีช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.71, SD. = 0.75) และมีความทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.65, SD. = 0.75)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีศึกษาตำบลลานบ๋า อำเภอลำลือ จังหวัดเพชรบูรณ์ พฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 3 ครั้งต่อวัน มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน มีพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อน ปัจจุบันและเพื่อนเก่า มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Facebook จากสถานที่พักของการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีจุดประสงค์ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อใช้อ่านข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเพ็ญพนา พ่วงแพ (2559) เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของนักศึกษาวิชาชีพครู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาวิชาชีพครู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีระยะเวลาแต่ละครั้งนาน 5-7 ชั่วโมง มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จากที่บ้าน หรือหอพัก มีวัตถุประสงค์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อติดต่อสื่อสาร และเข้าใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภท Facebook และสอดคล้องกับเรวดี พานิช (2559) เรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางที่นิยมใช้คือ Facebook และมีวัตถุประสงค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ ใช้เพื่อรับส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ใช้เพื่อสนทนากับเพื่อนและบุคคลอื่น ๆ ใช้เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารและเพื่อความบันเทิง

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีศึกษาตำบลลานบ๋า อำเภอลำลือ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อมูลที่นำเสนอเป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการ ข้อมูลเหมาะสมและถูกต้อง เว็บไซต์มีประสิทธิภาพ และอัปเดตข้อมูลตลอดเวลา ทำให้ใช้เวลาว่างเกิดประโยชน์ มีความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร การโต้ตอบสื่อสารกันได้อย่างอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใด การออกแบบหน้าต่างการใช้งาน เข้าใจง่าย รับทราบข่าวสาร

ได้อย่างรวดเร็ว มีช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย และมีความทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพและนิคม ชัยขุนพล (2555) ความต้องการและแรงจูงใจของผู้ใช้เป็นตัวแปรแรก ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อนี้ คือ มนุษย์เราจะกระทำพฤติกรรมใดก็ตาม รวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อก็เนื่องจากเกิดจากแรงจูงใจ ดังนั้น นักทฤษฎีในกลุ่มนี้พยายามค้นหา มีความต้องการและแรงจูงใจอะไรบางอย่างที่ทำให้คนเปิดรับสื่อ เช่น เพื่อหลบหลีกกิจวัตรประจำวัน ปัญหาหรือผ่อนคลาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่น เป็นการนำข้อมูลข่าวสารมาพูดคุยสนทนา เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น ตอกย้ำความเป็นวัฒนธรรม ทำความเข้าใจตนเอง และเพื่อสำรวจหาข้อมูล เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ด้านหนึ่ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของกัตติกา แก้วมณี (2561) เรื่องการเปิดรับสื่อสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจรูปแบบของสื่อสังคม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในรูปแบบของการโพสต์มาก เนื่องจากข้อมูลที่ทันสมัย รวดเร็ว ตามกระแสนิยม สามารถพิมพ์โต้ตอบกันบนสื่อสังคมได้และยังใช้ในการเช็คอินสถานที่ต่าง ๆ ในปัจจุบันรูปแบบของสื่อสังคมยังสามารถใช้สื่อสารด้วยการโทรผ่านสื่อสังคม และยังสามารถวิดีโอคอลได้ รวมไปถึงสามารถเชื่อมโยงสื่อสังคมระหว่างเฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เช่น การโพสต์รูป วิดีโอแล้วลิงก์ไปที่เฟซบุ๊กได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากรูปแบบของภาษาที่ใช้ในสื่อสังคมที่อ่านเข้าใจง่าย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มเติมหรือเป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเปิดรับ และความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมของประชาชนในแต่ละพื้นที่ว่าแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
2. การใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ควรศึกษารูปแบบการให้ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อได้รับประโยชน์การใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และการอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมเพื่อการใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์กับผู้ใช้
3. หากผู้ใช้ที่สนใจในธุรกิจออนไลน์สามารถนำผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์นำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสร้างรายได้เสริมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ที่อาศัยอยู่ในเพชรบูรณ์ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจออนไลน์ในการวางกลยุทธ์เพื่อจะได้เข้าถึงการใช้ชีวิตของผู้ใช้สื่อสังคมในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย.(2563). คลังข่าวมหาดไทย. แหล่งที่มา: <http://www.newskm.moi.go.th>. (สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2564).
- กรุงเทพธุรกิจ. (2560). สื่อพฤติกรรมผู้ใช้เน็ตไทยเกาะติดมือถือ. แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/751412> (สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2563).

วารสารวิชาการแสงอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

- กัตติกา แก้วมณี. (2561). การเปิดรับสื่อสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กาญจนา แก้วเทพและนิคม ชัยขุนพล. (2555). คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาคพิมพ์ จำกัด.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. (2555). ทักษะและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง: กรณีศึกษายูทูบ (YouTube). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพ็ญพนา พ่วงแพ. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของนักศึกษาวิชาชีพครู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์และศิลปะ, ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2559 : หน้า 946-956.
- เรวดี พานิช. (2559). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน 2559 : หน้า 79-93.
- สุทธนู ศรีไสย์. (2551). สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Romiszowski, A. J. (2009). Observations on social networking in education. Educational Technology, 2(5) : 62-63.