ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

FACTORS AFFECTING ATTITUDE ON USING SOCIAL NETWORK OF SENIOR STUDENTS AT KASTSART, BANGKHEN UNIVERSITY

สุพาทินี เพ็งเจริญ* ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี** สานิต ฤทธิ์มนตรี*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาปัจจัยที่สามารถทำนายทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน จำนวน 378 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified sampling) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test, F–test และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณแบบขั้นตอน กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะเจเนอเรชั่นวายของนิสิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความบันเทิง อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการศึกษา ด้านการตลาด และด้านการสื่อสารการเมือง อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบความแตกต่างพบว่า นิสิตที่มีที่มีอายุ เกรดเฉลี่ย รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน แรงจูงใจต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่องและคุณลักษณะเจเนอเรชั่นวายสามารถร่วมกันทำนายทัศนคติโดยภาพรวมได้ร้อยละ 15.3 จากผลการศึกษาอาจกล่าวสรุปได้ว่า ตัวแปรสำคัญที่เข้าทำนาย ในทุกรายด้านและในภาพรวมของทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ แรงจูงใจต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ควรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการแสดงออกทางด้านผลงาน ความคิดสร้างสรรค์และส่งเสริมให้นิสิตเผยแพร่ผลงานผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ควรมีหลักสูตรที่เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดประโยชน์ และส่งเสริมให้นิสิตใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล/ ทัศนคติ/ เครือข่ายทางสังคมออนไลน์/ เจเนอเรชั่น วาย/ แรงจูงใจ

Abstract

The purposes of this descriptive research was to study the factors which enabled to predict the attitude on using social network.The samples was senior students at Kasetsart University enrolled by stratified sampling. The data collection was conducted through the

*นักศึกษาปริญญาโทสาขาการบริหารและพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**ศาสตราจารย์ (พิเศษ) สาขาการบริหารและพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิยาลัยเกษตรศาสตร์

***Corresponding author, อาจารย์ประจำสาขาการบริหารและพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิยาลัยเกษตรศาสตร์

use of questionnaires which were tested the reliability by using Cronbach Alpha Coefficient. The analytical statistics included the comparison t-test, F-test and the stepwise multiple regression analysis with the statistical significance at .05.

The study results, indicated that Kasetsart University' s senior students under study had characteristic of generation Y at high level, motivation for media' s using was at the moderate level, and attitude on using social network was at high level. For the results of detailed dimensions of attitude on using social network, it shown that the communication, education, marketing, and political communication dimension were at high level, whereas the entertainment was at very high level. For the result of comparison between age, faculty and income, it demonstrated that attitude on using social network between age, faculty and income had a no different attitude on senior student at significant level at .05. The factors of motivation for self-achievement, motivation for recognition and generation Y characteristics could predict attitude on using social network about 15.3 percent. In conclusion, motivation for self-achievement was a significant independent variable that shared the prediction in overall and every aspect of attitude on using social network.

It is recommended that Kasetsart University should encourage student' s activities that generate their creative thinking and demonstrate their expression' s ability. Moreover, Kasetsart University should stimulate students to publicize their projects via social media for promoting their assignment. It is also important to have a special course concerning how to use social media prudently and promote students to use social media cautiously as according to their tasks.

Keywords: factors affecting/ attitude/ social network/ generation Y/ motivation

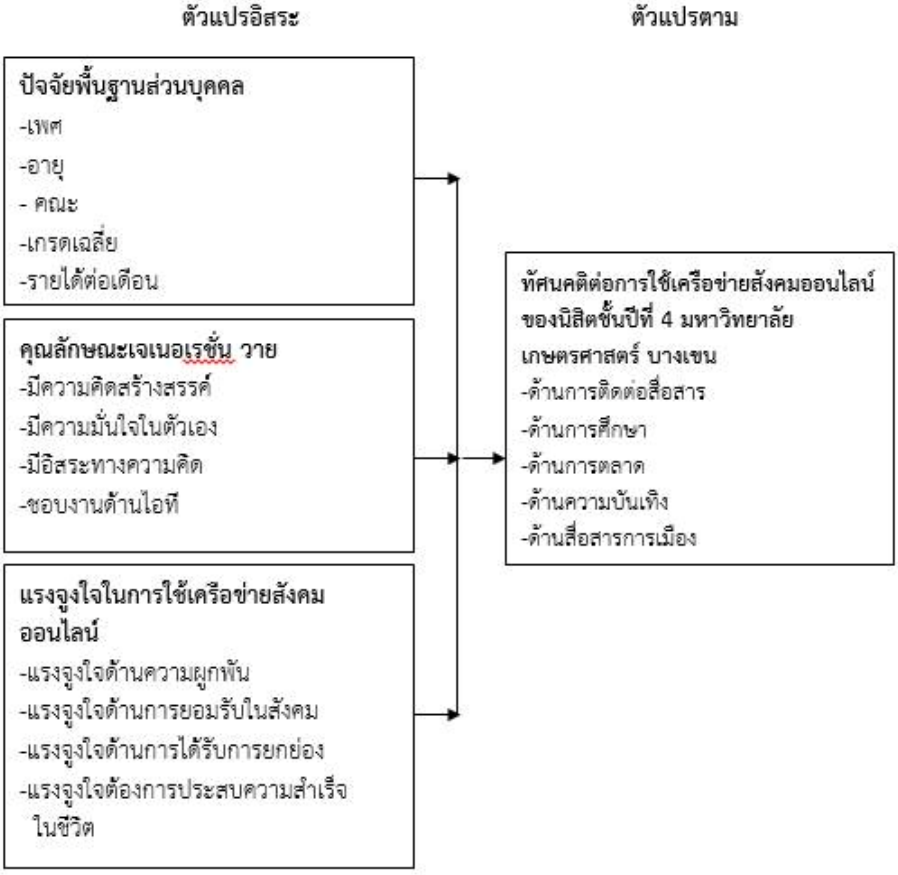
บทนำ

อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นแหล่งการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก ทำให้เกิดการเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารจากยุคการสื่อสารแบบดั้งเดิม ในโลกแห่งความเป็นจริงมาสู่การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัลแห่งโลกเสมือนจริงก่อให้เกิดยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน ซึ่งแต่ก่อนนั้นอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทำขึ้นเพื่อให้มีการรับส่งข้อมูลแบบทิศทางเดียว ต่อมาได้มีการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตให้ผู้ใช้สามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นั้นคือ มีการสื่อสารแบบสองทิศทาง ซึ่งจากการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตที่เป็นแบบสองทิศทางนี้ ทำให้เกิดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล ซึ่งสามารถติดต่อกันได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงทำให้เกิดเป็นเครือข่ายซึ่งกระจายไปทั่วโลก เป็นเครือข่ายหนึ่งซึ่งรวมผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน นั่นคือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้เป็นพื้นที่สาธารณะที่สมาชิกซึ่งก็คือคน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติและศาสนา ทุกระดับการศึกษา ทุกกลุ่มสังคมย่อยจากทั่วโลกเป็นผู้สื่อสารหรือเขียนเล่าเนื้อหาเรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เครือข่ายสังคมออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การเกิดขึ้นของสังคมเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามากำหนดและปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้รับสารและผู้บริโภคเกือบสิ้นเชิง ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ

เป็นจำนวนมาก ทำให้การปฏิสัมพันธ์แบบเดิมถูกเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง ความรู้สึกนึกคิด การถ่ายทอดความเป็นบุคคลถูกส่งผ่านรูปภาพและตัวหนังสือ ที่ผู้รับสารต้องจินตนาการในรูปแบบของดิจิทัลว่าข้อความเหล่านั้น รูปภาพเหล่านั้น เป็นจริงและสวยงามอย่างที่จินตนาการไว้หรือไม่

สถิติเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน Social Media ต่างๆทั้ง Facebook, Twitter, Instagram ของคนไทย โดย ภาวุธพงษ์ วิทยภานุ จากโซเชียลอิงค์ (Thailand Zocial Awards, 2014)ได้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสถิติและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของไทยว่า ประเทศไทยใช้ facebook มากเป็นอันดับ 9 ของโลก โดยมีจำนวนผู้ใช้มากถึง 28 ล้านราย คิดเป็น 42% ของประชากรทั้งประเทศไทย ส่วนในปี 2558 ประชากรไทยมี 64 ล้านคน ใช้งาน facebook ถึง 35 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 53 ของประชากรทั้งประเทศ โดยพบว่า ช่วงอายุของคนไทยที่ใช้มากที่สุด คือ 19-20 ปี กล่าวคือ คนไทยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เกินครึ่งของประเทศ

จากสถิติจะเห็นได้ว่า คนไทยมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เกินครึ่งของประชากรทั้งหมด นั้นแสดงถึงว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้กระจุกตัวอยู่ที่ช่วงอายุใดอายุหนึ่ง แต่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในทุกช่วงอายุ แต่ช่วงอายุที่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ช่วงอายุ 19-20 ปี ซึ่งเป็นช่วงของวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เป็นกลุ่มที่เติบโตมาในช่วงของเจเนอเรชั่น วาย กลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมๆ กับการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ชอบความทันสมัยของเทคโนโลยีดิจิทัล จะใช้เพื่อความบันเทิงและการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อน รวมถึงใช้เพื่อการรับรู้ข่าวสารและเพื่อการศึกษา จึงเป็นที่น่าสนใจว่า เด็กกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กำลังศึกษาเล่าเรียนตอนปลายเพื่อเข้าสู่วัยทำงาน และเด็กกลุ่มนี้จะเป็นฐานที่สำคัญในการพัฒนาสังคมและประเทศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้รับการยอมรับจาก Host master จัดเครือข่ายนนทรีเน็ต อยู่ในกลุ่ม B ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่โดยหน่วยงานบริหารเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้พิจารณาแล้วว่ามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีความพร้อมในเรื่องเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่ลงทะเบียนไว้แล้วคือ ku.ac.th และให้เครือข่ายของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ถึง 65,536 เครื่อง (สำนักงานคอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) นอกจากนี้จากความก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ตและการพัฒนาของโทรศัพท์มือถือให้กลายเป็นสมาร์ทโฟน สามารถทำให้การเข้าใช้อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำได้ง่าย ไม่ว่าจะอยู่ในสถานที่ใด เช่น บ้าน สถานที่ศึกษา บนรถโดยสาร เป็นต้น จึงทำให้นิสิตมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กันมากขึ้น เนื่องจาก สะดวก รวดเร็ว ในการติดต่อสื่อสารและค้นหาข้อมูลที่ต้องการ โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้สนใจศึกษากลุ่มนิสิตชั้นปีที่ 4 ซึ่งอยู่ในกลุ่มของเจเนอเรชั่น วาย เนื่องจากนิสิตกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กำลังจะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีซึ่งแม้ว่ากลุ่มนี้ไม่ใช่กลุ่มที่มีสถิติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด แต่เด็กกลุ่มนี้กำลังก้าวสู่วัยทำงาน มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินชีวิต เช่น ในเรื่องของการสมัครงาน หางาน และในการทำงาน และกำลังเข้าสู่วัยที่เติบโตเป็นผู้ใหญ่อย่างเต็มตัว จึงน่าสนใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นศึกษาปีที่ 4 ดังแผนภูมิที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

2. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล คุณลักษณะเจเนอเรชั่น วาย และแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สามารถทำนายทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

สมมติฐานในการวิจัย

1. นิสิตที่มีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลได้แก่ อายุ เกรดเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

2. ตัวแปรอิสระ ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล คุณลักษณะเจเนอเรชั่นวาย และแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สามารถทำนายทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน มีจำนวนทั้งสิ้น 6,908 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2557) และคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณตัวอย่างจากสูตร Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 378 คน และทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการ การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของนิสิตชั้นปีที่ 4 ได้แก่ เพศ คณะ เป็นแบบให้เลือกตอบและ อายุ เกรดเฉลี่ย รายได้ต่อเดือน เติมข้อความ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคุณลักษณะเจเนอเรชั่นวาย ประกอบด้วยคุณลักษณะเจเนอเรชั่นวายใน 4 ด้าน มีลักษณะคำถามเป็น 5 คำตอบ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ดังนี้

2.1 มีความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

2.2 มีความมั่นใจในตัวเอง ประกอบด้วยคำถาม 6

2.3 มีอิสระทางความคิด ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

2.4 ชอบงานด้านไอที ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วยแรงจูงใจ 4 ด้าน มีลักษณะคำถามเป็น 5 คำตอบ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ดังนี้

3.1 แรงจูงใจด้านความผูกพัน ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

3.2 แรงจูงใจด้านการยอมรับในสังคม ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

3.3 แรงจูงใจด้านการได้รับความยกย่อง ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

3.4 แรงจูงใจต้องการความสำเร็จในชีวิต ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามทัศนคติการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประกอบด้วยทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 5 ด้าน มีลักษณะคำถามเป็น 5 คำตอบ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ดังนี้

4.1 ด้านการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อ

4.2 ด้านการศึกษา ประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ

4.3 ด้านการตลาด ประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ

4.4 ด้านความบันเทิง ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

4.5 ด้านสื่อสารการเมือง ประกอบด้วยคำถาม 8

แบบสอบถามทั้งหมดได้รับการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และทดสอบความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างและไม่ถูกจัดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Alpha) แบบสอบถามคุณลักษณะเจเนอเรชั่น วาย เท่ากับ 0.867 แบบสอบถามแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เท่ากับ 0.917 และแบบสอบถามทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เท่ากับ 0.934

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 ขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) บรรยายข้อมูล โดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ เพื่อบรรยายลักษณะตัวแปรทุกตัวที่ศึกษา

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของนิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถิติที่ใช้ คือ การทดสอบแบบที (t-test) ใช้ทดสอบความแตกต่างหรือเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มและวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป

3. การทดสอบข้อมูลมีการกระจายตัว เพื่อทดสอบการแจกแจงของตัวอย่างว่ามีการแจกแจงตามปกติหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่ามีการแจกแจงแบบปกติ

4. ทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมด ในตารางที่ 3

5. การทดสอบหาตัวแปรอิสระใดที่สามารถทำนายทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน โดยใช้สถิติการถดถอยแบบพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

นิสิตชั้นปีที่4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 378 คนเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.5 เพศหญิง ร้อยละ 49.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 22 ปี ร้อยละ 50.3 รองลงมามีอายุ 20-21 ปี ร้อยละ 42.3 และมีอายุ 23 ปีขึ้นไป ร้อยละ 7.4 คณะสายวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 62.2 และสายสังคมศาสตร์ ร้อยละ 37.8 นิสิตมีเกรดเฉลี่ยส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 2.51-3.00 ร้อยละ 34.7 รองลงมาเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.01-2.50 ร้อยละ 30.4 เกรดเฉลี่ย 3.01-3.50 ร้อยละ 26.5 เกรดเฉลี่ย 3.51-4.00 ร้อยละ 5 และเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 ร้อยละ 3.4 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4,001-8,000 บาท ร้อยละ 44.7 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 8,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 38.6 และรายได้ต่อเดือน 0-4,000 บาท ร้อยละ 16.7

คุณลักษณะของเจเนอเรชั่น วาย พบว่า คุณลักษณะของเจเนอเรชั่น วายโดยรวมอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 1)

นิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน ที่มี อายุ เกรดเฉลี่ย รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ระดับของคุณลักษณะของเจเนอเรชั่น วาย แรงจูงใจ ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (n=378)

ตัวแปร	นิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน (n=378)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1.คุณลักษณะเจเนอเรชั่น วาย			
1.1 มีความคิดสร้างสรรค์	3.41	0.703	มาก
1.2 มีความมั่นใจในตัวเอง	3.51	0.720	มาก
1.3 มีอิสระทางความคิด	3.71	0.719	มาก
1.4 ชอบงานด้านไอที	3.65	0.718	มาก
รวม	**3.57**	**0.622**	**มาก**
2.แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์			
2.1 แรงจูงใจด้านความผูกพัน	3.07	0.845	ปานกลาง
2.2 แรงจูงใจด้านการยอมรับในสังคม	2.89	0.871	ปานกลาง
2.3 แรงจูงใจด้านการได้รับความยกย่อง	2.61	1.112	ปานกลาง
2.4 แรงจูงใจต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	3.44	0.815	มาก
รวม	**3.01**	**0.798**	**ปานกลาง**
3.ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์			
3.1 ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.11	0.675	มาก
3.2 ด้านการศึกษา	4.05	0.674	มาก
3.3 ด้านการตลาด	3.80	0.818	มาก
3.4 ด้านความบันเทิง	4.33	0.623	มากที่สุด
3.5ด้านสื่อสารการเมือง	3.85	0.783	มาก
รวม	**4.03**	**0.624**	**มาก**

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างของพื้นฐานส่วนบุคคล (n=378)

ตัวแปร	F	p-value
1.อายุ	0.381	0.683
2.เกรดเฉลี่ย	1.406	0.231
3.รายได้ต่อเดือน	0.341	0.850

การศึกษาตัวแปรที่สามารถเข้าร่วมทำนายทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวม พบว่าตัวแปรที่สามารถทำนายทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร คือ แรงจูงใจต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (X_{12}) แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่อง (X_{11}) คุณลักษณะเจเนอเรชั่น วาย โดยภาพรวม (X_8) สามารถร่วมกันทำนายทัศนคติโดยภาพรวม ได้ร้อยละ 15.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (F= 16.841) โดยพบว่าตัวแปรลำดับที่ 1 ที่เข้าคือ ตัวแปรแรงจูงใจต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (X_{12}) สามารถทำนายได้ร้อยละ 9.9 (R^2 Chang= .099 ค่าBeta = .235) ตัวแปรลำดับที่ 2 คือ แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่อง (X_{11}) สามารถทำนายได้ร้อยละ 2.0 (R^2 Chang = .020 ค่า Beta = -.103) ตัวแปรลำดับที่ 3 คือ คุณลักษณะเจเนอเรชั่นวายโดยภาพรวม (X_8) สามารถทำนายได้ร้อยละ 2.3 (R^2 Chang = .023 ค่าBeta = .231) สามารถทำนายได้ ร้อยละ 1.1 (R^2 Chang = .011 ค่า Beta = .145) (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ค่าการทำนายของตัวแปรอิสระทั้งหมดต่อทัศนคติโดยภาพรวม

ตัวแปร	R	R^2	R^2 Adjusted	R^2 Chang	B	Beta	t	p-value
แรงจูงใจต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต	.314	.099	.096	.099	.307	.235	5.780	<.001
แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่อง	.345	.119	.114	.020	-.184	-.103	-3.305	.001
คุณลักษณะของเจเนอเรชั่น วายโดยภาพรวม	.377	.142	.135	.023	.231	.231	4.177	<.001
ค่าคงที่ = 2.740	F overall = 16.841***			p-value = .000				

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 2.740 + .307(X_{12}) - .184(X_{11}) + .231(X_8)$$

เมื่อ Y = ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยภาพรวม
X_{12} = ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต
X_{11} = แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่อง
X_8 = คุณลักษณะของเจเนอเรชั่น วายโดยภาพรวม

สมการคะแนนมาตรฐาน $Z = .235(X_{11}) - .103(X_{12}) + .231(X_8)$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะเจเนอเรชั่น วาย ของนิสิตชั้นปีที่ 4 อยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านความคิดสร้างสรรค์ ความมั่นใจในตัวเอง การมีอิสระทางด้านความคิด ชอบงานด้านไอที ทั้งนี้เพราะนิสิตชั้นปีที่ 4 เติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี มีอินเทอร์เน็ตที่สามารถทำให้หาความรู้และข้อมูลได้จากทั่วทุกที่ เกิดมาในยุคของสังคมที่มีการแข่งขันสูง จึงทำให้คนกลุ่มนี้ชอบแสวงหาความรู้ ศึกษาค้นคว้าสิ่งใหม่ๆ มีจิตนาการสูงและสามารสร้างสรรค์ผลงานให้เป็นที่โดดเด่น เด็กในกลุ่มนี้จะได้รับความรักจากพ่อและแม่ ได้รับความเอาใจใส่จากคนในครอบครัว อยากได้อะไรพ่อแม่ก็จะหาให้ ทำให้เด็กกลุ่มเจเนอเรชั่นนี้มีความมั่นใจในตัวเอง และมีอิสระทางด้านความคิดค่อนข้างสูง เชื่อมั่นในความคิดของตนเองไม่เชื่อฟังใครง่ายๆ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ค่อนข้างให้ความสำคัญกับการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เห็นได้จากการมี account ให้นิสิตเข้าใช้ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและมีทางเดินไว้ให้สำหรับผู้ที่เดินขณะใช้โทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะ แสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยให้ความสำคัญและเห็นว่านิสิตเกษตรศาสตร์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เด็กกลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมกับความเจริญของเทคโนโลยี ทั้งคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือ รวมถึงอุปกรณ์ไอทีอื่นๆ ทำให้เสพติดการใช้อุปกรณ์ไอทีในการนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับเสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร (2550 อ้างตาม ฉัตรนภา ติละกล, 2555) ได้กล่าวถึงแนวโน้มพฤติกรรมของเจเนอเรชั่น วาย มีอยู่ว่า เจเนอเรชั่น วาย เป็นตัวของตัวเองสูง ท้าท้ายกฎระเบียบ คุ้นเคยกับเทคโนโลยี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และไม่ยึดติดกับกรอบ และเสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์ (2550) กล่าวว่าเจเนอเรชั่น วาย เติบโตขึ้นมาด้วยการเลี้ยงดูเป็นอย่างดีจากพ่อแม่ อีกทั้งเพราะพ่อแม่รุ่นเบบี้ บูมเมอร์ ต่างรู้สึกผิดที่ออกไปทำงานนอกบ้านทั้งคู่ทำให้มีเวลาอยู่กับลูกน้อยลง จึงชดเชยความผิดด้วยการให้ทุกสิ่งทุกอย่างที่ลูกต้องการ และยังถือลูกเป็นศูนย์กลางของครอบครัวด้วย จึงมีความภูมิใจตนเอง เพราะเป็นที่รักของพ่อแม่

แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง เป็นเพราะนิสิตชั้นปีที่ 4 มีอายุอยู่ในช่วงของเจเนอเรชั่น วาย ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ติดเพื่อนติดสังคมทำให้มีความต้องการที่จะเข้าสังคมกับเพื่อนและผู้อื่น ต้องการได้รับการยอมรับในสังคมเด็กกลุ่มนี้จึงต้องการสร้างความผูกพันกับเพื่อนโดยการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร หากไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จะไม่ได้การยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ต้องการการได้รับความยกย่องจากคนในสังคม ในสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่เปิดกว้างทุกคนสามารถเข้าไปใช้เครือข่ายนี้ได้ ทำให้สามารถใช้พื้นที่นี้เพื่อแสดงความคิดเห็นโพสรูปภาพเผยแพร่ให้เพื่อนในโลกออนไลน์เข้ามาแสดงความคิดเห็นและจะรู้สึกภูมิใจเมื่อมีผู้เข้ามาชื่นชม สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจ ด้านแรงจูงใจทางด้านสังคม (social motivation) ที่ว่าความต้องการที่มีผลมาจากด้านชีววิทยาของมนุษย์ในความต้องการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว เพื่อนฝูงในโรงเรียน เพื่อนร่วมงาน เป็นความต้องการส่วนบุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม แรงจูงใจด้านสังคม เกิดจากพฤติกรรมที่เขาแสดงออกด้วยความต้องการของตนเองมากกว่าผลตอบแทนจากวัตถุสิ่งของ

นิสิตชั้นปีที่ 4 อยู่ในช่วงของวัยที่ต้องเตรียมตัวเข้าสู่วัยทำงาน เนื่องจากเป็นชั้นปีสุดท้ายของการจบการศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัย จึงมีเป้าหมายและมีความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต นิสิตจึงใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่เพื่อการศึกษา เพื่อสมัครงาน เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และประหยัด สอดคล้องกับ Domjan (1996: 199 อ้างตาม ณภัทร์ บรรลังค์, 2554) อธิบายว่า การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 อยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากนิสิตชั้นปีที่ 4 อยู่ในยุคของเทคโนโลยีมีความก้าวหน้า สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ในทุกๆด้าน ไม่ว่าจะ

เป็นด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการศึกษา ด้านการตลาด ด้านความบันเทิง หรือแม้กระทั้งด้านการสื่อสารทางการเมือง นิสิตเกิดความผูกพันและเสพติดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนใหญ่นิสิตใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และสามารถพูดคุยกับเพื่อนที่อยู่ห่างกันหรือไม่ได้เจอกันนานได้ ใช้สำหรับการศึกษาการหาข้อมูลความรู้เพื่อทำรายงานและได้รับส่งงานกับอาจารย์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีเว็บไซต์สำหรับให้นิสิตสามารถเข้ามารับข่าวสารของมหาวิทยาลัย มี e-learning สำหรับการเรียน การสอน เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งให้ความบันเทิงขนาดใหญ่ ทั้งสามารถเล่นเกมออนไลน์ รับข่าวสารดารา ข่าวสารบ้านเมือง ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง ทำให้นิสิตสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลายบทบาทในสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เช่นกันและช่วยคลายความเครียด นอกจากนี้ด้านการตลาดยังเข้ามามีบทบาทในเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมาก เพราะสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย มีราคาถูกกว่าท้องตลาด จึงเป็นที่ดึงดูดความสนใจให้กับนิสิตเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ การติดต่อสื่อสารทางการเมือง จึงเป็นประเด็นที่มักนำมาพูดคุยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เนื่องจาก สามารถทำให้นิสิตกล้าแสดงออกทางด้านความคิด รับรู้ข่าวสารด้านการเมืองได้ แลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่นได้อย่างทั่วถึง สอดคล้องกับงานวิจัยการศึกษาทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา:นักศึกษาและบุคลากรวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา จ.เพชรบูรณ์ (พิชญาวี คณะผล, 2554) พบว่าประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 16-25 ปี ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเชิงบวก ส่วนมากให้ความสำคัญกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่เปิดกว้าง เป็นเครื่องมือให้คนได้แสดงความคิดเห็นได้ในหลากหลายแง่มุม สามารถค้นหาข้อมูลและตอบสนองความต้องการได้ง่าย และเป็นการโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระไม่ว่าอยู่ที่ไหน เวลาใด มีการใช้ประโยชน์จากสังคมออนไลน์เพื่อการ chat กับเพื่อน ค้นหาเพื่อนเก่าหรือหาเพื่อนใหม่ เพื่อติดตามข่าวสารที่สนใจและเหตุการณ์ต่างๆและเพื่อรับ-ส่งอีเมล์ ดาวโหลดเพลง เกม มีความพึงพอใจมากในเรื่องของการสนทนา โต้ตอบกับเพื่อนหรือผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย มีความคล่องตัวหรือความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร และมีความหลากหลายของชุมชนหรือกลุ่มสังคม

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน ที่มีอายุ เกรดเฉลี่ย รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากอายุของนิสิตชั้นปีที่ 4 อยู่ในช่วง 21-23 ปี ซึ่งช่วงอายุไม่แตกต่างกันมากนัก และเป็นกลุ่มที่ที่เติบโตมาพร้อมกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เหมือนกัน อีกทั้งนิสิตกลุ่มนี้มีการนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ใช้เพื่อการศึกษา การเรียนรู้ ติดต่อสื่อสาร และเพื่อความบันเทิง ดังนั้นนิสิตจึงมีโอกาสในการใช้เครือข่ายสังคมคมออนไลน์เพื่อตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของตนเอง นิสิตที่มีเกรดเฉลี่ยสูงหรือมีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่าจึงมีทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ไม่ต่างกัน รวมถึงปัจจุบันมีการให้เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ทำให้นิสิตที่มีรายได้น้อยหรือปานกลางก็สามารถเข้างานเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้

ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวม โดยสรุปพบว่ามี 3 ตัวแปร ที่สามารถทำนายทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยภาพรวมได้ร้อยละ 15.3 คือ แรงจูงใจต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่อง คุณลักษณะเจเนอเรชั่น วาย โดยภาพรวม นั่นหมายถึง นิสิตเติบโตมาในสังคมที่มีการแข่งขันสูง เกิดมากลุ่มของเจเนอเรชั่น วาย ที่เป็นกลุ่มมีความคาดหวังในการใช้ชีวิตสูง และก้าวมาพร้อมกับเทคโนโลยีมีความก้าวหน้า ทำให้คนกลุ่มนี้สามารถนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ให้เกิดประโยชน์การที่นิสิตมีแรงจูงใจด้านการประสบความสำเร็จในชีวิตที่ค่อนข้างมาก จึงนำแรงจูงใจนี้มาเป็นส่วนหนึ่งในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละด้าน จึงมีผลต่อทัศนคติในแต่ละด้าน รวมถึงการที่นิสิตเป็น

กลุ่มเจเนอเรชั่น วาย ซึ่งมีความชำนาญในการใช้อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงส่งผลให้สามารถนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในชีวิตประจำวัน และเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต แต่เหตุที่สามารถทำนายทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เพียง ร้อยละ 15.3 นั้น เนื่องจาก ถึงแม้นิสิตจะเติบโตมาในช่วงของกลุ่มเจเนอเรชั่น วาย เติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี แต่เนื่องจากนิสิตกลุ่มเจเนอเรชั่นนี้ชอบที่จะเจอหน้าเพื่อนฝูง ต้องการที่จะทำงานที่มีโอกาสพูดคุย สังสรรค์กับผู้อื่น และต้องการสถานที่ทำงานที่มีลักษณะเปิดโล่งที่เปิดโอกาสให้สร้างปฏิสัมพันธ์ อยากจะทำงานในสถานที่ที่สามารถเข้าถึงหรือติดต่อเพื่อนร่วมงานและเจ้านายได้สะดวกตลอดเวลา (พสุ เดชะรินทร์, 2552) จึงทำให้นิสิตกลุ่มนี้ชอบสังคมในความจริงมากกว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีกิจกรรมให้นิสิตสามารถแสดงออกทางด้านความคิด สร้างผลงานต่างๆ เช่น ทางด้านศิลปะ วิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรม งานวิจัย ความคิดใหม่ๆ เป็นต้น และมีการให้รางวัลกับนิสิตที่มีผลงานดี เพื่อเป็นกำลังใจทำให้มีแรงจูงใจ และแรงกระตุ้นให้นิสิตคิดค้นผลงานใหม่ๆได้อีก และส่งเสริมผลงานของนิสิตเผยแพร่ลงในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก ทั้งนี้นอกจากจะส่งผลให้ภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยแล้วยังส่งผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนิสิตในการเข้าทำงานในหน่วยงานต่างๆ

2. มหาวิทยาลัยควรจัดให้มีการสัมมนา ให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น ด้านการศึกษา ใช้เพื่อการสมัครงาน เผยแพร่ผลงานของตนเอง หรือช่องทางการทำธุรกิจ เพื่อให้นิสิตชั้นปีที่ 4 สามารถเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยทำงานได้ต่อไป

3. ควรควบคุมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความบันเทิง เช่น เล่นเกมออนไลน์ ดูหนัง หรือดูคลิปวีดิโอ เพื่อไม่ให้เด็กกลุ่มนี้หมกมุ่นจนเกินไป เนื่องจากอาจจะทำให้ส่งผลกับการเรียนและอุปนิสัยที่ลอกเลียนแบบจากเกมหรือเนื้อหาในเครือข่ายสังคมออนไลน์และอาจส่งผลต่อสุขภาพกายและจิตได้

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาอิทธิพลที่มีผลต่อทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 ไม่ว่าจะเป็นตัวแปรอิสระคุณลักษณะเจเนอเรชั่น วาย และแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ว่ามีอิทธิพลกับทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่

2. นิสิตมีทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก ซึ่งหากนิสิตหมกมุ่นกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากจนเกินไป อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ส่งผลเสียต่อระบบและอวัยวะต่างๆของร่างกาย เช่น ระบบประสาทตา การปวดเมื่อยของกล้ามเนื้อ สมองล้า เป็นต้น ดังนั้นควรมีการศึกษาผลกระทบที่มีต่อสุขภาพที่เกิดจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในวัยรุ่น

3. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิต ทำให้นิสิตมีความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างน้อยลง บางคนอาจเก็บตัวอยู่กับสื่อออนไลน์ มีการลอกเลียนแบบ ซึ่งในบางครั้งอาจทำให้เกิดสุขภาพจิตที่เปลี่ยนไปในทางลบ เช่น มีอารมณ์ร้อน ก้าวร้าว คิดมากและเครียดง่าย เนื่องจากวัยรุ่นอยู่ในวัยที่มีอารมณ์อ่อนไหวง่าย จึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของคนรอบข้างและส่งผลต่อสุขภาพจิตอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรนภา ติละกล. (2555). *การศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น วายที่มีผลต่อความต้องการคุณลักษณะการศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น วายที่มีผลต่อความต้องการคุณลักษณะงาน: ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง*. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**)**.

ณภัทร์ บรรลังค์. (2554).*ทฤษฎีแรงจูงใจ*. สืบค้นจาก https://www.l3nr.org/posts/425512

พิชญาวี คณะผล. (2554). *การศึกษาทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา: นักศึกษาและบุคลากรวิทยาลัยเฉลิมกาญจนาจ.เพชรบูรณ์*. (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).

พสุ เดชะรินทร์. (2552). *“การทำความเข้าใจกับคน Gen Y”*. กรุงเทพธุรกิจ.

ภานุวัฒน์ กองราช. (2555). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นกรณีศึกษา Facebook*. สืบค้นจาก http://goo.gl/3VO9U7

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2558).*จำนวนนิสิตปัจจุบันมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*.[std.regis.ku.ac.th] สืบค้นจาก https://regis.ku.ac.th/cpcmns/rpt_std_ku3.php

สาระดีดี.คอม. (2553). *Why Generation: GenerationY: Gen Y*. สืบค้นจาก http://goo.gl/QIXMH3

เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์. (2550). *Generation Y ตบเท้าเข้าสู่โลกธุรกิจ*.สืบค้นจาก Positioningmag.com Brand Buffet.

เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์. (2550). *ผู้หญิงคลั่ง Facebook มากกว่าชาย*. สืบค้นจาก http://goo.gl/izRWpT

Thailand Zocial Awards 2014. (2014). *เผยสถิติบนโลกออนไลน์และพฤติกรรมการใช้ Social Network ของไทย*. สืบค้นจาก http://goo.gl/cpk83q

Thumbsup. (2013).*วิจัยพบผู้หญิงมีอิทธิพลบนโลกโซเชียลมากกว่าผู้ชาย*. สืบค้นจาก http://goo.gl/WbsgE7

Ellen Johanna Helsper. (2007). *Internet use by teenagers: Social inclusion, self-confidence and group identity. London School of Economics and Political Science Department of Media and Communications*.

Whitney Sue Thoene. (2012). *The Impact of Social Networking Sites on College Students' Consumption Patterns. In partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts*. Marshall University.