

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของพระนิสิตระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Online Social Media Usage Behaviors of Undergraduate Student Monks
Mahachulalongkornrajavidyalaya University Wang Noi District
Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

พระมหาเอก เมธิกยาโน (เจตสลัน)*

Phramaha Ake Medhikayano (Chetsalan)

หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยรังสิต
Master of Science in College of Information and Communication Technology, Rangsit University

ศิษย์ นิมมนี**

Krishna Chimmanee

วิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยรังสิต, ประเทศไทย

College of Information and Communication Technology, Rangsit University, Thailand

Email: ake_ac1985@hotmail.com

Received : April 24, 2019

Revised : August 7, 2020

Accepted : August 10, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์(๑) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์(๒) การใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (๓) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ (๔) เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา งานวิจัยนี้เป็นเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถาม พระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน ๓๐๘ รูป โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ผลการศึกษาพบว่า ในด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า ๑ ประเภท โดยเฟซบุ๊กมากที่สุด ใช้งานครั้งละมากกว่า ๓ ชั่วโมงต่อวัน วัตถุประสงค์ในการใช้งานเฟซบุ๊ก คือ เพื่อเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และสำหรับการใช้งานเว็บไซต์ธรรมะ ส่วนใหญ่จะเข้าเว็บ

* พระมหาเอก เมธิกยาโน (เจตสลัน) Phramaha Ake Medhikayano (Chetsalan)

** รศ.ดร. ศศิณิชา นิมมนี Assoc.Prof.Dr. Krishna Chimmanee

ธรรมะทั่วไปโดยไม่ได้เจาะจงเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่ง เข้าใช้งานครั้งละ ๓๐ นาที - ๑ ชั่วโมงต่อวัน ผลการศึกษาในด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ๔.๒๘ หรืออยู่ในระดับมากที่สุด โดยหัวข้อย่อยใช้สำหรับค้นหาความรู้เพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ๔.๔๐ ผลการศึกษาในด้านการเผยแผ่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ๓.๗๕ หรืออยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อย่อยการแชร์หัวข้อธรรมะ ข้อคิดต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ๓.๘๒ ผลการศึกษาในด้านผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ๒.๒๗ หรือในระดับน้อย โดยหัวข้อย่อยเสียสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ๒.๓๔ สำหรับผลการศึกษาสมมติฐานในด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าตัวแปร สถานภาพ อายุ และคณะที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปร พรรษา และระดับชั้นที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ผลการศึกษาในด้านการเผยแผ่ธรรมะและผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่าตัวแปร สถานภาพ อายุ พรรษา คณะ และระดับชั้นที่ต่างกันมีการเผยแผ่ธรรมะและผลกระทบแตกต่างกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้; สื่อสังคมออนไลน์; พระนิสิตระดับปริญญาตรี;
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Abstract

The research entitled “Online Social Media Usage Behaviors of Undergraduate Monk Students of Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Wang Noi District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province” consisted of three objectives: (1) to study the online social media usage behaviors (2) to study the utilization of the online social media usage; (3) to study the behaviors on the dissemination of the Dhamma via online social media; and (4) to study the impact of online social media usage of undergraduate monk students of Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Wang Noi district, Phra Nakhon Si Ayutthaya province. The study was a survey research in which the population of the research consisted of 308 undergraduate monk students of Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Wang Noi district, Phra Nakhon Si Ayutthaya province, by means of a non-probability sampling and quota sampling. The research results are In terms of online social media usage behaviors, it was found that most of the surveyed sample group used more than 1 type of online social media, having Facebook as the most used platform with daily access and more than 3 hours at a time. The objective of using Facebook was to open up to news and information via online

social media. Regarding the use of the Dhamma website, most users used the Dhamma website in general, without specifying one specific website, and having active access every day per week and 30 minutes - 1 hour each time. The results of the study on the utilization of online social media found to be at the highest level with an average of 4.28, by which the subtopic on the usage for searching for additional knowledge was at the highest level with an average of 4.40. The utilization of online social media in relevance to status, age and faculty were found no difference. However, a difference was found in the number of years ordained and year of study. Regarding the dissemination of the Dhamma via online social media, it was found to be at a high level with an average equal to 3.75, by which the subtopic on the sharing of Dhamma topics was at a high level with an average of 3.82. The dissemination of the Dhamma via online social media in relevance to status, age, number of years ordained, faculty and year of study were found difference. Regarding the impact of online social media usage, it was found to be at a low level with an average of 2.27, by which the subtopic on the negative impact on health was at the highest level with an average of 2.34. The impact of online social media usage in relevance to status, age, number of years ordained, faculty and year of study were found difference.

Keywords: Usage behaviors; Online social media; Monk students;
Mahachulalongkorn rajavidyalaya university

บทนำ

เอ็ดต้าได้ทำการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี ๒๕๖๑ จากหลากหลายเพศ และหลากหลายเจนเนอเรชั่น ซึ่งพบการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจสำหรับเหล่านักการตลาดที่ต้องการเข้าใจพฤติกรรมของชาวโซเชียลให้มากยิ่งขึ้น พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมที่ครองใจคนไทยในขณะนี้ คือ ๑.ยูทูป (YouTube) ร้อยละ ๙๘.๘% ๒.ไลน์ (LINE) ร้อยละ ๙๘.๖% ๓. เฟซบุ๊ก (Facebook) ร้อยละ ๙๖.๐ % ๔.เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ร้อยละ ๘๘.๔ % ๕.อินสตาแกรม (Instagram) ร้อยละ ๖๗.๒ % ๖.พันทิป (Pantip) ร้อยละ ๖๔.๒ % ๗.ทวิตเตอร์ (Twitter) ร้อยละ ๔๓.๐ % จำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวันในปี ๒๕๖๑ มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่าปี ๒๕๖๐ ที่ผ่านมา ถึง ๓ ชั่วโมง ๓๐ นาทีต่อวัน การใช้อินเทอร์เน็ต มีความแตกต่างช่วงวัยก็มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันออกไปทั้งเวลาที่ใช้ในกิจกรรมต่างๆ และปัญหาที่พบเจอในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ก็แตกต่างกันออกไปด้วย ภาพรวมของกิจกรรมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่ใช้เฟซบุ๊กมากเป็นอันดับ ๑ ของโลกใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุด อันดับแรก คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา คือ การดูโทรทัศน์ ดูคลิปวิดีโอ ดูภาพยนตร์ ฟังเพลงออนไลน์^๑

ในยุคปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ จึงมีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของทุกเพศทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ รวมถึงพระภิกษุสามเณร จนกลายเป็นการสื่อสารสมัยใหม่ที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยมีส่วนช่วยทั้งในเรื่องการเผยแพร่ธรรมะ การศึกษา การติดต่อสื่อสาร และการติดตามข่าวสาร ทำให้สื่อสังคมออนไลน์มีความเติบโตและมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นทุกวัน แต่โลกไซเบอร์นั้น ไซ่ว่าจะมีเว็บไซต์ด้านพระพุทธศาสนาเพียงอย่างเดียว ยังมีเว็บไซต์อื่น ๆ เป็นจำนวนมากทั่วโลกให้เข้าไปค้นหาหากไม่รู้สึกระเบือและหลงเพลินไปกับการท่องโลกอินเทอร์เน็ต แทนที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการศึกษากลับมาเป็นภัยบั่นทอนชีวิตพรหมจรรย์ของพระสงฆ์ได้ง่าย ๆ ซึ่งที่ผ่านมามีตัวอย่างเกิดขึ้นมากมาย สื่อออนไลน์ มีประโยชน์ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาก็จริง แต่ในขณะเดียวกัน หากไม่รอบคอบรัดกุม การใช้สื่อประเภทนี้ยังมีส่วนที่เป็นโทษอีกด้วย ในกรณีการเผยแพร่ข้อมูลหรือความรู้ด้านธรรมวินัยที่ผิด พระสงฆ์บางกลุ่มหากไม่มีกฎระเบียบในการใช้อินเทอร์เน็ตอาจจะก่อให้เกิดความเสียหายได้ง่าย^๒

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การใช้ประโยชน์ และการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ว่าเป็นอย่างไร รวมถึงศึกษาผลกระทบที่พระนิสิตได้รับจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มาทำความเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพระนิสิตในปัจจุบัน รวมถึงสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงวางแผนส่งเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและความเข้มแข็งให้กับพระนิสิตซึ่งเป็นศาสนทายาทที่สำคัญของพระพุทธศาสนา ให้เป็นผู้ที่สามารถดำรงสมณเพศได้อย่างถูกต้องตามพระธรรมวินัย รวมถึงสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและการสื่อสารอย่างรู้เท่าทัน เพื่อพัฒนาตนเองให้กลายเป็นศาสนทายาทที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
๒. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์
๓. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

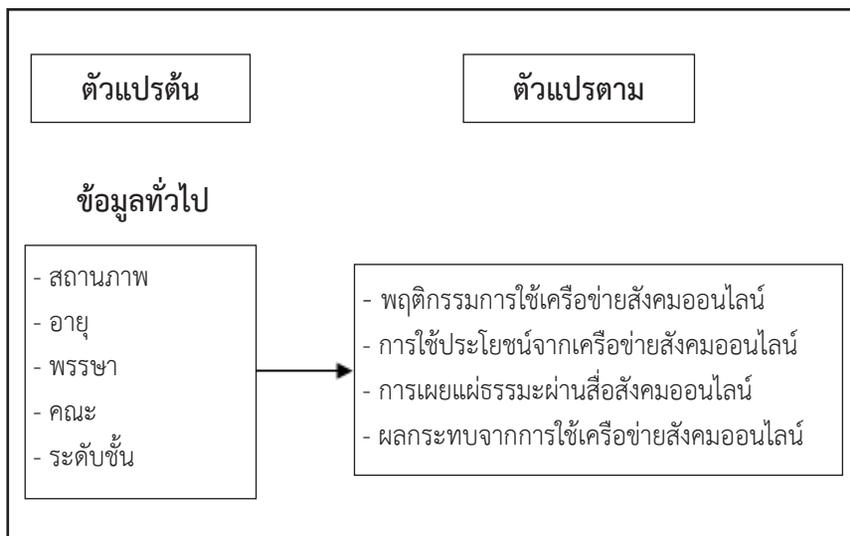
^๑ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี ๒๕๖๑, (กรุงเทพมหานคร : กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ๒๕๖๒), หน้า ๒๑-๒๙.

^๒ พระภุคคาถา กิตติคุณโต (วิชัย), “สื่อใหม่กับการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบัน”, วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๑) : ๑๑๖.

๔. เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มประชากรเป็นพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีการดำเนินการวิจัย

๑. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ ๑ แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

๒. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจครั้งนี้ คือ พระนิสิตระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ชั้นปีที่ ๑-๕ ทั้ง ๔ คณะ จำนวน ๑,๓๔๖ รูป ได้แก่ คณะพุทธศาสตร์ คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ โดยคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อถือ (Reliability) เท่ากับร้อยละ ๙๕ % หรือระดับนัยสำคัญ ๐.๐๕ ดังนี้

สูตร
$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อน

วิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง

$$\text{เมื่อ } n = \frac{๑๓๔๖}{๑ + ๑๓๔๖(๐.๐๕)^๒}$$

$$n = ๓๐๘$$

ดังนั้นจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ๓๐๘ รูป^{๑)}

เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ ผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เพื่อกำหนดสัดส่วนของประชากรในแต่ละกลุ่มคณะ ดังนี้

ตารางที่ ๑ แสดงสัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่าง

คณะ	จำนวนนักศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง
พุทธศาสตร์	๒๘๐	๖๔
ครุศาสตร์	๒๖๑	๖๐
มนุษยศาสตร์	๔๑๐	๙๔
สังคมศาสตร์	๓๙๕	๙๐
รวมทั้งสิ้น	๑,๓๔๖	๓๐๘

๓. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบให้เลือกรายการ (Check List) ในด้าน สถานภาพ อายุ พรรษา คณะ และระดับชั้น

ส่วนที่ ๒ แบบสอบถามด้านการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นคำถามแบบให้เลือกรายการ (Check List) ในด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ ๓ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าระดับ ได้แก่ ๕ มากที่สุด ๔ มาก ๓ ปานกลาง ๒ น้อย และ ๑ น้อยที่สุด

๔. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้ คือ

^{๑)} โกวิท รัตพิศาล, ระเบียบวิธีวิจัย, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรังสิต, ๒๕๕๙), หน้า ๓๙-๔๘.

๑. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบ ในการสร้างแบบสอบถาม ในด้านความเที่ยงตรง ความเหมาะสมของเนื้อหา ความเหมาะสมในการใช้ภาษา และความชัดเจนของคำถามในแบบสอบถาม เพื่อให้แบบสอบถาม สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามความประสงค์ของผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม

๒. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มคนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๓๐ คน แล้วทำการวิเคราะห์ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

๕. การเก็บรวบรวมข้อมูล

๑. เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกระดาษ โดยผู้วิจัยจะให้หัวหน้าห้องแจกแบบสอบถามให้พระนิสิตทำช่วงเวลาพักกลางวัน และรวบรวมส่งคืนมาให้

๒. เก็บข้อมูลออนไลน์ (Google Forms) โดยผู้วิจัยจะส่งให้หัวหน้าห้องแต่ละคณะ ส่งไปในกลุ่มไลน์และเฟซบุ๊กของพระนิสิต

๖. การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูล

ภายหลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ โดยมีขั้นตอนดังนี้

ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

๑. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เป็นการบรรยายข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

๒. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ตั้งไว้ที่ระดับสำคัญ ๐.๐๕ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ทดสอบสมมติฐานโดยเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปร ๒ กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-test independent โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๒๑ - ๕.๐๐ หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๔๑ - ๔.๒๐ หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๒.๖๑ - ๓.๔๐ หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๑.๘๑ - ๒.๖๐ หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๑.๐๑ - ๑.๘๐ หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

๓. สถิติเชิงวิเคราะห์ (Analytic Statistic) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) โดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างด้วยค่า F-test (ANOVA)

สรุปผลการวิจัยการอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปผลได้ดังนี้

๑. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ภายหลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน ๓๐๘ ชุด ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อมูลว่าจำนวน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แบ่งเป็น พระภิกษุ ๑๙๗ รูป คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๐ และสามเณร ๑๑๑ รูป คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๐ ส่วนใหญ่มีอายุ ต่ำกว่า ๒๕ ปี จำนวน ๒๐๑ รูป คิดเป็นร้อยละ ๖๕.๓ พระภิกษุส่วนใหญ่มีพรรษาต่ำกว่า ๕ พรรษา จำนวน ๑๐๒ รูป คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๑ คณะกลุ่มอย่างมีดังนี้ พุทธศาสตร์ จำนวน ๖๔ รูป คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๘ ครุศาสตร์ จำนวน ๖๐ รูป คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๕ มนุษยศาสตร์ จำนวน ๙๔ รูป คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๕ และสังคมศาสตร์ จำนวน ๙๐ รูป คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๒ ส่วนใหญ่อยู่ชั้นปีที่ ๑ จำนวน ๘๒ รูป คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๖ รองลงมา เป็นชั้นปีที่ ๔ จำนวน ๗๖ รูป คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๗

๒. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจเข้าใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุด และเข้าใช้งานทุกวัน ระยะเวลามากกว่า ๓ ชั่วโมงต่อวัน วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เพื่อเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนการใช้งานเว็บไซต์ธรรมะ ส่วนใหญ่เข้าใช้งานเว็บธรรมะทั่วไป โดยไม่จำเพาะเจาะจงเว็บใดเว็บหนึ่ง และเข้าใช้งานทุกวัน ระยะเวลา ๓๐ นาที - ๑ ชั่วโมงต่อวัน

๓. ผลการวิเคราะห์ด้านการใช้ประโยชน์ การเผยแพร่ธรรมะ และผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่าการใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมที่ ๔.๒๘ โดยหัวข้อย่อย คือ ใช้สำหรับค้นหาความรู้เพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ๔.๔๐ รองลงมาคือ ใช้สำหรับติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยที่ คือ ๔.๓๑ การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมที่ ๓.๗๕ โดยหัวข้อย่อย คือ การแชร์หัวข้อธรรมะ ข้อคิดต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ๓.๘๒ รองลงมาคือ การโพสต์โฆษณาประชาสัมพันธ์งานวัด และการโพสต์บทความธรรมะ คติธรรม คำคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ๓.๗๕ ผลกระทบจากการใช้

สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยโดยอยู่ที่ ๒.๒๗ โดยหัวข้อย่อยคือ ด้านเสียสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยที่ ๒.๓๔ รองลงมาคือ เสียกิจวัตรของสงฆ์ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ๒.๒๕

ตารางที่ ๒ ผลการวิเคราะห์ด้านการใช้ประโยชน์ การเผยแพร่ธรรมะ และผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา

การใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์	\bar{X}	SD	ผลลัพธ์
๑. ใช้สำหรับค้นหาความรู้เพิ่มเติม	๔.๔๐	.๗๗๙	มากที่สุด
๒. ใช้สำหรับติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ	๔.๓๑	.๗๙๑	มากที่สุด
๓. ใช้สำหรับสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ	๓.๘๑	.๙๒๐	มาก
๔. ใช้สำหรับรับทราบความเห็นของผู้อื่นจากประเด็นที่สนใจ	๓.๗๑	.๙๑๕	ปานกลาง
๕. ใช้สำหรับแสดงความคิดเห็นต่างๆ	๓.๕๐	๑.๑๐๕	ปานกลาง
๖. ใช้สำหรับนำเสนอผลงานของตัวเอง	๓.๔๔	๑.๐๖๘	ปานกลาง
๗. ใช้สำหรับติดต่อสื่อสารและทำงานกับเพื่อนได้สะดวก	๔.๑๓	.๘๗๖	มาก
๘. ใช้สำหรับค้นหาซื้อสินค้าที่ต้องการได้ง่ายและสะดวกขึ้น	๓.๗๒	๑.๑๕๓	ปานกลาง
๙. ใช้สำหรับดูหนัง ฟังเพลง และเล่นเกม	๓.๙๓	๑.๑๐๙	มาก
๑๐. ใช้สำหรับคลายความเครียด	๔.๑๕	.๙๕๔	มาก
รวม	๔.๒๘	.๗๘๐	มากที่สุด
การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์	\bar{X}	SD	ผลลัพธ์
๑๑. โพสต์บทความธรรมะ คติธรรม คำคม	๓.๗๕	๑.๐๕๘	มาก
๑๒. โพสต์รูปภาพประกอบธรรมะ คติธรรม คำคม	๓.๗๘	๑.๐๕๘	มาก
๑๓. โพสต์วิดีโอธรรมะ คติธรรม คำคม	๓.๔๗	๑.๒๒๐	มาก
๑๔. สนทนาธรรมะ ให้คำปรึกษากับผู้อื่น	๓.๔๔	๑.๑๖๙	มาก
๑๕. แชร์หัวข้อธรรมะ ข้อคิดต่างๆ	๓.๘๒	๑.๐๕๒	มาก
๑๖. โพสต์โฆษณาประชาสัมพันธ์งานวัด	๓.๗๕	๑.๑๒๑	มาก
รวม	๓.๗๕	๑.๐๐๒	มาก
ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์	\bar{X}	SD	ผลลัพธ์
๑๗. ถูกตำหนิ ตีเตียนจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์	๒.๒๑	๑.๓๓๓	น้อย
๑๘. ถูกคุกคามจากบุคคลภายนอก	๑.๙๖	๑.๑๖๘	น้อย

๑๙. ถูกแสบัญชีการใช้งาน	๑.๘๖	๑.๑๗๓	น้อย
๒๐. ถูกแสดงความคิดเห็นในเชิงลบ	๒.๐๖	๑.๒๒๙	น้อย
๒๑. เสียการเรียน	๒.๑๕	๑.๒๔๐	น้อย
๒๒. เสียกิจวัตรของสงฆ์	๒.๒๕	๑.๒๗๘	น้อย
๒๓. เสียสุขภาพ	๒.๓๔	๑.๓๒๕	น้อย
รวม	๒.๒๗	๑.๒๓๕	น้อย

๔. ผลการศึกษาสมมติฐานตามตัวแปร

ด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ตัวแปร สถานภาพ อายุ และคณะที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐาน) ส่วนตัวแปร พรรษา และระดับชั้นที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน (ยอมรับสมมติฐาน)

ด้านการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าตัวแปร สถานภาพ อายุ พรรษา คณะ และระดับชั้นที่ต่างกันมีการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน (ยอมรับสมมติฐาน)

ด้านผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่าตัวแปร สถานภาพ อายุ พรรษา คณะ และระดับชั้นที่ต่างกันมีผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน (ยอมรับสมมติฐาน)

การอภิปรายผลการวิจัย

พระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๘๓.๑ ซึ่งสอดคล้องกับ อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์^๕ เอมิกา เหมมินทร์, พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท เฟซบุ๊กมากที่สุด ด้านการใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนมากใช้สำหรับค้นหาความรู้เพิ่มเติม เพราะเป็นช่องทางในการค้นคว้าหาความรู้หลากหลาย จากผู้คนทุกมุมโลก จึงเป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ในสาขาวิชาที่ตนเองเรียนได้อย่างเหมาะสม ในด้านการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พระนิสิตได้แชร์หัวข้อธรรมะ ข้อคิดต่าง ๆ จากเพจธรรมะต่าง ๆ หรือจากสื่อสังคมออนไลน์ของครูบาอาจารย์ที่รู้จัก สอดคล้องกับ เมธี เชษฐวิสุต^๖ ซึ่งได้กล่าวว่า การเผยแพร่คำสอนพระพุทธศาสนา จึงถูกนำไปสู่สื่อสังคมออนไลน์ นำไปใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก มีเว็บไซต์ต่างๆเผยแพร่ธรรมะผ่านทาง

^๕ อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์, “พฤติกรรมการใช้สังคมเครือข่ายออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิตคณะครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ”, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๔), หน้า ๑๒๑.

^๖ เมธี เชษฐวิสุต, “สื่อสังคมออนไลน์กับการเผยแพร่พระพุทธศาสนา”, วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๕๒๕.

อินเทอร์เน็ต จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง และสอดคล้องกับ ธนิพฺร จุลศักดิ์^๖ ซึ่งได้กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วชิรเมธี เป็นอีกช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ ด้วยยุคสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลง โดยนำเอาคำสอน ขององค์สัมมาสัมพุทธเจ้ามาเป็นแนวทางในการให้ข้อคิด คติธรรมต่างๆ ซึ่งตรงตามสถานการณ์ เนื้อหาตรงใจวัยรุ่นทำให้เกิดการแชร์หัวข้อธรรมะต่างๆออกไป ด้านผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพระนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นด้านสุขภาพ เพราะการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลานาน อาจจะทำให้กระทบต่อสุขภาพ เช่น ปวดตา ปวดหัว ปวดไหล่ สอดคล้องกับ อมรรัตน์ วงศ์โสภากา, เสกสรร สายสีต และแน่น้อย ย่านวาริ^๗ ซึ่งได้กล่าวว่า ผลกระทบของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านสุขภาพมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ ๑

ข้อเสนอแนะต่อมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ผลวิจัยพบว่า พระนิสิตมีความถี่ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์สูง และเป็นเวลานาน อันเป็นผลกระทบต่อพระนิสิตในด้านสุขภาพ ดังนั้น มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จึงควรกำหนดเป็นนโยบาย มีแนวทางขับเคลื่อนอย่างชัดเจน และจริงจังในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของพระนิสิตระดับปริญญาตรีอย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายกว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือปัญหาของพระภิกษุสงฆ์ทั่วไป ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

๑. ควรศึกษาพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์พระนิสิตในวิทยาเขตอื่น ๆ หรือในระดับชั้นอื่น ๆ รวมทั้งมหาวิทยาลัยสงฆ์อีกแห่งด้วย

๒. ควรมีการศึกษาแนวทางการแนะนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการเรียนรู้ กับพระนิสิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

^๖ ธนิพฺร จุลศักดิ์, การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วชิรเมธี, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, ๒๕๕๕), หน้า ๙๐.

^๗ อมรรัตน์ วงศ์โสภากา, เสกสรร สายสีต และแน่น้อย ย่านวาริ, “พฤติกรรมกรรมการใช้และผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กต่อการดำเนินชีวิตของนักศึกษา วิทยาลัยราชภัฏเลย”, วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๓๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๕๘) : ๕.

บรรณานุกรม

โกวิท ทรัพย์พิศาล. **ระเบียบวิธีวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรังสิต, ๒๕๕๙.

ธนพร จุลศักดิ์. “การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี”. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, ๒๕๕๕.

พระภุคคณาจารย์ กิตติคุณโต (วิชัย). “สื่อใหม่กับการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบัน”. **วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร**. ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๑) : ๑๑๖.

เมธี เขษมวิสุต. “สื่อสังคมออนไลน์กับการเผยแพร่พระพุทธศาสนา”. **วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา** ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๕๒๕.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี ๒๕๖๑**. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ๒๕๖๒.

อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์. “พฤติกรรมการใช้สังคมเครือข่ายออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ”. **บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร**, ๒๕๕๔.

อมรรัตน์ วงศ์โสภะ, เสกสรร สายสีต และแนนน้อย ย่านวารีย์. “พฤติกรรมการใช้และผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กต่อการดำเนินชีวิตของนักศึกษา วิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาคาร”. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาคาร**. ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๓๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๕๘) : ๕.