

## ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

จิราภรณ์ สำเภาทอง<sup>1</sup>

สาวิตรี ทยานศิลป์<sup>2</sup>

อธิวัฒน์ เจียวิวรรณกุล<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อายุ 15 – 18 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วย Chi – Square Test ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อุปกรณ์ในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ และประเภทกิจกรรมที่ทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p < 0.05$  ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p < 0.01$  โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูง มีแนวโน้มที่จะมีสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัวสูงด้วย ข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือ ผู้ปกครอง โรงเรียน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัยรุ่นสามารถประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เป็นประโยชน์ในการสร้างเสริมสัมพันธภาพระหว่างวัยรุ่นกับเพื่อนและสมาชิกในครอบครัวได้

**คำสำคัญ:** สังคมออนไลน์ แรงจูงใจ สัมพันธภาพ

<sup>1</sup> นักศึกษาริทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาพัฒนาการมนุษย์ สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล 1200 ถ.เอกชัย ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000

E-mail: orange\_j02@hotmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรพัฒนาการมนุษย์ สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล 999 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170

E-mail: sawitri.tha@mahidol.ac.th

<sup>3</sup> รองผู้อำนวยการสถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล 999 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170

E-mail: Athiwat.jia@mahidol.ac.th



## The Association between Behavior and Motivation of Social Networks Usage and the Relationship with Friends and Families among High School Students in Muang District, Samutsakhon

Jiraporn Sompoathong<sup>1</sup>

Sawitri Thayansin<sup>2</sup>

Athiwat Jiawiwatkul<sup>3</sup>

### Abstract

To investigate the association between behavior and motivation of social networks usage and the relationship with friends and families, the data from a sample of 400 high school students aged 15-18 years old in Muang District, Samutsakhon Province were collected by questionnaire and analyzed with Chi-square test. Findings of the study indicated that frequency, time, place, and device of social networks usage as well as type of activity on social networks were associated with motivation significantly ( $p < 0.05$ ). Moreover, the motivation of social networks usage was also associated with relationship with friend groups and families ( $p < 0.01$ ). Furthermore, students who had high motivation for using social networks were likely to be related with friends and families. It was recommend that parents, school staffs and individuals who worked with teenagers could apply social networks for promoting the relationship between teenagers, on the one hand, and their friends and families, on the other.

**Keywords:** Social network, motivation, relationship

---

<sup>1</sup>Master of Science (Human Development), National Institute for Child and Family Development, Mahidol University  
1200 Ekachai Road, Muang District, Samutsakhon Province 74000, Thailand  
e-mail: orange\_j02@hotmail.com

<sup>2</sup>Ph.D., Professor of National Institute for Child and Family Development, Mahidol University  
999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhon Pathom Province 73170, Thailand  
e-mail: sawitri.tha@mahidol.ac.th

<sup>3</sup>Ph.D., Deputy director of National Institute for Child and Family Development, Mahidol University  
999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhon Pathom Province 73170, Thailand  
e-mail: Athiwat.jia@mahidol.ac.th

## บทนำ

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ใช้การสื่อสารในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสารและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อที่จะเข้าใจ จูงใจ และคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ การสื่อสารมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้วยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน จึงเกิดสังคมและการสื่อสารรูปแบบใหม่ นั่นก็คือสังคมออนไลน์ (social - network) (วิจิตรบุญรักษ์, 2554) โดยสังคมออนไลน์ในตอนต้นนั้น ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่สามารถติดต่อ หรือตอบโต้กับผู้ใช้รายอื่นได้มากนัก เพราะเว็บไซต์ (website) ที่มีอยู่ในขณะนั้นยังเป็นเว็บไซต์ที่มีการติดต่อสื่อสารทางเดียวคือการอ่านเพียงอย่างเดียว ต่อมามีการพัฒนาเว็บไซต์ให้ผู้ใช้สามารถตอบโต้กับผู้ใช้รายอื่นได้มากขึ้น ทำให้เครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมและเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร แสดงออกซึ่งความคิดเห็นหรือทำกิจกรรมเพื่อการศึกษา ธุรกิจและความบันเทิง (เพชรขจรนิพนธ์, 2556) สังคมออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ส่วนมากนิยมใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social - media) ที่ให้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์

จากการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2557 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ สำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่ามีผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์และอินสตาแกรมถึงร้อยละ 73.9 โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่คือวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี และรองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 6 - 14 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) สอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 (it24hrs.com, 2558) ที่พบว่ากลุ่มอายุ 15 - 34 ปี เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 54.2 ชั่วโมง/สัปดาห์หรือเฉลี่ยแล้ว มีการใช้อินเทอร์เน็ตเกือบ 8 ชั่วโมง

ต่อวัน ด้วยปริมาณการใช้งานที่สูงทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสิ่งแวดล้อมที่ใกล้ชิดมากของวัยรุ่น

โดยธรรมชาติแล้ววัยรุ่นเป็นวัยแห่งการเรียนรู้ หล่อหลอม ปลุกฝังเจตคติและฝึกฝนทักษะของชีวิตที่สำคัญที่จะนำไปใช้เป็นรูปแบบของการดำเนินชีวิตจริงในอนาคต ขณะเดียวกันก็เป็นช่วงระยะเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้าน โดยมีปัจจัยจากสภาพแวดล้อมเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องและกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ความรัก ความผูกพัน และสัมพันธ์ภายในครอบครัวจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยเป็นเกราะคุ้มครองป้องกันการคุกคามจากสังคมและสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ (อารีย์กุล, 2553) แต่ด้วยสภาพครอบครัวไทยในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ความสัมพันธ์และสัมพันธ์ภาพเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน หากประสงค์ให้เกิดสัมพันธ์ภาพที่ดี ต้องมีการติดต่อสื่อสารที่ดีและการเลือกวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมก็จะทำให้มีเกิดสัมพันธ์ภาพที่ดี ซึ่งสัมพันธ์ภาพในครอบครัวที่ดีจะทำให้สมาชิกในครอบครัวแต่ละคนมีโอกาสในการพัฒนาตนเอง โดยเฉพาะวัยรุ่นที่จะได้มีโอกาสในการรับรู้ตนเองในด้านดี เห็นคุณค่าในตนเองและศักยภาพในตนเองอย่างต่อเนื่อง มีความภาคภูมิใจในตนเอง จนนำไปสู่การพัฒนาจนเกิดความคิดความเข้าใจที่ดีในตนเอง (positive self-concept) ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญในการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข รวมถึงการพัฒนาสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลในวัยรุ่นอีกด้วย (พยอมน้อย, 2548)

จากบทความเครือข่ายสังคมออนไลน์สร้างปัญหาทางความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว (vafamilyconnections.org, 2558) กล่าวถึงผลการสำรวจกลุ่มนักศึกษาอเมริกันเกี่ยวกับความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า 1 ใน 7 เกิดความรู้สึกโดดเดี่ยวห่างไกลผู้คนมากขึ้นเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ อินเทอร์เน็ตและพัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่น ของ Heitner (2002) พบว่าระยะเวลาที่ใช้ในเครือข่าย สังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการมีเพื่อนน้อย และการบกพร่องในการเข้าสังคม จึงอาจกล่าวได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้าง ปัญหาทางความสัมพันธ์ของบุคคลในสังคม ทำให้ คนเราห่างไกลกันมากขึ้น แต่จากการศึกษา พฤติกรรมและวัตถุประสงค์ของการใช้งานเครือข่าย สังคมออนไลน์กลับพบข้อมูลน่าสนใจในอีกมุมหนึ่ง คือ วัตถุประสงค์หนึ่งของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ คือเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ทำความรู้จัก กับเพื่อนใหม่ ๆ (ตาน้อย, 2554) และการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์เนื่องจากเวลาที่รู้สึกโดด เดี่ยวหรืออยู่คนเดียวก็จะมีการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุย เป็นต้น (ราชพิบูลย์, 2553) นอกจากนี้ เมื่อนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ใน กระบวนการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาผู้เรียนยังพบว่า สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสังคมในชั้นเรียน ได้อีกด้วย (แก้วสุกใส และ จุสปาโล, 2556) จึงเป็นที่ น่าสนใจว่าแท้จริงแล้ว การใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ทำให้สัมพันธภาพในสังคมของผู้คนลด น้อยลงหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นเป็นเครื่องมือ สำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างสัมพันธภาพระหว่าง ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์กับบุคคลรอบข้างใน สังคมปัจจุบัน

ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาความสัมพันธ์ของการ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเด็นพฤติกรรมและ แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับ สัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัวของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยเลือกศึกษา กลุ่ม นักเรียนวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย ช่วงอายุระหว่าง 15 - 18 ปี เนื่องจาก เป็นกลุ่มที่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สูง มากกว่าช่วงวัยอื่น และเลือกศึกษาในเขตพื้นที่ อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากสภาพของ

พื้นที่เป็นเมืองที่อยู่ในเขตปริมณฑลที่กำลัง เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงทำให้สภาพเมืองมีความ แออัด มีประชากรที่หลากหลาย สภาพครอบครัว และสังคมเปลี่ยนแปลง การศึกษาค้นคว้านี้จะทำให้ ทราบถึงพฤติกรรม แรงจูงใจและสัมพันธภาพในกลุ่ม เพื่อนและครอบครัวของวัยรุ่น และยังทราบ ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ ในการส่งเสริมให้วัยรุ่นใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างเหมาะสมและมีสัมพันธภาพกับครอบครัวและ กลุ่มเพื่อนในทิศทางที่เหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การ ดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพใน กลุ่มเพื่อนและครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับแรงจูงใจในการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย

### วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง  
ประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 ของโรงเรียนในสังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตอำเภอมะนัง จังหวัด สมุทรสาคร ปีการศึกษา 2558  
กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4– 6 ที่สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตอำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสาคร ปีการศึกษา 2558 ที่ถูกสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตร Yamane ที่ความเชื่อมั่น 95% ยอมให้เกิด

ความคลาดเคลื่อนได้ 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง (คน)

กลุ่มตัวอย่างเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi – stage random sampling) โดยแบ่งโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดสมุทรสาครตามเงื่อนไขที่กำหนดคือเป็นโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา จัดการเรียนการสอนถึงระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีโรงเรียนที่ตรงตามเงื่อนไขทั้งสิ้น 5 โรงเรียน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยทำการจับสลากเลือกโรงเรียนต่าง ๆ จำนวน 3 โรงเรียน จากทั้งหมด 5 โรงเรียน ผลการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 3 โรงเรียนได้แก่ 1) โรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัย 2) โรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ 3) โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์ สมุทรสาครและทำการคำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละโรงเรียนเป็นไปตามสัดส่วนจำนวนนักเรียนของโรงเรียนนั้น ๆ โดย โรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัย มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 172 คน โรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 178 คน และโรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์ สมุทรสาคร มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 50 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) เพื่อสอบถามสถานภาพผู้ตอบ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ อุปกรณ์/เครื่องมือในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้ บุคคลที่ติดต่อสื่อสารผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทกิจกรรมที่ทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในการวิจัยนี้ได้ประยุกต์แบบสอบถามเพื่อหาแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊กของ ประสิทธิ์วิเศษ (2556) ที่ศึกษาการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง จำนวน 22 ข้อ เป็นการวัดแรงจูงใจ (Motives) หรือเหตุผล (Reasons) ในการใช้เฟซบุ๊ก เป็นคำถามประเมินค่า (Rating Scale) แบบ Likert Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ Cronbach's alpha coefficient เท่ากับ 0.88

ส่วนที่ 3 สัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว แบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

1) แบบวัดสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อน ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ Cronbach's alpha coefficient เท่ากับ 0.93

2) แบบวัดสัมพันธภาพในครอบครัว ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ Cronbach's alpha coefficient เท่ากับ 0.96

## 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระดับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และระดับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) โดยระบุค่าข้อมูลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(Standard deviation) ส่วนการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้สถิติ Chi-Square Test ในการทดสอบความสัมพันธ์

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.3 และรองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 34.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี ร้อยละ 37.7 รองลงมาคือ 16 ปี ร้อยละ 27.5

### 2. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 1 ใน 3 มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 6 ครั้งต่อวัน (ร้อยละ 42.7) เมื่อพิจารณาแยกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันคือ มากกว่า 6 ครั้งต่อวัน (ร้อยละ 43.2 และร้อยละ 42.5 ตามลำดับ)

ด้านระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อครั้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 1 - 2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 29.0) เมื่อพิจารณาแยกตามเพศแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อครั้งไม่แตกต่างกัน คือ มากกว่า 1 - 2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 29.5 และร้อยละ 28.7 ตามลำดับ)

ด้านช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่ามากกว่า 4 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 16.01 น. - 00.00 น. (ร้อยละ 81.7) เมื่อพิจารณาแยกตามเพศแล้วพบว่า

ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 16.01 น. - 00.00 น. (ร้อยละ 74.1 และร้อยละ 85.8 ตามลำดับ)

ด้านสถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในบ้าน/ที่พักอาศัย (ร้อยละ 70.2) เมื่อพิจารณาแยกตามเพศแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมากกว่าครึ่งหนึ่งใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้าน/ที่พักอาศัย (ร้อยละ 69.1 และร้อยละ 70.9 ตามลำดับ)

ด้านอุปกรณ์/เครื่องมือในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่ามากกว่า 3 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอันดับหนึ่งในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 79.5) เมื่อพิจารณาแยกตามเพศแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนิยมใช้โทรศัพท์มือถือสูงถึงร้อยละ 88.1 ในขณะที่เพศชายนิยมใช้โทรศัพท์มือถือร้อยละ 63.3

ด้านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้ พบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ Facebook เป็นอันดับที่หนึ่ง (ร้อยละ 69.8) เมื่อพิจารณาแยกตามเพศพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมากกว่าครึ่งเลือกใช้ Facebook (ร้อยละ 77.0 และร้อยละ 65.9 ตามลำดับ) เป็นอันดับหนึ่ง

ด้านบุคคลที่ติดต่อสื่อสารผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 ใน 3 ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมชั้นเรียน (ร้อยละ 79.3) ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นอันดับหนึ่ง เมื่อพิจารณาแยกตามเพศพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมากกว่า 2 ใน 3 ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมชั้นเรียนโดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงใช้ติดต่อกับเพื่อนร่วมชั้นเรียนมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 82.8 และร้อยละ 72.7 ตามลำดับ)

และประเภทกิจกรรมที่ทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกทำเป็นอันดับที่

หนึ่งคือ การส่งข้อความ (private message) (ร้อยละ 50.5) เมื่อพิจารณาแยกตามเพศพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงนิยมการส่งข้อความ (private

message) โดยเพศหญิงส่งข้อความ (private message) มากกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 52.1 และ ร้อยละ 47.4 ตามลำดับ)

### 3. แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกรายด้าน

แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	Mean	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. การใช้เวลาว่าง	3.33	0.62	ปานกลาง
2. การแสดงอารมณ์ความรู้สึก	3.29	0.70	ปานกลาง
3. การติดตามแฟชั่น	2.94	0.88	ปานกลาง
4. การแก้ปัญหา	3.39	3.89	ปานกลาง
5. การสร้างสังคม	3.06	0.84	ปานกลาง
6. การรับรู้ข้อมูลทางสังคม	3.45	0.89	สูง
แรงจูงใจในภาพรวม	3.25	0.52	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.25$ ,  $SD = 0.52$ ) เมื่อพิจารณาแรงจูงใจเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่แรงจูงใจอยู่ในระดับสูงได้แก่ การรับรู้ข้อมูลทางสังคม ( $\bar{X} = 3.45$ ,  $SD = 0.89$ ) แรงจูงใจด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น แรงจูงใจที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงกว่า

ด้านอื่น ๆ คือ แรงจูงใจด้านการแก้ปัญหา ( $\bar{X} = 3.39$ ,  $SD = 0.89$ ) รองลงมาคือ ด้านการใช้เวลาว่าง ( $\bar{X} = 3.33$ ,  $SD = 0.62$ ) ด้านการแสดงอารมณ์และความรู้สึก ( $\bar{X} = 3.29$ ,  $SD = 0.70$ ) ด้านการสร้างสังคม ( $\bar{X} = 3.06$ ,  $SD = 0.84$ ) และด้านการติดตามแฟชั่น ( $\bar{X} = 2.94$ ,  $SD = 0.88$ )

### 4. สัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนอยู่ในระดับสูง รองลงมามีสัมพันธภาพในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยสัมพันธภาพในกลุ่ม

เพื่อนเท่ากับ 92.47 คะแนน เมื่อพิจารณาแยกตามเพศพบว่า เพศชายส่วนใหญ่มีสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนอยู่ในระดับปานกลางและสูงในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 48.2) ส่วนในเพศหญิงพบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 62.5)

ด้านสัมพันธภาพในครอบครัว พบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีสัมพันธภาพในครอบครัวอยู่ในระดับสูง รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยสัมพันธภาพในครอบครัวเท่ากับ 95.83 คะแนน เมื่อพิจารณาแยกตามเพศแล้วพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมากกว่าครึ่งมีสัมพันธภาพในครอบครัวอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 58.3 และร้อยละ 69.7 ตามลำดับ)

## 5. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 100)					$\chi^2$	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์						32.23	0.001
- 1 – 2 ครั้งต่อวัน	3.3	9.8	55.7	27.9	3.3		
- 3 – 4 ครั้งต่อวัน	0.0	3.1	67.3	29.6	0.0		
- 5 – 6 ครั้งต่อวัน	2.9	12.9	44.3	37.1	2.9		
- มากกว่า 6 ครั้งต่อวัน	1.2	5.8	42.1	43.9	7.0		
ระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อครั้ง						16.12	0.186
- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ชั่วโมง							
- มากกว่า 1 – 2 ชั่วโมง	1.4	6.9	50.0	40.3	1.4		
- มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง	0.9	6.9	55.2	32.8	4.3		
- มากกว่า 4 ชั่วโมง	1.9	7.6	53.3	37.1	0.0		
	1.9	6.5	43.9	38.3	4.0		
ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์						41.21	0.000
- 08.01 น. – 16.00 น.	6.0	6.0	38.0	48.0	2.0		
- 16.01 น. – 00.00 น.	0.9	7.3	52.6	36.1	3.1		
- 00.01 น. – 08.00 น.	0.0	0.0	80.0	20.0	0.0		
- มากกว่า 1 ช่วงเวลาที่กำหนด	0.0	5.6	44.4	22.2	27.8		
สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์						86.79	0.000
- สถานที่ต่าง ๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ	1.0	4.8	42.3	50.0	1.9		
- สถานที่ต่าง ๆ ผ่านคอมพิวเตอร์พกพา	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7		
- ร้านอินเทอร์เน็ต	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0		
- บ้าน/ที่พักอาศัย	1.1	7.8	54.8	32.7	3.6		
- สถานศึกษา	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0		
อุปกรณ์/เครื่องมือในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์						24.93	0.015
- คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	3.5	5.3	38.5	43.9	8.8		
- คอมพิวเตอร์พกพา	0.0	6.7	73.3	6.7	13.3		
- โทรศัพท์มือถือ	1.3	7.2	50.6	38.1	2.8		
- ไอแพด/แท็บเล็ต	0.0	10.0	90.0	0.0	0.0		

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 100)					$\chi^2$	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้						30.06	0.069
- Facebook	2.2	7.5	46.6	39.4	4.3		
- Line	0.0	1.3	66.7	26.7	5.3		
- Twitter	0.0	12.5	31.3	56.3	0.0		
- Instagram	0.0	0.0	80.0	20.0	0.0		
- Google plus	0.0	33.3	50.0	16.7	0.0		
- อื่นๆ	0.0	14.3	50.0	35.7	0.0		
บุคคลที่ติดต่อสื่อสารผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์						23.92	0.091
- สมาชิกในครอบครัว	2.6	13.2	60.5	21.1	2.6		
- เพื่อนร่วมชั้นเรียน	1.6	6.3	50.5	38.2	3.5		
- เพื่อนเก่า	0.0	23.1	30.8	46.2	0.0		
- บุคคลทั่วไป/คนแปลกหน้า	0.0	0.0	42.1	42.1	15.8		
- อื่นๆ	0.0	0.0	61.5	30.8	7.7		
ประเภทกิจกรรมที่ทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						53.10	0.003
- การโต้ตอบบนกระดานข่าว	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0		
- การแบ่งปันรูปภาพ	0.0	0.0	64.3	35.7	0.0		
- การเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ	25.0	0.0	0.0	62.5	12.5		
- การแบ่งปันวิดีโอ	0.0	0.0	25.0	75.0	0.0		
- การค้นหาเพื่อนเก่า/คนที่เคยรู้จัก	0.0	0.0	66.7	16.7	16.7		
- การส่งข้อความ (private message)	0.5	6.9	53.0	36.1	3.5		
- การแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสาร	0.0	0.0	100	0.0	0.0		
- การชื่นชอบ/ถูกใจ (Like)	1.9	8.2	48.1	37.3	4.4		

จากตารางที่ 2 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

$\leq 0.05$  ได้แก่ พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อครั้ง สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อุปกรณ์/เครื่องมือในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ และประเภทกิจกรรมที่ทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์



## 6. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธ์ภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธ์ภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว

สัมพันธ์ภาพ	ระดับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 100)					$\chi^2$	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
สัมพันธ์ภาพในกลุ่มเพื่อน						33.93	0.000
- สัมพันธ์ภาพต่ำ	17.6	11.8	41.2	29.4	0.0		
- สัมพันธ์ภาพปานกลาง	1.3	7.2	52.3	35.9	3.3		
- สัมพันธ์ภาพสูง	0.4	6.5	50.4	37.8	4.9		
สัมพันธ์ภาพในครอบครัว						25.68	0.001
- สัมพันธ์ภาพต่ำ	8.3	12.5	41.7	33.3	4.2		
- สัมพันธ์ภาพปานกลาง	1.8	4.4	66.4	24.7	2.7		
- สัมพันธ์ภาพสูง	0.8	7.6	44.9	42.2	4.5		

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธ์ภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาก มีแนวโน้มที่จะมีสัมพันธ์ภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัวสูง และเมื่อทดสอบด้วย Chi – Square Test พบว่าแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับสัมพันธ์ภาพในกลุ่มเพื่อน ( $\chi^2 = 33.93$ ) และมีความสัมพันธ์กับสัมพันธ์ภาพในครอบครัว ( $\chi^2 = 25.68$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p \leq 0.001$

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

#### 1. สรุปผล อภิปรายผล

1.1 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่ามีพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความถี่ ช่วงเวลา สถานที่ที่ใช้ อุปกรณ์/เครื่องมือในการเข้าถึง และประเภทกิจกรรมที่ทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอภิปรายความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ตัวอย่างมีความถี่ในการใช้งานบ่อยครั้ง คือมากกว่า 6 ครั้งต่อวัน โดยบุคคลจะมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ก็ต่อเมื่อมีความเชื่อว่าเว็บไซต์นั้นจะสามารถช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่นได้ (Urista et al., 2008 อ้าง

ถึงใน ประสิทธิภาพพิเศษ, 2557) ซึ่งทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจและแสดงออกโดยมีพฤติกรรมความถี่ในการเข้าใช้งานบ่อยครั้ง

ช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าช่วงเวลาที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือช่วงเวลา 16.01 น. – 00.00 น. เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเสร็จสิ้นภารกิจจากการเรียนและไม่ได้ใช้เวลาร่วมกับกลุ่มเพื่อน ดังนั้น การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นการตอบสนองแรงจูงใจ ในการรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอยู่ (Ellision et al., 2007 อ้างถึงใน ประสิทธิภาพพิเศษ, 2557) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสนทนากับกลุ่มเพื่อนจึงพบว่าช่วงเวลาดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยสถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ บ้าน/ที่พักอาศัยสอดคล้องกับช่วงเวลาที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์คือช่วงเวลา 16.01 น. – 00.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเสร็จสิ้นจากภารกิจการเรียนและเดินทางกลับบ้านที่ที่พักอาศัย และไม่ได้ใช้เวลาร่วมกับกลุ่มเพื่อน จึงใช้ความสามารถของเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดตามเรื่องราวและพฤติกรรมของเพื่อน (Ellision et al., 2007 อ้างถึงใน ประสิทธิภาพพิเศษ, 2557) เพื่อตอบสนองแรงจูงใจในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่น

อุปกรณ์/เครื่องมือในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ

97.5 ใช้โทรศัพท์มือถือหรือ Smartphone ซึ่งทำให้การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำได้ง่ายมากขึ้น ทำให้ตอบสนองความต้องการให้เป็นไปตามความคาดหวังมากขึ้น

ประเภทกิจกรรมที่ทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมส่งข้อความหากัน ทั้งนี้เพราะแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างสังคมของวัยรุ่น โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนและสังคม เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นสื่อในการสนับสนุนการสื่อสารระหว่างบุคคลในการสร้าง และรักษาความสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นแรงจูงใจในการใช้ประโยชน์ ในการสื่อสารและการติดตามข้อมูลข่าวสาร (Leung, 2007 อ้างถึงใน ประสิทธิภาพพิเศษ, 2557)

1.2 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาก มีแนวโน้มที่จะมีสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อน และเมื่อทดสอบด้วย Chi – Square Test พบว่า แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จากการศึกษาพบว่ากิจกรรมที่นิยมทำกันอย่างมากคือการสนทนาหรือส่งข้อความ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลกลุ่มใดมากที่สุด ได้ผลการศึกษาที่

สอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนในครั้งนี้ที่ว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 79.3 นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมชั้นเรียนมากที่สุด สอดคล้องกับ พงษ์เสื่อและคณะ (2556) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับเพื่อนโดยกิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือการสนทนาผ่านการส่งข้อความ แรงจูงใจหรือวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนหนึ่งคือเพื่อสร้างและส่งเสริมให้เกิดสัมพันธภาพ การติดต่อสื่อสารด้วยวิธีการที่หลากหลายทำให้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สนทนายาระหว่างเพื่อน เกิดการแลกเปลี่ยนเรื่องราวระหว่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Park and Floyd (1996, อ้างถึงใน ประสิทธิ์วิเศษ, 2557) ที่พบว่าอินเทอร์เน็ตสามารถสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและค่อย ๆ พัฒนาความสัมพันธ์ไปได้เรื่อย ๆ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพในครอบครัวของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาก มีแนวโน้มที่จะมีสัมพันธภาพในครอบครัวสูง และเมื่อทดสอบด้วย Chi - Square Test พบว่า แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับสัมพันธภาพในครอบครัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่ากิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือการส่งข้อความหากัน ซึ่งเป็นวิธีในการสร้างสัมพันธภาพโดยใช้การสื่อสาร และพบว่าบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างติดต่อสื่อสารด้วยนอกจากเพื่อนร่วมชั้นเรียนแล้ว

บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างติดต่อด้วยคือสมาชิกในครอบครัว สอดคล้องกับกระบวนการสร้างสัมพันธภาพ เพราะการสร้างสัมพันธภาพที่ดีที่สำคัญประการหนึ่งคือการติดต่อสื่อสาร (พยอมแย้ม, 2548) บางครอบครัวมีการติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การสร้างกลุ่มเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยสื่อสารระหว่างสมาชิกในครอบครัว การติดตามการเคลื่อนไหวของสมาชิกในครอบครัว เป็นการสร้างสัมพันธภาพทางบวกผ่านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สำคัญอีกทางหนึ่ง

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัวในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการวิจัยของ Park and Floyd (1996, อ้างถึงใน ประสิทธิ์วิเศษ, 2557) ที่พบว่า การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีข้อค้นพบในเชิงลบ โดยไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้เพราะขาดเงื่อนไขทางสังคม (Social cues) นั่นคือเน้นการสื่อสารผ่านตัวอักษรหรือส่งข้อความมากกว่าการสื่อสารทางกายภาพ และ Shapiro and Leon Leone Park and Floyd (1996, อ้างถึงใน ประสิทธิ์วิเศษ, 2557) ที่กล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ตจะทำให้ใช้เวลากับครอบครัวและกลุ่มเพื่อนน้อยลง ความไม่สอดคล้องในครั้งนี้เกิดจากการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยทั่วไป ไม่ได้ศึกษาถึงซึ่งถึงประเด็นพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบหลงใหลผิดปกติ (Addiction) ซึ่งพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบหลงใหลผิดปกติ คือการพฤติกรรมที่มากเกินไปจนไม่สามารถเลิกทำได้ หรือไม่สามารถควบคุมให้ไม่ทำได้ ซึ่งจะทำให้เกิดผลกระทบรุนแรงในการทำหน้าที่ต่าง ๆ ไม่

ว่าจะเป็นการเรียน การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น กลุ่มเพื่อนและครอบครัว ขาดสัมพันธภาพกับบุคคลรอบข้าง (กองราช, 2554) ซึ่งจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานเพื่อส่งข้อความ ติดต่อบุคคลกับกลุ่มเพื่อนและสมาชิกในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้ผลการศึกษาที่ได้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาข้างต้นที่กล่าวว่ามีผลกระทบในเชิงลบ นอกจากนี้ลักษณะการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนามากกว่าการสื่อสารผ่านตัวอักษร โดยสามารถสื่อสารผ่านการแบ่งปันรูปภาพ การแบ่งปันวิดีโอ หรือแม้กระทั่งการสื่อสารแบบเห็นหน้า (Video call) เป็นการพัฒนารูปแบบการสื่อสารได้ดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้น (เพชรบุรณิน, 2556) ซึ่งการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นกระบวนการสร้างและพัฒนาสัมพันธภาพได้นั่นเอง

## 2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 ผู้ปกครองใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการสนทนา ติดตาม และกระชับความสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมสัมพันธภาพระหว่างกันได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดกับวัยรุ่น

2.2 วัยรุ่นและผู้ปกครองควรควบคุม ดูแลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านความถี่ ระยะเวลาและช่วงเวลาในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ให้สูงเกินไป เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าวัยรุ่นจำนวนมากมีความถี่ใน

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ค่อนข้างสูง และช่วงเวลาที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่คือช่วงเวลาระหว่าง 16.01 น. – 00.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังเลิกเรียนและเวลากลางคืน เป็นช่วงเวลาที่ร่างกายต้องการการพักผ่อน เป็นเวลาที่ร่างกายมีการหลั่งฮอร์โมนแห่งการเจริญเติบโต (Growth hormones) ซึ่งเป็นฮอร์โมนสำคัญในการช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโต และมีพัฒนาการสมวัย หากขาดการควบคุม ดูแล อาจส่งผลต่อพัฒนาการ การเรียนและสุขภาพ

2.3 โรงเรียนนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการเรียนการสอน ให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการเรียนการสอนได้ อาทิเช่นการเรียนการสอนแบบห้องเรียนกลับด้าน (The Flipped Classroom) ที่มีการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายสังคมออนไลน์จัดทำกิจกรรมให้นักเรียนเข้ามาศึกษาค้นคว้าก่อนเข้าห้องเรียน ทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้และกระตุ้นให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนอย่างเต็มที่

2.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาสัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หรือสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม และกิจกรรมที่จะเป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นช่องทางให้เด็กและเยาวชนรับสื่อข่าวสารได้ง่ายยิ่งขึ้น

## References

- Arreekul, Viroj. (2553). **Health care and adolescent counseling**. Bangkok: Pediatric Division. Phramongkutklo Hospital and the Department of Military and Community Medicine. College of Medicine, Phramongkutklo.



- Heitner, E. I. (2002). **the relationship between use of the internet and social and development in adolescence**. Westchester, NY: Pace University.
- Kaewsuksai, Rawi and Jussapalo, Chairat (2556). **Online social network: Facebook usage for learners' development**. Princesses of Naradhiwas University Journal, Special Issue 2556, 195 – 205.
- Kongrach, Panuwat. (2554). **The Study of Teenagers' Behaviors in Using Social Networking Sites (SNSs) in Thailand: A Case Study of Facebook**. Master of Arts Program in Mass. Communication Administration Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.
- National Statistical. Office. (2557). **Executive Summary Use of Information and Communication in Households, 2014**. Searched on 2558 March 14, Available from <http://service.nso.go.th/nso/web/servey/surtec5-1-3.html>.
- Phayomyam, Surapol (2548). **Psychology of Relations. Bangkok: BANGKOK - COMETECH INTERTRADE CO., LTD**
- Phetcharaburanin, Prisana (2556). Social Network and Social Force. **Phatumwan Academic Journal**. Vol 3, no.6 January – April 2013.
- Prasitwisate, Grisanaporn. (2556). **The Communication and Online Social of Facebook With Psychological Well-being**. Doctor of Philosophy Program in Communication Arts, Dhurakij Pundit University.
- Pongsua, Pimsuree,Thamcharean, **Yuttana and Phongyeela, Adilla** (2556). The Behavior of using social of undergraduates. The 3rd STOU Graduate Research Conference.
- Rachapiboon, Chanakit (2553). **The Study of Online Social Networks Behavior and Their Impact on High School Students in Bangkok**. Master of Education Thesis Faculty of Technology Department of Technology and Education King Mongkut's University of Technology Thonburi.
- vafamilyconnections.org. (2558). **Online social networking creates relationships among family members**. Searched on 2558 January 8, [online], Available from: <http://www.vafamilyconnections.org>.
- Vichitrboonyaruk, Pichit. (2554). **Social media: future media**. Executive Journal. Bangkok University Press.
- Zocial, inc. (2557). **'Online statistics' Thailand Zocial Award 2014**. [online], Available from: [www.it24hrs.com](http://www.it24hrs.com). Searched on 2558 march 24