


ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา
นิตยระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ทรงสิทธิ์ สงวนศักดิ์

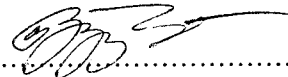
งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤษภาคม 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

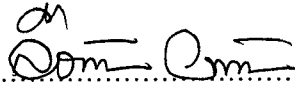
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ ทรงสิทธิ์ สงวนศักดิ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน อินทชาติ)

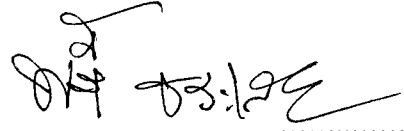
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์


.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน อินทชาติ)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ลือชัย วงษ์ทอง)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.อุษณากร ทาวะรัมย์)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจน์ีย์ ธาระเสนา)

วันที่...27....เดือน.....พฤษภาคม.....พ.ศ....2559.....

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของผู้มีพระคุณหลายท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน อินทชาติ (อาจารย์ที่ปรึกษา) ที่เสียสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ส่งผลให้การทำงานนิพนธ์ครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม ทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ตลอดจนพี่ เพื่อน และน้อง ๆ ที่คอยถามไถ่ด้วยความห่วงใยที่ร่วมทุกข์สุขตลอดระยะเวลาการศึกษา และกราบขอบพระคุณบุพการีผู้ให้ทุกสิ่งทุกอย่างกับผู้วิจัย รวมถึงผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีได้เอื้อนามไว้ ณ ที่นี้

ทรงสิทธิ์ สงวนศักดิ์

57930019: กลุ่มวิชา: การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน; รป.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)

คำสำคัญ: ทักษะคิดและพฤติกรรม/ เครือข่ายสังคมออนไลน์/ แอปพลิเคชันไลน์/

มหาวิทยาลัยบูรพา

ทรงสิทธิ์ สงวนศักดิ์: ทักษะคิดและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE)

บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา (ATTITUDES AND BEHAVIOUR TOWARDS APPLICATION LINE ON

ON-LINE SOCIAL NETWORK: A CASE STUDY OF UNDERGRADUATE STUDENTS

STUDYING IN FACULTY OF LAW AND PUBLIC ADMINISTRATION, BURAPHA

UNIVERSITY) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: นันทวัน อินทชาติ, ปร.ค. 71 หน้า, ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัยเรื่อง “ทักษะคิดและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

(1) ทักษะคิดที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (2) พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และ (3) เปรียบเทียบทักษะคิดที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับชั้นปีการศึกษา และรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 380 คน สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้ LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมปานกลาง โดยอันดับ 1 คือ การสื่อสารบนแอปพลิเคชันไลน์ทำให้เกิดต่อกับบุคคลสำคัญ ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อันดับสุดท้าย คือ แอปพลิเคชันไลน์สำคัญต่อการดำรงชีวิต พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ พบว่า นิสิตส่วนใหญ่เลือกใช้อุปกรณ์ Smartphone มากกว่าอุปกรณ์ชนิดอื่น ๆ และยังคงเลือก Smartphone เป็นอุปกรณ์ที่ใช้แอปพลิเคชันไลน์บ่อยที่สุด โดยสถานที่ที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ บ้าน/ หอพัก ซึ่งมีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ คือ 3 ปี-4 ปี มีจุดประสงค์หลัก คือ ติดต่อสื่อสาร และส่วนใหญ่รู้จักแอปพลิเคชันไลน์จากการที่เพื่อนแนะนำ การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทักษะคิดที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เมื่อจำแนกตามตัวแปรที่ศึกษา นิสิตที่มีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ และระดับชั้นปีการศึกษา มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

57930019: MAJOR: PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT; M.P.A.

(PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT)

KEYWORDS: ATTITUDES AND BEHAVIOUR/ ON-LINE SOCIAL NETWORK/
APPLICATION LINE/ BURAPHA UNIVERSITY

SONGSIT SANGUANSAK: ATTITUDES AND BEHAVIOUR TOWARDS
APPLICATION LINE ON ON-LINE SOCIAL NETWORK: A CASE STUDY OF
UNDERGRADUATE STUDENTS STUDYING IN FACULTY OF LAW AND PUBLIC
ADMINISTRATION, BURAPHA UNIVERSITY. ADVISOR: NANTAWAN INTACHAT,
Ph.D. 71 P. 2016.

The purpose of this study was threefold. First, it aimed at examining the attitudes towards application line on on-line social network among undergraduate students studying at Faculty of Law and Public Administration, Burapha University. Also, this study intended to investigate the behavior on the use of application line on on-line social network among these undergraduate students. The third purpose of this study was to compare the level of attitudes towards application line on on-line social network among these university students as classified by gender, age, year of study, and monthly amount of money given by their parents/guardians. The subjects participating in this study were 380 undergraduate students, studying at Faculty of Law and Public Administration, Burapha University. These subjects were recruited by a convenient sampling technique. The instrument used to collect the data was a questionnaire. The statistical tests used to analyze the collected data included frequency, means, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA. To test the differences between pairs, the test of LSD with a preset significant level of .05 was administered.

The results of this study revealed that the subjects demonstrated a moderate level of attitudes towards application line on on-line social network. Specifically, while the item stating that application line enables the students to communicate with important people faster was rated the highest, the item stating that application line is important for living was rated the lowest. Also, it was shown that smartphone which was an electronic device provided by application line was more frequently used by the subjects than other types of application line. The majority of them used it at home/ dormitories. They had 3-4 years of experience using application line. The main purpose of the use of application line among these subjects was for communication. They were introduced the use of application line by their peers. In addition, based on the test of hypotheses, there was a difference in the level of attitudes towards application line on on-line social network among the subjects with different monthly amount of money given by parents/ guardians at a significant level of .05. Finally, no statistically significant differences were found in the level of attitudes towards application line on on-line social network among the subjects with different gender, age, and year of study.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทัศนคติ.....	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรม.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	15
ประวัติความเป็นมาคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์.....	17
ประวัติและแนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันไลน์ (LINE).....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	46
ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
ส่วนที่ 2 ทักษะการใช้แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	48
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	50
ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	52
5 สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	56
สรุปผลวิจัย.....	56
อภิปรายผล.....	57
ข้อเสนอแนะ.....	61
บรรณานุกรม.....	63
ภาคผนวก.....	67
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	71

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	สรุปผลและสกัดตัวแปร..... 34
2	เกณฑ์การวัดคะแนน..... 42
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล..... 46
4	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชัน ไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์..... 48
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมที่มีต่อ แอปพลิเคชันไลน์..... 50
6	การเปรียบเทียบทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิต ระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ..... 52
7	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อ แอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามอายุ..... 52
8	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อ แอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา..... 53
9	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อ แอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามรายได้ที่ได้รับจาก ผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน..... 53
10	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post hoc) ของทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน..... 54
11	สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน..... 55

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร การแลกเปลี่ยน และการบริโภคข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายและเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เทคโนโลยีการสื่อสารมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย อันเป็นผลมาจากยุคการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ทำให้เข้าถึงข้อมูลกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อระดับปัจเจกชน และระดับกลุ่ม (ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 13)

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย อาทิ เช่น เพื่อการทำงาน หาข้อมูลข่าวสาร การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม การพักผ่อน การสร้างความสนุกสนาน รวมไปถึง การสร้างเพื่อนใหม่ ๆ ซึ่งการเติบโตของอินเทอร์เน็ตในยุคนี้ ทำให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์รูปแบบใหม่หรือที่เรียกกันว่า Social network ซึ่งเป็นสังคมที่ทำให้คนสามารถหาข้อมูลข่าวสาร ทำความรู้จักติดต่อสื่อสาร เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ วิดีโอ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความสนใจร่วมกัน อีกทั้งด้านการตลาดอีกด้วย เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงได้รับความนิยมสูงสุด ไม่เพียงแต่เฉพาะกลุ่มนักศึกษาเท่านั้น แม้แต่บรรดาองค์กรชั้นนำของโลก กลุ่มคนทำงาน ที่มีหลากหลาย เพศ วัย ต่างก็ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กันอยู่เป็นประจำ (ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 13)

กระแสของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และได้รับความนิยมอย่างมาก จนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบัน เพราะข้อดีของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) กล่าวคือ เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม เพราะเราสามารถเสนอและแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ หรือตั้งคำถามในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลอื่นที่สนใจได้ช่วยกันแสดงความคิดเห็น ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร สะดวกและรวดเร็ว ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่าง ๆ เป็นต้น แต่ทั้งนี้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ก็มีข้อเสียด้วยเช่นกัน กล่าวคือ เว็บไซต์ให้บริการบางแห่งอาจจะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไป หากผู้ใช้บริการไม่ระมัดระวังในการกรอกข้อมูล อาจถูกผู้ไม่หวังดีนำมาใช้ในทางเสียหาย หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายที่กว้าง หากผู้ใช้

รู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดวิจารณญาณ อาจโดนหลอกหลวงผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) หรือการนัดเจอกันเพื่อจุดประสงค์ร้าย ตามที่เป็นข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์อีกทั้งข้อมูลที่ต้องกรอกเพื่อสมัครสมาชิกและแสดงบนเว็บไซต์ในรูปแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ยากแก่การตรวจสอบว่าจริงหรือไม่ ดังนั้น อาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่กำหนดอายุการสมัครสมาชิกหรือการถูกลอกโดยบุคคลที่ไม่มีตัวตนได้ (ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 13)

แอปพลิเคชันไลน์ได้รับการพัฒนาขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2554 ณ ประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัท NHN Japan ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต เกม และระบบการสืบค้นข้อมูล Search engine ได้ร่วมมือกับบริษัท Naver Japan Corporation และบริษัท Livedoor ร่วมกันพัฒนาขึ้น โดยปรับปรุงรูปแบบการใช้งานที่หลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานของผู้ใช้อย่างต่อเนื่อง คำว่า “ไลน์” เกิดขึ้นหลังจากที่ประเทศญี่ปุ่นเกิดแผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2554 มีชื่อว่า Tohoku Earthquake เหตุการณ์ดังกล่าวนี้ ทำให้ระบบการติดต่อสื่อสารของประเทศญี่ปุ่นเป็นอัมพาต ขาดการติดต่อสื่อสารภาคพื้นดิน ประชาชนในประเทศต้องใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะที่ถูกติดตั้งโปรแกรมอัตโนมัติไว้ให้สามารถใช้ได้เมื่อเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติที่ไม่คาดฝัน ประชาชนจำนวนมากต้องเข้าแถวเพื่อรอรับการบริการจึงเป็นที่มาของคำว่า “ไลน์” ซึ่งแปลว่าการเข้าแถว (ศุภศิลาปี กุลจิตต์เจี๊วงค์, 2556)

แอปพลิเคชันไลน์เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบสมาร์ทโฟน แต่ในปัจจุบันสามารถใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและแท็บเล็ตได้ด้วย โดยผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่ง ไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง จุดเด่นที่ทำให้แอปพลิเคชันไลน์แตกต่างกับแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาในรูปแบบอื่น คือ รูปแบบของสติ๊กเกอร์ ที่แสดงอารมณ์และความรู้สึกของผู้ที่ใช้หลากหลาย เช่น สติ๊กเกอร์แสดงความรู้สึกขั้นพื้นฐาน สติ๊กเกอร์ตามเทศกาลวันสำคัญ และสติ๊กเกอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียง เป็นต้น นอกจากนี้เมื่อผู้ใช้ต้องการพื้นที่สำหรับสมาชิกที่คุ้นเคยกัน โดยเฉพาะ จะสามารถสร้างกลุ่มส่วนตัวสำหรับการสนทนาที่มีความเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลหลายบุคคลให้สามารถเชื่อมต่อและสื่อสารกันภายในกลุ่มได้ และลักษณะเฉพาะอีกประการหนึ่งที่เพิ่มความโดดเด่นของแอปพลิเคชันไลน์ คือ ความสามารถในการสนทนาด้วยเสียงผ่านไลน์ Voice call, Video call โดยผู้ใช้สามารถสนทนาด้วยเสียง Voice call, Video call จากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่ง ไปสู่อีกเครื่องหนึ่งโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติม นอกจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต ด้วยลักษณะเฉพาะของแอปพลิเคชันไลน์ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ใช้สมาร์ทโฟนเป็นจำนวนมากต่างดาวน์โหลดแอปพลิเคชันไลน์มาไว้ในเครื่องเพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน รวมถึงหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ยังใช้ช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารไปยังผู้บริหารกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ทางธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าแอปพลิเคชันไลน์จะได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน แต่มีผู้บริโภคบางกลุ่มที่ยังไม่ยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะข้อเสียของแอปพลิเคชันไลน์ คือ ต้องอาศัยการเชื่อมต่อของระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพเป็นตัวกลางในการรับ-ส่งข้อมูล โดยเฉพาะในรูปแบบของ Voice call, Video call ที่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจึงจะสามารถที่จะใช้งานได้อย่างไม่ติดขัด ข้อจำกัดในเรื่องนี้ ทำให้แอปพลิเคชันไลน์สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้เฉพาะบางพื้นที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น และการใช้แอปพลิเคชันไลน์นั้น ยังทำให้สิ้นเปลืองพลังงานแบตเตอรี่ของโทรศัพท์ เนื่องจากความสามารถที่หลากหลายบนแอปพลิเคชันไลน์ เช่น การเปิดคลิปวิดีโอ การเชื่อมต่อจากลิงก์ภายนอก หรือการสนทนาโดยผ่าน Voice call, Video call ทำให้สูญเสียพลังงานแบตเตอรี่เป็นจำนวนมาก ซึ่งหากเปิดทิ้งไว้นาน อีกทั้งข้อมูลส่วนตัวที่เปิดเผยบนแอปพลิเคชันไลน์ก็ไม่สามารถตรวจสอบได้ว่า เป็นข้อมูลที่แท้จริงหรือไม่ ซึ่งอาจเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ไม่หวังดีในการกระทำความผิดก็ว่าได้ (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์, 2556)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเป็นคณะที่มีนิสิตหลากหลายทางทัศนคติและพฤติกรรมด้วยกัน กล่าวคือ เป็นคณะที่มีหลายสาขาวิชา จึงทำให้นิสิตแต่ละสาขาแยกออกจากกัน อย่างเห็นได้ชัด และการรับสมัครนิสิตก็ได้จำกัดสาขาวิชา จึงทำให้นิสิตที่มาสมัครนั้นเป็นนิสิตที่มาจากหลากหลายสถาบันและหลากหลายสายการเรียน เช่น วิทยาศาสตร์-คณิต, ศิลป์-ภาษา, ศิลป์-ทั่วไป เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นคณะที่เปิดโอกาสให้นิสิตสามารถเทียบโอนรายวิชาจากต่างคณะ หรือต่างมหาวิทยาลัย จึงทำให้แต่ละชั้นปีมีนิสิตที่มีอายุแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและนำผลการศึกษานี้มาเป็นแนวทางในการพัฒนา แก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

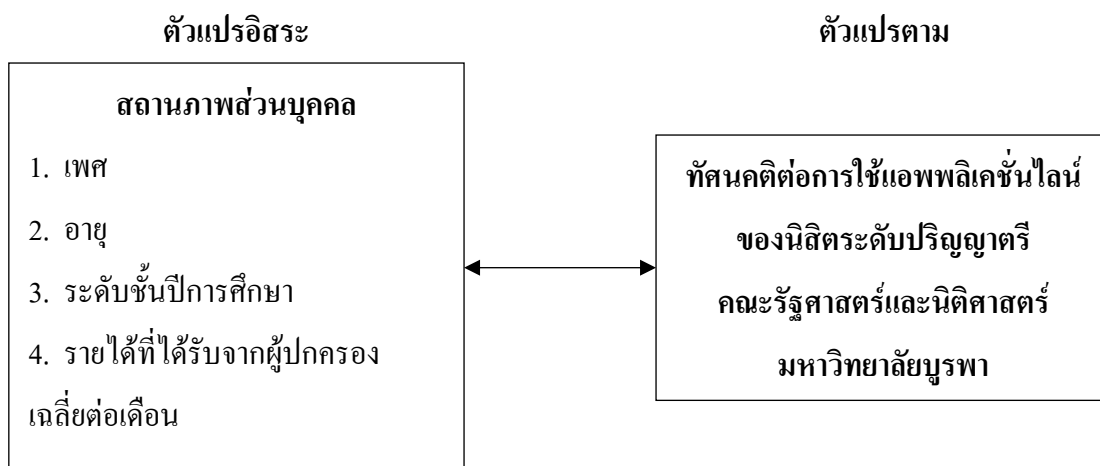
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับชั้นปีการศึกษา และรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานการวิจัย

1. เพศต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน
2. อายุต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน
3. ระดับชั้นปีการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน
4. รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยเดือนต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎี ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านทัศนคติ โดยจากการศึกษาทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์และได้ศึกษาด้านพฤติกรรม ประกอบด้วย สถานที่ใช้งาน ระยะเวลาในการใช้งาน ช่วงเวลาในการใช้งาน ความถี่ในการใช้งาน ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศิวัช จันทนาสุภภรณ์ (2554), เอมิกา เหมมินทร์ (2556), อมรรวรรณ คันทะ (2556) เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. องค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่ใช้ช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพขึ้น
2. ทำให้องค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ใช้แอปพลิเคชันไลน์ สามารถสร้างความสัมพันธ์หรือมีกิจกรรมร่วมกันและเชื่อมโยงกัน เพื่อปรับปรุงการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้จากผลการศึกษาที่ไปเป็นข้อมูลให้กับมหาวิทยาลัยบูรพาและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้นิสิตมีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์อย่างถูกต้อง เหมาะสม และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยบูรพา

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติของสุปัญญา ไชยชาญ (2543, หน้า 135) และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของวิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2537, หน้า 8-9) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ขอบเขตด้านพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ปัจจุบันมีนิสิต จำนวน 4,401 คน

ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยและเก็บข้อมูลครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

ทัศนคติ หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความรู้สึก ที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำในการใช้ไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เช่น สถานที่ใช้งาน ระยะเวลาในการใช้งาน ช่วงเวลาในการใช้งาน และความถี่ในการใช้งาน

สถานที่ใช้งาน หมายถึง สถานที่ที่นิติระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ เช่น มหาวิทยาลัย หอพัก บ้าน เป็นต้น

ระยะเวลาในการใช้งาน หมายถึง ระยะเวลาที่นิติระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ เช่น การใช้งานต่อวันมีระยะเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เท่าไร

ช่วงเวลาในการใช้งาน หมายถึง ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในแต่ละวันที่นิติระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

ความถี่ในการใช้งาน หมายถึง จำนวนครั้งในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของนิติระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เช่น มีการใช้งานบ่อยมาก บ่อย ปานกลาง น้อย ตามลำดับ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง การเชื่อมต่อระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต รวมถึงการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ทำให้ผู้คนสามารถสร้างความสัมพันธ์ หรือมีกิจกรรมร่วมกันและเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่งบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตัวอย่างเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Line, Facebook, Yahoo, Pantip, Google เป็นต้น

แอปพลิเคชันไลน์ หมายถึง แอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และแท็บเล็ต ผู้ใช้บริการสามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความ ข้อความเสียง รูปภาพ จากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่ง ไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง พัฒนาขึ้นโดยบริษัท LINE Corporation

นิติระดับปริญญาตรี หมายถึง นิติระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะคิด
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
3. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์
4. ประวัติความเป็นมาคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
5. ประวัติและแนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน ไลน์ (LINE)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะคิด

ความหมายของทักษะคิด

ทักษะคิด ตามความหมายจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2526, หน้า 389) โดยนิยามทักษะคิดไว้ว่า คือ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมาก แนวหนึ่งทางจิตวิทยาและการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทักษะคิด นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539, หน้า 188) ได้ให้ความหมายว่า ทักษะคิด หมายถึง ความโน้มเอียงที่จะเรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman & Kanuk, 1994, p. 657 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539, หน้า 188) หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่า บุคคลมีความ โน้มเอียง พึงใจ หรือไม่พึงใจต่อบางสิ่ง เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทักษะคิด ไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไร หรือทำอะไร

ดวงเดือน พันธุมนาวิน และบุญยั้ง เจริญยิ่ง (2518, หน้า 4) ให้นิยามทักษะคิดไว้ว่า ทักษะคิด คือ ความพร้อมในการกระทำของบุคคลต่อสิ่งใด บุคคลใด ความพร้อมดังกล่าว เห็นได้จาก พฤติกรรมที่แสดงออกมา ชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

ประสาท อิศรปริดา (2523, หน้า 177) ให้นิยามทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติเป็นเรื่องเกี่ยวกับความคิดเห็น ความเชื่อ ความรู้ หรือความจริง รวมถึงความรู้สึกที่เราประเมินค่าออกมา ทั้งในทางบวกและทางลบ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือ ความเชื่อมั่น ความกล้า ความอดทน เป็นเรื่องของความรู้สึกที่เรามีต่อผู้อื่น ต่อตัวเรา และต่อสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเรา

ณัฐฉิภา ฉววรรณ โฉ (2542, หน้า 35) ได้ให้ความหมายทัศนคติเพิ่มเติมว่า ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับจากสิ่งแวดล้อมภายนอก มิได้ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด มิใช่แรงขับทางร่างกาย เช่น ความอยากรับประทานอาหาร แต่การเลือกรับประทานอาหารชนิดใดมาจากทัศนคติ ซึ่งสามารถกล่าวโดยสรุปว่า ความหมายของทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยบุคคลนั้นได้รับจากการสิ่งแวดล้อมภายนอก มิได้ติดตัวมาแต่กำเนิด

วารินทร์ สายโอบเอื้อ และสุณีย์ ชีรดากร (2522, หน้า 115) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกและท่าทีของคนเราที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกในทางชอบ ไม่ชอบและมีผลทำให้บุคคลพร้อมจะตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามความรู้สึกดังกล่าว

สุปัญญา ไชยชาญ (2543, หน้า 135) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความรู้สึก และท่าทีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยอาจแสดงออกในทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่า บุคคลมีความโน้มเอียง พอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา

Rogers (1978, pp. 208-209) ได้กล่าวถึง ทัศนคติว่า เป็นดัชนีชี้วัดว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเครื่องหมายของการประเมิน เพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่า บุคคลมีความโน้มเอียง พอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง คำว่า Attitudes ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าทีความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, สุพีร์ ลุ่มไทย และองอาจ ปทะวานิช (2543, หน้า 78-79) กล่าวว่าไว้ว่า ทักษคติเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ทัศนคติเป็นปัจจัยภายในที่นักจิตวิทยาหลายคนเชื่อว่า จะเป็นตัวที่ทำให้บุคคลมีการตอบสนองที่แตกต่างกัน สำหรับการศึกษานี้ในขั้นตอนนี้ เพื่อทำให้ง่ายขึ้น เราอาจให้คำสองคำนี้ทดแทนกันได้ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อ ทั้งนี้ เพราะคำทั้งสองคำนี้ต่างส่งผลสะท้อนถึงความรู้สึกรู้สึกทั้งในทางบวกและทางลบต่อสินค้าบริการหรือตราหือของสินค้าได้

การเกิดของทัศนคติ

Likert (n.d. อ้างถึงใน วาทิน เจนกิจ, 2552, หน้า 35) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งนับได้ว่า เป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการสื่อสาร โดยเฉพาะ ซึ่งได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of attitude) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีและไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication form others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่น จึงทำให้เกิดทัศนคติ จากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

สรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคล และจะแตกต่างกันตามปัจจัยแวดล้อมที่แตกต่างกันของบุคคลนั้น ๆ กล่าวได้ว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภท คือ

1. ทัศนคติทางบวก (Positive attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำบุคคลให้แสดงกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น เรื่องราวหรือสิ่งต่าง ๆ ก่อให้เกิดความร่วมมือในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ นับเป็นพื้นฐานที่ดีในการยอมรับความคิดเห็นหรือข้อมูลใหม่ ๆ

2. ทัศนคติในทางลบ (Negative attitude) เป็นทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคลอื่นเรื่องราวหรือสิ่งต่าง ๆ มักเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจ นำไปสู่การด่วนสรุปตัดสินใจในเรื่องราวต่าง ๆ แม้จะยังไม่เข้าใจในเรื่องนั้น ๆ อย่างถ่องแท้

3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive attitude) ในบางครั้งบุคคลอาจไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคลอื่นเรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ โดยสิ้นเชิง จนกลายเป็นความรู้สึกนิ่งเฉยต่อเรื่องนั้น ๆ

องค์ประกอบของทัศนคติ

Schiffman and Kanuk (1994, p. 230) องค์ประกอบของทัศนคติ ซึ่งนักจิตวิทยาได้สร้างขึ้นเพื่อศึกษาส่วนประกอบของทัศนคติที่จะอธิบายพฤติกรรม ได้แก่ องค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model) หมายถึง ทัศนคติที่ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) หรือ (Thinking) หมายถึง ส่วนประกอบซึ่งแสดงถึงความรู้ ความคิด หรือความเข้าใจ หรือเป็นความรู้และการรับรู้จากความเชื่อ หากมีความรู้ หรือความคิดว่าสิ่งใดดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ไปด้วยเช่นกัน

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หรือ (Feeling) หมายถึง ส่วนประกอบซึ่งแสดงถึงอารมณ์ หรือความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวร้ายความคิดอีกทางหนึ่ง หากบุคคลมีความรู้สึกด้านบวกต่อสิ่งใดย่อมแสดงถึงความชอบสิ่งนั้น หรือหากบุคคลมีความรู้สึกด้านลบต่อสิ่งใดแสดงว่าไม่ชอบสิ่งนั้น

3. ส่วนประกอบของพฤติกรรม (Conative component) หรือ (Action) หมายถึง ส่วนประกอบซึ่งเป็นผลมาจากความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึก เกี่ยวข้องกับการกระทำ หรือการปฏิบัติในด้านดีหรือไม่ดี เมื่อได้รับสิ่งเร้า แสดงถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมที่มีของผู้ใช้บริการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่มีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง

วารินทร์ สายโอบเอื้อ (2522, หน้า 155) ทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลจะตอบสนองต่อวัตถุ สัญลักษณ์ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ด้วยวิถีทางที่แน่นอน

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

โดยทั่วไปทัศนคติเกิดขึ้นในบุคคลจะมีลักษณะที่ค่อนข้างมั่นคง แต่ก็อาจเปลี่ยนแปลงได้ ถ้ามีเหตุผลหรือมีเหตุการณ์ที่สำคัญเพียงพอ Kelman (1967) ได้อธิบายกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลไว้ 3 ประการ คือ

1. การยินยอม (Compliance) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติแบบนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลของเขา และมุ่งหวังจะให้เกิดความพึงพอใจจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การเปลี่ยนแปลงแบบนี้จึงไม่ถาวร ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์หรือรางวัลที่คาดว่าจะได้รับ การยินยอมนี้จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความมากน้อยหรือรุนแรงของรางวัลหรือการลงโทษ

2. การเลียนแบบ (Identification) เป็นภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นและเป็นผลจากความต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือความพึงพอใจระหว่างตัวเขากับบุคคลหรือกลุ่มคนอื่น ความสัมพันธ์นี้อาจออกมาในรูปแบบการรับเอาบทบาททั้งหมด

ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลมาเป็นของตนเองหรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน ทักษะคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเลียนแบบนั้น อีกนัยหนึ่ง การเลียนแบบนี้จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความเป็นที่ดึงดูด ความสนใจ (Attractiveness) และพลัง (Power) ของแหล่งข่าวนั้น ๆ

ในส่วนของ การเปลี่ยนแปลงทัศนคตินี้ ได้กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเกิดการเปลี่ยนแปลงแล้ว จะมีผลทำให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ จะต้องมีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้นการที่บุคคลเกิดการยอมรับหรือปฏิเสธที่จะปฏิบัติสิ่งใด ก็จะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติให้ได้เสียก่อน โดยการให้ความรู้ในเรื่องที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลง

การวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติทำให้เข้าใจทัศนคติของแต่ละบุคคลและสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้นได้ การวัดทัศนคติอาจทำได้ ดังนี้

1. ใช้วิธีการสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล เช่น การสังเกตพฤติกรรมของบุคคลที่พูดภาษาอังกฤษบ่อย ๆ อ่านและฟังเทปภาษาอังกฤษเสมอ อาจสรุปได้ว่า บุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ
2. ใช้วิธีตอบแบบสอบถาม การวัดทัศนคตินอกจากใช้วิธีการสังเกตแล้วอาจใช้การตอบแบบสอบถาม
3. ใช้วิธีการสัมภาษณ์ การวัดทัศนคติวิธีนี้เป็น การสัมภาษณ์และการสนทนากัน การสัมภาษณ์ และการสนทนาช่วยช่วยให้มองเห็นทัศนคติของผู้ถูกสัมภาษณ์ คือ คู่สนทนา ได้ข้อมูลที่ได้นอกจากจะออกมาในรูปของคำพูดและการกระทำแล้ว ผู้ศึกษายังได้เห็นสีหน้าท่าทาง และน้ำเสียงของผู้ถูกศึกษาด้วย ซึ่งจะช่วยให้วินิจฉัยได้ละเอียดยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรม

วิธี แจ่มกระทีก (2541, หน้า 14) พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและภายนอก อาจทำไปโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว อาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ ผู้อื่นอาจสังเกตการณ์กระทำนั้นได้ และสามารถใช้อุปกรณ์ทดสอบได้

เฉลิมพล ต้นสกุล (2541, หน้า 2) พฤติกรรม หมายถึง ปฏิกริยาและกิจกรรมทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกทางรูปธรรมและนามธรรมตลอดเวลา สังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส วาจา

และการกระทำ สามารถแบ่งพฤติกรรมออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอก (Over behavior) ซึ่งเป็นการกระทำที่สังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส หรืออาจใช้เครื่องมือช่วย และพฤติกรรมภายนอก (Covert behavior) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจบุคคลอื่น ไม่สามารถสังเกตได้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, หน้า 6-7) กล่าวว่า พฤติกรรม หรือการปฏิบัติของมนุษย์ เป็นผลมาจากทัศนคติพื้นฐานทางสังคม นิสัย และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากการปฏิบัตินั้น ๆ แล้ว

องค์ประกอบของพฤติกรรม

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520, หน้า 15) พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะกำหนดได้หรือไม่ได้ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด การรู้สึกตัว ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น พฤติกรรม เป็นผลที่เกิดจากการทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์ (Organism) กับสิ่งแวดล้อม (Environment) พฤติกรรมของอินทรีย์ที่ได้จากการมีปฏิกิริยากับสิ่งแวดล้อมนั้น จะมีผลตามมาในรูปทั้งที่สังเกตได้ด้วยบุคคลอื่น และที่สังเกตไม่ได้ แต่สามารถวินิจฉัยว่ามีหรือไม่มี โดยใช้วิธีการหรือเครื่องมือทางด้านจิตวิทยา

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2537, หน้า 8-9) ในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อม นั้น เกิดกระบวนการทางพฤติกรรมที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะทางพฤติกรรม จำแนกขั้นตอนของกระบวนการทางพฤติกรรมตามลักษณะทางพฤติกรรมได้ 3 กระบวนการ ดังนี้

1. กระบวนการเรียนรู้ (Perception) คือ กระบวนการที่รับข่าวสารจากสภาพแวดล้อม โดยผ่านทางระบบประสาทสัมผัส กระบวนการนี้จึงรวมการรู้สึก (Sensation) ด้วย

2. กระบวนการรู้ (Cognition) คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตใจ ที่รวมการเรียนรู้ การจำ การคิด กระบวนการทางจิตจะรวมถึงการพัฒนา กระบวนการรู้จึงเป็นกระบวนการทางปัญญา

3. กระบวนการเกิดพฤติกรรมในสภาพแวดล้อม (Spatial behavior) คือ กระบวนการที่บุคคลมีพฤติกรรมเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่ผ่านการกระทำ เป็นที่สังเกตได้จากภายนอก เป็นพฤติกรรมภายนอก

พฤติกรรมเป็นผลมาจากการเลือกสรรปฏิบัติที่เหมาะสมที่สุดในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งย่อมมีจุดหมายปลายทางที่แน่นอน พฤติกรรมของมนุษย์ มีองค์ประกอบ 7 ประการ ได้แก่

1. เป้าหมาย เป็นวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม

2. ความพร้อม เป็นระดับของวุฒิภาวะและความสามารถจำเป็น การกระทำ

กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ

3. สถานการณ์ เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสที่ให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย เป็นการพิจารณาสถานการณ์ เพื่อเลือกสรรวิธีการที่คิดว่า จะตอบสนองความต้องการมากที่สุดหรือเหมาะสมที่สุด

5. การตอบสนอง เป็นการดำเนินการทำกิจกรรมที่ได้เลือกสรรแล้ว

6. ผลที่ได้รับ เป็นผลของการกระทำกิจกรรม ซึ่งอาจตรงตามเป้าหมายหรือไม่ตรงก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อการผิดหวัง เป็นปฏิกริยาที่เกิดขึ้นเมื่อไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ ก็จะกลับไปแปลความหมายใหม่เพื่อเลือกสรรวิธีการที่ตอบสนองความต้องการได้ แต่ถ้ากระทำแล้วหรือพิจารณาแล้วเห็นว่า เกินความสามารถก็จะเลิกความต้องการนั้น

พฤติกรรมทุกอย่างที่เกิดขึ้นย่อมมีสาเหตุ ซึ่งต้นเหตุแห่งพฤติกรรม ได้แก่ สิ่งเร้า (Stimulus) ที่เป็นตัวกระตุ้นทำให้อินทรีย์แสดงปฏิกริยาการตอบสนอง มีอยู่ 2 ประเภท คือ สิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายใน ดังนั้น พฤติกรรมบางอย่างของมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่ค้นหาสาเหตุได้ยาก เพราะเป็นที่ทราบแล้วว่า พฤติกรรมเป็นผลมาจากการที่บุคคลเลือกการตอบสนองที่เหมาะสมที่สุด มาสนองต่อสิ่งเร้า แต่สิ่งเร้าจะมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่ออินทรีย์อยู่ในภาวะรับเร้า หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ภาวะการรับการจูงใจ ซึ่งแรงจูงใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและบรรลุเป้าหมายที่ตนวางไว้

นักจิตวิทยาากลุ่มพฤติกรรมนิยมเชื่อว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ของบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งการเรียนรู้ของบุคคลจะมี 3 ลักษณะคือ

1. การเรียนรู้จากสิ่งเร้า เกิดจากการเรียนรู้ของพฤติกรรมที่บุคคลไม่สามารถจะควบคุมได้ เช่น ความวิตกกังวล ความอยาก ความกลัว เป็นต้น เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ แต่ถ้าบุคคลรู้ตัวก่อนว่าเป็นเพราะเหตุใด หรือเป็นเพราะสิ่งเร้าใด ก็จะสามารถแก้ปัญหาของสิ่งเร้านั้นได้โดยตัดความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้ากับพฤติกรรมการตอบสนอง

2. การเรียนรู้ผลการกระทำ เกิดจากการเรียนรู้ของพฤติกรรมที่บุคคลกระทำในสังคม ผลของการกระทำจะเป็นตัวกำหนดลักษณะการเกิดพฤติกรรม โดยการเสริมแรงและการลงโทษ ผลของการเสริมแรง (การให้รางวัล) จะทำให้พฤติกรรมนั้นเกิดขึ้นซ้ำอีก

3. การเรียนรู้จากการเลียนแบบ เกิดจากการเรียนรู้ของพฤติกรรมที่บุคคลสังเกต พฤติกรรมของแม่แบบ ซึ่งเป็นบุคคลที่เด็กนิยมชมชอบหรือนับถือ เช่น พ่อ แม่ ครู เพื่อน บุคคลที่มีชื่อเสียง ดาราคนโปรด เป็นต้น

การวัดพฤติกรรม

พฤติกรรมของบุคคล มีทั้งพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน การที่จะศึกษาพฤติกรรมสามารถทำได้หลายวิธี ถ้าเป็นพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออกมาให้บุคคลอื่นเห็น จะศึกษาโดยการสังเกต โดยตรงและโดยอ้อม แต่ถ้าเป็นพฤติกรรมภายในไม่สามารถสังเกตได้ ต้องใช้วิธีการทางอ้อมโดยการสัมภาษณ์ การทดสอบด้วยแบบทดสอบและการทดลอง ทั้งในห้องปฏิบัติการและในชุมชน เพราะฉะนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมอาจจะทำได้ โดยการสร้างแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกตประกอบกับการสัมภาษณ์ หรือใช้เครื่องมืออื่นประกอบ

การศึกษาพฤติกรรมโดยทางตรง ทำได้ 2 แบบ ดังนี้

1. การสังเกตแบบให้ผู้ถูกสังเกตรู้ตัว (Direct observation) เช่น ครูสังเกตพฤติกรรมของนักเรียนในห้องเรียน โดยบอกให้นักเรียนในชั้นเรียนได้ทราบว่า ครูจะดูว่าใครทำกิจกรรมอะไรบ้างในห้อง การสังเกตแบบนี้บางคนอาจไม่แสดงพฤติกรรมที่แท้จริงออกมาได้

2. การสังเกตแบบธรรมชาติ (Naturalistic observation) คือ การที่บุคคลต้องการสังเกตพฤติกรรม ไม่ได้กระทำตนเป็นที่รบกวนพฤติกรรมของบุคคลผู้ถูกสังเกต และเป็นไปในลักษณะที่ทำให้ผู้ถูกสังเกตไม่ทราบว่า ถูกสังเกตพฤติกรรม การสังเกตแบบนี้จะได้พฤติกรรมที่แท้จริงมาก และจะทำให้สามารถนำผลที่ได้ไปอธิบายพฤติกรรมในสถานที่ใกล้เคียงกัน ข้อจำกัดของวิธีสังเกตแบบนี้จะต้องทำติดต่อกันจำนวนหลาย ๆ ครั้ง

การสังเกตพฤติกรรมทั้งที่ผู้ถูกสังเกตรู้ตัว หรือไม่รู้ตัวก็ตาม ผู้สังเกตจะต้องมีความละเอียด ต้องสังเกตให้เป็นระบบ และมีการบันทึกเมื่อสังเกตพฤติกรรมได้แล้ว นอกจากนี้ผู้สังเกตต้องไม่มีอคติต่อผู้ถูกสังเกต ซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่เที่ยงตรงและเชื่อถือได้ การศึกษาพฤติกรรมทางอ้อม แบ่งออกได้หลายวิธี ดังนี้

1. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาต้องการซักถามข้อมูลจากบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ซึ่งทำโดยการซักถามเผชิญหน้ากัน โดยตรง หรือมีคนกลางทำหน้าที่ซักถามให้ เช่น การใช้ล่ามสัมภาษณ์ คนที่พูดกันคนละภาษา การสัมภาษณ์เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมของบุคคล แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การสัมภาษณ์โดยตรง ทำได้โดยสัมภาษณ์ซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นเรื่อง ๆ ตามที่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายเอาไว้ อีกประการคือ การสัมภาษณ์จะพูดไปเรื่อย ๆ โดยสอดแทรกเรื่องที่จะสัมภาษณ์เมื่อมีโอกาส ซึ่งผู้ตอบจะไม่รู้ตัวว่าเป็นสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์จะจงที่จะทราบถึงพฤติกรรม วิธีการสัมภาษณ์ทำให้ได้ข้อมูลมากมายแต่มีข้อจำกัด คือ บางเรื่องผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ต้องการเปิดเผย

2. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาพฤติกรรมของบุคคล เป็นจำนวนมาก ๆ และเป็นผู้ที่อ่านออกเขียนได้หรือสอบถามกับบุคคลที่ต้องการทราบแนวโน้ม พฤติกรรมในอนาคตได้ ข้อดีอีกประการหนึ่ง คือ ผู้ถูกศึกษาสามารถที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมที่ปกปิดหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ไม่ยอมแสดงให้บุคคลอื่นทราบได้โดยวิธีอื่น ซึ่งผู้ถูกศึกษาแน่ใจว่าเป็นความลับและการใช้แบบสอบถามจะใช้เวลาศึกษาเวลาใดก็ได้

3. การทดลอง เป็นการศึกษาพฤติกรรมโดยผู้ถูกศึกษาจะอยู่ในสภาพการควบคุมตามที่ ผู้ศึกษาต้องการ โดยสภาพแท้จริงแล้วการควบคุมจะทำได้ในห้องทดลอง แต่ในชุมชนการศึกษา พฤติกรรมของชุมชนโดยควบคุมตัวแปรต่าง ๆ คงเป็นไปได้ น้อยมาก การทดลองในห้องปฏิบัติการ จะให้ข้อมูลมีขีดจำกัดซึ่งบางครั้งอาจนำไปใช้ในสภาพของความจริงได้ไม่เสมอไปแต่วิธีนี้ มีประโยชน์มากในการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลทางด้านการแพทย์

4. การทำบันทึก วิธีนี้ทำให้ทราบพฤติกรรมของบุคคล โดยให้บุคคลแต่ละคนทำบันทึก พฤติกรรมของตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นบันทึกประจำวันหรือศึกษาพฤติกรรมแต่ละประเภท เช่น พฤติกรรมการกิน พฤติกรรมการทำงาน พฤติกรรมทางสุขภาพ พฤติกรรมทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network)

กติกา สายเสนีย์ (2551) ให้ความหมายว่า Social network คือ การที่ผู้คนสามารถ ทำความรู้จัก และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง หากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็นเว็บ Social network คือ เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกันนั่นเอง ตัวอย่างของเว็บประเภท Social network เช่น Digg.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เรียกได้ว่าเป็น Social network ที่ได้รับความนิยมอีกแห่งหนึ่ง และเหมาะมากที่จะนำมาเป็นตัวอย่างเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยเว็บไซต์ Digg.com นี้ ผู้คนจะช่วยกัน แนะนำ URL ที่น่าสนใจเข้ามาในเว็บ และผู้อ่านก็จะมาช่วยกันให้คะแนน URL หรือข่าวนั้น ๆ เป็นต้น ในแง่ของการอธิบายถึงปรากฏการณ์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ยังมีการอธิบายผ่านคำว่า Social network service หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ ซึ่งผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยน แบ่งปันผลประโยชน์ กิจกรรม หรือความสนใจเฉพาะเรื่อง ซึ่งอาศัยพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ทำให้มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้คน โดยแต่ละเว็บนั้นอาจมี การให้บริการที่แตกต่างกัน เช่น E-mail กระดานข่าว และในยุคหลัง ๆ มา นี้ เป็นการแบ่งปันพื้นที่ ให้สมาชิกเป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกันและแบ่งปันข้อมูล ระหว่างโดยผู้คนสามารถสร้างเว็บเพจ ของตัวเองโดยอาศัยระบบซอฟต์แวร์ที่เจ้าของเว็บให้บริการ

อิทธิพล ปฏิบัติประสงค์ (2552) ได้ให้ความหมายว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต และยังหมายรวมถึง การเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าด้วยกัน

อดิเทพ บุตราช (2553) ได้ให้ความหมายว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคม มีการทำกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของเว็บไซต์ มีการแผ่ขยายออกไปเรื่อยๆ เป็นรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้เครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเป็นสังคมขึ้นมา การสร้างชุมชนใหม่บนอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเพื่อการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง ทุกวันนี้มีคนใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์มากขึ้นทุกวัน และมีการใช้ Social media ที่ผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารหรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนเอง ทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางเว็บไซต์ Social network ที่ให้บริการบนออนไลน์ ปัจจุบันการสื่อสารแบบนี้ทำผ่านทาง Internet และโทรศัพท์มือถือ เช่น กระดานความคิดเห็น เว็บบล็อก วิกี (Wiki) Podcast รูปภาพ และวิดีโอ โดยมีเทคโนโลยีที่รองรับเนื้อหา (Content) เหล่านี้ ได้แก่ เว็บบล็อก เว็บไซต์ที่แชร์รูปภาพ แชร์เพลง แชร์วิดีโอ อีเมล IM (Instant message) เครื่องมือที่ให้บริการ เช่น Voice over IP ส่วนเว็บไซต์ที่ให้บริการ Social network ได้แก่ Google group, Facebook, Myspace, Line, Youtube เป็นต้น

Rheingold (1993 อ้างถึงใน กุลวัฒน์ อังกสิทธิ์, 2551) ได้เขียนคำจำกัดความของคำว่า Virtual community ในหนังสือ Virtual community ว่าหมายถึง การสื่อสาร และระบบข้อมูลของบรรดาเครือข่ายสังคม ซึ่งแบ่งปันในผลประโยชน์ร่วมกัน ความคิด ชีวงาน หรือผลลัพธ์บางประการที่มีการโต้ตอบกันผ่านสังคมเสมือนจริง ซึ่งไม่ถูกผูกพันโดยตลอดเวลา พรหมแดนเขตแดนของหน่วยงาน และในทุก ๆ ที่ที่บุคคลสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านระบบออนไลน์

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) หมายถึง เป็นเครื่องมือที่ทำให้บุคคลสามารถแลกเปลี่ยน แบ่งปัน ประสบการณ์ ข้อมูล หรือกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการโต้ตอบสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยอาจใช้บริการได้หลายช่องทางบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ได้แก่ Facebook, Line, Twitter เป็นต้น

ประวัติความเป็นมาคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

ประวัติความเป็นมา

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 โดยจัดตั้งภาควิชารัฐศาสตร์ ภายใต้คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน ซึ่งเป็นปีเดียวกับที่ วิทยาลัยวิชาการศึกษาได้รับการยกฐานะให้เป็นมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และต่อมา ในปี พ.ศ. 2533 ภาควิชารัฐศาสตร์ได้ถูกจัดรวมให้อยู่ภายใต้สังกัดคณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ เมื่อมีการยกฐานะมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน ขึ้นเป็น มหาวิทยาลัยบูรพา ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมา ภาควิชารัฐศาสตร์ได้จัดการเรียนการสอน รายวิชาศึกษาทั่วไปและวิชาโทให้กับนิสิต ต่อมาในปี พ.ศ. 2545 ภาควิชารัฐศาสตร์ได้พัฒนา หลักสูตรในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท สาขารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ และเริ่ม ทำการสอนนิสิตปริญญาตรีและปริญญาโทมาจนถึงปัจจุบัน และเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2550 สภามหาวิทยาลัยมีมติให้จัดตั้งเป็นคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

การก่อกำเนิดคณะ

การกำหนดให้คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์เป็นหน่วยงานในระดับคณะ เกิดขึ้นจากการที่มหาวิทยาลัยบูรพาได้เปลี่ยนสถานภาพจากส่วนราชการเป็นองค์การมหาชนในกำกับ ของรัฐบาลตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2550 ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้ออกประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง การจัดตั้งส่วนงาน และภาระหน้าที่ของส่วนงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 ลงวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ได้กำหนดจำนวนส่วนงานและภาระหน้าที่ ของส่วนงานภายในมหาวิทยาลัยบูรพาไว้ 24 ส่วนงาน โดยส่วนงานในหัวข้อ 4.8 ได้แก่ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ โดยกำหนดให้ส่วนงานนี้ มีภาระหน้าที่ “จัดการศึกษาระดับ ปริญญาตรี วิจัยและบริการวิชาการด้านรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์และนิติศาสตร์ และการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มีคณบดีเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด” ประกาศมหาวิทยาลัยฉบับนี้ ได้ประกาศใช้แทนประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง การจัดตั้งส่วนงาน และภาระหน้าที่ของส่วนงาน พ.ศ. 2551 ลงวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2551 ซึ่งได้กำหนดให้ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์เป็นหน่วยงานในระดับคณะ ในหัวข้อ 3.10 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2551 จึงอาจถือได้ว่า คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ก่อกำเนิดเป็นทางการ ขึ้นครั้งแรกในวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2551

ประวัติความเป็นมาของภาควิชารัฐศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์จัดตั้งขึ้นครั้งแรกภายใต้คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน เมื่อปี พ.ศ. 2517 ให้บริการการสอนแก่นิสิตที่เรียนวิชาเอกสังคมศึกษา

ของคณะศึกษาศาสตร์ และต่อมาในปี พ.ศ. 2518 ได้มีการพัฒนาหลักสูตรเปิดสอนวิชาโทรัฐศาสตร์ ขึ้นเป็นครั้งแรก ต่อมาในปี พ.ศ. 2533 ได้มีการยกระดับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขต บางแสน ขึ้นเป็นมหาวิทยาลัยบูรพา คณะสังคมศาสตร์ได้มีการบูรรวมกับคณะมนุษยศาสตร์ และจัดตั้งเป็นคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภายใต้พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา ภาควิชารัฐศาสตร์เป็นภาควิชาหนึ่งในจำนวน 13 ภาควิชา ที่อยู่ภายใต้คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

ปี พ.ศ. 2539 ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้จัดตั้งโครงการ รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สำหรับผู้บริหารขึ้น การจัดการเรียนการสอนวิชาทางด้าน รัฐศาสตร์ ได้ดำเนินการในสองลักษณะ กล่าวคือ การสอนในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นการเรียน การสอนวิชาโทรัฐศาสตร์ และเอกสังคมศึกษา กับการเรียนการสอนระดับปริญญาโท ทางรัฐประศาสนศาสตร ซึ่งเป็นการเรียนการสอนพิเศษ ใช้คณาจารย์ผู้สอนจากภายนอก

ปี พ.ศ. 2544 สภามหาวิทยาลัยบูรพา ได้ให้ความเห็นชอบระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการบริหารวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ พ.ศ. 2544 ดังนั้น วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจจึงมีฐานะ เป็นหน่วยงานในกำกับมหาวิทยาลัยบูรพา แยกออกจากภาควิชารัฐศาสตร์ ซึ่งอยู่ภายใต้ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เช่นเดิม มีภาระหน้าที่และรับผิดชอบในการสอนวิชาโท ในระดับปริญญาตรี และเอกสังคมศึกษา

ในปี พ.ศ. 2545 ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภายใต้การนำ ของหัวหน้าภาควิชา คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ อดีตรองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้พัฒนาหลักสูตรใหม่ระดับปริญญาตรีขึ้นเป็นครั้งแรก 2 หลักสูตรพร้อมกัน คือ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป (หลักสูตรต่อเนื่อง) และหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป (หลักสูตร 4 ปี) และได้รับอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยในคราวประชุมครั้งที่ 4/ 2545 เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2545 ภาควิชารัฐศาสตร์จึงได้ขอเปิดการเรียนการสอนหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตร บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป (หลักสูตรต่อเนื่อง) เป็นหลักสูตรแรกก่อน ในภาคปลาย ปีการศึกษา 2545

ในปีเดียวกันนี้เองที่ภาควิชารัฐศาสตร์ได้ขอเปิดการเรียนการสอนหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ต่อสภามหาวิทยาลัยบูรพา และได้อนุมัติ จากสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ 6/ 2545 เมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2545 ภาควิชา รัฐศาสตร์จึงได้ดำเนินการเปิดการเรียนการสอน หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารทั่วไป ซึ่งเป็นหลักสูตร 4 ปี ในภาคต้น ปีการศึกษา 2546

ปี พ.ศ. 2546 ภาควิชารัฐศาสตร์ได้พัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาโทขึ้นเป็นหลักสูตรแรก คือ หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นความร่วมมือทางวิชาการระหว่างภาควิชารัฐศาสตร์ กับศูนย์เศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเปิดการเรียนการสอนในภาคต้น ปีการศึกษา 2546 อีกหนึ่งหลักสูตร

ในภาคต้น ปีการศึกษา 2548 ภาควิชารัฐศาสตร์ได้เปิดการเรียนการสอนหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยหลักสูตรดังกล่าวแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มสาขาวิชา ประกอบด้วย กลุ่มรัฐศาสตร์ศึกษา กลุ่มวิชาการปกครองและการบริหารงานท้องถิ่น และกลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง โดยสภามหาวิทยาลัยบูรพาได้อนุมัติหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนในคราวประชุมครั้งที่ 1/ 2548 เมื่อวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2548 ในปีเดียวกัน ภาควิชารัฐศาสตร์ยังได้เสนอและขอเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น ซึ่งเป็นโครงการเฉพาะกิจ ในความร่วมมือทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพากับกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น และสภามหาวิทยาลัยบูรพา ในคราวประชุมครั้งที่ 6/ 2548 เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2548 ก็ได้อนุมัติให้เปิดการเรียนการสอนได้ โดยให้การบริหารทางวิชาการของหลักสูตรนี้ขึ้นอยู่กับมหาวิทยาลัยบูรพาโดยตรง

ภาควิชารัฐศาสตร์ได้เสนอขออนุมัติและเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรระดับปริญญาโทขึ้นอีกหนึ่งหลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากรเพื่อความมั่นคง ซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ กองบัญชาการกองทัพไทย กับมหาวิทยาลัยบูรพา และสภามหาวิทยาลัยบูรพาได้อนุมัติหลักสูตรและให้เปิดการเรียนการสอนได้ ในคราวประชุมครั้งที่ 5/ 2548 เมื่อวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2548 โดยหลักสูตรดังกล่าวนี้ ได้เริ่มจัดการเรียนการสอนขึ้นที่สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ภาคต้น ปีการศึกษา 2549

ต่อมาเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 สภามหาวิทยาลัยบูรพาได้มีมติในคราวประชุมครั้งที่ 6/ 2549 อนุมัติหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารงานยุติธรรมและสังคมเป็นหลักสูตรระดับปริญญาโท สาขาที่สามของภาควิชารัฐศาสตร์ และให้ภาควิชารัฐศาสตร์สามารถเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรดังกล่าวได้ตั้งแต่ภาคฤดูร้อน ปีการศึกษา 2550 โดยหลักสูตรดังกล่าวนี้เกิดขึ้นจากความร่วมมือทางวิชาการระหว่างสำนักงานตำรวจแห่งชาติกับมหาวิทยาลัยบูรพา

ประวัติความเป็นมาของภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์

ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ได้มีการจัดตั้งภาควิชารัฐศาสตร์ ภายใต้คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน (มศว. บางแสน) มีบริการสอนให้นิสิตที่เรียนวิชาเอกสังคมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 9 หน่วยกิต

พ.ศ. 2533 จัดตั้งเป็นภาควิชารัฐศาสตร์ ภายใต้คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2543 เปิดสอนนิสิตปริญญาโท ภาคปกติ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2545 ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรวิชาโทรัฐศาสตร์ และได้เปิดสอนหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป (หลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปี) ภาคพิเศษ

พ.ศ. 2546 เปิดสอนหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป (หลักสูตร 4 ปี) ภาคปกติและภาคพิเศษ และหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ การเมืองและการบริหารจัดการ

พ.ศ. 2548 ได้เปิดหลักสูตรใหม่ 2 หลักสูตรด้วยกัน คือ หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรเพื่อความมั่นคง และหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น (หลักสูตรเฉพาะกิจ โครงการความร่วมมือกับกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น)

พ.ศ. 2550 มหาวิทยาลัยบูรพาได้เปลี่ยนสถานภาพจากส่วนราชการเป็นองค์การมหาชน ในกำกับของรัฐบาลตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2550

พ.ศ. 2551 มหาวิทยาลัยบูรพาได้ออกประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง การจัดตั้งส่วนงาน และภาระหน้าที่ของส่วนงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 ลงวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ได้กำหนด จำนวนส่วนงานและภาระหน้าที่ของส่วนงานภายในมหาวิทยาลัยบูรพาไว้ 24 ส่วนงาน โดยส่วนงานในหัวข้อ 4.8 ได้แก่ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ โดยกำหนดให้ส่วนงานนี้มีภาระหน้าที่ “จัดการศึกษาระดับปริญญาตรี วิจัยและบริการวิชาการด้านรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ และนิติศาสตร์ และการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ มีคณบดีเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด” ประกาศมหาวิทยาลัยฉบับนี้ ได้ประกาศใช้แทน ประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง การจัดตั้งส่วนงานและภาระหน้าที่ของส่วนงาน พ.ศ. 2551 ลงวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2551 ซึ่งได้กำหนดให้คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์เป็นส่วนงาน ในระดับคณะ ในหัวข้อ 3.10 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2551 จึงอาจถือได้ว่า คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ ก่อกำเนิดเป็นทางการขึ้นครั้งแรกในวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2551

ต่อมาในวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2554 สภามหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบการจัดตั้ง ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ เป็นหน่วยงานภายในส่วนงานของคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ ที่แยกออกจากภาควิชารัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ จึงประกอบด้วย 3 ภาควิชา ได้แก่ ภาควิชารัฐศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ และภาควิชานิติศาสตร์

ประวัติความเป็นมาของภาควิชานิติศาสตร์

ภาควิชานิติศาสตร์ ได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2544 โดยรองศาสตราจารย์สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ ซึ่งเป็นคณบดี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้จัดตั้งคณะกรรมการจัดทำหลักสูตรปริญญาโททางกฎหมายขึ้น 2 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายพาณิชย์และการค้าระหว่างประเทศ และหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเดียวกัน ซึ่งความแตกต่างระหว่าง 2 หลักสูตรดังกล่าว คือ หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต รับผิดชอบสำเร็จการศึกษาปริญญาตรีด้านกฎหมาย ในขณะที่หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต รับผิดชอบสำเร็จการศึกษาปริญญาตรีทุกสาขา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตได้รับความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุมครั้งที่ 5/ 2544 เมื่อวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2544 และต่อมาหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต ก็ได้รับความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุมครั้งที่ 8/ 2544 เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2544 พร้อมกันนั้น สภามหาวิทยาลัยบูรพาได้อนุมัติโครงการจัดตั้งภาควิชานิติศาสตร์ เพื่อรองรับการบริหารจัดการหลักสูตรทั้งสองดังกล่าวด้วย อย่างไรก็ตาม ในระยะแรกยังไม่มีอาจารย์ประจำภาควิชานิติศาสตร์อยู่เลย ทางคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึงได้จัดทำแผนขออัตรากำลังจากมหาวิทยาลัย จำนวน 1 อัตรา และไม่มี การแต่งตั้งผู้รักษาการหัวหน้าภาควิชานิติศาสตร์ตลอดวาระการดำรงตำแหน่งคณบดีของรองศาสตราจารย์สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ ทำให้ไม่มีการเปิดการเรียนการสอนทั้งสองหลักสูตรดังกล่าว

ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 เมื่อผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัส ฉกรรจ์แดง ได้ขึ้นดำรงตำแหน่งเป็นคณบดี สืบต่อมาจากรองศาสตราจารย์สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ จึงได้เสนอมหาวิทยาลัยบูรพา ให้แต่งตั้งให้ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ ซึ่งเป็นหัวหน้าภาควิชารัฐศาสตร์ขณะนั้น รักษาการหัวหน้าภาควิชานิติศาสตร์อีกตำแหน่งหนึ่ง ภาควิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้เสนอแต่งตั้งคณะทำงานร่างหลักสูตรวิชาโทนิติศาสตร์ขึ้นเป็นครั้งแรกในมหาวิทยาลัยบูรพา เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 หลักสูตรวิชาโทนิติศาสตร์ ได้ผ่านกระบวนการและขั้นตอนการของอนุมัติหลักสูตรจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สภามหาวิทยาลัยบูรพา จนกระทั่งได้รับความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัยบูรพาให้เปิดการเรียนการสอนได้ เฉพาะนิสิตที่เรียนวิชาเอกรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ในการประชุมของสภามหาวิทยาลัยบูรพา ครั้งที่ 6/ 2546 เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2546 และได้เริ่มจัดการเรียนการสอนวิชาโทนิติศาสตร์ให้กับนิสิตในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ตั้งแต่ภาคเรียนต้น ปีการศึกษา 2547 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน

ต่อมาภาควิชานิติศาสตร์ได้ขอเสนอและเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต ภาคบัณฑิต ขึ้นเป็นหลักสูตรแรก โดยรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทุกสาขา ที่มหาวิทยาลัยบูรพารับรอง สภามหาวิทยาลัยบูรพาได้ให้ความเห็นชอบหลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต ภาคบัณฑิต ในคราวประชุมสภามหาวิทยาลัย ครั้งที่ 5/ 2547 เมื่อวันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2547 โดยภาควิชานิติศาสตร์ได้เปิดการเรียนการสอนหลักสูตรดังกล่าวมาตั้งแต่ภาคปลาย ปีการศึกษา 2547 และในปีถัดมา เมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2548 สภามหาวิทยาลัยบูรพาได้ประชุมครั้งที่ 2/ 2548 ให้ความเห็นชอบและการเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต ซึ่งเป็นหลักสูตร 4 ปี โดยรับจากผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมปีที่ 6 ทุกสาขา ทั้งนี้ ภาควิชานิติศาสตร์ได้เริ่มเปิดรับนิสิตเข้ามาศึกษาในหลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต หลักสูตร 4 ปี เป็นครั้งแรกตั้งแต่ภาคต้น ปีการศึกษา 2549 เป็นต้นมา

ประวัติและแนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันไลน์ (LINE)

ไลน์ หมายถึง แอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์และแท็บเล็ต (Tablet) ผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่ง ไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง ไลน์ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถหลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานของผู้ใช้หลาย ๆ ด้าน ไลน์ได้รับการพัฒนาขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2554 ณ ประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัท NHN Japan ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต เกม และระบบการสืบค้นข้อมูล (Search engine) ได้ร่วมมือกับบริษัท Naver Japan Corporation และบริษัท Livedoor ร่วมกันพัฒนาขึ้น โดยปรับปรุงรูปแบบการใช้งานที่หลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานของผู้ใช้อย่างต่อเนื่อง คำว่า ไลน์ เกิดขึ้นหลังจากที่ประเทศญี่ปุ่นเกิดแผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2554 มีชื่อว่า Tohoku Earthquake เหตุการณ์ดังกล่าวนี้ ทำให้ระบบการติดต่อสื่อสารของประเทศญี่ปุ่นเป็นอัมพาต ขาดการติดต่อสื่อสารภาคพื้นดิน ประชาชนในประเทศต้องใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะที่ถูกติดตั้งโปรแกรมอัตโนมัติไว้ให้สามารถใช้ได้ เมื่อเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติที่ไม่คาดฝัน ประชาชนจำนวนมากต้องเข้าแถวเพื่อรอรับบริการ จึงเป็นที่มาของคำว่า ไลน์ ซึ่งแปลว่า การเข้าแถว (ศุภศิลาปี กุลจิตต์เจี๊วงค์, 2556)

LINE คือ Application ที่ผสมผสานบริการ Messaging และ Voice over IP นำมาผนวกเข้าด้วยกัน จนทำให้เกิดแอปพลิเคชันที่สามารถแชท สร้างกลุ่ม ส่งข้อความ โฟสต์รูปต่าง ๆ หรือจะโทรคุยกันแบบเสียงก็ได้ ด้วยข้อมูลทั้งหมดไม่ต้องเสียเงิน หากเราใช้งานโทรศัพท์ที่มีแพ็คเกจอยู่และยังสามารถใช้งานร่วมกันระหว่าง iOS และ Android รวมทั้งระบบปฏิบัติการอื่นได้อีกด้วย ล่าสุดสามารถใช้ได้กับบนคอมพิวเตอร์ PC และ Mac ได้แล้ว ด้วยความที่มีลูกเล่น

มากมาย สามารถแชท ส่งรูป ส่งไอคอน ส่งสติ๊กเกอร์ ตั้งค่าคุยกันเป็นกลุ่ม ฯลฯ ทำให้มีผู้ใช้งาน App นี้เป็นจำนวนมาก การทำงานของ LINE นั้น ต้องใช้เบอร์โทรศัพท์เพื่อยืนยันการใช้งาน (เอมิกา เหมมินทร์, 2556)

นอกจากนี้ LINE ยังมีโปรแกรมเสริม ทั้ง LINE Camera ที่ถ่ายภาพฟรี พร้อมกรอบกว่า 100 แบบ และแอสตัมป์แต่งภาพมากกว่า 600 แบบ โดยจุดเด่นของ Application นี้ คือ การตกแต่งภาพหลากหลาย รวมไปถึงการถ่ายภาพผ่านฟิลเตอร์ถึง 14 แบบ ที่ช่วยประแต่งภาพและรายละเอียด ให้ภาพของคุณดูดียิ่งขึ้น พร้อมด้วยฟุ้งกัน 156 ชนิด เพื่อให้ผู้ใช้ได้แต่งแต้มด้วยแอสตัมป์และเลือกแบบตัวอักษรต่าง ๆ พิมพ์ข้อความลงบนภาพตามสไตล์ของตัวเอง และสามารถแชร์ภาพได้อีกทั้ง โปรแกรมส่งการ์ดฟรีอีกที่เรียกว่า LINE Card โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความส่วนบุคคล โดยเลือกจากภาพการ์ดต่าง ๆ ได้ฟรีตามความชอบ และสามารถเลือกภาพของตัวเองจากคลังภาพและแทรกไปในการ์ด เพื่อแต่งเติมและส่งต่อไปถึงบุคคลพิเศษได้ (เอมิกา เหมมินทร์, 2556)

แต่สิ่งที่ดีว่าเป็นการต่อยอดแบบไม่หวงของ LINE ก็คือ การนำโปรแกรม LINE มาไว้ใน PC สำหรับ Windows และ Mac รวมถึงเบราเซอร์สำหรับสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต ที่ผู้ใช้ยังสามารถใช้รหัส LINE QR เพื่อเข้าสู่ระบบในเวอร์ชัน PC ได้โดยไม่ต้องลงทะเบียนเพิ่มเติม ทำให้ผู้ใช้ไม่พลาดการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนผ่านโปรแกรม LINE ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือที่ทำงาน รวมไปถึงบริการของ Social media ต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย (เอมิกา เหมมินทร์, 2556)

จากการเติบโตที่รวดเร็วเมื่อเทียบกับ Social media อื่น ๆ แล้ว ถือว่า LINE ได้เปรียบมาก เพราะแค่ 257 วัน ก็มีผู้ใช้ถึง 20 ล้านคน และหลังจากนั้นอีก 6 เดือน ก็เพิ่มถึง 35 ล้านคน จะเห็นได้ว่า LINE มีการเพิ่มขึ้นถึง 600 เปอร์เซ็นต์ เรียกได้ว่า มาแรงมากสำหรับโปรแกรม LINE นอกจากจะมีให้โหลดฟรีแล้ว ยังมีคุณสมบัติหลายอย่างให้เราได้เพลิดเพลินในการใช้ ซึ่งถือว่าเป็นการพัฒนาเพื่อตอบสนองกับโลกออนไลน์ในปัจจุบัน ไม่มุงหวังแต่รายได้ ทำให้ไม่แปลกที่สมาร์ตโฟนของคนส่วนใหญ่จะมีโปรแกรม LINE บรรจุกอยู่แทบจะ 100%

ความหมายของแอปพลิเคชันไลน์

ศุภศิลาปี กุลจิตต์เจี๊วงค์ (2556) กล่าวว่า แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) หมายถึง แอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น สมาร์ตโฟน (Smartphone) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) และแท็บเล็ต (Tablet) ผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์สื่อสารเครื่องหนึ่ง ไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง โดยได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถหลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานของผู้ใช้หลาย ๆ ด้าน จุดเด่นที่ทำให้แอปพลิเคชันไลน์แตกต่างกับแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาแบบอื่น ๆ คือ รูปแบบของสติ๊กเกอร์ (Sticker) ที่แสดงอารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้หลากหลาย เช่น สติ๊กเกอร์แสดงความรู้สึกขั้นพื้นฐาน

สติ๊กเกอร์ตามเทศกาลและวันสำคัญ สติ๊กเกอร์ของตราสินค้าต่าง ๆ และสติ๊กเกอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

พรพิมล บุรณเบญญา และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2557) กล่าวว่า แอปพลิเคชันไลน์ หมายถึง โปรแกรมแชทที่สามารถใช้งานได้ทั้งบนโทรศัพท์มือถือที่มีระบบปฏิบัติการ iOS, Android, Windows Phone และสามารถใช้งานได้บนคอมพิวเตอร์ PC และ Mac สามารถใช้สนทนา (Chat) ฟรีคอล (Free call) วิดีโอคอล (Video call) ส่งรูปภาพ ส่งสติ๊กเกอร์ และตั้งค่าการสนทนาเป็นกลุ่ม เป็นต้น

สถิติการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

จำนวนสมาชิกในการเชื่อมต่อของแอปพลิเคชันไลน์เพิ่มขึ้นสูงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปีที่ก่อตั้ง คือ ปี พ.ศ. 2554 แอปพลิเคชันไลน์มีสมาชิกไม่ถึง 1 ล้านคน แต่ในปี พ.ศ. 2557 จากการเปิดเผยตัวเลขของบริษัท LINE Corporation ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มบนโทรศัพท์มือถือชั้นนำของโลกในงานการจัดประชุมธุรกิจจออนไลน์ (LINE Conference Tokyo 2014) ที่ประเทศญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2557 ที่ผ่านมา พบว่า แอปพลิเคชันไลน์ มีจำนวนผู้ใช้งานทั่วโลก 560 ล้านคน โดยที่ประเทศที่มีจำนวนผู้ใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ ประเทศญี่ปุ่น มีจำนวน 54 ล้านคน รองลงมา คือ ประเทศไทย มีจำนวน 33 ล้านคน ประเทศอินโดนีเซีย มีจำนวน 30 ล้านคน ประเทศสหรัฐอเมริกา มีจำนวน 25 ล้านคน ประเทศสเปนและเม็กซิโก มีจำนวน 15 ล้านคนเท่ากัน และมียอดจำนวนผู้ใช้ประจำทุกเดือน (Monthly active user: MAU) ทั้งหมด 170 ล้านคนทั่วโลก ขณะที่ยอดการรับและส่งข้อความสูงสุดในหนึ่งวัน (รวมถึงวิดีโอและรูปภาพ) มีจำนวน 13,000 ล้านข้อความ (เพิ่มขึ้นจากเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 ถึงร้อยละ 87) ยอดการส่งข้อความเสียง และโทรด้วยวิดีโอ สูงสุดภายในหนึ่งวัน จำนวน 34 ล้านครั้ง (เพิ่มขึ้นจากเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 ถึงร้อยละ 120) ส่วนสถิติการใช้ไฟเจอร์ไทม์ไลน์นั้น มีปริมาณการสื่อสารรายวัน (โพสต์ไลน์และคอมเมนต์) จำนวน 160 ล้านครั้ง (เพิ่มจากเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2556 ถึงร้อยละ 202) ส่วนสถิติการใช้สติ๊กเกอร์ มีการรับและส่งสติ๊กเกอร์ภายในหนึ่งวัน เกินจำนวน 1.8 พันล้านครั้ง และมียอดการใช้สติ๊กเกอร์ทั้งหมดเกิน 20,000 เซต (เคลนิวส์, 2557)

สำหรับประเทศไทย แอปพลิเคชันไลน์ถือเป็นแอปพลิเคชันการสนทนาที่มีการใช้งานในลำดับต้น ๆ เมื่อเทียบกับแอปพลิเคชันอื่น ๆ โดยผลจากการสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2557 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สฟทอ. พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันยอดนิยม 3 อันดับแรก ที่มีการใช้งาน ได้แก่ เฟสบุ๊ก (ร้อยละ 93.7) แอปพลิเคชันไลน์ (ร้อยละ 86.8) และกูเกิ้ลพลัส (ร้อยละ 34.6) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2556 จะเห็นได้ว่า มีการสลับตำแหน่ง

ระหว่างแอปพลิเคชันไลน์ (ร้อยละ 61.1) และกูเกิ้ลพลัส (ร้อยละ 63.7) แสดงให้เห็นว่า มีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มผู้ที่นิยมเล่นแอปพลิเคชันไลน์ มีอายุระหว่าง 20-34 ปี โดยใช้งานผ่านสมาร์ตโฟนมากที่สุด นอกจากนี้ ในช่วงปีใหม่ที่ผ่านมามีพบว่า ไลน์ เป็นแอปพลิเคชันที่ครองแชมป์แอปพลิเคชันส่งความสุขปีใหม่ของคนไทย โดยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS เปิดเผยว่า การอวยพรปีใหม่ พ.ศ. 2558 มีปรากฏการณ์การอวยพรผ่าน SMS ลดลง และนิยมอวยพรและสื่อสารผ่านโลกออนไลน์บนโซเชียลเน็ตเวิร์คต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแอปพลิเคชันไลน์ สูงขึ้นถึงร้อยละ 400 ในคืนวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ถึง 1 มกราคม พ.ศ. 2558 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2557 ทั้งนี้ ความนิยมมาจากการมีลูกเล่นสนุก ๆ ในการส่งความสุขปีใหม่ให้สื่อที่ใช้มากมาย โดยเฉพาะสติ๊กเกอร์ลวดลายน่ารัก เปรียบเสมือนการอวยพรกลายเป็นสีสันใหม่ ด้านบริษัท ทรูมูฟเอช (TrueMove H) เปิดเผยว่า ยอดใช้งานคืนส่งท้ายปีเก่าต้องรับปีใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 400 จากช่วงเดียวกันในปีที่ผ่านมา โดยแอปพลิเคชันไลน์ครองแชมป์สูงสุด รองลงมา คือ เฟสบุ๊ก และอินสตาแกรม เนื่องจากแอปพลิเคชันไลน์มีความสะดวก รวดเร็ว มีการส่งสติ๊กเกอร์หลากหลายรูปแบบ โดนใจ (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย, 2558)

ลักษณะเฉพาะของแอปพลิเคชันไลน์

แอปพลิเคชันไลน์มีลักษณะเฉพาะที่สร้างความแตกต่างอย่างเด่นชัดจากแอปพลิเคชันสนทนาอื่น ๆ และเป็นช่องทางการสื่อสารที่ผู้บริโภคเลือกเป็นสมาชิก โดยสามารถสรุปลักษณะเฉพาะของแอปพลิเคชันไลน์ที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกเป็นสมาชิกได้ ดังนี้

1. เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two-way communication) แอปพลิเคชันไลน์เป็นการสื่อสารโดยตรงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารสามารถส่งข้อความ รูปภาพ เอกสาร หรือข้อมูลข่าวสาร ตามวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้และพฤติกรรมที่ผู้ส่งสารต้องการ อีกทั้งผู้รับสารยังสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) โดยตรงได้ทันที ทำให้ผู้ส่งสารสามารถวัดผลของการสื่อสารได้ทันที

2. สามารถสร้างกลุ่มการสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม (Group communication) เมื่อผู้ใช้ต้องการพื้นที่สำหรับสมาชิกที่คุ้นเคยกัน โดยเฉพาะ ผู้ใช้สามารถตั้งค่าการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ ด้วยวิธีการสร้างกลุ่มเฉพาะในแวดวงสนทนาที่มีความเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลหลายบุคคล ให้สามารถเชื่อมต่อและสื่อสารกันภายในกลุ่ม ซึ่งเมื่อสมาชิกในกลุ่มคนใดคนหนึ่งส่งสารออกไปถึงผู้รับสารที่เป็นสมาชิกในกลุ่มทุกคน

3. สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง หลังจากที่ผู้ส่งสารมีข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายหลัก และลักษณะของสารที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ ผู้ส่งสาร

สามารถส่งข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นไปยังผู้รับสารได้ตรงใจตามที่ผู้รับสารต้องการ

4. สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา (Anytime) ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ตลอดเวลา โดยไม่จำกัดช่วงเวลาและระยะเวลาในการสื่อสาร หากยังมีการเชื่อมต่อเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต และคู่สื่อสารยังคงมีสถานะเป็นเพื่อนกัน

5. สามารถส่งรูปแบบการสื่อสารได้หลากหลาย (Multi-media) ลักษณะเฉพาะของแอปพลิเคชันไลน์สามารถส่งสารที่มีรูปแบบหลากหลายแตกต่างกัน โดยผู้ส่งสารสามารถเลือกสรรสารให้เหมาะสมกับรูปแบบและกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารได้ เช่น ข้อความ รูปภาพ โปสเตอร์ การส่งลิงก์เพื่อเชื่อมต่อเว็บไซต์จากภายนอก คลิปวิดีโอ รายการสินค้า สตีกเกอร์ ทรานส์คริปต์ และข้อความเสียง เป็นต้น

6. สามารถเลือกปิดกั้นการสนทนาได้ (Block) เมื่อผู้รับสารไม่มีความประสงค์ที่จะรับสารนั้นอีกต่อไป หรือข้อความที่ส่งนั้นรบกวนผู้รับสาร ผู้รับสารสามารถเลือกปิดการสนทนายกับผู้ส่งสารรายนั้น ๆ ได้อย่างเฉพาะเจาะจง

7. สามารถสนทนาได้ด้วยเสียงผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Voice call) ลักษณะเฉพาะอีกประการหนึ่งที่เพิ่มความโดดเด่นของแอปพลิเคชันไลน์ คือ ความสามารถในการสนทนาผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เสมือนการพูดคุยทางโทรศัพท์ไปยังสมาชิกบนเครือข่ายไลน์โดยไม่เสียค่าบริการขณะสนทนา ถึงแม้ว่าปลายทางของกลุ่มสนทนานั้นจะอยู่ไกลถึงต่างประเทศ โดยผู้ใช้แอปพลิเคชันไลน์สามารถสนทนาด้วยเสียงผ่าน Voice call จากสมาร์ตโฟนไปยังสมาร์ตโฟน จากสมาร์ตโฟนไปยังคอมพิวเตอร์ หรือจากคอมพิวเตอร์ไปยังคอมพิวเตอร์ได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติมนอกจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต

8. มีสติ๊กเกอร์รูปแบบการ์ตูนที่ช่วยเพิ่มการสนทนาให้ชัดเจนขึ้น โดยสติ๊กเกอร์รูปแบบการ์ตูนของแอปพลิเคชันไลน์จะช่วยสนับสนุนข้อความระหว่างคู่สื่อสารให้ชัดเจนมากขึ้น เพราะข้อความไม่สามารถอธิบายได้ด้วยน้ำเสียง ทำให้ไม่ทราบอารมณ์ผ่านน้ำเสียงของกลุ่มสนทนา สติ๊กเกอร์จึงเป็นสัญลักษณ์ในการแสดงออกแทนอารมณ์และความรู้สึกของกลุ่มสื่อสาร อีกทั้งรูปแบบของสติ๊กเกอร์ยังถ่ายทอดบุคลิกภาพต่าง ๆ ผ่านตัวการ์ตูน เช่น การแสดงความคิดใจ เสียใจ ขำขัน และบุคลิกภาพอื่น ๆ ทำให้การสื่อสารมีสีสันและชีวิตชีวามากขึ้น

9. สามารถสร้างไทม์ไลน์ได้ (Timeline) เช่นเดียวกับสังคมออนไลน์อื่น ๆ อย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) โดยผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพหรือคลิปวิดีโอ บนหน้าไทม์ไลน์ของตนเองได้ตามต้องการ

10. รองรับไฟล์ข้อมูลได้หลากหลาย (Files support) ในกล่องสนทนาของแอปพลิเคชันไลน์ นอกจากการส่งข้อความสนทนาเป็นตัวอักษร ภาพ หรือสติ๊กเกอร์แล้ว ผู้ใช้ยังสามารถส่ง

แฟ้มงาน เอกสารในรูปแบบของนามสกุลไฟล์ต่าง ๆ ได้ มีลักษณะคล้ายกับการรับ-ส่งอีเมลล์จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยตรง ซึ่งไฟล์ที่สามารถใช้งานร่วมกันกับแอปพลิเคชันไลน์นั้น เช่น .pdf .ppt .doc และ .jpeg เป็นต้น

ด้วยลักษณะขอแอปพลิเคชันไลน์ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ใช้สมาร์ตโฟนเป็นจำนวนมากต่างดาวน์โหลดแอปพลิเคชันไลน์มาไว้ในเครื่อง เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน รวมถึงหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ต่างใช้ช่องทางของแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารไปยังผู้บริหารในกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจิววงศ์, 2556)

ข้อดีและข้อจำกัดของแอปพลิเคชันไลน์

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจิววงศ์ (2556) กล่าวถึง ข้อดีและข้อจำกัดในตัวแอปพลิเคชันไลน์ มีดังนี้ ข้อดีของแอปพลิเคชันไลน์

1. มีอุปกรณ์รองรับที่หลากหลาย ได้แก่ สมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์ และแท็บเล็ตต่าง ๆ ทำให้ผู้ใช้สามารถซื้อและเลือกได้ตามขนาด ระบบปฏิบัติการ และความชอบส่วนบุคคล
2. มีความเป็นส่วนตัว เมื่อผู้ใช้มีจำนวนเพื่อนในแอปพลิเคชันไลน์มากขึ้น ผู้ใช้สามารถเลือกรับหรือปฏิเสธข้อความด้วยการไม่ตอบโต้ โดยแอปพลิเคชันไลน์จะแจ้งเตือนให้ผู้ใช้บริการทราบว่า มีข้อความส่งมา เมื่อผู้ใช้ไม่ได้ตอบจะไม่มีผลใด ๆ นอกจากจำนวนการแจ้งเตือนที่เพิ่มขึ้น โดยผู้ใช้สามารถเลือกการปิดหรือยกเลิกการปิดการแจ้งเตือนได้ตามต้องการ
3. สามารถสนับสนุนทางด้านธุรกิจ เจ้าของสินค้าหรือบริการสามารถประยุกต์ใช้สติ๊กเกอร์ของแอปพลิเคชันไลน์กับบัญชีแอปพลิเคชันไลน์ที่เป็นทางการ (Official LINE) ของบุคคลหรือองค์กรที่มีชื่อเสียงที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งของตราสินค้าในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย
4. ช่วยเพิ่มสีสันและควมมีชีวิตชีวาให้กับการสนทนา ด้วยลักษณะเฉพาะของแอปพลิเคชันไลน์ที่สามารถสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ข้อความ คลิปวิดีโอ คลิปเสียง โปสเตอร์ รูปภาพ เกม ตราสินค้า และสติ๊กเกอร์ เป็นต้น อีกทั้งผู้ส่งสารยังสามารถเลือกรูปแบบของสารให้เหมาะสมกับรูปแบบของสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
5. มีความใหม่และทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องด้วยแอปพลิเคชันไลน์ต้องเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา โดยในระบบจะมีการตั้งค่าการแจ้งเตือนให้แอปพลิเคชันมีรุ่น (Version) ที่ทันสมัยอยู่เสมอ ผู้ใช้จึงสามารถตั้งค่าติดตามการแจ้งเตือนเพื่อปรับปรุงแอปพลิเคชัน (Update) ตามการพัฒนาของระบบของผู้ผลิตได้ตลอดเวลา

6. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการสนทนาทางโทรศัพท์ โดยเฉพาะการสนทนาข้ามประเทศ ที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายด้วยระบบของ Voice call หรือการสนทนาด้วยเสียงผ่านแอปพลิเคชันไลน์ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้ไม่เสียค่าใช้จ่ายนอกจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต

7. สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงาน ด้วยประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันไลน์ที่สามารถรองรับแฟ้มงานที่หลากหลายนามสกุล ทำให้ผู้ใช้สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงาน โดยการรับ-ส่ง แฟ้มงานที่มีนามสกุลต่าง ๆ ตามที่แอปพลิเคชัน ไลน์รองรับ (มีลักษณะคล้ายกับการรับ-ส่งอีเมล) จากนั้นผู้รับสามารถเปิดอ่าน ส่งต่อ หรือพิมพ์ออกมาได้ทันที ช่วยสร้างความสะดวกสบาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น

8. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้สร้างสรรค์งานจากการบันทึกภาพและวิดีโอ พร้อมกับการนำเสนอและร่วมแบ่งปัน (Share) ให้กับกลุ่มเพื่อน ด้วยวิธีการสร้างอัลบั้มภาพ (Create album) สำหรับภาพนิ่ง และการตัดต่อวิดีโอ (Snap movie) สำหรับภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสามารถใช้ได้ในโอกาสต่าง ๆ เช่น ข่าวด่วน อวยพรวันสำคัญ หรือเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

ข้อจำกัดของแอปพลิเคชันไลน์

1. ต้องอาศัยการเชื่อมต่อของระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพเป็นตัวกลางในการรับ-ส่งข้อมูล โดยเฉพาะในรูปแบบ Voice call ที่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จึงจะสามารถทำงานได้อย่างไม่ติดขัด ข้อจำกัดในเรื่องนี้ ทำให้แอปพลิเคชันไลน์สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้เฉพาะบางพื้นที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น

2. สิ้นเปลืองพลังงานแบตเตอรี่ (Battery consuming) ด้วยความสามารถที่หลากหลายบนแอปพลิเคชันไลน์ เช่น การเปิดคลิปวิดีโอ การเชื่อมต่อจากลิงค์ภายนอก หรือการสนทนาโดยผ่าน Voice call ทำให้สูญเสียพลังงานแบตเตอรี่เป็นจำนวนมาก ซึ่งหากเปิดทิ้งไว้นานจะทำให้พลังงานของแบตเตอรี่ลดลงอย่างรวดเร็ว

3. มีข้อจำกัดในเรื่องของการลงทะเบียน ด้วยแอปพลิเคชันได้กำหนดให้ผู้ใช้สามารถลงทะเบียนโดยผ่านสมาร์ตโฟนเท่านั้น กล่าวคือ สมาร์ตโฟน 1 เครื่อง จะมีไอดีไลน์สำหรับการเข้าใช้ (Log in) เพียง 1 ไอดี และไม่สามารถลงทะเบียนได้ด้วยวิธีอื่น ซึ่งต่างจากโปรแกรมสนทนาอื่น ๆ ในรูปแบบเดียวกันอย่างไอเมสเสจ (iMessage) เฟสบุ๊กเมสเซนเจอร์ (Facebook messenger) หรืออินสตาแกรม (Instagram) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศกรินทร์ ดันสุพงษ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ (2) เพื่อศึกษาถึง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ เครื่องมือที่ใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 605 คน การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า เครื่องข่ายทางสังคมออนไลน์ ความครบถ้วนด้านมีเดีย ความสนุกสนาน และความคิดเห็นที่มีต่อไอทีส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เรียงตามลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ส่วนปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมในการใช้งาน ความคุ้มค่าทางการเงินไม่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์

ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาทักษะคติที่มีต่อสื่อออนไลน์บนระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บนระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 9 คณะ คือ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จำนวน 393 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษาที่เปิดรับสื่อออนไลน์ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-21 ปี ศึกษาอยู่ใน คณะบริหารธุรกิจและวิศวกรรมศาสตร์มากที่สุด และอยู่ในระดับชั้นปีการศึกษาที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คือ เลือกใช้งานที่บ้าน/ หอพัก ระยะเวลาในการใช้งาน 4 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน ช่วงเวลา 16.01-22.00 น. โดยใช้งานมากกว่า 6 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ โดยมีจุดประสงค์หลักในการใช้งานด้านดนตรี ภาพยนตร์ และกีฬา ทักษะคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา คือ ด้านการกระทำ มีค่าเฉลี่ย 4.09 และด้านความคิด มีค่าเฉลี่ย 4.04 ผลการสรุปเปรียบเทียบทักษะคติต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกัน ในด้านความคิด เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามคณะ พบว่า มีความแตกต่างกัน ในด้านความคิด เมื่อจำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกัน ในด้านความรู้สึก เมื่อจำแนกตามสถานที่ในการใช้งาน พบว่า ไม่มี

ความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการใช้งาน พบว่า มีความแตกต่างกัน ในด้านการกระทำ เมื่อจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้งาน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้งาน พบว่า มีความแตกต่างกัน ในด้านการกระทำ เมื่อจำแนกตามจุดประสงค์หลักในการใช้งาน และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานประจำ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

สมมาตร อนุสกุล (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนศรีธนาพณิชยการเทคโนโลยี เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ของนักศึกษาโรงเรียนศรีธนาพณิชยการเทคโนโลยี เชียงใหม่ และเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ของนักศึกษา จำแนกตามเพศ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยของนักศึกษาโรงเรียนศรีธนาพณิชยการเทคโนโลยี เชียงใหม่ จำนวน 327 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักศึกษามีทัศนคติ อยู่ในระดับดี ส่วนพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลาง
2. เมื่อเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ทัศนคติในเรื่องทำให้โลกแคบลง ระหว่างนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีทัศนคติในเรื่องราคาค่าบริการต่อครั้ง ระหว่างนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีพฤติกรรมการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้โทรศัพท์ บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ภายในประเทศ การใช้ในเวลาหลังเลิกเรียนและการติดต่อสื่อสารทางการศึกษากับเพื่อนผ่านทางระบบเครือข่าย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุชัยรัตน์ ใจจันทร์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนจ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนจ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก กลุ่มตัวอย่างการวิจัย นักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนจ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 242 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาค้นคว้าได้ดำเนินการจัดการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์เรียบร้อยของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยจำแนกรายละเอียดได้

ดังนี้

2.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสำรวจรายการ (Checklist) โดยวิธีการหาจำนวนและหาค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนจ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักเรียนช่วงชั้นที่ 3 ส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ใช้ที่บ้านเป็นของตนเอง มีการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์กับอินเทอร์เน็ต โดยเพื่อนแนะนำให้รู้จักกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้บริการ www.facebook.com มากที่สุด ในช่วงเวลา 16.00-20.00 น. ผู้ปกครองมีส่วนในการดูแลและให้ความรู้ในการใช้น้อย และเพื่อนมีส่วนในการสอนและแนะนำการใช้มาก

2. นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านพฤติกรรมการใช้ ด้านพฤติกรรมการใช้ในห้องสนทนา ด้านส่วนบุคคล และด้านการกรอกข้อมูลส่วนตัว ตามลำดับ

อมรรวรรณ คันทะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ในหน่วยงานภาครัฐ กรณีศึกษา กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาทักษะคิดในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในหน่วยงานภาครัฐ (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มตัวอย่างการวิจัย คือ เจ้าหน้าที่ที่ทำงานในกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

ผลการวิจัย พบว่า ทักษะคิดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่อยู่ในระดับปานกลาง มี 3 ด้าน คือ ด้านการไว้วางใจผู้ให้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการไว้วางใจผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และด้านความมั่นใจสัญญา และทักษะคิดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่อยู่ในระดับมาก มี 3 ด้าน คือ ด้านความรู้สึกรู้สึกดี ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และด้านประโยชน์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

นอกจากนี้ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 4 ด้าน คือ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

และตำแหน่งงาน ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 2 ด้าน คือ เพศและสถานภาพ และทัศนคติการใช้เว็บไซต์เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับความความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างการวิจัย คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 15-44 ปี ที่มีบัญชีของผู้ใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติอนุมาน (Inferential statistics)

ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์ใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ 3 ปีขึ้นไป มากที่สุด ประชาชนใช้บริการเครื่องข่ายสังคมออนไลน์ Facebook บ่อยที่สุด ช่องทางที่ประชาชนใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด คือ Smartphone ประชาชนส่วนใหญ่เปิดบริการเครื่องข่ายสังคมออนไลน์ไว้ตลอดเวลาทั้งวัน ช่วงเวลาที่ประชาชนใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ 18.00-06.00 น. ประชาชนมีการใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมงต่อวันมากที่สุด ประชาชนส่วนใหญ่ใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด ทำให้ทราบข่าวสารรวดเร็วโดยเว็บไซต์เป็นแหล่งหรือสื่อที่ทำให้ประชาชนสนใจใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด นอกจากนี้ ยังพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05 การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ 6 ด้าน คือ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออกถึงตัวตน ด้านเวลา ด้านผลกระทบต่อสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ พบว่า โดยรวมทั้ง 6 ด้าน มีค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.52 รองลงมา คือ ด้านบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.29 และด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 3.44 นอกจากนี้ ยังพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 1 สรุปผลและสกัดตัวแปร

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	กรอบแนวคิด	
			ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2557) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ แอปพลิเคชันไลน์	1. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไป ของการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ 2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อ การยอมรับการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์	เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 605 คน การวิเคราะห์ ข้อมูล วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	1. ประโยชน์การใช้งาน (Usefulness) 2. ความง่ายในการใช้งาน (Ease of use) 3. ความสามารถในการควบคุม การใช้งาน (Context controllability) 4. ความคุ้มค่าทางการเงิน (Monetary value) 5. ความสนุกสนาน (Enjoyment) 6. เครือข่ายทางสังคม (Social network) 7. ความครบถ้วนทางด้านมีเดีย (Context controllability) 8. ความคิดเห็นที่มีต่อไอที (Opinion toward IT)	การยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ (Adoption of LINE)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	กรอบแนวคิด	
			ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554) ทักษะการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์บนระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บนระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	วิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 413 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 1. เพศ 2. อายุ 3. คณะ 4. ระดับชั้นปีการศึกษา พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อออนไลน์ 1. สถานที่ในการทำงาน 2. ระยะเวลาในการทำงาน 3. ช่วงเวลาในการทำงาน 4. ความถี่ในการทำงาน 5. ประเภทของสื่อที่เลือกรับ	ทัศนคติของนักศึกษาต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ 1. ด้านความคิด 2. ด้านความรู้ 3. ด้านของการกระทำ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	กรอบแนวคิด	
			ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
สมมาตร อนุสกุล (2544) ทัศนคติและพฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาโรงเรียน ศรีธนาพณิชยการ เทคโนโลยี เชียงใหม่	เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา โรงเรียนศรีธนาพณิชยการ เทคโนโลยี เชียงใหม่ และเปรียบเทียบทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาจำแนกตามเพศ	วิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจาก การแจกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษา โรงเรียนศรีธนาพณิชยการ เทคโนโลยี เชียงใหม่ จำนวน 327 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ชนิดมาตราส่วน ประมาณค่า ที่มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.88 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	กรอบแนวคิด	
			ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
สุธัญรัตน์ ใจจันทร์ (2554) การศึกษาพฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนจ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก	เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียน จ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก	วิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจาก การแจกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียน ช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนจ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 242 คน การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาค้นคว้า ได้ดำเนินการจัดการวิเคราะห์ ข้อมูล ดังนี้ 1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ เรียบร้อยของแบบสอบถามทุกฉบับ 2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยจำแนก รายละเอียด		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	กรอบแนวคิด	
			ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
อมรรวรรณ คันทะ (2556) ทัศนคติและพฤติกรรม การใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ (Social network) ในหน่วยงานภาครัฐ กรณีศึกษา กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	1. เพื่อศึกษาทัศนคติ ในการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ในหน่วยงาน ภาครัฐ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม ในการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ในหน่วยงานภาครัฐ	วิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ที่ทำงาน ในกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน จำนวน 400 คน เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติ เชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และสถิติ เชิงอนุมาน (Inferential statistics)	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 1. เพศ/ อายุ/ สถานภาพ 2. ระดับการศึกษาสูงสุด/ รายได้ต่อเดือน 3. ตำแหน่งงาน ทัศนคติการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ 1. การไว้วางใจผู้ให้บริการเว็บไซต์เครือข่าย สังคมออนไลน์ 2. การไว้วางใจผู้ให้บริการเครือข่ายสังคม ออนไลน์ 3. คำนั่นสัญญา 4. ความไม่รู้ลึกซึ้ง 5. ด้านความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ 6. ด้านประโยชน์ในการใช้งานเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ 7. ด้านประโยชน์ในการใช้งานเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์	พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่าย สังคมออนไลน์ 1. เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) หรือไม่ 2. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3. สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุด 4. เข้าใช้บริการเว็บไซต์เครือข่าย สังคมออนไลน์ใดมากที่สุด 5. รู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ออนไลน์ได้อย่างไร 6. ประสิทธิภาพการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ 7. เหตุผลที่เข้าใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	กรอบแนวคิด	
			ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
เอมิกา เหมมินทร์ (2556) พฤติกรรมการใช้และ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผล ที่ได้จากการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ (Social media) ของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร	วิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจาก การแจกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ระหว่าง 15-44 ปี ที่มีบัญชี ของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การวิเคราะห์ ข้อมูลใช้สถิติอนุมาน (Inferential statistics) การวิเคราะห์สถิติ เชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เปรียบเทียบ ความแตกต่างหาค่าเฉลี่ย โดยใช้วิธีทดสอบค่า t-test และเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างกลุ่ม	ลักษณะทางประชากร 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา 4. อาชีพ 5. สถานภาพสมรส 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ (Social media) 1. ประสบการณ์ใช้ Social media 2. Social media ที่ใช้บ่อยที่สุด 3. ช่องทางที่ใช้ Social media 4. ความถี่ในการใช้ Social media ต่อวัน 5. ช่วงเวลาที่ใช้ Social media 6. ระยะเวลาในการใช้ Social media ต่อวัน 7. ใช้ Social media เพื่อวัตถุประสงค์ใด 8. คุณสมบัติ Social media ที่ชอบ 9. แหล่งหรือสื่อที่ทำให้สนใจใช้ Social media

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	กรอบแนวคิด	
			ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
	4. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)		<p>ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านการสื่อสาร 2. ด้านการแสดงออกถึงตัวตน 3. ด้านเวลา 4. ด้านผลกระทบ 5. ด้านบันเทิง 6. ด้านธุรกิจ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีรูปแบบในการวิจัย คือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของประชากรที่นำมาศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา คือ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวนทั้งสิ้น 4,401 คน

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$\text{เมื่อ} \quad n = \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง}$$

$$N = \text{ขนาดของประชากร}$$

$$e = \text{ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05)}$$

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{4,401}{1+4,401(0.05)^2}$$

$$n = 366$$

ดังนั้น เพื่อทดแทนแบบสอบถามที่ได้ไม่ครบหรือแบบสอบถามที่ไม่ได้รับคืน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 380 คน โดยผู้ศึกษาได้ทำการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience random sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการข้างต้น โดยมีการแจกแบบสอบถามที่คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง และมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประกอบด้วย 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีการศึกษา และรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านต่าง ๆ โดยมีคำถามเชิงบวก จำนวน 6 ข้อ และมีคำถามเชิงลบ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งในตอนที่ 2 นั้น ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) กำหนดค่าระดับ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วยไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตามแบบ Likert scale โดยกำหนดการให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ตารางที่ 2 เกณฑ์การวัดคะแนน

เกณฑ์การวัดคะแนน	ข้อคำถามเชิงบวก	ข้อคำถามเชิงลบ
ระดับคะแนน 5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับคะแนน 4	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
ระดับคะแนน 3	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ
ระดับคะแนน 2	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย
ระดับคะแนน 1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการวิเคราะห์ข้อมูล นำผลคะแนนจากการกำหนดดังกล่าว มาประเมินค่าเพื่อหาความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 29)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีทัศนคติที่เหมาะสมมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีทัศนคติที่เหมาะสม

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีทัศนคติที่เหมาะสมปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่เหมาะสม

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่เหมาะสมมาก

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 6 ข้อ

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยมีลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.1 ดำเนินการศึกษาค้นคว้า นิยาม วรรณกรรม ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ ตำรา และเอกสารต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

1.2 สร้างแบบสอบถาม จำนวน 1 ฉบับ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1.2.1 แบบสอบถามข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล ประกอบด้วย คำถามที่เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับชั้นปีการศึกษา และรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน

1.2.2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ

1.2.3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม

1.3 นำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบ ให้คำแนะนำเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่ครอบคลุมถึงเนื้อหาของงานวิจัย และผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและนำกลับไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

2. ขั้นตอนทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย

2.1.1 ดร.เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

2.1.2 อาจารย์กาญจนา บุญยัง อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

2.1.3 นายเผ่าเทพ ทาวธรรมย์ ผู้อำนวยการฝ่าย บริษัท จักรวาลคอมมิวนิเคชั่น ซิสเต็ม

ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ภาษา ความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อความที่ปรากฏในเครื่องมือแล้วปรากฏว่า คำถามที่นำไปใช้ได้ คือ ข้อที่ 2, 3, 4, 5, 6 มีค่า IOC = 0.67, 1, 0.67, 0.67, 0.67 ตามลำดับ คำถามที่ต้องปรับปรุง คือ ข้อที่ 1, 7, 8, 9, 11, 12 มีค่า IOC = 0.33, 0, 0, 0.33, 0, 0.33 ตามลำดับ และมีข้อคำถามที่ตัดทิ้ง คือ ข้อที่ 10

มีค่า IOC = -0.33 ดังนั้น จึงเหลือข้อคำถาม จำนวน 11 ข้อ

2.2 หลังจากนั้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

2.3 นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่

ตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าแอลฟา (Alpha) ที่จะได้แสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ถ้ามีค่าใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่า มีความเชื่อมั่นมาก

โดยแบบสอบถามที่ทดลองใช้ (Try-out) กลับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.81 ซึ่งจากการศึกษาของ Uma (1992 อ้างถึงใน ระพีพรรณ ถาวรวันชัย, 2546, หน้า 55) กล่าวว่า ค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่าที่ยอมรับได้อย่างน้อย 0.60 ขึ้นไป จึงสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ (ระพีพรรณ ถาวรวันชัย, 2546, หน้า 55)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์ และนิสิตสาคร มหาวิทยาลัยบูรพา พร้อมทั้งอธิบายถึงแบบสอบถามขั้นตอนที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจ
2. ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้ครบ แล้วรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด ผู้วิจัยจะพยายามให้นิสิตได้ตอบแบบสอบถามให้ครบ
3. หลังจากนั้นผู้วิจัยจะตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการประมวลผลค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ ตอนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติ การทดสอบค่าที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้ LSD

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	159	41.84
หญิง	221	58.16
2. อายุ		
18-19 ปี	83	21.84
20-21 ปี	179	47.11
22-23 ปี	114	30.00
24 ปีขึ้นไป	4	1.05

ตารางที่ 3 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับชั้นปีการศึกษา		
ปี 1	95	25.00
ปี 2	95	25.00
ปี 3	95	25.00
ปี 4	95	25.00
4. รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	230	60.52
10,000-20,000 บาท	101	26.58
20,000-30,000 บาท	24	6.32
30,001 บาทขึ้นไป	25	6.58
รวม	380	100.00

จากตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ร้อยละ 58.16 มีอายุ 20-21 ปีมากที่สุด ร้อยละ 47.11 รองลงมา คือ อายุ 22-23 ปี อายุ 18-19 และอายุ 24 ปีขึ้นไป ร้อยละ 30.00, 21.84 และ 1.05 ตามลำดับ ระดับชั้นปีการศึกษา ปีที่ 1, 2, 3, และ 4 คิดเป็นร้อยละ 25 เท่ากันทุกชั้นปี มีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน มากที่สุด คือ ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 60.52 รองลงมา คือ 10,000-20,000 บาท 30,001 บาทขึ้นไป และ 20,000-30,000 บาท ร้อยละ 26.58, 6.58 และ 6.32 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ทักษะที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์:
กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ทักษะที่มีต่อ แอปพลิเคชันไลน์ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย				
1. การสื่อสารบน แอปพลิเคชันไลน์ทำให้ ท่านอัปเดตเปลี่ยนแปลง ข่าวสารบ้านเมืองที่เกิดขึ้น ตลอดเวลา	84 (22.11)	166 (43.68)	84 (22.11)	37 (9.74)	9 (2.37)	3.73	0.99	มีทักษะที่ เหมาะสม	3
2. การสื่อสารบน แอปพลิเคชันไลน์ทำให้ ติดต่อกับบุคคลสำคัญ ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว	127 (33.42)	176 (46.32)	61 (16.05)	10 (2.63)	6 (1.58)	4.07	0.86	มีทักษะที่ เหมาะสม	1
3. การสื่อสารบน แอปพลิเคชันไลน์ทำให้ ท่านได้รับประโยชน์ ด้านการศึกษา	68 (17.89)	152 (40.00)	119 (31.32)	30 (7.89)	11 (2.89)	3.62	0.96	มีทักษะที่ เหมาะสม	5
4. แอปพลิเคชันไลน์สำคัญ ต่อการดำรงชีวิตของท่าน	87 (22.89)	151 (39.74)	93 (24.47)	37 (9.74)	12 (3.16)	2.31	1.03	มีทักษะที่ ไม่เหมาะสม	11
5. ข้อมูลเนื้อหาข่าวสาร ที่ได้รับผ่านแอปพลิเคชัน ไลน์มีความน่าเชื่อถือ ที่ผ่านการคัดกรองมา เรียบร้อยแล้ว	43 (11.32)	91 (23.95)	120 (31.58)	90 (23.68)	36 (9.47)	2.96	1.14	มีทักษะที่ เหมาะสม ปานกลาง	7
6. ข้อมูลส่วนตัวที่เปิดเผย บนแอปพลิเคชันไลน์ มีความปลอดภัย และสามารถเชื่อถือได้	51 (13.42)	81 (21.32)	134 (35.326)	87 (22.89)	27 (7.11)	2.89	1.12	มีทักษะที่ เหมาะสม ปานกลาง	8

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อ แอปพลิเคชันไลน์ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง				
7. การโพสต์ข้อความหรือ รูปภาพบนแอปพลิเคชัน ไลน์เป็นการบอกล่าแสดง ความเป็นตัวเอง	56 (14.74)	134 (35.26)	130 (34.21)	49 (12.89)	11 (2.89)	3.46	0.99	มีทัศนคติที่ เหมาะสม	6
8. ท่านใช้แอปพลิเคชัน ไลน์เพื่อเข้าร่วมกิจกรรม หรือกลุ่มต่าง ๆ ที่สนใจ ในเรื่องเดียวกับท่าน เพื่อหาความรู้ความบันเทิง และแสดงความคิดเห็น	66 (17.37)	175 (46.05)	99 (26.05)	30 (7.89)	10 (2.63)	3.68	0.94	มีทัศนคติที่ เหมาะสม	4
9. แอปพลิเคชันไลน์ ช่วยให้ท่านประหยัด ค่าใช้จ่ายในการติดต่อ สื่อสาร	147 (38.68)	128 (33.68)	89 (23.42)	13 (3.42)	3 (0.79)	4.06	0.91	มีทัศนคติที่ เหมาะสม	2
10. แอปพลิเคชันไลน์ ทำให้ท่านสนใจ คนรอบข้างน้อยลง	102 (26.84)	117 (30.79)	101 (26.58)	44 (11.58)	16 (4.21)	2.36	1.12	มีทัศนคติที่ ไม่เหมาะสม	10
11. เป็นเรื่องยากที่ท่าน จะหยุดใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์	95 (25.00)	108 (28.42)	93 (24.47)	50 (13.16)	34 (8.95)	2.53	1.25	มีทัศนคติที่ ไม่เหมาะสม	9
ภาพรวม						3.24	0.31	มีทัศนคติที่ เหมาะสม ปานกลาง	

จากตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ อยู่ในระดับ มีทัศนคติที่เหมาะสมปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 (SD = 0.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของทัศนคติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ

ที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ที่ว่า การสื่อสารบนแอปพลิเคชัน ไลน์ทำให้ติดต่อกับบุคคลสำคัญ ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมีทัศนคติที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.07 (SD = 0.86) รองลงมา คือ แอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 4.06 (SD = 0.91) และลำดับสุดท้าย คือ แอปพลิเคชัน ไลน์สำคัญต่อการดำรงชีวิตของท่าน มีค่าเฉลี่ย 2.31 (SD = 1.03)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมที่มีต่อ
แอปพลิเคชันไลน์

พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1. อุปกรณ์สำหรับใช้แอปพลิเคชันไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
Smartphone	371	97.63
Laptop/ Notebook	104	27.37
PC/ Mac	75	19.74
iPad/ Tablet	70	18.42
2. อุปกรณ์ที่ใช้ที่บ่อยที่สุด		
Smartphone	365	93.95
Laptop/ Notebook	7	1.84
PC/ MAC	7	1.84
iPad/ Tablet	9	2.37
3. สถานที่		
บ้าน/ หอพัก	337	88.69
สถานศึกษา	19	5.00
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	7	1.84
อื่น ๆ	17	4.47

ตารางที่ 5 (ต่อ)

พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์	จำนวน	ร้อยละ
4. ประสบการณ์ในการใช้ไลน์		
น้อยกว่า 1 ปี	19	5.00
1 ปี-2 ปี	89	23.42
2 ปี-3 ปี	110	28.95
3 ปี-4 ปีขึ้นไป	162	42.63
5. จุดประสงค์หลัก		
ติดต่อสื่อสาร	312	82.11
การศึกษา/ ข่าวสารบ้านเมือง	22	5.79
ธุรกิจ	12	3.16
บันเทิง/ ดนตรี/ ภาพยนตร์/ กีฬา	30	7.89
อื่น ๆ	4	1.05
6. รู้จักแอปพลิเคชันไลน์จาก		
ติดต่อสื่อสาร	312	82.11
การศึกษา/ ข่าวสารบ้านเมือง	22	5.79
ธุรกิจ	12	3.16
บันเทิง/ ดนตรี/ ภาพยนตร์/ กีฬา	30	7.89
อื่น ๆ	4	1.05
ภาพรวม	380	100.00

จากตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้แอปพลิเคชันไลน์บนอุปกรณ์ Smartphone มากกว่าอุปกรณ์ชนิดอื่น ร้อยละ 97.63 ซึ่งใช้แอปพลิเคชันไลน์บนอุปกรณ์ Smartphone บ่อยที่สุด ร้อยละ 93.95 รองลงมา คือ iPad/ Tablet และ Laptop/ Notebook และ PC/ Mac เท่ากัน ร้อยละ 2.37 และ 1.84 ตามลำดับ โดยใช้แอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่อันที่บ้าน/ หอพัก มากที่สุด ร้อยละ 88.69 รองลงมา คือ สถานศึกษา สถานที่อื่น ๆ และร้านบริการอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 5.00, 4.47 และ 1.84

ตามลำดับ มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันไลน์ 3 ปี-4 ปีขึ้นไป มากที่สุด ร้อยละ 42.63 รองลงมา คือ 2 ปี-3 ปี 1 ปี-2 ปี และน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 28.95, 23.42 และ 5.00 ตามลำดับ จุดประสงค์หลัก เพื่อใช้ติดต่อสื่อสาร มากที่สุด ร้อยละ 82.11 รองลงมา คือ เพื่อบันทึกรายงาน/ คณบดี/ ภาพยนตร์/ กีฬา เพื่อการศึกษา/ ข่าวสารบ้านเมือง เพื่อธุรกิจ และเพื่ออื่น ๆ ร้อยละ 7.89, 5.79, 3.16 และ 1.05 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักแอปพลิเคชันไลน์จากเพื่อนแนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 62.37 รองลงมา คือ เว็บไซต์ จากแหล่งอื่น ๆ และนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 26.58, 9.21 และ 1.84 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิต ระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	\bar{X}	SD	t	Sig.
ชาย	159	3.22	0.30	-0.93	0.35
หญิง	211	3.25	0.31		

จากตารางที่ 6 การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.35 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	0.063	0.021	0.217	0.884
ภายในกลุ่ม	36.026	376	0.096		
รวม	36.090	379			

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามอายุ พบว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	0.106	0.035	0.368	0.776
ภายในกลุ่ม	376	33.984	0.096		
รวม	36.090	379			

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา พบว่า ระดับชั้นปีการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	0.790	0.263	2.803	0.040*
ภายในกลุ่ม	376	35.300	0.094		
รวม	379	36.090			

*P<0.05

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์ แตกต่างกัน

และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post hoc) ด้วยวิธีของ LSD ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post hoc) ของทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ไม่เกิน	10,000-	20,001-	30,001 บาทขึ้นไป
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	
		3.27	3.23	3.19	3.09
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.27		0.04	0.08	0.17*
10,000-20,000 บาท	3.23			0.05	0.14*
20,001-30,000 บาท	3.19				0.09
30,001 บาทขึ้นไป	3.09				

*P<0.05

จากตารางที่ 10 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบของ LSD พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน ไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน ไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 11 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. เพศต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. อายุต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. ระดับชั้นปีการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยเดือนต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาทักษะคิดที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (2) ศึกษาพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทักษะคิดที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับชั้นปีการศึกษา และรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง

เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 380 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การทดสอบค่าที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้ LSD

สรุปผลวิจัย

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-21 ปี จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่างที่เท่ากันทุกชั้นปี ส่วนใหญ่มีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะคิดในระดับเหมาะสมปานกลาง โดยเลือกการสื่อสารบนแอปพลิเคชันไลน์ทำให้ติดต่อกับบุคคลสำคัญ ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อันดับแรก รองลงมา คือ แอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร อันดับต่อมา คือ การสื่อสารบนแอปพลิเคชันไลน์ทำให้อัปเดตเปลี่ยนแปลงข่าวสารบ้านเมือง

ที่เกิดขึ้นตลอดเวลา อันดับต่อมา คือ ใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือกลุ่มต่าง ๆ ที่สนใจในเรื่องเดียวกันเพื่อหาความรู้ความบันเทิงและแสดงความคิดเห็น อันดับต่อมา คือ การสื่อสารบนแอปพลิเคชันไลน์ทำให้ได้รับประโยชน์ด้านการศึกษา อันดับต่อมา คือ การโพสต์ข้อความหรือรูปภาพบนแอปพลิเคชันไลน์เป็นการบอกเล่าแสดงความเป็นตัวเอง อันดับต่อมา คือ ข้อมูลเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับผ่านแอปพลิเคชันไลน์มีความน่าเชื่อถือที่ผ่านการคัดกรองมาเรียบร้อยแล้ว อันดับต่อมา คือ ข้อมูลส่วนตัวที่เปิดเผยบนแอปพลิเคชันไลน์มีความปลอดภัย และสามารถเชื่อถือได้ อันดับต่อมา คือ เป็นเรื่องยากที่จะหยุดใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ อันดับต่อมา คือ แอปพลิเคชันไลน์ทำให้สนใจคนรอบข้างน้อยลง และอันดับสุดท้าย คือ แอปพลิเคชันไลน์สำคัญต่อการดำรงชีวิต

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้อุปกรณ์ Smartphone เป็นอุปกรณ์ที่ใช้แอปพลิเคชันไลน์บ่อยที่สุด โดยสถานณ์ที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ บ้าน/ หอพัก ซึ่งมีประสบการณ์ใช้ คือ 3 ปี-4 ปี มีจุดประสงค์หลัก คือ ติดต่อสื่อสาร และส่วนใหญ่รู้จักแอปพลิเคชันไลน์จากการที่เพื่อนแนะนำ

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการศึกษา พบว่า เพศที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคม

ออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

อายุที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

ระดับชั้นปีการศึกษาที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคม

ออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์

บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิติระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่เหมาะสมต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในส่วนของการสื่อสารบนแอปพลิเคชันไลน์ทำให้สามารถติดต่อกับบุคคลสำคัญ ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทั้งนี้ เนื่องมาจากแอปพลิเคชันไลน์นั้นถูกสร้างมาสำหรับติดต่อสื่อสารโดยเฉพาะ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานว่าจะเลือกรูปแบบของการติดต่อสื่อสารในรูปแบบใด เช่น

การสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความ การสื่อสารด้วยเสียง และการสื่อสารในรูปแบบวิดีโอ อีกทั้งยังสามารถเลือกการสนทนาแบบกลุ่มหรือส่วนตัวก็ได้ จึงทำให้แอปพลิเคชันไลน์นั้นเป็นอีกตัวเลือกที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสารในยุคที่ Social network ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเอมิกา เหมมินทร์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ด้านการสื่อสารในระดับเห็นด้วยที่สุด คือ ช่วยให้การติดต่อสื่อสารได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น และช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของศกรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในด้านเครือข่ายทางสังคม มีความคิดเห็นว่า การใช้แอปพลิเคชันไลน์ เพราะต้องการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/คนรู้จัก ซึ่งเปรียบเสมือนบุคคลสำคัญ

จากการศึกษาพฤติกรรมต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเลือกใช้อุปกรณ์ Smartphone มากที่สุด และเป็นอุปกรณ์ที่ใช้บ่อยที่สุด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจาก Smartphone นั้นเป็นอุปกรณ์ที่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้ทุกรูปแบบของการสนทนา ไม่ว่าจะเป็นการพิมพ์ข้อความสนทนา การสนทนาด้วยเสียง หรือสนทนาในรูปแบบวิดีโอ อีกทั้ง Smartphone ยังมีขนาดที่พกพาสะดวก ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ติดต่อสื่อสารได้สะดวกและรวดเร็วตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศกรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ผ่าน Smartphone และสอดคล้องกับงานวิจัยของเอมิกา เหมมินทร์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จาก Smartphone มากที่สุด

จากการศึกษาพฤติกรรมต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกสถานที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ที่บ้าน/หอพัก มากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษา จึงทำให้การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในเวลาเรียนนั้น ถือว่าเป็นเรื่องไม่เหมาะสม จึงทำให้นักศึกษาใช้เวลาว่างในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ที่บ้าน/หอพัก มากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของอมรรณ คันทะ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network)

ในหน่วยงานภาครัฐ กรณีศึกษา กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ทำงานบ่อยที่สุด เนื่องจากกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลนั้น แตกต่างกัน ซึ่งประชากรตัวอย่างของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ทำการศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มคนวัยทำงาน แต่ในส่วนของผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มนิสิตที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาพฤติกรรมต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ 3 ปี-4 ปีขึ้นไป เนื่องจากแอปพลิเคชันไลน์เป็นที่นิยมอย่างมาก อีกทั้งยังเปิดให้ใช้บริการฟรีเป็นระยะเวลาโดยประมาณ 5 ปีแล้ว ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของสกรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ จากผลการศึกษา พบว่า จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ 1-2 ปี เนื่องจากจากตอนนั้นแอปพลิเคชันไลน์ได้มีการเปิดให้ใช้บริการโดยประมาณ 3 ปี แต่ปัจจุบันแอปพลิเคชันไลน์มีอายุโดยประมาณ 5 ปี จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความขัดแย้งกัน

จากการศึกษาพฤติกรรมต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ คือเพื่อการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากแอปพลิเคชันไลน์นั้นถูกสร้างมาสำหรับติดต่อสื่อสารโดยเฉพาะ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานว่าจะเลือกรูปแบบของการติดต่อสื่อสารในรูปแบบใด เช่น การสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความ การสื่อสารด้วยเสียง และการสื่อสารในรูปแบบวิดีโอ อีกทั้งยังสามารถเลือกการสนทนาแบบกลุ่ม หรือส่วนตัวก็ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเอมิกา เหมมินทร์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรณ คันทะ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ในหน่วยงานภาครัฐ กรณีศึกษา กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เข้าใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) คือเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและครอบครัว

จากการศึกษาพฤติกรรมต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักแอปพลิเคชันไลน์จากการที่เพื่อนแนะนำ มากที่สุด เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาและส่วนใหญ่เป็นเพื่อนกันจึงเป็นเรื่องง่ายที่จะเพื่อนจะแนะนำชักชวนให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของเอมิกา เหมมินทร์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง

พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาที่ทำให้สนใจใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เว็บไซต์มากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลของวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกลุ่มประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่กว้าง เพราะกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนไม่ได้รู้จักกัน จึงทำให้การแนะนำชักชวนให้รู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นเป็นไปได้ยาก จึงเป็นเหตุให้ขัดแย้งกับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล ซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพื่อนกัน จึงเป็นเรื่องง่ายที่จะเพื่อนจะแนะนำชักชวนให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์

จากการศึกษาการเปรียบเทียบทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า เพศต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเอมิกา เหมมินทร์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้ง 6 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

และขัดแย้งกับงานวิจัยของศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของนักศึกษาต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 แสดงว่า เพศที่แตกต่างกัน ทัศนคติในการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน เนื่องจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังไม่ได้เข้ามาบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตเท่ากับปัจจุบันนี้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์

ผลการศึกษา พบว่า อายุต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษา พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของนักศึกษาต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.450 แสดงว่า อายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติในการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า ระดับชั้นปีการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554)

ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษา พบว่า ระดับชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของนักศึกษาต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.057 แสดงว่า ระดับชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติในการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอมววรรณคันทะ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ในหน่วยงานภาครัฐ กรณีศึกษา กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ผลการศึกษา พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ด้านเวลา ด้านผลกระทบต่อสังคม และด้านธุรกิจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านเวลา ด้านผลกระทบต่อสังคม และด้านธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง ทักษะและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เพื่อการติดต่อสื่อสาร มากที่สุด ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยบูรพาควรเพิ่มช่องทางให้นิสิตได้ติดตามข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย รวมถึงเรื่องราวเรียนต่าง ๆ ผ่านทางสังคมออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันไลน์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกัน และข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์ที่ว่า แอปพลิเคชันไลน์สำคัญต่อการดำรงชีวิต แอปพลิเคชันไลน์ให้ความสนใจคนรอบข้างน้อยลง และเป็นเรื่องยากที่จะหยุดใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ อยู่ในระดับมีทัศนคติที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญของแอปพลิเคชันไลน์มากเกินไปจนคิดว่า แอปพลิเคชันไลน์เป็น

ส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งในส่วนนี้ผู้ปกครอง สถานศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มหาวิทยาลัย สถาบัน และคณะต่าง ๆ ควรมีการแนะนำกับนิสิต นักศึกษาที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน ไลน์ ให้รู้จักแบ่งเวลาในการใช้งานให้เหมาะสม

2. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน ไลน์ที่ว่า ข้อมูลเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับผ่านแอปพลิเคชัน ไลน์มีความน่าเชื่อถือที่ผ่านการคัดกรองมาเรียบร้อยแล้ว และทางด้านข้อมูลส่วนตัวที่เปิดเผยบนแอปพลิเคชัน ไลน์มีความปลอดภัยและสามารถเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมีทัศนคติที่เหมาะสมปานกลาง ดังนั้น สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดอบรมหรือประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับข้อควรระวังและความปลอดภัยในการใช้สื่อออนไลน์ อีกทั้งข้อกฎหมายต่าง ๆ เช่น โทษทางอาญา พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เป็นต้น ให้กับผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ชนิดต่าง ๆ เช่น แอปพลิเคชัน ไลน์ เพื่อป้องกันมิให้เกิดการกระทำความผิดบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. การวิจัยครั้งนี้ ใช้ปัจจัยส่วนบุคคลบางตัวแปรเท่านั้น ดังนั้น ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่คาดว่าจะปัจจัยสำคัญเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์มากที่สุด
2. การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจากนิสิตคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เท่านั้น ซึ่งการวิจัยในครั้งต่อไปควรจะศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อจะได้ทราบถึงข้อมูล ความคิดเห็น ที่อาจจะแตกต่างกันไป
3. ควรเพิ่มวิธีในการศึกษาวิจัย กล่าวคือ เนื่องการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลเชิงลึกกับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ไลน์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้มากยิ่งขึ้น
4. ควรมีการศึกษาแนวโน้มการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ในอนาคต เนื่องจากเทคโนโลยีมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงและมีบริการใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

- กติกา สายเสณีย์. (2551). ความหมายของ *Social network*. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/socialnetwork057/khwam-hmay-khxng-socialnetwork>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลวัฒน์ อังกสิทธิ์. (2551). ปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของสมาชิกชุมชนเสมือน: กรณีศึกษา กลุ่มสมาชิกของเว็บไซต์ชุมชนกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์. (2558). เข้าถึงได้จาก <http://www.polsci-law.buu.ac.th/profile.php>
- เฉลิมพล ต้นสกุล. (2541). *พฤติกรรมศาสตร์สาธารณสุข*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณัฐฐิกา ฉนวนธนา. (2542). ความเกี่ยวข้องของผู้บริโภค การตอบสนองต่อโฆษณา และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายของผู้บริโภคชาย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกานต์ ประเสริฐสังข์. (2554). *ทัศนคติของนักเรียน โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา พุทธมณฑล ที่มีต่อระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online social network) ในปัจจุบัน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดวงเดือน พันธมนาวิน และบุญยิ่ง เจริญยิ่ง. (2518). *อิทธิพลของสังคมต่อทัศนคติของวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เดลินิวส์. (2557). *ไลน์เผยผู้ใช้งานทั่วโลกทะลุ 560 ล้านคนพร้อมเปิดบริการใหม่*. เข้าถึงได้จาก <http://www.dailynews.co.th/Content/IT/273115>
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). *ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประสาธ อิศรปรีดา. (2523). *จิตวิทยาการเรียนรู้กับการสอน*. กรุงเทพฯ: กราฟฟิคอาร์ต.

- พรพิมล บุรณเบญญา และเพ็ญจิรา คันชวงศ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงาน: กรณีศึกษาแอปพลิเคชัน “ไลน์” ที่เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2557* (หน้า 442-453). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ระพีพรรณ ถาวรวันชัย. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ระบบที่เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา ระบบ Value online ของบริษัท The Value Systems. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2526). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- วาทิน เจนกิจ. (2552). *การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลของผู้ใช้เว็บไซต์กูเกิลในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วารินทร์ สายโอบเอื้อ และสุนิษฐ์ ชีรดากร. (2522). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยครูพระนคร.
- วิธี แจ่มกระทีก. (2541). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร*. ปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2537). *พฤติกรรมกับสภาพแวดล้อม* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: วิสทัศน์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุกร เสรีรัตน์, ปริญ ถักยิตานนท์, สุพีร์ ลิ้มไทย และองอาจ ปทะวานิช. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). *ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาระบบสารสนเทศ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศุภศิลา ปุณฺณจิตต์เจือวงศ์. (2556). *ไลน์รูปแบบการสื่อสารบนความสร้างสรรค์ของสมาร์ตโฟน: ข้อดีและข้อจำกัดของแอปพลิเคชัน*. *วารสารนักบริหาร*, 33(4), 42-54.
- สมมาตร อนุสกูล. (2544). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนศรีธนาพณิชยการเทคโนโลยี เชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและแนะแนว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2529). *จิตวิทยาการจัดการพฤติกรรมมนุษย์*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุชัยรัตน์ ใจจันทร์. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนจ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองการศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). *การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: พี.เอ. ลีฟวิ่ง.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2558). *คนไทยสวัสดิ์ปีใหม่ผ่านแอปฯ-สื่อสังคมออนไลน์ ฟุ่งกระฉูด-“ไลน์” ครองแชมป์*. เข้าถึงได้จาก <http://news.thaipbs.or.th/node/278959>
- อดิเทพ บุตรราช. (2553). *เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network)*. เข้าถึงได้จาก <http://km.ru.ac.th/computer/?p=199>
- อมรรวรรณ คันทะ. (2556). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ในหน่วยงานภาครัฐ กรณีศึกษา กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- อิทธิพล ปรีดิประสงค์. (2552). *แนวคิดพื้นฐานในการสร้างสรรค์ชุมชนออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/288469>

เอมิกา เหมมินทร์. (2556). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาสถิติประยุกต์, คณะสถิติประยุกต์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Kelman, H. C. (1967). *Basic psychology*. New York: Appleton Century-Crofts.

Rogers, D. (1978). *The psychology of adolescence*. New York: Appleton Century-Crofts.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introduction analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา
นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และเป็นนิสิตที่ศึกษาในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและใช้ในการศึกษาเท่านั้น

โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตอนที่ 3 พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. 18-19 ปี

2. 20-21 ปี

3. 22-23 ปี

4. 24 ปีขึ้นไป

3. ชั้นปี

1. ปี 1

2. ปี 2

3. ปี 3

4. ปี 4

5. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

4. รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท

2. 10,001-20,000 บาท

3. 20,001-30,000 บาท

4. 30,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ทักษะคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. การสื่อสารบนแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้ท่านอัปเดตเปลี่ยนแปลงข่าวสารบ้านเมืองที่เกิดขึ้นตลอดเวลา					
2. การสื่อสารบนแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้ติดต่อกับบุคคลสำคัญ ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว					
3. การสื่อสารบนแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้ท่านได้รับประโยชน์ด้านการศึกษา					
4. แอปพลิเคชันไลน์สำคัญต่อการดำรงชีวิตของท่าน					
5. ข้อมูลเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ มีความน่าเชื่อถือที่ผ่านการคัดกรองมาเรียบร้อยแล้ว					
6. ข้อมูลส่วนตัวที่เปิดเผยบนแอปพลิเคชันไลน์ มีความปลอดภัยและสามารถเชื่อถือได้					
7. การโพสต์ข้อความหรือรูปภาพบนแอปพลิเคชันไลน์ เป็นการบอกเล่าแสดงความเป็นตัวเอง					
8. ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือกลุ่มต่าง ๆ ที่สนใจในเรื่องเดียวกับท่าน เพื่อหาความรู้ ความบันเทิง และแสดงความคิดเห็น					
9. แอปพลิเคชันไลน์ ช่วยให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร					
10. แอปพลิเคชันไลน์ ทำให้ท่านสนใจคนรอบข้างน้อยลง					
11. เป็นเรื่องยากที่ท่านจะหยุดใช้งานแอปพลิเคชันไลน์					

ตอนที่ 3 พฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. อุปกรณ์สำหรับใช้แอปพลิเคชันไลน์ของท่าน คือ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 1. Smartphone	<input type="checkbox"/> 2. Laptop/ Notebook
<input type="checkbox"/> 3. PC/ Mac	<input type="checkbox"/> 4. iPad/ Tablet
2. จากข้อ 1. ให้เลือกอุปกรณ์สำหรับใช้แอปพลิเคชันไลน์ที่บ่อยที่สุดมาเพียง 1 ข้อ

<input type="checkbox"/> 1. Smartphone	<input type="checkbox"/> 2. Laptop/ Notebook
<input type="checkbox"/> 3. PC/ Mac	<input type="checkbox"/> 4. iPad/ Tablet
3. สถานที่ที่ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์บ่อยที่สุด

<input type="checkbox"/> 1. บ้าน/ หอพัก	<input type="checkbox"/> 2. สถานศึกษา
<input type="checkbox"/> 3. ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)
4. ประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของท่าน

<input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 1 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 1 ปี-2 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 2 ปี-3 ปี	<input type="checkbox"/> 4. 3 ปี-4 ปี
5. ท่านมีจุดประสงค์หลักในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในด้านใด

<input type="checkbox"/> 1. ติดต่อสื่อสาร	<input type="checkbox"/> 2. การศึกษา/ ข่าวสารบ้านเมือง
<input type="checkbox"/> 3. ธุรกิจ	<input type="checkbox"/> 4. บันทึกรายการบันเทิง ภาพยนตร์ และกีฬา
<input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)	
6. ท่านรู้จักแอปพลิเคชันไลน์ได้อย่างไร

<input type="checkbox"/> 1. เพื่อนแนะนำ	<input type="checkbox"/> 2. เว็บไซต์
<input type="checkbox"/> 3. นิตยสาร	<input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครับ