

**พฤติกรรมการใช้สื่อสารและผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษา
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**

**Behaviors and Impacts on Using Facebook of Students of Management
Science Faculty, Ubonratchathani University**

วิญญู วีระนันท์^{1*}

Winyoo Weeranantawet^{1*}

¹ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

¹ Lecturer, Department of Business Management, Faculty of Management Science,
Ubonratchathani University

* Corresponding author, E-mail: winyoo.w@ubu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กกับผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊ก 2) ศึกษาผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ก 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และ 4) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่มีต่อผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊ก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 373 คน โดยการทำแบบสอบถามออนไลน์ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งจะแบ่งเป็นด้านการสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น และเพื่อความบันเทิง และผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งจะประกอบด้วย ผลกระทบต่อการเรียน ผลการเรียน และชีวิตประจำวัน จากผลการศึกษาสรุปว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อการสื่อสารกับเพื่อนสนิทอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.50 และผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊กคือกระทบต่อเวลาในการอ่านหนังสืออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.73 สำหรับด้านปัจจัยส่วนบุคคลนั้นพบว่าชั้นปีที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่ต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลอื่นไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก นอกจากนั้นจากการวิเคราะห์โดยใช้ Linear Regression พบว่าพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับผลกระทบที่เกิดจากการใช้เฟซบุ๊กในระดับน้อย ดังแสดงในรูปสมการคือ $Y = 0.464 + 0.649X$ โดยที่ Y คือผลกระทบ และ X คือพฤติกรรม จากสมการจะเห็นว่า การใช้เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับผลกระทบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบด้านการเรียน

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม ผลกระทบ เฟซบุ๊ก

Abstract

This study examined whether behaviors of using Facebook, which was one of the most popular social media among Thai students, were related to impacts of using Facebook or not. Its objectives had four aspects, which were 1) to study behaviors of using Facebook 2) to study impacts of using Facebook 3) to compare personal factors to Facebook using behaviors 4) to study how Facebook using behaviors impacted on using Facebook. Data of this study was derived from random online questionnaires from students of Faculty of Management Science in Ubonratchathani University (n=373). The online questionnaires were composed of two parts. The first part was associated with Facebook using behaviors of regarding communication, sharing information, expressing opinion, and entertainment. The second part was concerned with impacts of using Facebook on terms of learning in classroom, grades, and daily life. The a result shows that the samples using Facebook to communicate with close friends are at the highest level as shown the mean at 4.50, and the most adverse impact of using Facebook affected students in terms of spending time reading a book as shown the mean at 3.73. As far as personal factors were concerned, only college years were statistically significant to the behaviors of using Facebook. Regarding the other personal factors, they did not have statistical significance to the behaviors of Facebook using. Furthermore, the linear regression analysis indicated that the Facebook using behaviors were slightly statistically relevant to the impacts of using Facebook. Consequently, the equation of the study was $Y = 0.464 + 0.649X$, while Y represented impacts of using Facebook, and X represented behaviors of using Facebook. Eventually, the equation pointed out that Facebook using behaviors were positively relevant to impacts of using Facebook, especially studying performance

Keywords: Personal factors, Behavior, Impact, Facebook

บทนำ

ปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของมนุษย์มากขึ้น ทั้งนี้ในบรรดาเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมมากที่สุดในประเทศไทยคือเฟซบุ๊ก (Zocial Inc, 2014) และกลุ่มที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดคือกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา โดยเหตุผลหลักคือเพื่อประโยชน์ด้านการสื่อสาร ทั้งนี้พฤติกรรมการสื่อสารมีความหลากหลายเป็นอันมากตามแต่วัตถุประสงค์ของผู้ใช้ เช่น เพื่อสื่อสารกับสังคมรอบข้าง เพื่อการแสดงออกความเป็นตัวตน เพื่อติดตามหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เป็นอาทิ (นาถยา

พร พระรับรักษา, 2557) กอปรกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้สะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้การใช้เฟซบุ๊กสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่สามารถเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลา แม้กระทั่งในเวลาเรียน จึงเป็นที่น่ากังวลว่าพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กจะส่งผลกระทบต่อผลการเรียน

ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี รวมทั้งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของนักศึกษาด้วย เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักศึกษาในยุคปัจจุบันต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อนำไปสู่การวางแผนและปรับการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับนักศึกษา อันเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นบุคลากรอันทรงคุณค่าของประเทศชาติและประชาชนสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
3. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่มีต่อผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ทฤษฎี แนวคิด และกรอบแนวคิด

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Maslow (1943) ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ (A Theory of Human Motivation) แบ่งความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ระดับ คือ 1) ความต้องการด้านร่างกาย (The Physiological Needs) เป็นขั้นพื้นฐาน โดยมีสิ่งตอบสนองความต้องการดังกล่าวคืออาหาร น้ำดื่ม เพศสัมพันธ์ เป็นอาทิ 2) ความต้องการด้านความปลอดภัย (The Safety Needs) โดยมีพฤติกรรมแสวงหาความปลอดภัยหรือความมั่นคงต่อสิ่งที่ไม่คุ้นเคยหรือสิ่งคุกคาม เช่น อุบัติเหตุ ภัยธรรมชาติ เป็นต้น 3) ความต้องการทางสังคม (The Love Needs) คือความต้องการครอบครองและผูกพันต่อเพื่อนหรือคนรัก 4) ความต้องการด้านการยกย่อง (The Esteem Needs) คือต้องการความสนใจ เอาใจใส่ ยกย่อง หรือเคารพจากสังคมรอบข้าง เพื่อตอบสนองความพึงพอใจในแง่ของความภาคภูมิใจในตนเอง (Self-esteem) 5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (The Need for Self-actualization) คือความสุขจากการได้กระทำในสิ่งที่เต็มศักยภาพของตนเอง ซึ่งเป็นความต้องการระดับสูงสุด



งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิมลพรรณ อภาเวท สาวิตรี ชีวะสาธน์ และชาญ เดชอัครวง (2554) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในฐานะที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ชั้นปี คณะ คณะแผนกเฉลี่ยสะสม และรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก

ปัทมกร ป่าสิงห์ (2550) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร วิธีการรวมกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของกลุ่มแฟนคลับรายการเรียลลิตี้โชว์ พบว่า อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลในแฟนคลับแตกต่างกัน สำหรับเพศ อาชีพ และระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารของกลุ่มแฟนคลับ วิธีการรวมกลุ่มของกลุ่มแฟนคลับ และการมีส่วนร่วมของกลุ่มแฟนคลับ ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมกับรายการของกลุ่มแฟนคลับ

นายพร พระรับรักษา (2557) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการติดเฟซบุ๊ก โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับอุดมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการติดเฟซบุ๊กหรือไม่ 2) พฤติกรรมการติดเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง 3) ผลกระทบของการติดเฟซบุ๊ก โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งให้ผลว่าการติดเฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์กับผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน ทั้งในแง่ของการรับข้อมูลข่าวสาร ชีวิตส่วนตัว และสังคมรอบข้าง

Park และ Lee (2014) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยทางตะวันตกเฉียงใต้ในสหรัฐอเมริกา โดยงานศึกษาเกี่ยวข้องกับ 1) การจัดการภาพลักษณ์ (Impression Management) ประกอบด้วย การใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง รักษาสัมพันธภาพ การแสดงออกของตนเอง และการสื่อสาร 2) ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook Intensity) 3) ผลด้านจิตวิทยา (Psychological Outcomes) ผลการศึกษาพบว่าการจัดการภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงที่สุดในบรรดาตัวแปรอื่น

Valenzuela, Park และ Kee (2009) ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการใช้เฟซบุ๊กที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยในมลรัฐเท็กซัสพบว่า พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในชีวิต (Life satisfaction) และความน่าเชื่อถือทางสังคม (Social trust) ซึ่งพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กวัดได้จากระยะเวลาและความถี่ในการใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนและสังคมให้สนิทมากขึ้น ซึ่งความแน่นแฟ้นที่เพิ่มขึ้นจะสามารถทำให้ผู้ใช้งานมีความสุขเพิ่มขึ้น เพราะเฟซบุ๊กสามารถตอบสนองความต้องการทางอารมณ์ของผู้ใช้ได้

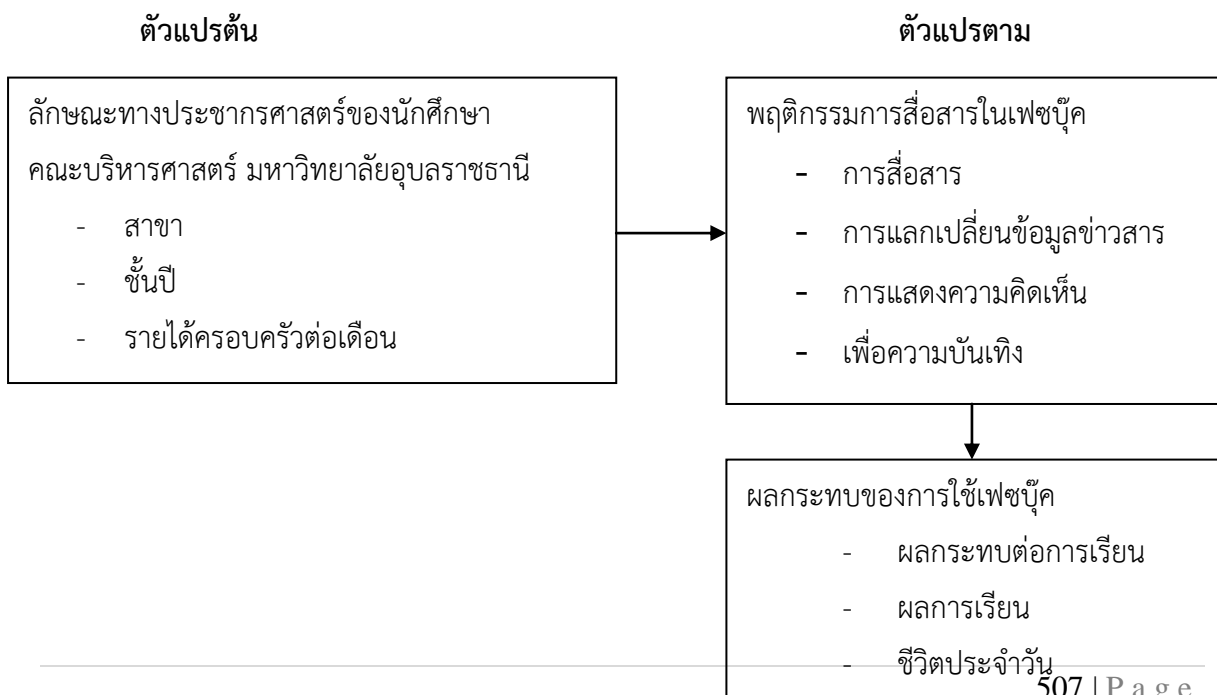


Ellison, Steinfield, และ Lampe (2007) ศึกษากร่มตัวอย่างจำนวน 286 คน ซึ่งเป็นนักศึกษา ระดับปริญญาตรีจาก Michigan State University จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ เฟซบุ๊กเพื่อ สื่อสารกับเพื่อนสนิท ทั้งนี้เป็นผลมาจากทุนทางสังคม (Social Capital) ซึ่งหมายถึง การปฏิสัมพันธ์ของ บุคคล บนพื้นฐานของความไว้วางใจกัน ซึ่งแต่ละบุคคลจะรักษาทุนทางสังคม เพื่อตอบสนองความต้องการ ทางจิตใจ ทั้งนี้เฟซบุ๊กถูกใช้เป็นช่องทางในการปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้างได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

Anas (2012) ศึกษาผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊กที่มีต่อการเรียนของนักศึกษาในแง่ที่ว่า เครือข่าย สังคมออนไลน์ทำให้ผลการเรียนของนักศึกษาแย่ลง จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างถูกเบี่ยงเบนความ สนใจในการอ่านหนังสือเนื่องมาจากการใช้เฟซบุ๊ก อีกผลกระทบหนึ่งคือส่งผลให้นักศึกษาเลื่อนการทำงาน ออกไป โดยที่นักศึกษาไม่ได้รู้สึกผิดกับการเลื่อนการทำงาน เพราะมองว่าการใช้เฟซบุ๊กเป็นกิจกรรมทาง สังคม

กล่าวโดยสรุปคือ ผู้เขียนใช้ทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ของ Maslow และงานวิจัยของ Valenzuela และคณะ (2009) และ งานวิจัยของ Ellison และคณะ (2007) ใช้อธิบายเหตุผลของผู้ใช้เฟซบุ๊ก ในแง่ที่ว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กเพื่อการตอบสนองความต้องการด้านจิตใจ เช่น การสร้างความสัมพันธ์กับคนรอบ ข้างและสร้างความภูมิใจของตนเอง สำหรับตัวแปรต้นใช้กรอบแนวคิดของปังกกร ปาสิงห์ (2550) และ นาถยาพร พระรับรักษา (2557) ในการกำหนดปัจจัยส่วนบุคคล เช่น สาขา ชั้นปี และรายได้ สำหรับตัวแปร ตามด้านพฤติกรรมผู้เขียนใช้กรอบแนวคิดของนาถยาพร พระรับรักษา (2557)และงานวิจัยของ Park และ Lee (2014) ในการกำหนดพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้เป็นตัวแปรตามตัวที่หนึ่ง ในแง่ของผลกระทบ ผู้เขียนใช้กรอบแนวคิดของนาถยาพร พระรับรักษา (2557) และ Anas (2012) ในการกำหนดตัวแปรตาม ในด้านผลกระทบในฐานะตัวแปรตามตัวที่สอง จึงสรุปเป็นกรอบแนวคิดดังแสดงตามแผนภาพ

กรอบแนวคิด





วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 7 สาขา ประกอบด้วย สาขาการบัญชี สาขาการเงินการธนาคาร สาขาการจัดการธุรกิจ สาขาการจัดการโรงแรม สาขาการจัดการตลาด สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ และสาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ จำนวน 4 ชั้นปี ซึ่งมีจำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น 3,119 คน ณ ปี 2557 ใช้วิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane 1967 อ้างในสุทธิพล อุดมพันธ์รัก และ จุฬารัตน์ พูลเอี่ยม, 2555) ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 354 ตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้เขียนส่งแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อที่จะส่งแบบสอบถาม โดยได้จำนวนแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 373 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาจากข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมไว้แล้ว เช่น ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยวารสาร งานวิจัย บทความจากสื่อ อินเทอร์เน็ตและฐานข้อมูลจาก California State University, Los Angeles เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาต่อไป 2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ชั้นปี สาขา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (ปัทมกร ป่าสิงห์, 2550) 2) พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กใช้ Likert Scale ซึ่งพฤติกรรมประกอบด้วยพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการสื่อสารกับสังคมรอบข้าง การหาข้อมูลข่าวสารหรือสนใจ การแสดงความคิดเห็น และความบันเทิง (Maslow, 1943) 3) ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งจะแบ่งเป็นผลกระทบต่อการเรียนในชั้นเรียน ผลการเรียน และชีวิตประจำวัน

โดยแต่ละคำถามประกอบด้วยมาตรวัด 5 ระดับ กล่าวคือ ระดับที่ 1 คือมีความสำคัญน้อยที่สุด จนถึง ระดับ 5 จะมีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ผู้เขียนทดลองแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกัน คือ นักศึกษาคณะศิลปประยุกต์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) และได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80 ถือว่ามีความเชื่อมั่นในระดับดี (Tavakol และ Dennick, 2011)



การแปลความหมาย

วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์แปลความหมาย ค่าเฉลี่ยของกลุ่มจากอันตรภาคชั้น (Anderson, Sweeney, and Williams, 2008)

$$\text{สูตร} = (\text{จำนวนค่าคะแนนสูงสุด}-\text{จำนวนค่าคะแนนต่ำสุด})/\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}$$

$$(5-1)/5 = 0.8$$

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ทางสถิติ

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) กล่าวคือกรณีตัวแปรอิสระซึ่งเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม มีระดับย่อยเท่ากับ 2 กลุ่ม กับ ตัวแปรตามที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ จะใช้สถิติทดสอบ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่าง และกรณีตัวแปรอิสระซึ่งเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม มีระดับย่อยตั้งแต่ 2 กลุ่ม ขึ้นไป กับตัวแปรตามที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ จะใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่าง สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและผลกระทบบของการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตามซึ่งเป็นตัวแปรเชิงปริมาณทั้งคู่ จะทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) เมื่อตัวแปรทั้ง 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น ดังนี้

$$Y = a + bX$$

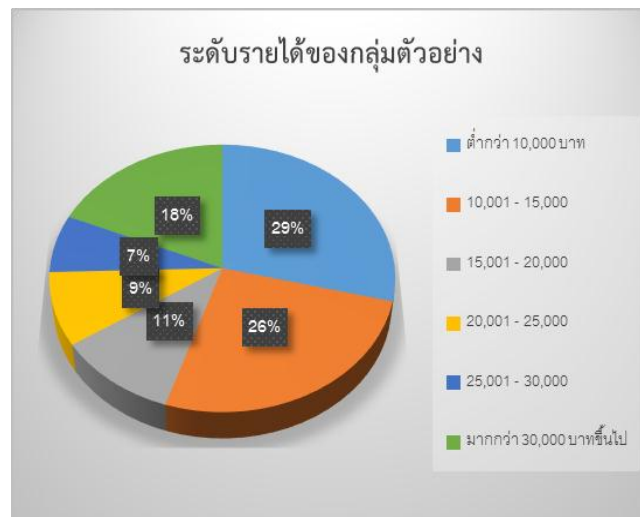
โดย Y คือ ผลกระทบ
X คือ พฤติกรรม

ผลการวิจัย

ภายหลังการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 373 ชุด ผู้เขียนสามารถสรุปข้อมูลว่า ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แบ่งเป็นเพศหญิง 319 คน คิดเป็นร้อยละ 85.52 และเพศชาย 52 คน ร้อยละ 13.94 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุในช่วง 15-20 ปี จำนวน 190 คน คิดเป็น ร้อยละ 50.94

และอายุ 21-30 ปี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 49.06 หากแบ่งเป็นจำนวนชั้นปีจะสรุปว่า นักศึกษาชั้นปี 1 จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.11 นักศึกษาชั้นปี 2 จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.93 นักศึกษาชั้นปี 3 จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 35.12 และนักศึกษาระดับชั้นปี 4 จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.84

นอกจากนั้นผู้ตอบแบบสอบถามหากจำแนกตามสาขา สรุปมีนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 30.03 นักศึกษาระดับปริญญาโทจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 นักศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 25.47 และนักศึกษาระดับปริญญาตรี (สาขาการจัดการโรงแรม สาขาการจัดการตลาด สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ และสาขาวิชาการบริหารระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.89



ภาพประกอบที่ 1 แสดงร้อยละของระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากแผนภาพพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.95 รองลงมาคือรายได้ครอบครัว 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 26.01 รายได้ครอบครัว 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.72 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.85 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.97 และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50

จากการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับพฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก

พฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)	ระดับ
การสื่อสารกับเพื่อนสนิท	4.50	0.65	มากที่สุด
การสื่อสารกับบุคคลทั่วไปที่รู้จัก	3.54	0.98	มาก
การสื่อสารกับกลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ	3.51	1.02	มาก
การหาข้อมูลข่าวสารของคนรอบข้าง	3.84	0.90	มาก
การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร	3.71	0.90	มาก
ส่งรูปให้เพื่อนและคนรู้จัก	3.40	1.01	ปานกลาง
เล่นเกมส์	2.58	1.32	น้อย
เขียนความคิดเห็นในกระดานข่าวสาร	3.34	0.98	ปานกลาง
ใช้เฟซบุ๊กเพื่อความเพลิดเพลิน	3.81	0.86	มาก
ใช้เฟซบุ๊กเป็นกิจกรรมยามว่าง	3.79	0.90	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กเพื่อการสื่อสารกับเพื่อนสนิทมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ใช้เฟซบุ๊กเพื่อหาข้อมูลข่าวสารของคนรอบข้าง และใช้เฟซบุ๊กเพื่อความเพลิดเพลิน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.84 และ 3.81 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นกิจกรรมในยามว่างและแลกเปลี่ยน (Share) ข้อมูลข่าวสารกับเพื่อนและคนรู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.79 และ 3.71 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมาก สำหรับการใส่เฟซบุ๊กกับบุคคลทั่วไป เช่น อาจารย์ หรือสมาชิกในครอบครัว และสื่อสารกับสังคมที่ชื่นชอบ (Fan page) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 และ 3.51 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างใช้ เฟซบุ๊กเพื่อส่งรูป (Tag) ให้เพื่อนและคนรู้จัก และแสดงความคิดเห็นในกระดานข่าวสาร (Wall) มีค่าเฉลี่ย 3.40 และ 3.34 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กเพื่อเล่นเกมส์มีค่าเฉลี่ย 2.58 อยู่ในระดับน้อย

สำหรับผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สรุปรายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 2



ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ก

ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ก	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน	
		มาตรฐาน (Std. Deviation)	ระดับ
ผลกระทบต่อเวลาอ่านหนังสือ	3.73	1.01	มาก
ผลกระทบต่อผลการเรียน	2.94	1.14	ปานกลาง
ผลกระทบต่อการใช้งานช้ากว่าที่กำหนด	2.77	1.24	ปานกลาง
ผลกระทบที่ทำให้เกิดการโต้เถียงหรือขัดแย้งกับเพื่อน	2.66	1.18	ปานกลาง
ผลกระทบต่อการถูกตำหนิหรือลงโทษจากอาจารย์ในชั้นเรียน	2.41	1.26	น้อย
ผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน เช่น นอนตื่นสาย	2.98	1.25	ปานกลาง
ผลกระทบที่ทำให้เป็นสาเหตุให้เกิดอุบัติเหตุ	2.20	1.30	น้อย

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจได้รับผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เฟซบุ๊กและส่งผลกระทบต่อเวลาในการอ่านหนังสือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.73 หรืออยู่ในระดับที่มาก รองลงมาคือการใช้เฟซบุ๊กกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การนอนตื่นสาย และกระทบต่อผลการเรียนหรือเกรด มีค่าเฉลี่ยคือ 2.98 และ 2.94 ตามลำดับ หรืออยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการส่งการบ้านหรืองานที่ได้มอบหมายล่าช้ากว่าที่กำหนด หรือเป็นสาเหตุให้เกิดการโต้เถียงกับเพื่อน มีค่าเฉลี่ย 2.77 และ 2.66 ตามลำดับ หรืออยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามพบว่า ผลกระทบด้านการถูกตำหนิในชั้นเรียน และเป็นสาเหตุให้เกิดอุบัติเหตุ มีค่าเฉลี่ย 2.41 และ 2.20 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับน้อย

การทดสอบสมมติฐานที่ว่าปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก โดยใช้สถิติ F-test (One-Way ANOVA) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

พฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก	ชั้นปี	สาขาวิชา	ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน
การสื่อสารกับเพื่อนสนิท	0.983	0.175	0.993
การสื่อสารกับบุคคลทั่วไปที่รู้จัก	0.560	0.740	0.681
การสื่อสารกับกลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ	0.193	0.934	0.650
การหาข้อมูลข่าวสารของคนรอบข้าง	0.102	0.203	0.051
การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารๆ	0.134	0.197	0.487
ส่งรูปให้เพื่อนและคนรู้จัก	0.028*	0.866	0.149



ตารางที่ 3(ต่อ) แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก	ชั้นปี	สาขาวิชา	ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน
เล่นเกมส์	0.438	0.853	0.872
เขียนความคิดเห็นในกระดานข่าวสาร	0.877	0.784	0.089
ใช้เฟซบุ๊กเพื่อความเพลิดเพลิน	0.116	0.596	0.525
ใช้เฟซบุ๊กเป็นกิจกรรมยามว่าง	0.591	0.725	0.430

* ค่า P-Value < 0.05 แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยแตกต่างกัน

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลคือสาขาวิชา และรายได้ครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กไม่ต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านชั้นปีที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กในการส่งรูปให้เพื่อนและคนรู้จักต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 วิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่มีอิทธิพลต่อผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษา

ตัวแปรอิสระ	Beta	T-Value (Sig.)
Constant	0.464	8.729**(0.000)
A. พฤติกรรม	0.649	

R = 0.427, R² = 0.183, Adjusted R² = 0.180

* Significance level เท่ากับ 0.05

จากการทดสอบค่า Sig พบว่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 สามารถแสดงในรูปสมการได้ดังต่อไปนี้

$$Y = 0.464 + 0.649X$$

แสดงว่าพฤติกรรมและผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊กมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ค่า b มีค่าเท่ากับ 0.649 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับผลกระทบของผู้ใช้ กล่าวคือหากผู้ใช้มีพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊กมาก ย่อมส่งผลกระทบต่อผลการเรียนมาก ในทางกลับกันหากผู้ใช้มีพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊กน้อย ย่อมส่งผลกระทบต่อผลการเรียนน้อย หากพิจารณาจากค่า R พบว่าค่า R เท่ากับ 0.427 หรือร้อยละ 42.7 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับผลกระทบในระดับปานกลาง หากพิจารณาจากค่า R square จะพบว่า ปัจจัยพฤติกรรม



มีผลต่อผลกระทบร้อยละ 18.30 นอกจากนั้น อีกร้อยละ 81.70 เกิดจากปัจจัยอื่น กล่าวคือพฤติกรรม การใช้เฟซบุ๊กส่งผลกระทบต่อผู้ใช้ในระดับความสัมพันธ์ที่น้อย

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กมีผลกระทบต่อการเรียนรู้อย่างไรโดยมีนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีเป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเพื่อการสื่อสารกับเพื่อนสนิทในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sebastián Valenzuela, Namsu Park และ Kerk F. Kee (2009) ที่ระบุว่าการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างในมลรัฐเท็กซัส ที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเพื่อนสนิท ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีดังกล่าวนี้จะเสริมสร้างให้เกิดความพึงพอใจในชีวิต (Life Satisfaction) และความน่าเชื่อถือทางสังคม (Social Trust) อันจะเป็นการตอบสนองความต้องการทางอารมณ์ของผู้ใช้ นอกจากนั้นยังมีงานวิจัยของ Nicole Ellison, Charles Steinfield และ Cliff Lampe (2007) โดยมีนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจาก Michigan State University เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยระบุว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กเพื่อสื่อสารกับเพื่อนสนิท เนื่องจากต้องการรักษาทุนทางสังคม (Social Capital) คือ การรักษาการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคล ทั้งนี้สาเหตุที่ใช้เฟซบุ๊กเพราะเป็นเครื่องมือที่เข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็ว

อย่างไรก็ตามงานวิจัยของผู้เขียนมีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Park Namkee และ Lee Seungyoon (2014) ในแง่ที่ว่าผลการศึกษาของ Park Namkee และ Lee Seungyoon พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิงมากที่สุด แต่ผลการศึกษาของผู้เขียนกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ใช้เฟซบุ๊กเพื่อความเพลิดเพลินที่ระดับมาก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.81

สำหรับด้านผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊กนั้น พบว่าการใช้เฟซบุ๊กมีผลกระทบต่อเวลาในการอ่านหนังสือในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.73 ซึ่งอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anas Farah (2012) ที่ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างจะถูกเบี่ยงเบนจากการอ่านหนังสือเพื่อใช้เฟซบุ๊ก โดยกลุ่มตัวอย่างไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการเสียเวลาหรือรู้สึกผิด เพราะกลุ่มตัวอย่างคิดว่าการใช้เฟซบุ๊กนั้นเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งในการเข้าสังคม จึงทำให้การใช้เฟซบุ๊กมีผลกระทบต่อเวลาการอ่านหนังสือมาก

นอกจากนั้นปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมไม่ต่างกัน ยกเว้นปัจจัยส่วนบุคคลประเภทชั้นปีที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวแตกต่างจากงานวิจัยของวิมลพรรณ อาภาเวท สาวิตรี ชีวะสารณ์ และชาญ เดชอัศวานง (2554) โดยใช้ศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่ผลการศึกษาสรุปว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและผลกระทบของการใช้ พบว่าพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์ต่อผลกระทบของผู้ใช้ในระดับที่น้อย ทั้งในแง่ของผลการเรียนและการดำเนินชีวิตประจำวัน ดังจะเห็นได้จากค่า R Square ที่มีระดับความสัมพันธ์ที่ ร้อยละ

18.30 ซึ่งอยู่ในระดับที่น้อย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นายยาพร พระรับรักษา (2557) ในแง่ที่ว่างานวิจัยของนายยาพรนั้นใช้การวิจัยเชิงคุณภาพแบบการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นวิธีการที่ต่างจากผู้เขียน แม้พฤติกรรมการติดเฟซบุ๊กจะมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ก แต่ไม่สามารถบ่งบอกระดับความสัมพันธ์ได้มากนักหรือน้อย นอกจากนั้นนายยาพรยังได้จำแนกประเภทของผลกระทบเป็นแง่บวกและแง่ลบ

โดยสรุปคือ จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับผลกระทบ ซึ่งอาจจะมีตัวแปรตัวอื่นที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้เขียนจะศึกษาต่อว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เฟซบุ๊กนอกเหนือจากพฤติกรรมในการใช้ และพร้อมทั้งนำผลการเรียนหรือ GPA มาใช้ในการศึกษาอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

นายยาพร พระรับรักษา (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการติดสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเฟซบุ๊กของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นจาก

http://journal.rmutto.ac.th/template/design/file_article/article.69pdf

ปภังกร ป่าสิงห์ (2550). พฤติกรรมการสื่อสาร วิธีการรวมกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของ

กลุ่มแฟนคลับรายการเรียลลิตี้โชว์ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรณีวิจัยรายการอะคาเดมี่แฟนเทเชีย ปี 1-3. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิมลพรรณ อาภาเวท สาวิตรี ชิวะสารณ์ และชาญ เดชอัสวณง (2554). พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. สืบค้นจาก

http://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/986/MCT_54_06.pdf?sequence=1

สุทธิพล อุดมพันธุ์รัก และ จุฬารัตน์ พูลเอี่ยม. (2555). การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของ Taro

Yamane. สืบค้นจาก <http://hpe4.anamai.moph.go.th/Surveillance/data/yamane.pdf>

Anas Farah (2012). The Effects of Facebook on Students' Academic Performances. สืบค้น

จาก <http://www.andrew.cmu.edu/user/anasf/Contribution%20Farah%20Final.pdf>

Anderson, D. R. and Sweeney, D. J. and Williams, T. A. (2008). Statistics for Business and Economics (11th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning

Ellison, N. B., Steinfield, C. and Lampe, C. (2007), The Benefits of Facebook "Friends:"

Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12: 1143-1168.

- Maslow, A.H. (1943). A Theory of Human Motivation. สืบค้นจาก
<http://www.altruists.org/d62>
- Park, N., & Lee, S. (2014). College Students' Motivations for Facebook Use and Psychological Outcomes. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 58(4), 601-620
- Tavako, M. and Dennick, R. (2011). Making Sense of Cronbach's Alpha. สืบค้นจาก
<http://www.ijme.net/archive/2/cronbachs-alpha.pdf>
- Valenzuela, S., Park, N. and Kee, K. F. (2009), Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14: 875–901.
- Zocial Inc. (2557). เผยพฤติกรรมคนไทยติด Social Network ตลอดเวลาจนขาดไม่ได้. สืบค้นจาก
<http://www.it24hrs.com/2014/thai-social-network-day-in-a-life/>