

การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา:
กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Investigating the Acceptance of Social Networking
in Students: Case Study of Bangkok University

บุษรา ประกอบธรรม*
Bootsara Prakobtham*

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (วิทยาเขตรังสิต)

*Asst.Prof. Business Computer Department, Business Administration, Bangkok University.
(Rangsit Campus)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามคณะ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 จากผลการวิจัย สถาบันการศึกษาสามารถนำเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนจะสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาได้ง่ายขึ้น

คำสำคัญ: เครือข่ายสังคมออนไลน์ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Abstract

Objectives of this research were to study the effect of factors to the students' to acceptance of social networks and the influence of them by using Technology Acceptance Model (TAM). The research was the survey research and used the questionnaire to collect the data. The samples of the research were 400 undergraduate students in Bangkok University, randomly selected using the stratified sampling according to the proportion of the students across faculties. The results showed that perceived ease of use, perceived usefulness and influencing of social significantly influenced to the students' attitude to use social networks of the students which significantly affected to their intention to use at 0.01 level. This finding, educational institute could utilize the results to distribute information quickly and easily through social networks. In additional, teachers could use them as a channel to easy communicate with their students more effectively.

Keywords: Social Networking, Technology Acceptance Model (TAM),
Bangkok University

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ผู้ใช้สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้โดยง่าย จนทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในโลกออนไลน์ ผู้ใช้สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตบนรูดแบนด์แบบไร้สายและไร้สาย นอกจากนี้ยังสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านทางสมาร์ตโฟนได้อีกช่องทาง จึงทำให้จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งผลจากการสำรวจจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ณ เดือนธันวาคม 2554 พบว่ามีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2,267 ล้านคน ส่วนประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 18.3 ล้านคน ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของนักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Facebook, Twitter และ Hi5 เป็นต้น ทำให้เกิดเป็นเครือข่ายของผู้ใช้ที่มีการเชื่อมโยงกันสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถช่วยให้ผู้ใช้ติดต่อสื่อสาร แบ่งปันความรู้ระหว่างสมาชิกในกลุ่มได้ง่ายและรวดเร็ว โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเรื่องของลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ทางการศึกษาทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ การร่วมมือกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและทรัพยากรร่วมกัน และทำให้เกิดความคิดอย่างมีเหตุมีผลระหว่างผู้สอนและผู้เรียน (Ajjan & Hartshorne, 2008; Mason, 2006) ดังนั้นการนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการศึกษาสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอนให้กับอาจารย์

ผู้สอนได้โดยง่ายเพราะนักศึกษาส่วนมากจะใช้เวลาส่วนใหญ่ทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ อาจารย์ผู้สอนสามารถใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการให้ข้อมูล ข่าวสาร และตอบข้อคำถามกับนักศึกษาได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ผู้สอนสามารถสอดแทรกเนื้อหา แนวคิดที่ต้องการเน้นให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ อาจารย์ผู้สอนสามารถติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาได้บ่อยขึ้นและเป็นการเชื่อมโยงกับนักศึกษาภายนอกห้องเรียน ทำให้ช่วยลดช่องว่างระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาในกระบวนการเรียนการสอนให้น้อยลง ซึ่งในปัจจุบันมีเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับเป็นเครื่องมือให้อาจารย์ผู้สอนเลือกใช้ได้หลายช่องทาง เช่น การใช้ Facebook หรือ Twitter เพื่อแจ้งข้อมูลและติดต่อสื่อสารกับนักศึกษา หรือการใช้ MSN สำหรับตอบปัญหาหรือข้อสงสัยของนักศึกษา เป็นต้น

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ข้อมูลที่ได้นี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้กับอาจารย์ผู้สอนสามารถเลือกใช้และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นสื่อการเรียนการสอนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องตามแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลของสังคม ทักษะการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์ ซึ่งสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย 4 สมมติฐาน ดังนี้

H1: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

H2: การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

H3: อิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

H4: ทักษะการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

กรอบแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการศึกษาของนักศึกษา ผู้วิจัยได้นำแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) ซึ่งเดวิส (Davis, 1989) ได้

พัฒนาขึ้นมา โดยนำตัวแปรต่างๆ มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี พบตัวแปรต่างๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย ดังนี้

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นและเป็นเป้าหมายจะใช้ ต้องมีความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งานและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (Davis, 1989) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ระบบโดยส่งผ่านการรับรู้ประโยชน์ (Agarwal & Prasad, 1999; Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989; Jackson, Chow & Leitch, 1997; Venkatesh, 1999)

การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่าจะระบบสารสนเทศที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ และถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่ จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ระบบสารสนเทศ (Agarwal & Prasad, 1999; Davis et al., 1989; Jackson et al., 1997; Venkatesh, 1999) ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เน้นในเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ การทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มเพิ่มสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้ให้สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก ดังนั้นการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงความตั้งใจใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

อิทธิพลของสังคม (Social Influence) หมายถึง การกระทำโดยคนหนึ่งหรือหลายคน

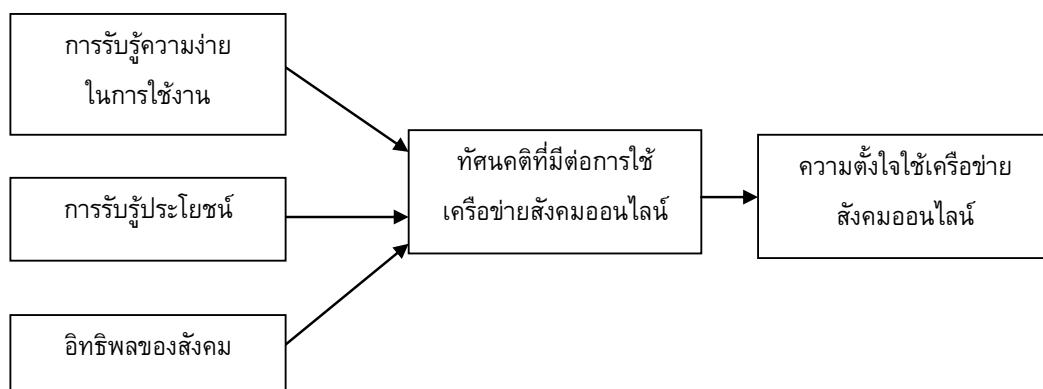
เพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความคิดหรือความรู้สึกรู้สึกของคนอื่น (Fishbein & Ajzen, 1975; Venkatesh, Morris, Davis, 2003) และจากการที่นักศึกษาจำนวนมากนิยมใช้เว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ สมาชิกบางคนใช้ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน บางคนสมัครเป็นสมาชิกของกลุ่มจากการเชิญชวนของเพื่อน ดังนั้นอิทธิพลทางสังคมจึงมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ทัศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward use) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้ เป็นเจตนาที่เกิดขึ้นจากผลของการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบ ซึ่งหาก

ผู้ใช้รับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์หรือใช้งานง่าย ผู้ใช้ก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อระบบนั้น ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีนั้น (Ajzen & Fishbein, 1980)

ความตั้งใจใช้ (Intention to use) หมายถึงความตั้งใจที่ผู้ใช้ จะพยายามใช้งานและความเป็นไปได้ที่ผู้ใช้จะยอมรับ และมีท่าทีที่จะใช้งานต่อไปในอนาคต

ซึ่งจากตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ได้มีการดัดแปลงให้สอดคล้องกับงานวิจัย ที่ใช้ในการศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการศึกษาของนักศึกษา ซึ่งสามารถแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรเป้าหมายในการศึกษาเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 24,973 คน กำหนดขนาดของตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

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

เมื่อ

e คือ ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของตัวอย่าง

ได้ขนาดตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{24,973}{1 + 24,973(0.05)^2} = 394 \text{ คน}$$

จึงทำการเก็บรวบรวมจากตัวอย่างขนาด 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้จำนวนประชากรแบ่งตามคณะมาเป็นฐานในการคิดสัดส่วนให้ได้ตัวอย่างจำนวน 400 คน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และข้อคำถามแต่ละข้อได้มีการประยุกต์มาจากการงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามจากผู้ตอบครบทั้งหมด 400 คน โดยได้แบ่งข้อคำถามของแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี เกรดเฉลี่ย จำนวนชั่วโมงที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าใช้

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามที่ครอบคลุม 4 ด้านได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลของสังคม ทักษะการคิดที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้ข้อคำถามแบบเลือกตอบแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) จากมาตราวัด 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด และระดับที่ 5 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติต่าง ๆ ดังนี้

1. วิเคราะห์ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Correlation Coefficient)
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ด้วยการวิเคราะห์เชิงสาเหตุ (Path analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของตัวอย่าง ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของตัวอย่าง (n = 400)

ลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	155	38.8
	หญิง	245	61.2
สถานที่ที่ใช้ อินเทอร์เน็ต	บ้าน/หอพัก	307	81.0
	มหาวิทยาลัย	23	6.1
	ร้านเกมส์/อินเทอร์เน็ต	49	12.0
จำนวนวันในการ ใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์	1-3 วัน	69	17.2
	4-6 วัน	120	30.1
	7 วัน	211	52.8
ช่วงเวลาในการ ใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์	08.01-12.00 น.	6	1.7
	12.01-16.00 น.	15	4.3
	16.01-20.00 น.	70	20.2
	20.01-24.00 น.	233	67.3
	24.01-04.00 น.	20	5.8
	04.01-08.00 น.	2	0.6

จากตารางที่ 1 การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพจำนวนทั้งหมด 400 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.2 เมื่อจำแนกตามสถานที่ที่นักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่หอพัก คิดเป็นร้อยละ 81.0 เมื่อจำแนกตามจำนวนวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และส่วนใหญ่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 7 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 52.8 และเมื่อจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้งานในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 67.3

จากตารางที่ 1 การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพจำนวนทั้งหมด 400 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.2 เมื่อจำแนกตามสถานที่ที่นักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่หอพัก คิดเป็นร้อยละ 81.0 เมื่อจำแนกตามจำนวนวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และส่วนใหญ่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 7 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 52.8 และเมื่อจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้งานในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 67.3

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ใช้และร้อยละของการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตัวอย่าง

เว็บไซต์ที่ผู้ใช้เลือกใช้	จำนวนผู้ใช้ (คน)	ร้อยละ
Facebook	377	94.3
MySpace	32	8.0
Hi5	122	30.5
Twitter	129	32.3
MSN	319	79.8
Yahoo	29	7.3

จากตารางที่ 2 ในการใช้งานเว็บไซต์ และรองลงมาคือเว็บไซต์ MSN คิดเป็นร้อยละ 79.8 และที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดคือเว็บไซต์ Yahoo คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ตามแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	3.91	.769
1. การเรียนรู้ที่จะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นเรื่องง่าย		
2. กระบวนการของการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ชัดเจนและ เข้าใจง่าย	3.86	.751
3. เครือข่ายสังคมออนไลน์ ง่ายต่อการใช้งาน	3.93	.801
การรับรู้ประโยชน์		
1. การได้รับข่าวสารมากขึ้นหรือได้พบกับผู้อื่นมากขึ้น	3.89	.732
2. การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นได้ดีขึ้น	3.84	.732
3. การทำงานได้เร็วขึ้น	3.87	.817
4. คุณภาพของงานที่ท่านทำดีขึ้น	3.73	.802
5. การได้ใช้ประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสาร	3.93	.787
6. การได้ใช้ประโยชน์ต่อการทำงานร่วมกันของเพื่อนในกลุ่ม	3.85	.803

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
อิทธิพลทางสังคม		
1. เพื่อนควรจะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.90	.766
2. สมาชิกในกลุ่ม เครือข่ายสังคมออนไลน์ เชื้อเชิญให้ใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.80	.795
3. เพื่อนสนับสนุนให้ใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.81	.779
4. สามารถใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ กับเพื่อนที่มหาวิทยาลัยได้	3.89	.795
ทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		
1. การมีความคิดเห็นในเชิงบวกต่อการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.64	.811
2. การใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เกิดจากการอยากรู้อยากเห็น	3.64	.852
3. การใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการเปิดโอกาสรับรู้แนวคิดใหม่ๆ	3.73	.809
ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		
1. การมีความมุ่งหมายที่จะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ต่อไปในอนาคต	3.89	.791
2. การมีความมุ่งหมายที่จะใช้งานเว็บไซต์ของ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้	3.81	.853
3. การมีความมุ่งหมายที่จะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างต่อเนื่องไปเรื่อยๆ	3.88	.810

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลของสังคม ทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยที่ได้ของปัจจัยต่างๆ มีค่ามากกว่า 3.5 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมากในปัจจัยแต่ละด้าน ซึ่งจะมีผลสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ในตารางที่ 4 ที่จะกล่าวถึงในลำดับถัดไป

2. วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (**Correlation Coefficient**) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation Coefficient) ได้ผลดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสถิติบรรยาย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

	USEFUL	EASE_USE	SOCIAL	ATTITUDE	INTENTION
USEFUL	1.000				
EASE_USE	0.623**	1.000			
SOCIAL	0.618**	0.548**	1.000		
ATTITUDE	0.550**	0.546**	0.503**	1.000	
INTENTION	0.554**	0.526**	0.558**	0.656**	1.000
Mean	3.851	3.898	3.849	3.669	3.857
S.D.	0.593	0.652	0.638	0.695	0.709
Min	1.667	2.000	2.000	1.667	2.000
Max	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000

** p<0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้ประโยชน์ (USEFUL) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (EASE_USE) การมีอิทธิพลทางสังคม (SOCIAL) ทักษะคิดต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ATTITUDE) และ ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (INTENTION) อีกทั้งการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการมีอิทธิพลทางสังคม ทักษะคิดต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนี้การมีอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์กับทักษะคิดต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทักษะคิดต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และ ความตั้งใจใช้เครือข่าย

สังคมออนไลน์ รวมทั้งทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

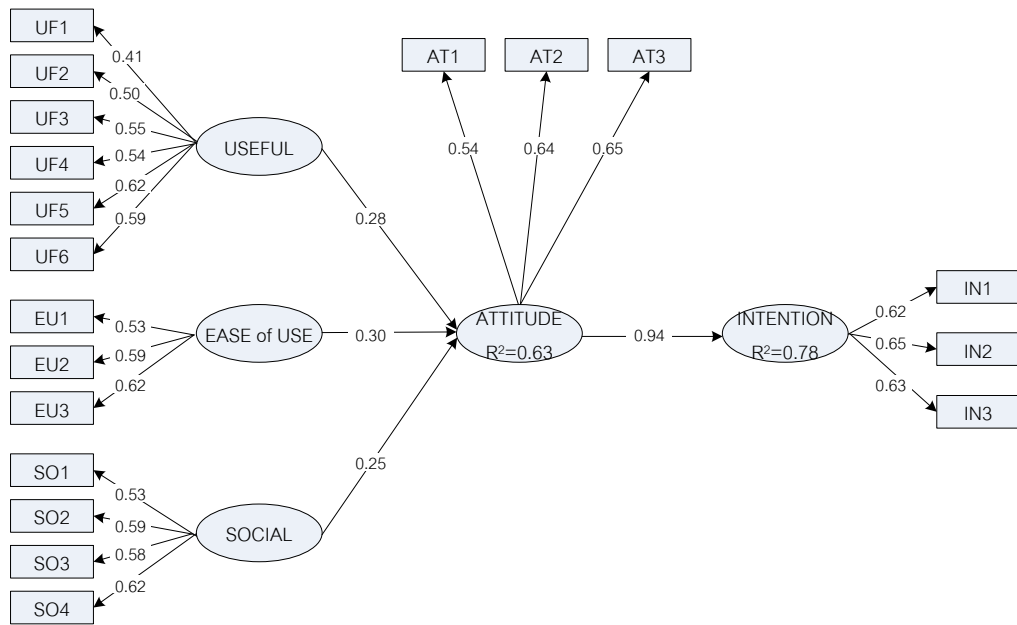
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในเชิงสาเหตุ (**Path analysis**)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในเชิงสาเหตุ ได้จำแนกผลการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ดังนี้ ค่าสถิติเบื้องต้นเพื่อใช้ศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ แผนภาพวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเชิงสาเหตุ และผลการวิเคราะห์แยกค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และ อิทธิพลรวม (Total Effect)

ตารางที่ 5 ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม
(Schermelele-Engel & Moosbrugger, 2003)

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
RMSEA	$0 < \text{RMSEA} < 0.05$	0.021	ผ่านเกณฑ์
IFI	$0.95 < \text{IFI} < 1$	0.990	ผ่านเกณฑ์
NNFI	$0.97 < \text{NNFI} < 1$	0.990	ผ่านเกณฑ์
CFI	$0.97 < \text{CFI} < 1$	0.990	ผ่านเกณฑ์
GFI	$0.95 < \text{GFI} < 1$	0.960	ผ่านเกณฑ์
AGFI	$0.90 < \text{AGFI} < 1$	0.940	ผ่านเกณฑ์
χ^2/df	$\chi^2/\text{df} < 3$	1.184	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 5 ผลจากการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล พบว่าค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (RMSEA) เท่ากับ 0.021 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (IFI, NNFI และ CFI) มีค่าเท่ากับ 0.99, 0.99 และ 0.99 ตามลำดับ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 และค่าสถิติไคสแควร์ต่อระดับความเป็นอิสระ มีค่าเท่ากับ 1.184 จากที่กล่าวมา ค่าทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จึงสรุปได้ว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพที่ 2 : โมเดลเชิงสาเหตุ (Path Model) ของความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

จากภาพที่ 2 เมื่อพิจารณาโมเดลการวัด (Measurement model) พบว่าผลการวิจัยยืนยันแนวคิดตามโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี TAM คือ ทักษะที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคมมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และ อิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

	ทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (AT)			ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (IN)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การรับรู้ประโยชน์ (UF)	0.28	-	0.28	-	0.26	0.26
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (EU)	0.30	-	0.30	-	0.29	0.29
อิทธิพลของสังคม (SO)	0.25	-	0.25	-	0.24	0.24
ทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ (AT)	-	-	-	0.94	-	0.94
R^2	0.63			0.78		

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์มีการแยกค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรต่าง ๆ ของการวิจัยครั้งนี้ โดยมีตัวแปรความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นตัวแปรภายใน (Endogenous variable) และมีตัวแปรทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator variable) พบว่าความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางตรงจากทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และ อิทธิพลของสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.94, 0.29, 0.26 และ 0.24 ตามลำดับ และมีค่าสัดส่วนความแปรปรวนของความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรปัจจัยมีค่าเท่ากับร้อยละ 78

เมื่อพิจารณาทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าได้รับอิทธิพลทางตรงสูงสุดจาก การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน รองลงมาคือ การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.30, 0.28 และ 0.25 ตามลำดับ โดยมีค่าสัดส่วนความแปรปรวนของทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่อธิบายได้ด้วยปัจจัยดังกล่าวทั้ง 3 ปัจจัย มีค่าเท่ากับร้อยละ 63

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่หอพัก มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 7 วันต่อสัปดาห์ ใช้งานในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษาใช้เวลาว่างในช่วงกลางคืนของทุกวันกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook และจากการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ซึ่งมีประโยชน์กับสถาบันการศึกษาในไปใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนจะสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาได้ง่ายขึ้น รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือข้อซักถามของนักศึกษา ทำให้นักศึกษาสามารถใกล้ชิดกับอาจารย์ผู้สอนได้ทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียน

นอกจากนี้ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นอาจารย์ผู้สอนหรือนักศึกษาคควรคำนึงถึงการรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และความมีอิทธิพลของสังคม เพราะเป็นประเด็นสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้งานมีทัศนคติในทางบวกและจะส่งผลการเรียนรู้การสอนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Agarwal, P., & Prasad, J. (1997). The Role of innovation characteristic and perceived voluntariness in the acceptance of information technologies. *Decision Sciences*, 28, 557-582.
- Ajjan, H., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ajjan, H., & Hartshorne, R. (2008). Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests. *The Internet and Higher Education*, 11(2), 179-211.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.
- Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1989). User acceptance of computer technology: A Comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35, 982-1003.
- Erickson, T. (2002). Some problems with the notion of context-aware computing. *Communications of the ACM*, 45, 102-104.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An Introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley, Reading.
- Internet Usage Statistics*. (2011). Retrieved June 25, 2012, from <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Jackson, C., Chow, S., & Leitch, R. (1997). Toward an understanding of the behavioral intention to use an information system. *Decision Sciences*, 28, 357-389.
- Kwon, O. (2004). Modeling and generating context-aware agent-based applications with amended colored petri nets. *Expert Systems with Applications*, 27, 609-621.
- Mason, R. (2006). Learning technologies for adult continuing education. *Studies in Continuing Education*, 28(2), 121-133.
- Venkatesh, V. (1999). Creation of favorable uses perceptions: Exploring the role of intrinsic motivation. *MIS Quarterly*, 23, 239-260.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27, 425-478.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.