

# พฤติกรรมการใช้สารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## Information and Social Media Usage Behavior of Undergraduate Students, Faculty of Science and Technology Suan Sunandha Rajabhat University

วรรณรัตน์ บรรจงเขียน\*

Wannarat Bunchongkien\*

สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและคอนเทนต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
Digital Content Management Division, Digital Innovation and Content Management Department, Faculty of  
Sciences and Technology, Suan Sunandha Rajabhat University  
e-mail: wannarat.bu@ssru.ac.th

Received: September 4, 2022; Revised: April 28, 2023; Accepted: May 1, 2023

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สารสนเทศของนักศึกษา 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อแหล่งสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 335 คน ในปีการศึกษา 2565 ผลการวิจัยพบว่า (1) ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาเรียงตามลำดับคือ ยูทูป ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.91) อินสตาแกรม ( $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 1.53) เฟซบุ๊ก ( $\bar{X} = 3.44$ , S.D. = 1.46) และไลน์ ( $\bar{X} = 3.12$ , S.D. = 1.35) โดยมีวัตถุประสงค์การใช้สื่อออนไลน์เรียงตามลำดับคือ ความบันเทิง ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 1.10) คุย/แลกเปลี่ยนกับเพื่อน ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 1.13) และการค้นคว้าเพื่อการเรียนการสอน ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 1.23) (2) ความพึงพอใจต่อแหล่งสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า (1) ด้านแหล่งสารสนเทศ เรียงตามลำดับ คือ เว็บไซต์ ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D. = 0.80) วิทยุหนังสือ ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.94) แหล่งบุคคล ( $\bar{X} = 3.65$ , S.D. = 0.94) และห้องสมุด ( $\bar{X} = 3.53$ , S.D. = 0.90) และ (2) ด้านสื่อสังคมออนไลน์เรียงตามลำดับคือ ยูทูป ( $\bar{X} = 4.66$ , S.D. = 0.62) ติ๊กต็อก ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.98) อินสตาแกรม ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 0.83) ทวิตเตอร์ ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = 10.98) เฟซบุ๊ก ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.93) และไลน์ ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 1.11)

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมสารสนเทศ สื่อสังคมออนไลน์ การแสวงหาสารสนเทศ

### Abstract

The objectives of research are to study: 1) information usage behavior of students, 2) social media usage behavior of students and 3) students' satisfaction towards information sources and social media. The samples are 335 undergraduate students, Faculty of Science and Technology, Suan Sunandha Rajabhat University in the academic year 2022. The results showed that: (1) social media usage behavior of students included You Tube ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.91) Instagram

( $\bar{X}$  = 3.68, S.D. = 1.53) Facebook ( $\bar{X}$  = 3.44, S.D. = 1.46) and Line ( $\bar{X}$  = 3.12, S.D. = 1.35) respectively; and objectives of Social media usage included entertainment ( $\bar{X}$  = 4.23, S.D. = 1.10) chatting with friends ( $\bar{X}$  = 3.84, S.D. = 1.13) and learning and research ( $\bar{X}$  = 3.54, S.D. = 1.23) respectively. (2) Students' satisfaction towards information sources and social media were summarized as follows: (1) Information sources included Websites ( $\bar{X}$  = 4.31, S.D. = 0.80) book shops ( $\bar{X}$  = 3.67, S.D. = 0.94) people sources ( $\bar{X}$  = 3.65, S.D. = 0.94) and Libraries ( $\bar{X}$  = 3.53, S.D. = 0.90) respectively; and social media included You Tube ( $\bar{X}$  = 4.66, S.D. = 0.62) TiK Tok ( $\bar{X}$  = 4.32, S.D. = 0.98) Instagram ( $\bar{X}$  = 4.23, S.D. = 0.83) Twitter ( $\bar{X}$  = 4.07, S.D. = 10.98) Facebook ( $\bar{X}$  = 4.05, S.D. = 0.93) and Line ( $\bar{X}$  = 3.92, S.D. = 1.11) respectively.

**Keywords:** Information Behavior, Social Media, Information Sources

## บทนำ

ปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความเจริญก้าวหน้า สามารถใช้งานได้ อย่างกว้างขวางทั้งระบบคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน ทำให้คนทุกเพศทุกวัย สามารถเข้าถึงการใช้งานได้อย่างสะดวกรวดเร็วไร้พรมแดน และเป็นที่ยอมรับในสังคมไทย จากการสำรวจการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศของประชาชนชาวไทย ในปี 2565 ครึ่งเรือนในประชากร 24.8 ล้านครัวเรือน พบว่า ใช้ คอมพิวเตอร์ 6.1 ล้านครัวเรือน (24.5%) มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต 21.8 ล้านครัวเรือน (88.0%) และมี โทรศัพท์มือถือ 23.9 ล้านครัวเรือน (96.7%) และ อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือสูงที่สุด ร้อยละ 97.00 (สำนักงาน สถิติแห่งชาติ, 2565ก) ฉบับปรับปรุง และแนวทางการขับเคลื่อนของแผนแม่บทสถิติประเทศไทย ปี 2560-2565 มีการพัฒนาการศึกษาและพัฒนาระบบสถิติอย่างเป็นทางการด้วยแหล่งข้อมูลใหม่ ๆ และพัฒนาข้อมูลที่ทันต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจและสังคม และวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยแผนแม่บทระบบสถิติแห่งชาติ ได้กล่าวถึงปริมาณการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของคนไทยเพิ่มมากขึ้น กว่าร้อยละ 20 ต่อการเติบโตของโลกอยู่ที่ ร้อยละ 33 ได้อย่างรวดเร็ว (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565ข) ยังผลให้ เกิดการใช้งานได้หลายรูปแบบทั้งในด้าน การเมือง เศรษฐกิจ สังคม การทำงานที่มีความเฉพาะกลุ่ม ขนาดกลุ่ม เล็กจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสื่อสารกันผ่านแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์ และ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

การสื่อสารผ่านเทคโนโลยี โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทอย่างมาก ต่อการพัฒนาสื่อสังคม ออนไลน์แอปพลิเคชันในระดับโลกสูงถึง ร้อยละ 92.5 (ณัฐพล เมืองด้อม, 2565) ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์เข้ามา มีบทบาททั้งด้านการทำงาน การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนการใช้ชีวิตประจำวัน มีการทำงานเฉพาะกลุ่ม ที่มีลักษณะองค์กรขนาดเล็กจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ หลากหลายอาชีพ แม้กระทั่งการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ ที่เกิดใหม่ เป็นภาพสะท้อนมาจากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น พฤติกรรมของคนที่ย้ายไป (“สอง 7 เทรนด์การตลาด ออนไลน์,” ม.ป.ป.) และสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าเป็น ยูทูบ ทวิตเตอร์ และที่กำลังมาแรงคือ ดิกด็อก (ณัฐพล เมืองด้อม, 2565) สอดคล้องยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน ด้านยุทธศาสตร์ชาติ

ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (2) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัลและสอดคล้องการพัฒนาไทยแลนด์ 4.0 ที่นำนวัตกรรมเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนานวัตกรรมสู่สากล จาก “Digital 2022: Another Year of Bumper Growth” (2022) ที่มีการพัฒนานวัตกรรมสู่การเรียนรู้

ระบบการเรียนการสอนของสถาบันอุดมศึกษา มีพันธกิจที่สำคัญคือ การผลิตบัณฑิตที่มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของชุมชนและสังคม โดยได้กำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับนโยบายแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะและทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เพิ่มขึ้น ที่สามารถพัฒนาศักยภาพและเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และสังคมคุณธรรมจริยธรรม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) มีการจัดกิจกรรม/กระบวนการเรียนรู้ตามหลักสูตรอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานมีแหล่งเรียนรู้ ตำรา นวัตกรรม และสื่อการเรียนรู้ที่สามารถเข้าถึงได้ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ มีระบบและกลไกการวัดและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตและคุณภาพของการเรียนรู้ ไม่ว่าการจัดการระบบการเรียนการสอนของทางคณะ ภาควิชา สาขาวิชา ตลอดจนหน่วยงานที่สนับสนุน เช่น ศูนย์วิทยบริการ เป็นหน่วยงานหนึ่งของมหาวิทยาลัยที่ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการสารสนเทศที่ทันสมัยด้วยระบบห้องสมุดอัตโนมัติ บริการวิชาการ สนับสนุนงานวิจัย และงานอื่น ๆ สำหรับนักศึกษา อาจารย์ ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย บุคลากรของมหาวิทยาลัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ ได้แก่ เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจ ในการใช้แหล่งสารสนเทศและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เป็นงานวิจัยที่ใช้สำหรับการศึกษาข้อมูล การรวบรวมแนวความคิด ประกอบการสร้างแบบสอบถาม การสรุปผลและการอภิปราย ดังนี้

ดวงกมล อุบจิตติ และสมฤทัย อีร์เรอิ่งสิริ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสารสนเทศกับพฤติกรรมนวัตกรรมการนิสิตระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมสารสนเทศและพฤติกรรมนวัตกรรมการนิสิต มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) นิสิตมีเพศต่างกันมีพฤติกรรมสารสนเทศไม่แตกต่างกัน 3) นิสิตชั้นปีที่ต่างกันมีพฤติกรรมสารสนเทศด้านการแสวงหาสารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนิสิตชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 4 มีพฤติกรรมสารสนเทศด้านการแสวงหาสารสนเทศมากกว่านิสิตชั้นปีที่ 2 4) พฤติกรรมสารสนเทศกับพฤติกรรมนวัตกรรมการนิสิตคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งโดยรวมและรายด้าน

กัลยานี เลื่องสุนทร (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการมากที่สุด ใช้งานส่วนใหญ่ที่บ้าน ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง ในช่วงเวลา 18.01–24.00 น. มีความถี่ในการใช้งานมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ มีจุดประสงค์หลัก คือ การพูดคุยกับเพื่อน อุปกรณ์ที่ใช้ คือ โทรศัพท์มือถือ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก และพบว่าทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คือ ด้านสังคม ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบ

ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ได้แก่ เพศและคณะของนักศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความรู้สึก ด้านการเรียน ด้านสังคมของนักศึกษาแตกต่างกัน และช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ทำให้ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความคิดของนักศึกษาแตกต่างกัน

พัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภักดิ์ศิริสุข (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเนอเรชันวาย เจเนอเรชันแซด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานและแรงจูงใจของทั้งสองเจเนอเรชัน โดยรวมมีความคล้ายกันหลายด้าน แต่ประเด็นที่น่าสนใจ คือ เจเนอเรชันแซดให้ความสำคัญในการทำงานมากกว่าเจเนอเรชันวาย อย่างมีนัยสำคัญ ในประเด็นของความพึงพอใจในการทำงานที่ได้ใช้ความคิดและได้สมดุลชีวิต และปัจจัยจูงใจที่เป็นการกระทำเพื่อความสุขของตนเอง ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์เพื่อให้องค์กรสามารถเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน และการเสริมสร้างแรงจูงใจให้เหมาะสมสำหรับคนเจนเนอเรชันนี้ นำไปสู่การพัฒนาแนวคิดและแนวทางการปฏิบัติในการบริหารทรัพยากรบุคคล

ปัญญาพร เกื้อนุ้ย (2565) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนช่างกลางประชาชนกุล จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีรายได้จากผู้ปกครอง 1,000-3,000 บาท ต่อเดือน ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์จากที่บ้านเฉลี่ย 1-8 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายประมาณ 100-299 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างเลือกเข้าใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุด รองลงมาคือ ยูทูป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดูโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิดีโอ ฟังเพลง เพื่อพูดคุยแบ่งปัน (แชร์) ความรู้ ภาพถ่าย วิดีโอ และเพื่อเล่นเกม ตามลำดับ ด้านการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษามีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมในระดับปานกลาง

ณิชากุล เสนาวงษ์ (2564) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชันแซด ในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันแซดที่เกิดหลังปี พ.ศ 2540 อายุระหว่าง 16-24 ปี จำนวน 400 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้างปลายปิด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชันแซด ทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 อยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน และปัจจัยด้านทัศนคติต่อการงานมีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชันแซด ในยุควิถีชีวิตใหม่ที่แตกต่างกันมีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระเบียบ แสงจันทร์ (2565) ได้ศึกษาห้องสมุดและบริการสารสนเทศยุคชีวิตวิถีใหม่: ประสบการณ์จากห้องสมุดมหาวิทยาลัยในประเทศไทย มีแนวคิดปรับเปลี่ยนห้องสมุดวิถีใหม่ให้บริการเป็นออนไลน์เพื่อรองรับมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยในการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านทรัพยากร ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านการสื่อสาร และด้านพันธมิตร ผลการศึกษาพบว่า ด้านกายภาพ ปรับพื้นที่ให้ลดการสัมผัส มีเครื่องฆ่าเชื้อโรค เปิดพื้นที่บริการแบบวิถีชีวิตใหม่ มีจุดคัดกรองและวัดอุณหภูมิ จุดจุดที่ยืนรอเว้นระยะห่าง ด้านทรัพยากร จัดบริการยืม-คืนและจัดส่งทางไปรษณีย์ ด้านบุคลากร นำเทคโนโลยีมาใช้ประกอบการสื่อสารทางออนไลน์ ด้านการจัดบริการส่งเสริมการใช้ห้องสมุดวิถีชีวิตใหม่ ตอบคำถามผ่าน Facebook Fan Page, Microsoft Teams บริการสนับสนุนการวิจัยออนไลน์ ฝึกอบรมผ่านฐานข้อมูลออนไลน์ ส่งบทความวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ การขอรับสิทธิ์ Turnitin บริการขอรับสิทธิ์ Endnote

ด้านสื่อสารกับผู้รับบริการ ผ่านเฟซบุ๊ก หรือ ให้บริการฐานข้อมูลจากหลายแหล่ง ด้านหน่วยงานพันธมิตรที่รวบรวมเพจที่น่าเชื่อถือ แบ่งปันข้อคิดเห็นและแนวปฏิบัติร่วมกัน การบริการฐานข้อมูลออนไลน์ร่วมกัน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สารสนเทศสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการใช้สารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสารสนเทศ ความต้องการสารสนเทศ การแสวงหาสารสนเทศ การใช้สารสนเทศ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ต รูปแบบการใช้ผ่านเครื่องมือ เช่น สมาร์ทโฟน ที่เป็นเอกสารงานวิจัยช่วงปี พ.ศ. 2558-2565 แล้วสร้างแบบสอบถาม ทดลองปรับปรุง นำไปใช้จริง กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2565 และนำข้อมูลที่สมบูรณ์ จำนวน 335 ชุด มาทำการวิเคราะห์และหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2560) นำมาวิเคราะห์ สรุปและอภิปรายผลการวิจัย สำหรับเนื้อหาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ พฤติกรรมสารสนเทศ ความต้องการสารสนเทศ การแสวงหาสารสนเทศ สื่อสังคมออนไลน์ แหล่งสารสนเทศ เจเนอเรชัน

1. พฤติกรรมสารสนเทศ (Information Behavior) คือ กิจกรรมของบุคคลใด ในการเข้าถึงข้อมูลที่ตนเองต้องการ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบ การแสวงหาสารสนเทศ (Information Seeking) การใช้สารสนเทศ (Information Used) ความต้องการสารสนเทศ (Information Need) จนพัฒนาไปถึงความเข้าใจและความสามารถของบุคคลที่จะวิเคราะห์ได้ว่าเมื่อใดที่ตนเองมีความต้องการสารสนเทศ สามารถกำหนดคำค้น แหล่งและเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการ ประเมินและใช้สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ เรียกได้ว่าเป็นการรู้สารสนเทศ (Information Literacy) ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้เป็นการศึกษาให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และคัดแยกสารสนเทศให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียนมากที่สุด พฤติกรรมการค้นหาข้อมูล (เป็นรายบุคคลและมากยิ่งขึ้นเมื่อพิจารณาพร้อมกัน) การตรวจสอบพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลผู้เรียน โดยการสืบค้นผ่านอินเทอร์เน็ต

2. ความต้องการสารสนเทศ หมายถึง ความประสงค์ให้ได้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความรู้เรื่องต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ตอบปัญหาหรือใช้ตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง การให้ความหมายความต้องการสารสนเทศเป็นทักษะแรกของผู้รู้สารสนเทศจำเป็นต้องมี นั่นคือความสามารถในการตระหนักว่าต้องการสารสนเทศเพื่อเป้าหมายใด และอะไรคือสารสนเทศที่ต้องการ ความต้องการหน้าที่การงาน ความต้องการสภาพแวดล้อมทางสังคม บุคคลต้องหาคำตอบ ข้อเท็จจริงเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้เพียงพอ ทันตามความต้องการ (ชมเกตุ ชินวัตร, ม.ป.ป.) ส่วนพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศ (Information Search Behavior) จะเป็น

พฤติกรรมของบุคคลในระดับจุลภาคที่ผู้ค้นคว้ามีปฏิสัมพันธ์กับระบบสารสนเทศ หรือการตัดสินใจเลือกว่าสารสนเทศที่ค้นได้ตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ (Wilson, 2000)

3. การแสวงหาสารสนเทศ Large และคณะ (2001) อธิบายว่า สิ่งแรกในการแสวงหาสารสนเทศ คือ ผู้ใช้ (User) ผู้สืบค้น (Searcher) หรืออาจเรียกว่า ผู้แสวงหาสารสนเทศ (Information Seeker) ตามแนวคิดของการแสวงหาสารสนเทศถือว่า ผู้แสวงหาสารสนเทศมีความแตกต่างจากผู้ใช้ทั่วไป คือมีความต้องการที่ชัดเจนกว่า และมีความตระหนักแล้วว่าจำเป็นต้องสืบค้นสารสนเทศมาให้ได้ โดยเริ่มต้นจากการสืบค้นจากแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ ต้องอาศัยทักษะและประสบการณ์ในการสืบค้น เช่น ผู้ที่สืบค้นสารสนเทศเป็นประจำจะประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ที่ไม่เคยสืบค้น โมเดลในการแสวงหาสารสนเทศจากการค้นคืน

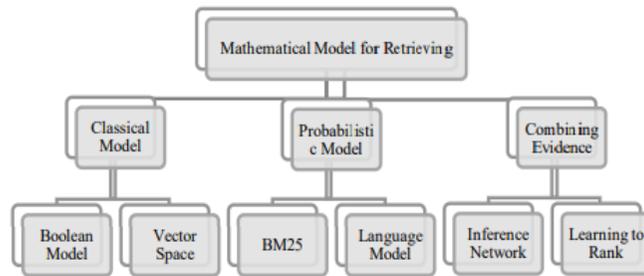
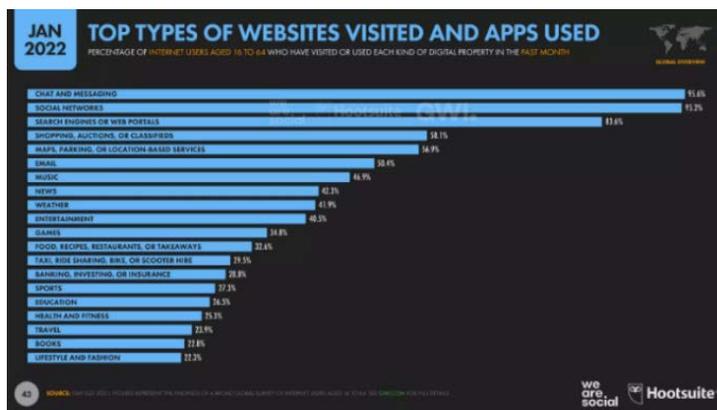


Fig. 1: Classification of Mathematical Information Retrieval Models [5]

### ภาพที่ 1 โมเดลในการแสวงหาสารสนเทศจากการค้นคืน ที่มา (Oghli & Almustafa, 2021)

4. สื่อสังคมออนไลน์ ปัจจุบันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นตลอดเวลา ศึกษาจากสมาร์ตโฟนไซต์ ได้สรุปสถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 พบว่า ประชากรโลกใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ถึงร้อยละ 59 และมีจำนวนชั่วโมงใช้ในแต่ละวันเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 29 นาที (Chaffey, 2022)



ภาพที่ 2 สถิติการใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อมกราคม 2022  
ที่มา (Chaffey, 2022)

5. แหล่งสารสนเทศ สามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม (บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาวิทาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2555) ได้แก่ แหล่งสารสนเทศสถาบัน แหล่งสารสนเทศบุคคล แหล่งสารสนเทศสถานที่ แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต ซึ่งพอสรุปได้ว่า การใช้แหล่งสารสนเทศมี 3 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่

5.1 แหล่งบุคคล เป็นแหล่งสารสนเทศที่มีอยู่ในตัวบุคคลที่เป็นผู้รู้สารสนเทศ บุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล อาจอยู่ในลักษณะของ ประชาชนชาวบ้าน ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ นักวิชาชีพในสาขาวิชาต่าง ๆ เป็นต้น การเข้าถึงสารสนเทศบุคคลอาจต้องใช้วิธีการติดต่อสอบถามขอความรู้ คำแนะนำเพื่อให้ได้สารสนเทศที่ต้องการจากบุคคลเหล่านั้นโดยตรง แหล่งสารสนเทศที่บุคคลต้องตัดสินใจเลือกเพื่อให้ได้สารสนเทศที่ต้องการนั้นมี 3 ระดับ ได้แก่ (ประภาวดี สืบสนธิ์, 2532) ระดับที่ 1 คือการแสวงหาสารสนเทศจากแหล่งที่สะดวกและประหยัดที่สุด ใกล้ตัว ได้แก่ บุคคลในครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน ระดับที่ 2 คือการแสวงหาสารสนเทศจากผู้ที่ทำงานในสถาบันที่เกี่ยวข้อง ระดับที่ 3 คือ การแสวงหาสารสนเทศจากแหล่งที่ไม่ใช่บุคคล เช่น การใช้บริการห้องสมุด หรือศูนย์สารสนเทศต่าง ๆ

5.2 แหล่งสารสนเทศสถาบัน เป็นแหล่งสารสนเทศที่เป็นสถาบัน/องค์กรที่อยู่ในภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน สมาคม หรือองค์การระหว่างประเทศ โดยมีหน้าที่พื้นฐานคือ รวบรวมบริหารจัดการและให้บริการสารสนเทศตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานนั้น ในรูปแบบของสถาบันบริการสารสนเทศ มีหลายรูปแบบเรียกชื่อต่างกันไป เช่น ห้องสมุดหรือหอสมุด หอจดหมายเหตุ ศูนย์สารสนเทศ ศูนย์หนังสือ ร้านหนังสือ เป็นต้น

5.3 แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ครอบคลุมทั่วโลก เชื่อมโยงฐานข้อมูลจำนวนมากเข้าด้วยกัน ทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสารสนเทศผ่านเครือข่ายที่ไม่มีพรมแดน มีประโยชน์ต่อการสื่อสาร การค้นหาและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ได้แก่ กูเกิล

6. เจเนอเรชัน จากการแบ่งสัดส่วนการสมัครใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ตามเจเนอเรชันในกลุ่มสหราชอาณาจักร (Tvrdon, 2022) และในไทยเป็นเจเนอเรชันที่แบ่งตามช่วงอายุ (ทิงกีทวิทูกูเกิล, 2564) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่อไป ซึ่งบทความเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อของแต่ละเจเนอเรชัน ได้รวบรวมไว้ดังนี้ (พลอยมุกดา, 2565)

6.1 เบบี้บูม (Baby Boomer) ช่วงปี พ.ศ. 2489-2507 หรือกลุ่มวัย 57-75 ปี คนรุ่นนี้ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญเรื่องค่าใช้จ่ายเพราะหารายได้ได้น้อย บางคนได้เงินเกษียณหรือได้จากลูกหลาน กำลังซื้อลดน้อยลง ซึ่งกลุ่มนี้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับสุขภาพ การใช้เวลากับครอบครัว

6.2 เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) ช่วงปี พ.ศ. 2508-2523 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41-56 ปี เป็นกลุ่มคนที่เกิดมาในยุคที่มีการแข่งขันสูงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และเป็นกำลังหลักของโดยพฤติกรรม การเปิดรับสื่อจะนิยมใช้ เฟซบุ๊กและยูทูป เป็นหลัก

6.3 เจเนอเรชันวาย (Generation Y) ช่วงปี พ.ศ. 2524-2539 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25-40 ปี สามารถเรียกได้ว่า Millennials หรือ Gen Y เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในยุคของการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ สามารถเข้าถึงโลกออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก คือ โลก เฟซบุ๊ก และยูทูป คนเจเนอเรชันนี้จะชอบความรวดเร็วทั้งในด้านการบริการหรือการใช้ชีวิต และเป็นเจเนอเรชันที่ได้สะสมความเครียด โดยจะสนใจในกาแฟ และชานม การออกไปท่องเที่ยวพักผ่อน อาหารคลีน หรือสินค้าสไตล์มินิมอล

6.4 เจเนอเรชันแซด (Generation Z) ช่วงปี พ.ศ. 2540-2555 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 9-24 ปี เกิดมาในยุคที่เทคโนโลยีเจริญแล้ว โดยมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นดิจิทัล คนเจเนอเรชันนี้จึงถนัดการดำเนินชีวิตในรูปแบบดิจิทัล แม้จะยังไม่ได้มีกำลังซื้อมากนัก แต่ก็ถือว่ามีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าภายในบ้าน เพราะเติบโตมาพร้อมกับโซเชียลมีเดีย โดยจะเปิดรับสื่อ เช่น ยูทูป บล็อกเกอร์ วิล็อกเกอร์ และอีสปอร์ต

ที่ผลิดมาให้ในทุก ๆ วัน โดยจะใช้เวลาในการทำงานอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับ 2 รองจาก Gen Y และสามารถเข้าถึงสื่อได้ทุกแพลตฟอร์ม และ Gen Z ชอบเสพประสบการณ์ตรง การสื่อสารกับคนเจเนอเรชันนี้ ต้องใช้ Influencer เพื่อนำเสนอสินค้าแทนการนำเสนอแบบตรง ๆ เพราะ Gen Z จะชอบความความเรียลและน่าเชื่อถือ

6.5 เจเนอเรชันอัลฟา (Generation AlphaX) ช่วงปี พ.ศ.2553-ปัจจุบัน กลุ่มเด็กรุ่นใหม่ที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีลงไป เติบโตมาบนโลกที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีรอบตัว เรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว คนเจเนอเรชันนี้เติบโตมาพร้อมกับแท็บเล็ตและระบบ AI มีการเรียนรู้จาก ยูทูป

### ผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ ในการใช้สารสนเทศและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 335 คน เพศหญิงจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 56.72 และเป็นเพศชาย มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 43.28 โดยเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 27.46 รองลงมาเป็นชั้นปีที่ 2 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 26.07 สำหรับนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด เป็นชั้นปีที่ 1 จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 25.07

2. พฤติกรรมสารสนเทศ

### ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมสารสนเทศของนักศึกษา

พฤติกรรมสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
ด้านความต้องการสารสนเทศ	4.23	0.83	มาก
ด้านการแสวงหาสารสนเทศ	4.16	0.77	มาก
ด้านการประเมิน	4.02	0.74	มาก
ด้านการใช้สารสนเทศ	3.99	0.73	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.76) โดยนักศึกษามีพฤติกรรมสารสนเทศอยู่ในระดับมากคือ ด้านความต้องการสารสนเทศ ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 0.83) รองลงมาเป็นด้านการแสวงหาสารสนเทศ ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D. = 0.77) ส่วนด้านที่ใช้บ่อยที่สุดคือ ด้านการใช้สารสนเทศ ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 0.73)

### 3. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

#### ตารางที่ 2

##### พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ
ยูทูบ	4.40	0.91	1
เฟซบุ๊ก	3.44	1.46	3
ไลน์	3.12	1.35	4
อินสตาแกรม	3.68	1.53	2
ติ๊กต็อก	2.96	1.83	5
ทวิตเตอร์	2.27	1.75	6
<b>รวม</b>	<b>3.31</b>	<b>1.47</b>	

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.31$ , S.D. = 1.47) โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้ในระดั้มากคือ ยูทูบ ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.91) รองลงมาคืออินสตาแกรม ( $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 1.53) ส่วนสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้น้อยที่สุด คือ ทวิตเตอร์ ( $\bar{X} = 2.27$ , S.D. = 1.75)

#### ตารางที่ 3

##### พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามช่วงเวลา

ช่วงเวลา	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ
ช่วงเช้า (5.00-11.00 น.)	2.60	1.47	5
ช่วงกลางวัน (11.00-13.00 น.)	3.39	1.29	3
ช่วงบ่าย (13.00-18.00 น.)	3.75	1.23	2
ช่วงค่ำ (18.00-23.00 น.)	4.09	1.31	1
ช่วงดึก (23.00-5.00 น.ของวันใหม่)	2.68	1.62	4
<b>รวม</b>	<b>3.31</b>	<b>1.47</b>	

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามช่วงเวลาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.30$ , S.D. = 1.39) โดยนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามช่วงเวลาอยู่ในระดับมากคือ ช่วงค่ำ 18.00-23.00 น. ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 1.31) รองลงมา ช่วงบ่าย 13.00-18.00 น. ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 1.23) ส่วนช่วงเวลาที่ใช้ น้อยที่สุดคือ ช่วงเช้า 5.00-11.00 น. ( $\bar{X} = 2.60$ , S.D. = 1.47)

#### ตารางที่ 4

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ
เพื่อศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการเรียนการสอน	3.54	1.23	3
เพื่อสืบค้นข้อมูลข่าวสาร (การเมือง เศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ ความงาม แฟชั่น)	2.96	1.34	5
เพื่อคุย/แลกเปลี่ยนกับเพื่อน	3.84	1.13	2
เพื่อความบันเทิง (ดูหนัง ฟังเพลง ฯลฯ)	4.23	1.10	1
เพื่อเล่นเกม	3.23	1.60	4
<b>รวม</b>	<b>3.56</b>	<b>1.28</b>	

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 1.28) โดยนักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุดคือ เพื่อความบันเทิง (ดูหนัง ฟังเพลง ฯลฯ) ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 1.10) รองลงมาเพื่อคุย/แลกเปลี่ยนกับเพื่อน ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 1.13) ส่วนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์ที่ใช้น้อยที่สุดคือ เพื่อสืบค้นข้อมูลข่าวสาร (การเมือง เศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ ความงาม แฟชั่น) ( $\bar{X} = 2.96$ , S.D. = 1.34)

#### 4. ด้านความพึงพอใจของนักศึกษาต่อแหล่งสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์

#### ตารางที่ 5

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อแหล่งสารสนเทศ

แหล่งสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
การสัมภาษณ์บุคคล หรือบุคคล	3.65	0.94	มาก
ห้องสมุด	3.53	0.90	มาก
ศูนย์หนังสือ/ร้านหนังสือ	3.67	0.94	มาก
เว็บไซต์ เช่น กูเกิ้ล	4.31	0.80	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.31</b>	<b>1.47</b>	

จากตารางที่ 5 พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อแหล่งสารสนเทศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.90) โดยนักศึกษามีความพึงพอใจต่อแหล่งสารสนเทศอยู่ในระดับมากที่สุดคือ กูเกิ้ล ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D. = 0.80) รองลงมาศูนย์หนังสือ/ร้านหนังสือ ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.94) ส่วนแหล่งสารสนเทศที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือ ห้องสมุด ( $\bar{X} = 3.53$ , S.D. = 0.90)

## ตารางที่ 6

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

สื่อสังคมออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ยูทูป	4.66	0.62	มากที่สุด
เฟซบุ๊ก	4.05	0.93	มาก
ไลน์	3.92	1.11	มาก
อินสตาแกรม	4.23	0.83	มาก
ติ๊กต็อก	4.32	0.98	มาก
ทวิตเตอร์	4.07	0.98	มาก
รวม	4.21	0.91	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.91) โดยนักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ คือ ยูทูป ( $\bar{X} = 4.66$ , S.D. = 0.62) รองลงมาคือ ติ๊กต็อก ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.98) ส่วนสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ไลน์ ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 1.11)

### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ ได้แก่ เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจในการใช้สารสนเทศ จากแหล่งสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พอสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 190 คน (ร้อยละ 56.72) และเป็นเพศชาย จำนวน 145 คน (ร้อยละ 43.28) ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 จำนวน 92 คน (ร้อยละ 27.46) รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 89 คน (ร้อยละ 26.07) และศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 น้อยที่สุด จำนวน 84 คน (ร้อยละ 25.07)

2. ด้านพฤติกรรมสารสนเทศ พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมสารสนเทศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.76) โดยนักศึกษามีพฤติกรรมสารสนเทศอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความต้องการสารสนเทศ ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 0.83) และด้านการแสวงหาสารสนเทศ ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D. = 0.77) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือการใช้สารสนเทศ ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 0.73)

3. ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามสื่อสังคมออนไลน์ ช่วงเวลา และ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า

นักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.31$ , S.D. = 1.47) โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้ในระดับมากคือ ยูทูป ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.91) และอินสตาแกรม ( $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 1.53) ส่วนสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้้น้อยที่สุด คือ ทวิตเตอร์ ( $\bar{X} = 2.27$ , S.D. = 1.75)

นักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามช่วงเวลาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.30$ , S.D. = 1.39) โดยนักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามช่วงเวลาอยู่ในระดับมากคือ ช่วงค่ำ 18.00-23.00 น. ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 1.31) และ

ช่วงบ่าย 13.00-18.00 น. ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 1.23) ส่วนช่วงเวลาที่ใช้น้อยที่สุด คือ ช่วงเช้า 5.00-11.00 น. ( $\bar{X} = 2.60$ , S.D. = 1.47)

นักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 1.28) โดยนักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์อยู่ในระดับมาก คือ เพื่อความบันเทิง (ดูหนัง ฟังเพลง ฯลฯ) ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 1.10) และเพื่อคุย/แลกเปลี่ยนกับเพื่อน ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 1.13) ส่วนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์ที่ใช้น้อยที่สุด คือ เพื่อสืบค้นข้อมูลข่าวสาร (การเมือง เศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ ความงามแฟชั่น) ( $\bar{X} = 2.96$ , S.D. = 1.34)

#### 4. ด้านความพึงพอใจของนักศึกษาต่อแหล่งสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อแหล่งสารสนเทศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.90) โดยนักศึกษามีความพึงพอใจต่อแหล่งสารสนเทศอยู่ในระดับมาก คือ กูเกิล ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D. = 0.80) และ ศูนย์หนังสือ/ร้านหนังสือ ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.94) ส่วนแหล่งสารสนเทศที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ ห้องสมุด ( $\bar{X} = 3.53$ , S.D. = 0.90)

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.91) โดยนักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์คือ ยูทูป ( $\bar{X} = 4.66$ , S.D. = 0.62) และติ๊กต็อก ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.98) ส่วนสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ไลน์ ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 1.11)

### การอภิปรายผล

1. ด้านพฤติกรรมสารสนเทศ พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมสารสนเทศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความต้องการสารสนเทศ ด้านการแสวงหาสารสนเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงกมล อุ่นจิตติ และ สมฤทัย ธีรเรืองสิริ (2562) ที่นิสิตระดับปริญญาตรีที่มีสาขาวิชาต่างกันมีพฤติกรรมสารสนเทศด้านความต้องการสารสนเทศและด้านการแสวงหาสารสนเทศแตกต่างกัน พฤติกรรมทั้งสองด้านสามารถปรับใช้ในกระบวนการเรียนการสอนต่อไป

2. ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามช่วงเวลาอยู่ในระดับมาก คือ ช่วงค่า 18.00-23.00 น. สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยาณี เลืองสุนทร (2564) และ เอกภพ อินทรภู และปณิตา วรรณพิรุณ (2564) ได้ใช้ช่วงเวลา 18.00-23.00 น.ในการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ช่วยลดขั้นตอนการทำงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์ พบว่า ใช้เพื่อความบันเทิงดูหนังฟังเพลงอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญจพร เกื้อนัย (2565) และสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้อยู่ในระดับมาก คือ ยูทูป และสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้น้อยที่สุด คือ ทวิตเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชกุล เสนาวงษ์ (2564) สามารถจัดสื่อสังคมออนไลน์และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ

3. ด้านความพึงพอใจของนักศึกษาต่อแหล่งสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ มีความพึงพอใจแหล่งสารสนเทศจากเว็บไซต์ เช่น กูเกิล อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงกมล อุ่นจิตติ และสมฤทัย ธีรเรืองสิริ (2562) คือ สามารถค้นสารสนเทศที่ต้องการโดยใช้เครื่องมือช่วยค้น เช่น กูเกิล ยาฮู ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนแหล่งสารสนเทศที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ ห้องสมุด ซึ่งอาจเป็นข้อสังเกตที่ค้นพบจากสภาวะของวิกฤตโควิด-19 ห้องสมุดเองจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เท่าทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ระเบียบ แสงจันทร์ (2565) ได้ปรับตัวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปรับพื้นที่ให้เหมาะกับการบริการขยายเวลาลืม-คืนหนังสือ ปรับเวลาในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน ทั้งที่ทำงานและที่บ้าน การเพิ่มช่องทางออนไลน์

## ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทางภาควิชา คณะ และห้องสมุด ได้จัดกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นนิยม คือ ยูทูบ และติ๊กต็อก
2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป
  - 2.1 บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มี นักศึกษาที่สนใจในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อหาองค์ความรู้ในการเรียนการสอนจากแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้อง
  - 2.2 บทบาทของหน่วยงานที่สนับสนุน เช่น ห้องสมุด มีการจัดกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ให้ได้รับความรู้ ทำให้อยากเรียนรู้ เช่น ยูทูบและติ๊กต็อก

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยานี เลื่องสุนทร. (2564). การศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 15(1), 104-121.
- ชมเกตุ ชินวัตร. (ม.ป.ป.). *ความต้องการสารสนเทศ (Information need)* [พาวเวอร์พอยท์ สไลด์]. SlidePlayer. <https://slideplayer.in.th/slide/16163016/>
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2560). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 13). โทเนรมิตกิจ อินเทอร์เน็ตโปรดักส์ฟ. ณ์ฐพล เมืองต้อม. (2565, 16 กุมภาพันธ์). *สรุป 52 Insight สำคัญจาก Thailand digital stat 2022 ของ we are social*. การตลาดวันละตอน. <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight-thailand-digital-stat-2022-we-are-social/>
- ณิชกุล เสนาวงษ์. (2564). *การศึกษพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชันแซด ในยุค New normal ในกรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทฉบับตัด ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสยาม.
- ดวงกมล อุจน์จิตติ และสมฤทัย ชีรเรืองสิริ. (2562). *รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสารสนเทศกับพฤติกรรมนวัตกรรมของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทิงก์วิฑูเกิล. (2564). Year in search 2021 ย้อนกลับไปดูสิ่งที่คนไทยค้นหา เพื่อขับเคลื่อนการตลาดของคุณ. [https://services.google.com/fh/files/misc/yearinsearch\\_thailand2021\\_th.pdf](https://services.google.com/fh/files/misc/yearinsearch_thailand2021_th.pdf)
- บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2555). *ประมวลสาระชุดวิชาผู้ใช้และการบริการสารสนเทศ*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประภาวดี สืบสนธิ์. (2532). *พฤติกรรมการใช้สารสนเทศ*. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัญญาพร เกื้อนุ้ย. (2565). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนข้างกลางประชานุกูล จังหวัดนครศรีธรรมราช*. *วารสารมหาจุฬานาครทรรณ*, 9(6), 198-211.
- พลอยมุกดา. (2565, 23 พฤษภาคม). *พฤติกรรมการใช้สื่อของแต่ละ Gen*. ForeToday. <https://foretoday.asia/articles/generationgap/>
- พัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีศิริสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(3), 1-18.

- ระเบียบ แสงจันทร์. (2565). ห้องสมุดและบริการสารสนเทศยุคชีวิตวิถีใหม่: ประสบการณ์จากห้องสมุดมหาวิทยาลัยในประเทศไทย. *วารสารห้องสมุด*, 66(1), 21-36.
- ส่อง 7 เทรนด์การตลาดออนไลน์ ในปี 2022 ที่ต้องจับตา. (ม.ป.ป.). Thailand Science Park. <https://www.sciencepark.or.th/index.php/th/innovation-update/7-digital-marketing-trends-2022/>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. <http://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/1540-file.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580* (ฉบับประกาศราชกิจจานุเบกษา). [https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS\\_PlanOct2018.pdf](https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_PlanOct2018.pdf)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565ก). *การใช้ ICT ของประชาชนในประเทศไทย ปี 2565 (ไตรมาส 2)* [อินโฟกราฟิก]. <https://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านCT/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2565/ict%202.2565.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565ข). *แผนแม่บทระบบสถิติประเทศไทย ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2559-2565) ฉบับปรับปรุง*. <https://drive.google.com/file/d/1BsD2tF0dDnwc60o3jmnm7AW9OB1Tz6Kh/view>
- เอกภพ อินทรภู และปณิตา วรณพิรุณ. (2564). สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ดิจิทัลอัจฉริยะเพื่อส่งเสริมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 12(1), 193-204.
- Chaffey, D. (2022, August 22). *Global social media statistics research summary 2022*. Smart Insights. <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>
- Digital 2022: Another year of bumper growth*. (2022, January 26). We Are Social. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Large, A., Tedd, L. A., & Hartley, R. J. (2001). *Information seeking in the online age: principles and practice*. K. G. Saur Verlag GmbH.
- Oghli, M. S., & Almustafa, M. M. (2021). Comparison of basic information retrieval models. *International Journal of Engineering Research & Technology*, 10(9), 299-303.
- Tvrdon, D. (2022, June 15). *10 key takeaways for news subscription managers from the 2022 digital news report*. The Fix. <https://thefix.media/2022/6/15/10-key-takeaways-for-news-subscription-managers-from-the-2022-digital-news-report>
- Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. *Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 3(2), 49-55.