

54)
avel
sing
uld

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์
สังกัดเอกชนในจังหวัดอุดรธานี

BEHAVIOR ON USING SOCIAL NETWORK OF NURSING STUDENTS : PRIVATE UNIVERSITY
IN UDONTHANI PROVINCE

สุกัญญา สารสินธุ์^{1*}, เจนรบ พลเดช²

มหาวิทยาลัยราชธานี วิทยาเขตอุดรธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

²สำนักงานป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ เขตพื้นที่ 4 อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงพรรณานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์กับระดับผลการเรียน กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาพยาบาลศาสตร์ สังกัดเอกชน ในจังหวัด อุดรธานี จำนวน 145 คน คัดเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่ง ส่วนที่ 1 และ 2 ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 วิเคราะห์ข้อมูลโดย ข้อมูลเชิงกลุ่ม ใช้ ความถี่ ร้อยละ ส่วนข้อมูล ต่อเนื่อง ใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนที่ 3 แปลและปรับปรุงข้อคำถามของ Young ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คะแนนรวม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนกับการเสพติดสื่อ สังคมออนไลน์ ด้วย Chi-Square Test

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 145 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 86.90 อายุเฉลี่ย 20.37 ± 1.37 ปี เกินครึ่งมีเกรดเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.01-2.50 ร้อยละ 61.40 ดัชนีมวลกายส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 18.5-24.9 กิโลกรัมต่อเมตร² ร้อยละ 70.30 เกือบทั้งหมดมีภาวะสุขภาพปกติ ร้อยละ 97.30 มีรายรับเฉลี่ย 8,100-10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 49.30 และส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ที่หอพักเอกชน ร้อยละ 68.00

สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างรู้จัก และใช้บริการบ่อยที่สุด คือ Facebook ร้อยละ 100.00 ความถี่ในการใช้ คือ ทุกวันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 100.00 ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการในแต่ละวัน คือ 1 ชั่วโมงขึ้นไป ร้อยละ 41.33 กิจกรรมที่ ทำพร้อมกับการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ขณะอยู่บนท้องถนน ร้อยละ 93.33 ช่วงเวลาเข้าใช้บริการสื่อ สังคมออนไลน์มากที่สุด คือ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 86.67 ใช้บริการเพื่อรับข้อมูลข่าวสารและหาความรู้มากที่สุด ร้อย ละ 96.00 เกือบทั้งหมดใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 97.33 สถานที่ที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ บริเวณหอพัก ร้อยละ 69.33 และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 200 บาท

นอกจากนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ร้อยละ 68.3 ซึ่งส่วนใหญ่เสพติดในระดับต่ำร้อยละ 70.30 เสพติดในระดับสูง ร้อยละ 8.30 และมีเพียงร้อยละ 21.40 เท่านั้นที่ไม่มีอาการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ และการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับระดับผลการเรียน โดยกลุ่มนักศึกษาที่มีการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ มีผลการ เรียนในระดับต่ำถึงปานกลางมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีอาการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ P-value < 0.001;