

รูปแบบการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อ รองรับการดำเนินชีวิตในภาวะวิกฤต

A Using information Technology Tools and Social Media Model to Support Life in Crisis

ประมา ศาสตรารุจิ

Prama Sastraruji

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University, Thailand

Email: pramasastraruji@gmail.com

Received February 7, 2022; Revised March 27, 2022; Accepted May 15, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษารูปแบบการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับการดำเนินชีวิตในภาวะวิกฤตมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต 2) ศึกษาความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต และ 3) นำเสนอรูปแบบการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนไทย 400 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามพฤติกรรมและแบบสอบถามความต้องการจำเป็น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และประเมินความต้องการจำเป็นด้วยวิธี Modified Priority Need Index ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความต้องการจำเป็นของพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) ตัวแปรสังเกตส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 66 คู่ ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน และผลการทดสอบความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤตในภาพรวมและรายข้อ แบบ Paired-samples t-test พบว่า ค่าทีเรโซ ที่คำนวณได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยประชาชนเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การศึกษาหาความรู้ 2) ความบันเทิง และ 3) การเข้าสังคม

คำสำคัญ: เทคโนโลยีสารสนเทศ; สื่อสังคมออนไลน์; ภาวะวิกฤต; รูปแบบการใช้เครื่องมือ; การดำเนินชีวิตในภาวะวิกฤต

Abstract

A using information technology tools and social media model to support life in crisis aimed to 1) study the behavior of using tools and social media in crisis; 2) study the need for tools and social media to support life in crisis; and 3) propose a using information technology tools and social media model in crisis. The population and sample consisted of 400 people with purposive selection. The research instruments were behavior questionnaires and needs questionnaires, and analyzed the data by average, standard deviation, Pearson Correlation Analysis, and assessing needs by Modified Priority Need Index. The results showed that: 1) most of the observed variables were mean at a high level; 2) the level of need for tool behavior and social media was found to be at a high level; and 3) the correlation between a total of 66 pairs of variables, all observed variables was correlated, and the correlation of all variables was in the same direction. The test results of the need for tools and social media to support life in crisis overall and individual items, paired-samples t test, it was found that the calculated t ratio was statistically significant at the .05 level that Thai people had changed their behavior in using tools and social media in 3 areas: 1) education, 2) entertainment, and 3) socializing.

Keywords: Information Technology; Social media; Crisis; Using information Technology Tools; Life in Crisis

บทนำ

ในปี 2020 ทุกประเทศทั่วโลกได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่ทำให้คนทั่วโลกและคนไทยได้รับบทเรียนและผลกระทบอย่างมาก ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้นมาก่อน เช่นเดียวกับในประเทศไทยที่พบว่า พฤติกรรมของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงในระดับมากขึ้น คือ อยู่ที่บ้าน 89.60% การดูแลสุขภาพ 85.30% การเลือกกินอาหารที่มีประโยชน์ 62.77% ทำงานที่บ้าน 61.42% ดื่มน้ำ 60.07% และใช้โทรศัพท์คุย เล่นโซเชียล 59.16% (Dusit Poll, 2020) ทำให้เห็นได้ว่าสังคมจะก้าวเข้าสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อให้ทันต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับสถานการณ์โลกที่การแข่งขันทางเศรษฐกิจเข้มข้นขึ้น สังคมโลกเชื่อมโยงกันมากขึ้นในสภาพไร้พรมแดน แนวโน้มการพัฒนาทางเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด และไม่ได้เป็นเพียงเทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานเช่นที่ผ่านมาอีกต่อไป หากแต่ได้หลอมรวมเข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต และปฏิวัติโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ การทำงาน ของรัฐ และกระบวนการทางสังคมไปจากเดิม เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา (Ministry of Digital Economy and Society, 2019) ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด เกิดการหลอมรวมระหว่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจสังคมของโลกออนไลน์และออฟไลน์ เกิดแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้เกิดการผลิตมากขึ้น เกิดการแข่งขันที่ อยู่บนพื้นฐานของนวัตกรรมสินค้าและบริการ เกิดการใช้ระบบอัจฉริยะมากขึ้นเรื่อย ๆ เกิดข้อมูลทั้ง จากผู้ใช้งานและจากอุปกรณ์เซ็นเซอร์ต่างๆ จำนวนมหาศาล รวมถึงเกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์ตามมาอีกหลายรูปแบบ (Ministry of Information and Communication Technology, 2016; Ratchatanon et al., 2020)

จึงอาจกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินชีวิต ในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา สาธารณสุข ฯลฯ ขณะเดียวกันก็จะมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ที่ต้องใช้ความรู้และทักษะสูงเกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เพื่อให้ประชาชนสามารถก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงและมีความสามารถในการแข่งขันกับผู้อื่น เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และประเทศได้อย่างต่อเนื่อง เกิดการหลอมรวมระหว่างกิจกรรมทาง เศรษฐกิจสังคมของโลกออนไลน์และออฟไลน์ในการใช้เทคโนโลยีเดิมในรูปแบบใหม่ ทำให้เส้นแบ่งระหว่างระบบเศรษฐกิจสังคมของโลกเสมือน และโลกทางกายภาพเกือบจะเลือนหายไป โดยกิจกรรม ของประชาชน ธุรกิจ หรือภาครัฐ จะถูกย้ายมาอยู่บนระบบออนไลน์มากขึ้น เช่น การสื่อสาร การซื้อขายสินค้า การทำธุรกรรมทางการเงิน การเรียนรู้ การดูแลสุขภาพ การบริการของภาครัฐ ฯลฯ เกิด แนวโน้มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิตและบริการที่ขยายความต้องการของประชาชน นอกเหนือจากการใช้เพื่อการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมสาระบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ แต่ในยุค ปัจจุบันนั้นจะเป็นโลกที่ประชาชนและผู้บริโภคกลายเป็นผู้ผลิตโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อทำให้เกิดผลผลิตและรายได้มากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันบนพื้นฐานของนวัตกรรมสินค้าและบริการ ด้วยการปรับเปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ หรือมีความต้องการ สร้างสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุด (Songsunthornwong, 2016) ดังนั้น พฤติกรรมและความต้องการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็น เครื่องมือในการทำนายความเจริญก้าวหน้าและการเติบโตทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่ ประชาชนชาวไทยจำเป็นต้องพัฒนาให้เกิดเป็นสมรรถนะสำคัญสำหรับประชาชนชาวไทย

บทความวิจัยนี้นำเสนอพฤติกรรมและความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤตของประชาชนไทย ที่ส่งผลให้สามารถนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้ในการ

พัฒนาหลักสูตรด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะการใช้เทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในทุกกระดับ เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต
2. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต

การทบทวนวรรณกรรม

เทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง ความรู้ในผลิตภัณฑ์หรือในกระบวนการดำเนินงานใดๆ ที่อาศัยเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ การติดต่อสื่อสาร การรวบรวม และการนำข้อมูลมาใช้อย่างทันการ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางด้านการผลิต การบริการ การบริหาร และการดำเนินงาน รวมทั้งเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบ ทางด้านเศรษฐกิจการค้า และการพัฒนาด้านคุณภาพชีวิตและคุณภาพของประชาชน (Sukchuen, 1997)

การรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องหรือเป็นการคิดแบบในลักษณะแบ่งแยกชัดเจน เป็นความรู้ที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องและเป็นระดับ (Potter, 2014) การรู้เท่าทันสื่อจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาฝึกฝน บุคคลที่ได้ฝึกฝนและพัฒนาทักษะด้านนี้จะรับรู้ด้วยท่าทีแบบยอมรับ (Passive) เช่น การไม่พัฒนาความรู้เกี่ยวกับเรื่องกรรมสิทธิ์ การควบคุมสื่อเศรษฐศาสตร์ และรูปแบบองค์กร ซึ่งเป็นประเด็นที่เปลี่ยนแปลงทุกปี มีความสามารถในการควบคุมการตีความสาร(message) มากขึ้น เพราะสารในสื่อทุกชนิด คือการตีความทั้งสิ้น เช่น นักข่าวบอกว่าข่าวนี้มีความสัมพันธ์จึงนำมาไว้หน้าหนึ่ง(นักข่าวหรือผู้ผลิตสื่อตีความมาแล้วว่ามันสำคัญ แต่ความจริงแล้วอาจสัมพันธ์สำหรับบางคน หรือสำหรับหัวหน้าเท่านั้น) นักโฆษณา ก็พยายามบอกว่า เรากำลังมีปัญหา (เช่น ขาไม่เพรียวหน้าเหมือนนางแบบ) และสินค้าจะช่วยให้เราได้ (สารลดความอ้วน) การของการรู้เท่าทันสื่อ ไม่ได้ต้องการค้นหาสัจจะ หรือความเป็นกลางในข่าวสาร แต่เป็นการตระหนักรู้ถึงกระบวนการตีความและตื่นตัวในการค้นหารูปแบบการตีความในสื่ออื่นๆ

สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์เป็นเทคโนโลยีใหม่ในการสื่อสารสารสนเทศ เป็นเหมือนชุมชน แห่งใหม่ของโลก ซึ่งรวมคนทั่วทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน จึงทำให้มีบริการต่าง ๆ เกิดขึ้นใหม่ ตลอดเวลา ซึ่งลักษณะ

เหล่านี้มีทั้งข้อดีและประโยชน์ที่ได้จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเด็กและวัยรุ่น (Pankaew, 2004; Kongsuk, 2001) ได้แก่

1. ด้านการศึกษาหาความรู้ อินเทอร์เน็ตมีประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษา ทำให้สามารถเรียนรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้เท่าเทียมกัน โดยในปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้ บริการการศึกษา/ ความรู้มากมาย ซึ่งช่วยให้เด็กและวัยรุ่นสามารถหาความรู้เพิ่มเติม ได้นอกจากความรู้ภายในโรงเรียน
2. ด้านความบันเทิง จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกลุ่มผู้ใช้ของเนตเทค พบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี นิยมใช้อินเทอร์เน็ตด้านความบันเทิง เช่น การสนทนา ดาวน์โหลด เพลง ฯลฯ มากกว่ากิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งในการทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิงนี้ บางส่วน สามารถให้ประโยชน์ในการพัฒนาทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การคิดอย่างเป็น ระบบ (การเล่นเกม) การได้พบเพื่อนและสังคมใหม่ ๆ (การสนทนา/ กระดานข่าว)
3. ด้านสังคม/ การสร้างเสริมพฤติกรรมอันดีงาม ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตถูก มองว่าทำให้เกิดภาพด้านลบแก่สังคม เนื่องจากมีข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์เสมอ ๆ ถึงภัยอันตรายที่ได้รับจากการเข้าไปใช้บริการ โดยเฉพาะการเข้าไปสนทนากับผู้ที่ ไม่รู้จัก แต่ในอีกมุมหนึ่งการเข้าไปในห้องสนทนาที่สร้างสรรค์ ซึ่งผู้ที่อยู่ในกลุ่มสนทนา มีความชอบ/ ความสนใจใกล้เคียงกัน จะช่วยให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคมและ เกิดการสร้างเสริมพฤติกรรมอันดีงามได้

ภาวะวิกฤต

ภาวะวิกฤต หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีทันใด โดยมากมักเกิดขึ้นโดยไม่คาดฝันและต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เหตุวิกฤตครอบคลุมชีวิตที่ดำเนินอยู่ตามปกติ และทำให้เกิดความรู้สึกไม่แน่นอนและความตึงเครียด เหตุวิกฤตอาจเป็นเหตุการณ์ธรรมชาติ หรืออาจเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากฝีมือมนุษย์ (Sueasakul, 2004) มีลักษณะ คือ

1. เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วน กล่าวคือ เหตุการณ์ต่าง ๆ จะดำเนินไปเรื่อย ๆ นับเป็นปี ๆ ซึ่งเกินเวลา แต่ภาวะวิกฤตจะเกิดขึ้นอย่างทันใด
2. เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดมาก่อน แม้ว่าจะมีบางคนที่เตรียมการสำหรับเหตุการณ์ในภาวะวิกฤตไว้บ้าง แต่คนส่วนใหญ่ก็มักคิดเข้าข้างตนเองว่าน่าจะเกิดขึ้นกับคนอื่นมากกว่า
3. มีคุณลักษณะของความวิกฤต ซึ่งมีผลกระทบทั้งต่อร่างกายและจิตใจ เช่น หวาดกลัวหรือตื่นตระหนกกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
4. มีผลกระทบต่อสาธารณชน เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นจำนวนมาก ทั้งญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง จึงจำเป็นต้องแก้ไขหรือดำเนินการต่อผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างทันท่วงทีก่อให้เกิดอันตรายและกระทบต่อสถานภาพ เมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้น จะส่งผลโดยตรงต่อครอบครัวของผู้เสียหายสูงขึ้นหรือต่ำลงได้

แนวคิด ทฤษฎี ที่ศึกษาทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และกำหนดเป็นตัวแปรในการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการจำเป็นของการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนจากทั่วประเทศ กำหนดคุณสมบัติต้องเป็นผู้ที่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน โดยเป็นผู้ที่ใช้งานเป็นประจำสัปดาห์ละไม่น้อยกว่า 5 ชั่วโมง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1973) จากจำนวนประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต โดยเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List) แบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ หาค่าความเชื่อมั่น (reliability Coefficient) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach alpha Coefficient) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.932

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความถูกต้องและคัดเลือกรูปแบบสอบถามที่มีสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้แต่ละคู่ของกลุ่มตัวอย่างย่อยทั้ง 2 กลุ่ม แล้วนำเสนอเป็นเมทริกซ์สหสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต

ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มากำหนดพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต จากนั้นตรวจสอบความเหมาะสมของพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนจากทั่วประเทศ กำหนดคุณสมบัติต้องเป็นผู้ที่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน โดยเป็นผู้ที่ใช้งานเป็นประจำสัปดาห์ละไม่น้อยกว่า 5 ชั่วโมง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสูตร

ของ Yamane (1973) จากจำนวนประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต โดยเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List) แบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ หาค่าความเชื่อมั่น (reliability Coefficient) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach alpha Coefficient) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.903

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความถูกต้องและคัดเลือกแบบสอบถามที่มีสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลจากการประเมินความต้องการจำเป็นตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยการเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูล Modified Priority Need Index: $PNI_{Modifies}$ (สุวิมล ว่องวานิช, 2550) และทดสอบความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤตของประชาชนทั่วไปที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการทดสอบค่าที (t test) แบบ Paired-samples t test

ขั้นตอนที่ 3 นำเสนอรูปแบบการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต

ผู้วิจัยจัดทำรูปแบบการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤตแล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียงและบทความ

ผลการวิจัย

พฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะการใช้งานเครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ประเภท LINE ร้อยละ 23.51 มีเครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยที่สุด LINE ร้อยละ 30.75 ระยะเวลาในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 49.25 ช่วงเวลาที่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างวันมากที่สุดคือ ช่วงเวลา ก่อนนอน ร้อยละ 39.25 กิจกรรมที่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสนทนาและติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ร้อยละ 23.41 สถานที่ที่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์อยู่ที่พักบ่อยที่สุด ร้อยละ 40.75 และค่าใช้จ่ายในการใช้งานเครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 500 บาท ร้อยละ 48.75 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต

ประเด็น	พฤติกรรมที่พบมากที่สุด	ร้อยละ
ประเภท	LINE	23.51
ความถี่ในการใช้งาน	LINE	30.75
ระยะเวลาในการใช้	1-2 ชั่วโมง	49.25
ช่วงเวลาที่ใช้	ก่อนเข้านอน	39.25
กิจกรรมที่ใช้	สนทนาและติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น	23.41
สถานที่ที่ใช้	ที่พัก	40.75
ค่าใช้จ่ายในการใช้งาน	น้อยกว่า 500 บาทต่อเดือน	48.75

จากตารางที่ 1 พบว่า ลักษณะการใช้งานเครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ประเภท LINE ระยะเวลาในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างวันมากที่สุดคือ ช่วงเวลาก่อนเข้านอน เพื่อสนทนาและติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น และค่าใช้จ่ายในการใช้งานเครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 500 บาท

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นด้วยค่าสถิติพรรณนาของตัวแปรสังเกต พบว่า ตัวแปรสังเกตส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประชาชนผู้ที่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน โดยเห็นว่า พฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมากทุกประเด็น และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) มีการกระจายอยู่ใกล้กับค่าเฉลี่ย เนื่องจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังกล่าวมีค่าไม่เกิน 1 เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Skewness) หรือ ความไม่สมมาตรของการแจกแจง ในภาพรวม พบว่า ตัวแปรที่มีอยู่ในตัวแบบมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย โดยมีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -0.059 ถึง -0.483 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่าความโด่งหรือความสูงของการแจกแจง พบว่า ตัวแปรที่มีอยู่ในตัวแบบมีค่าเป็นลบหรือต่ำกว่าค่าความโด่งของโค้งปกติเล็กน้อย โดยมีค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -1.169 ถึง 0.413 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่าความเบ้และความโด่ง พบว่า ค่าความเบ้และความโด่งมีความแตกต่างจากศูนย์เพียงเล็กน้อย แต่จัดว่าใกล้เคียงศูนย์ถือว่าตัวแปรมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ต่อไปได้

ความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต ผลการวิจัย พบว่า ความต้องการจำเป็นของพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคม ได้แก่ 1) เป็นช่องทางติดต่อหรือการพบกับญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก 2) รับส่งเอกสารในรูปแบบไฟล์ในการเรียนหรือการทำงาน 3) เผยแพร่ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ 4) โพสต์รูปหรือแชร์กิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองให้บุคคลอื่นได้รับทราบ 5) เป็นช่องทางให้ผู้อื่นได้รับชมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

6) ติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ ที่สนใจ 7) เล่นเกมส์ 8) เป็นช่องทางนำเสนอผลงาน 9) เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ 10) เพื่อซื้อขายสินค้า 11) เป็นพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนความเห็นประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต

พฤติกรรม	ความต้องการจำเป็น	อันดับ	T-value	Sig.
1. เป็นช่องทางติดต่อหรือการพบกับญาติ เพื่อนหรือคนรู้จัก	0.104	10	9.371*	.000
2. รับส่งเอกสารในรูปแบบไฟล์ในการเรียนหรือการทำงาน	0.173	5	13.546*	.000
3. เผยแพร่ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ	0.115	7	8.339*	.000
4. โพสต์รูปหรือแชร์กิจกรรมต่างๆ ของตนเองให้บุคคลอื่นได้รับทราบ	0.082	11	6.197*	.000
5. เป็นช่องทางให้ผู้อื่นได้รับชมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	0.192	3	13.421*	.000
6. ติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่สนใจ	0.177	4	12.859*	.000
7. เล่นเกม	0.106	9	7.405*	.000
8. เป็นช่องทางนำเสนอผลงาน	0.244	1	15.625*	.000
9. เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ	0.106	9	8.044*	.000
10. เพื่อซื้อขายสินค้า	0.109	8	7.769*	.000
11. เป็นพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนความเห็นประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคม	0.216	2	13.088*	.000
12. ติดตามการเคลื่อนไหวของดารา เพลง ชาวบุคคล ที่มีชื่อเสียง	0.141	6	11.072*	.000
รวม	0.145		15.070*	.000

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์การจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลจากการประเมินความต้องการจำเป็นตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยการเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูล Modified Priorith Need Index และผลการทดสอบความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต ในภาพรวมและรายข้อ แบบ Paired-samples t test

พบว่า ค่าทีเรโซ (t ratio) ที่คำนวณได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อ แสดงว่า ประชาชนที่ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันเพื่อรองรับการดำเนินชีวิตในภาวะวิกฤตมีความต้องการจำเป็นทุกข้อ

รูปแบบการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกต จำนวน 12 ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 66 คู่ ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวก มีขนาดของความสัมพันธ์หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.185–0.795 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรสังเกตที่มีระดับความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูงจำนวน 8 คู่ ตัวแปรสังเกตที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง จำนวน 36 คู่ ตัวแปรสังเกตที่มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ จำนวน 21 คู่ และตัวแปรสังเกตที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำจำนวน 1 คู่ ส่วนตัวแปรสังเกตที่มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูงมากที่สุดคือ ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่างๆ กับใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์โพสต์รูปหรือแชร์กิจกรรมต่างๆ ของตนเองให้บุคคลอื่นได้รับทราบ และส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำที่สุด คือ ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคมกับใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์โพสต์รูปหรือแชร์กิจกรรมต่างๆ ของตนเองให้บุคคลอื่นได้รับทราบ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต พบว่า ประชาชนจากทั่วประเทศที่มีคุณสมบัติเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน โดยเป็นผู้ที่ใช้งานเป็นประจำสัปดาห์ละไม่น้อยกว่า 5 ชั่วโมง ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤตในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องจากประชาชนมีพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันเพื่อสำหรับโพสต์รูป หรือแชร์กิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองให้บุคคลอื่นได้รับทราบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อสังคมออนไลน์ประเภท LINE, Facebook และ Tiktok เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถสร้างความสนุกสนาน ในการแชร์ข้อมูลข่าวสาร การแบ่งปันความรู้สึกร่วมกัน ช่องทางติดต่อหรือการพูดคุยกับญาติเพื่อน หรือคนรู้จักที่สามารถพูดคุยกันทั้งในรูปแบบเสียง วิดีโอ อีกทั้งยังสามารถช่วยทำให้เกิดความผ่อนคลายอารมณ์ให้แก่ผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี เช่น การส่งรูปภาพ การส่งสติ๊กเกอร์ การส่งข้อความ หรือวิดีโอให้แก่เพื่อน คนที่ตนเองรู้จัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saelim et al. (2015) พบว่า ไลน์เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ได้เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และทำให้ได้แลกเปลี่ยน

ข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นต่าง ๆ กับบุคคลอื่น นอกจากนี้ในกลุ่มวัยอื่นที่ใช้แอปพลิเคชันไลน์ ยังมีพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจประโยชน์จากแอปพลิเคชันไลน์ จึงทำให้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นหนึ่งในช่องทางในการเผยแพร่ความบันเทิง และผ่อนคลายความตึงเครียดให้กับผู้ใช้งานที่ไม่สามารถดำเนินชีวิตของตนเองได้ปกติในช่วงภาวะวิกฤตทำให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้การใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่ามีความจำเป็นอย่างมากต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิด Davis (1989) อธิบายว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานของแต่ละบุคคลจะส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน กล่าวคือ หากบุคคลรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานและรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยีใด ๆ จะทำให้บุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ และจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีตามไปด้วยและเกิดการใช้งานจริงในที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ruchiwattanakon (2013) พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการศึกษาของนักศึกษาปริญญาตรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเด็นด้านการเรียนการสอนอยู่ในระดับมาก

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความต้องการจำเป็นของพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางให้ผู้อื่นได้รับชมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของตนเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนที่มีการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันนั้นมีความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤตเพื่อสำหรับเป็นช่องทางในการนำเสนอผลงานเป็นพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคมในปัจจุบัน ซึ่งทำให้ประชาชนสามารถได้รับชมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างตนเองกับคนอื่น ๆ โดยสามารถติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่สนใจได้ตลอดเวลา ค้นหาข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ และเป็นช่องทางสำหรับการติดต่อหรือการพบกับญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก สำหรับการโพสต์รูปหรือแชร์กิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองให้บุคคลอื่นได้รับรู้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Thongmeekhaun et al. (2020) พบว่า ในการเรียนการสอนได้นำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ประกอบโดยสอดคล้องด้านความบันเทิง เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการศึกษาและการสื่อสารมากขึ้นเพราะเป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับการดำเนินชีวิตประจำวัน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรสังเกตส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 66 คู่ ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน และผลการทดสอบความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤตในภาพรวมและรายข้อ แบบ Paired-samples t test พบว่า ค่าทีเรโซ (t ratio) ที่คำนวณได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางสื่อสารเพื่อเป็นการสร้างความบันเทิงในกลุ่มผู้ใช้และผู้ติดตามระหว่างกัน ช่วยส่งเสริมการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างตนเองและบุคคลอื่น ตลอดจนเพื่อการ

ค้นคว้าหาข้อมูลด้านต่างๆ ทั้งในชีวิตส่วนตัวและการเรียนได้อีกช่องทางหนึ่งดีเป็นอย่างยิ่ง ประกอบกับปัจจุบันอินเทอร์เน็ตถูกมองว่าทำให้เกิดภาพด้านลบแก่สังคม เนื่องจากมีข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์เสมอๆ ถึงภัยอันตรายที่ได้รับจากการเข้าไปใช้บริการ โดยเฉพาะการเข้าไปสนทนากับผู้ที่ไม่รู้จัก แต่ในอีกมุมหนึ่งการเข้าไปในห้องสนทนาที่สร้างสรรค์ ซึ่งผู้ที่อยู่ในกลุ่มสนทนา มีความชอบ/ ความสนใจใกล้เคียงกัน จะช่วยให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคม และเกิดการสร้างสรรค์กิจกรรมอันดีงามได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Srisontisuk et al. (2020) พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์นักเรียนมัธยมศึกษาเพื่อการค้นหาข้อมูล เพื่อการเรียนรู้ ความบันเทิง ใช้ติดต่อกับกลุ่มเพื่อน และใช้ขายสินค้า โดยเฉลี่ยใช้สื่อออนไลน์ติดต่อกับข่าวสารกับกลุ่มเพื่อน และเพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือการใช้งานสื่อออนไลน์ในการใช้ปรึกษา แลกเปลี่ยนความรู้ เวลาทำการบ้านกับเพื่อน และลำดับสุดท้ายคือการใช้งานสื่อออนไลน์ ด้านธุรกิจในการประกาศขายสินค้าออนไลน์ และติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าออนไลน์

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย สามารถอธิบายได้ว่า เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในช่วงภาวะวิกฤต ที่ประชาชนนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) เพื่อการศึกษาหาความรู้ ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลข่าวสารและความรู้ ติดตามข่าวสาร และเหตุการณ์ต่างๆ รับส่งเอกสาร และนำเสนอผลงาน 2) เพื่อความบันเทิง ประกอบด้วย ซื้อขายสินค้า เล่นเกม และติดตามการเคลื่อนไหวของบุคคลที่มีชื่อเสียง และ 3) เพื่อการเข้าสังคม ประกอบด้วย เป็นช่องทางติดต่อหรือการพบกับญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก โพสต์รูปหรือแชร์กิจกรรมต่างๆ ของตนเอง เผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ข้อมูล เป็นช่องทางให้ผู้อื่นได้รับชมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนความเห็นกับผู้อื่น ดังนั้น ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันควรพัฒนาเครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ที่เอื้อต่อการใช้งานของประชาชน ทำให้เกิดการใช้อย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชน และเป็นประโยชน์ต่อการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวัน



แผนภาพที่ 1 แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ที่ประชาชนใช้ในภาวะวิกฤต

สรุป

เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมเพื่อใช้สื่อสารและการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันผ่านเครือข่ายทางสังคมที่ง่ายต่อการใช้งานและมีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตในภาวะวิกฤต เช่น เกิดโรคระบาด เกิดอุบัติเหตุ เกิดข่าวลือที่ไม่พึงประสงค์ โดยประชาชนเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การศึกษาหาความรู้ 2) ความบันเทิง และ 3) การเข้าสังคม เพื่อให้เกิดความรู้ เพื่อให้เกิดความรู้เท่าทันสื่อและเกิดการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการศึกษาศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงภาวะวิกฤต ส่วนมากใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์โพสต์รูปหรือแชร์กิจกรรมต่างๆ ของตนเองให้บุคคลอื่นได้รับทราบ ดังนั้น ควรมีการพัฒนากระบวนการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ที่หลากหลายได้ง่ายขึ้น เนื่องจากกระแสการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบทางสื่อสังคมออนไลน์มีหลัก

ข้อมูลเชิงประจักษ์มากมายจนเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรกำหนดเป็นนโยบายของทางสนับสนุน และมีแนวทางขับเคลื่อนอย่างชัดเจน และจริงจังในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ พัฒนาช่องทางการแสวงหา โอกาสทางธุรกิจ และให้ประชาชนทั่วไปรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อกฎหมาย แนวทางการปฏิบัติตนในใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์

2. จากผลการศึกษาศึกษาความต้องการจำเป็นในการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต ส่วนมากใช้เป็นช่องทางนำเสนอผลงานสำหรับแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคม ดังนั้น ควรส่งเสริมการค้นคว้าความรู้ การสร้าง และแสวงหาความรู้ใหม่ เพื่อให้มีการนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างเป็นระบบ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาลักษณะของเครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เพื่อให้ได้คุณลักษณะเด่นของเครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับการใช้งานประเภทต่าง ๆ

2. ควรศึกษาถึงผลดีและผลเสียของการใช้เครื่องมือและสื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภท เพื่อให้มีแนวทางการใช้งานที่เหมาะสมกับคนไทย

References

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dusit Poll. (2020). *Thai behavior how much has changed in the age of COVID-19?*. Bangkokbiznews. <https://www.bangkokbiznews.com/social/958385>
- James, P. W. (2014). *Media literacy* (7th ed.). Sage Publications.
- Kongsuk, S. (2001). *Introduction to the internet*. Emphan Publishing Company.
- Ministry of Digital Economy and Society. (2019). *What is digital literacy*. Office of the Civil Service Commission (OCSC). <https://www.ocsc.go.th/DLProject/mean-dlp>
- Ministry of Information and Communication Technology. (2016). *digital development plan for economy and society ministry of information and communication technology*. Ministry of Information and Communication Technology.
- Pankaew, K. (2004). *Current conditions, problems and use of the Internet for education among Students, Graduate level*. Khon Kaen University.
- Ratchatanon, O. et al. (2020). *The impact of e-commerce business on local entrepreneurs*. Bank of Thailand.

- Ruchi wattanakon, J. (2013). *Behavior of different types of media exposure. of undergraduate students*[Master's Thesis, The Institute of Physical Education Chaiyaphum Campus].
- Saelim, S. et al. (2015). *Behavior of using line applications in Bangkok*. Thammasat University.
- Songsunthornwong, C. (2016). Service innovation: A strategy that creates competitive advantages of service businesses. *Journal of Modern Management*, 14(2), 13–24.
- Srisontisuk, S., & Aimimtham, S. (2020). The behavior of social media usage of high school students in Vientiane, Lao People's Democratic Republic. *Humanities & Social Sciences*, 37(2), 120–142.
- Sueasakul, A. (2004). *Crisis Communication. A comparative case study of SARS and avian influenza by the Ministry of Public Health*. Thammasat University.
- Sukchuen, S. (1997). *The implementation of the national information technology policy: A case study office of the civil service commission*. Ramkhamhaeng University.
- Thongmeekhaun, T. et al. (2020). online social network using behavior among nursing students of Boromarajonani College of Nursing, Songkhla. *Journal of Nursing Siam University*, 21(41), 67–77.
- Wongwanich, S. (2007). *Needs assessment research*. Chulalongkorn University.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.