

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์ลักษณะประชากร รูปแบบการดำเนินชีวิต ศึกษาถึงพฤติกรรม และความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยผู้ศึกษาสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับการจัดการกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตตามลักษณะของ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจัดสรรเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่สนใจเป็นพิเศษและการให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิจัยในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมีข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูล เพศ อายุ ชั้นปี การศึกษา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน แหล่งที่มาของรายได้ รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน และอุปกรณ์สื่อสารที่มีในครอบครอง โดยแสดงผลการวิเคราะห์เป็นจำนวนและร้อยละได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ และชั้นปี

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	169	42.30
หญิง	231	57.80
รวม	400	100.00
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 ปี	73	18.30
19 ปี	220	55.00
20 ปี	52	13.00
21 ปี	41	10.30
22 ปี	10	2.50
24 ปี	4	1.00
รวม	400	100.00
ชั้นปีการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปีที่ 1	73	18.25
ปีที่ 2	220	55.00
ปีที่ 3	52	13.00
ปีที่ 4	41	10.25
อื่นๆ	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 (ร้อยละ 57.80) และเป็นเพศชาย จำนวน 169 คน (ร้อยละ 42.30) ส่วนใหญ่มีอายุ 19 ปี จำนวน 220 คน (ร้อยละ 55.00) รองลงมา มีอายุ 18 ปี จำนวน 73 คน (ร้อยละ 18.30) และพบน้อยที่สุดมีอายุ 24 ปี จำนวน 4 คน (ร้อยละ 1.00) ตามลำดับ ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 จำนวน 220 คน (ร้อยละ 55.00) รองลงมา กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 73 คน (ร้อยละ 18.30) ตามลำดับ

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2,000 บาท	5	1.25
2,001 – 3,000 บาท	10	2.50
3,001 – 4,000 บาท	75	18.75
4,001 – 5,000 บาท	284	71.00
5,001 บาทขึ้นไป	26	6.50
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 4,001 – 5,000 บาท จำนวน 284 คน (ร้อยละ 71.00) รองลงมาคือค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ในช่วง 3,001 – 4,000 บาท จำนวน 75 คน (ร้อยละ 18.75) และพบน้อยที่สุดมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนน้อยกว่า 2,000 บาท จำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.25) ตามลำดับ

ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้

แหล่งที่มาของรายได้	จำนวน	ร้อยละ
บิดา-มารดา	406	47.30
ญาติพี่น้อง/ผู้ปกครอง	113	13.20
ทุนการศึกษา	124	14.50
เงินกู้	119	13.90
ทำงานประจำ	80	9.30
ทำงานพิเศษ	16	1.90
รวม	858	100.00

จากตาราง 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของรายได้จากบิดา-มารดา จำนวน 406 คน (ร้อยละ 47.30) รองลงมาคือแหล่งที่มาของรายได้จากทุนการศึกษาจำนวน 124 คน (ร้อยละ 14.50) และพบน้อยที่สุดมีแหล่งที่มาของรายได้จากการทำงานพิเศษจำนวน 16 คน (ร้อยละ 1.90) ตามลำดับ

ตาราง 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ผู้ปกครองต่อเดือน

รายได้ของผู้ปกครอง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	55	13.80
10,001 – 20,000 บาท	78	19.50
20,001 – 30,000 บาท	83	20.80
30,001 – 40,000 บาท	58	14.50
40,001 – 50,000 บาท	34	8.50
50,001 – 60,000 บาท	43	10.70
60,000 บาทขึ้นไป	49	12.20
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ส่วนใหญ่รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 83 คน (ร้อยละ 20.70) รองลงมารายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 78 คน (ร้อยละ 19.50) และพบน้อยที่สุดรายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนอยู่ในช่วง 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 34 คน (ร้อยละ 8.50) ตามลำดับ

ตาราง 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีที่มีในครอบครอง

อุปกรณ์สื่อสารในครอบครอง	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ	366	39.23
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	141	15.11
คอมพิวเตอร์โน้ตบุค	313	33.55
สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ต	113	12.11
อื่นๆ	0	0.00
รวม	933	100.00

จากตาราง 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์สื่อสาร จำนวน 366 คน (ร้อยละ 39.23) รองลงมาใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุคเป็นอุปกรณ์สื่อสาร จำนวน 313 คน (ร้อยละ 33.55) ตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

การวิจัยในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมีข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยแสดงผลการวิเคราะห์เป็นจำนวนและร้อยละได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้	จำนวน	ร้อยละ
Facebook	346	46.20
Twitter	35	4.70
Hi5	18	2.40
Google Plus	3	0.40
YouTube	339	45.30
อื่น ๆ	8	1.00
รวม	749	100.00

จากตาราง 4.6 การสำรวจพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่นิยมใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook จำนวน 346 คน (ร้อยละ 46.20) รองลงมาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ YouTube จำนวน 339 คน (ร้อยละ 45.30) และพบน้อยที่สุดใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Google Plus จำนวน 3 คน (ร้อยละ 0.40) และมีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ คือ Instagram, Line จำนวน 8 คน (ร้อยละ 1.00)

ตาราง 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้งาน

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการบันเทิง	293	20.00
เพื่ออัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ	268	18.30
เพื่อทำธุรกิจส่วนตัว	27	1.80
เพื่อซื้อสินค้าและบริการ	54	3.70
เพื่อการศึกษาหาข้อมูล	161	11.00
เพื่อหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล	212	14.40
เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือเชิญชวนให้บุคคลอื่น	27	1.80
เพื่อร่วมกิจกรรมสังคม	187	12.70
เพื่องานอดิเรก	212	14.40
เพื่อสุขภาพ	27	1.80
รวม	1,468	100.00

จากตาราง 4.7 การสำรวจพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการบันเทิง จำนวน 293 คน (ร้อยละ 20.00) รองลงมาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ จำนวน 268 คน (ร้อยละ 18.30) และพบน้อยที่สุดใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อทำธุรกิจส่วนตัว เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือเชิญชวนให้บุคคลอื่น และเพื่อสุขภาพ จำนวน 27 คน (ร้อยละ 1.80) ตามลำดับ

ตาราง 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านทางช่องทางใดมากที่สุด

ช่องทางการเข้าใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์ส่วนตัว	225	38.59
คอมพิวเตอร์ในสถานศึกษา	45	7.72
คอมพิวเตอร์ในร้านอินเทอร์เน็ต	53	9.09
โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต	260	44.60
รวม	583	100.00

จากตาราง 4.8 การสำรวจพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ตเป็นช่องทางใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 260 คน (ร้อยละ 44.60) รองลงมาใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวเป็นช่องทางใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 225 คน (ร้อยละ 38.59) และพบน้อยที่สุดคอมพิวเตอร์ในสถานศึกษาเป็นช่องทางใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 45 คน (ร้อยละ 7.72)

ตาราง 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เปิดเข้าใช้งานเว็บไซต์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์

สถานที่เปิดเข้าใช้	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน/หอพัก	390	58.40
ที่ทำงาน	9	1.30
ร้านอินเทอร์เน็ต	77	11.50
ร้านกาแฟ	19	2.80
สถานศึกษา	163	24.40
อื่น ๆ	10	1.50
รวม	668	100.00

จากตาราง 4.9 การสำรวจพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้านหรือหอพัก จำนวน 390 คน (ร้อยละ 58.40) รองลงมาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สถานศึกษา จำนวน 163 คน (ร้อยละ 24.40) และพบน้อยที่สุดใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ทำงานจำนวน 9 คน (ร้อยละ 1.30) ตามลำดับ

ตาราง 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ใช้งานเว็บไซต์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์

ช่วงเวลาที่เข้าใช้	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า (5.00 – 8.00 น.)	105	10.50
ช่วงเช้าเรียน (8.00 – 12.00 น.)	45	4.50
ช่วงพักกลางวัน (12.00 – 13.00 น.)	45	4.50
ช่วงเรียนบ่าย (13.00 – 16.00 น.)	45	4.50
ช่วงเย็น (16.00 – 19.00 น.)	270	27.00
ช่วงกลางดึก (19.00 – 24.00 น.)	355	35.50
ช่วงหลังเที่ยงคืน (24.00 – 5.00 น.)	135	13.50
รวม	1,000	100.00

จากตาราง 4.10 การสำรวจพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงกลางดึก (19.00 – 24.00 น.) จำนวน 355 คน (ร้อยละ 35.50) รองลงมาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงเย็น (16.00 – 19.00 น.) จำนวน 270 คน (ร้อยละ 27.00) พบน้อยที่สุดใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงเช้าเรียน (8.00 – 12.00 น.) ช่วงพักกลางวัน (12.00 – 13.00 น.) และช่วงเรียนบ่าย (13.00 – 16.00 น.) จำนวน 45 คน (ร้อยละ 4.50) ตามลำดับ

ตาราง 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้งานเว็บไซต์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์

ความถี่ในการเข้าใช้	จำนวน	ร้อยละ
2 วัน/สัปดาห์	3	0.80
3 วัน/สัปดาห์	2	0.50
4 วัน/สัปดาห์	26	6.50
5 วัน/สัปดาห์	59	14.80
6 วัน/สัปดาห์	9	2.30
7 วัน/สัปดาห์	301	75.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.11 การสำรวจพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกวัน จำนวน 301 คน (ร้อยละ 75.30) รองลงมาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ 5 วัน/สัปดาห์ จำนวน 59 คน (ร้อยละ 14.80) และพบน้อยที่สุดใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 วัน/สัปดาห์ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.50)

ตาราง 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาใช้งานเว็บไซต์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์

ระยะเวลาใช้งาน (นาที)	จำนวน	ร้อยละ
5	2	0.50
8	1	0.30
10	5	1.30
15	2	0.30
20	18	4.50
30	77	19.30
33	10	2.50
50	1	0.30
60	34	8.50

ตาราง 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาใช้งานเว็บไซต์หรือ
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ต่อ)

ระยะเวลาใช้งาน (นาที)	จำนวน	ร้อยละ
70	1	0.30
80	1	0.30
90	2	0.50
110	1	0.30
120	70	17.50
150	1	0.30
180	55	13.80
200	11	2.80
240	8	2.00
300	68	17.00
360	27	6.80
400	1	0.30
480	1	0.30
600	1	0.30
900	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.12 การสำรวจพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ใช้งาน 30 นาทีต่อครั้ง จำนวน 77 คน (ร้อยละ 19.30) รองลงมาใช้งาน 120 นาทีต่อครั้ง จำนวน 70 คน (ร้อยละ 17.50) พบน้อยที่สุดใช้งาน 8 นาทีต่อครั้ง, 50 นาทีต่อครั้ง, 70 นาทีต่อครั้ง, 80 นาทีต่อครั้ง, 110 นาทีต่อครั้ง, 150 นาทีต่อครั้ง, 400 นาทีต่อครั้ง, 480 นาทีต่อครั้ง และ 600 นาทีต่อครั้ง อย่างละจำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.30) ตามลำดับ

4.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยมีการจัดการกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตตามลักษณะของ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) โดยแสดงผลการวิเคราะห์เป็นจำนวนและร้อยละได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านกิจกรรม

กิจกรรม	ระดับการทำกิจกรรม					\bar{X}	SD	แปลผล
	ไม่เคยเลย จำนวน (ร้อยละ)	นานๆ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	เป็น บางครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ค่อนข้าง บ่อย จำนวน (ร้อยละ)	เป็นประจำ จำนวน (ร้อยละ)			
กิจกรรมตนเอง/ครอบครัว								
เข้าเรียนทุกครั้งและจะขาดเรียนเฉพาะเมื่อจำเป็นเท่านั้น	1 (0.3)	23 (5.8)	26 (6.5)	155 (38.8)	195 (48.9)	4.30	0.847	เป็นประจำ
เข้าเรียนตรงต่อเวลาเสมอ	0 (0.0)	37 (9.3)	40 (10.0)	218 (54.5)	105 (26.3)	4.00	0.857	ค่อนข้างบ่อย
หาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เช่น เข้าร่วมอบรม เข้าห้องสมุด	26 (6.5)	104 (26.1)	187 (46.8)	76 (19.0)	7 (1.8)	2.84	0.869	เป็นบางครั้ง
รวม						3.71	0.858	ค่อนข้างบ่อย

ตาราง 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านกิจกรรม (ต่อ)

กิจกรรม	ระดับการทำกิจกรรม					\bar{X}	SD	แปลผล
	ไม่เคยเลย จำนวน (ร้อยละ)	นานๆ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	เป็น บางครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ค่อนข้าง บ่อย จำนวน (ร้อยละ)	เป็นประจำ จำนวน (ร้อยละ)			
กิจกรรมงานอดิเรก/การพักผ่อน								
ฟังเพลงและชมภาพยนตร์	0 (0.0)	22 (5.5)	52 (13.0)	130 (32.6)	196 (49.0)	4.25	0.883	เป็นประจำ
ทำงานศิลปะ	4 (1.0)	34 (8.5)	132 (33.1)	146 (36.5)	84 (21.1)	3.68	0.933	ค่อนข้างบ่อย
เลี้ยงสัตว์	75 (18.8)	109 (27.3)	96 (24.1)	38 (9.5)	82 (20.6)	2.86	1.386	เป็นบางครั้ง
ดูโทรทัศน์ เช่น ละครทีวี เคเบิลทีวี ทีวีดาวเทียม	31 (7.8)	94 (23.6)	132 (33.0)	109 (27.3)	34 (8.5)	3.05	1.076	เป็นบางครั้ง
นอนหลับพักผ่อน	0 (0.0)	9 (2.3)	47 (11.8)	200 (50.0)	144 (36.1)	4.20	0.728	ค่อนข้างบ่อย
เล่นอินเทอร์เน็ต/เกมส์	1 (0.3)	6 (1.5)	21 (5.3)	142 (35.6)	230 (57.5)	4.48	0.690	เป็นประจำ
อ่านหนังสือ/นิตยสาร/นวนิยาย	23 (5.8)	18 (4.5)	132 (33.0)	136 (34.1)	91 (22.8)	3.64	1.060	ค่อนข้างบ่อย
รวม						3.34	0.965	เป็นบางครั้ง

ตาราง 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านกิจกรรม (ต่อ)

กิจกรรม	ระดับการทำกิจกรรม					\bar{X}	SD	แปลผล
	ไม่เคย เลย จำนวน (ร้อยละ)	นานๆ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	เป็น บางครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ค่อนข้าง บ่อย จำนวน (ร้อยละ)	เป็น ประจำ จำนวน (ร้อยละ)			
กิจกรรมที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ								
ซื้อสินค้าเทคโนโลยีที่ออกใหม่ล่าสุด	79 (19.8)	140 (35.0)	122 (30.5)	50 (12.5)	9 (2.3)	2.42	1.013	นานๆ ครั้ง
ซื้อสินค้าที่มีข้อดีเพื่อป้องกันภัยถึงทรัพย์สินของตนเอง	119 (29.8)	74 (18.5)	118 (29.5)	69 (17.3)	20 (5.0)	2.49	1.222	นานๆ ครั้ง
ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	8 (2.0)	91 (22.8)	100 (25.0)	139 (34.8)	62 (15.5)	3.39	1.152	นานๆ ครั้ง
เปรียบเทียบราคาสินค้าต่างๆก่อนที่จะเลือกซื้อเสมอ	4 (1.0)	4 (1.0)	99 (24.8)	152 (38.0)	141 (35.3)	4.06	0.854	ค่อนข้าง บ่อย
รวม						3.09	1.060	เป็น บางครั้ง
กิจกรรมทางความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม								
โทรศัพท์คุยกับเพื่อน/นัดเจอกับเพื่อนเป็นประจำ	5 (1.3)	93 (23.3)	107 (26.8)	152 (38.0)	43 (10.8)	3.33	0.990	เป็น บางครั้ง
ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	0 (0.0)	64 (16.0)	138 (34.5)	93 (23.3)	105 (26.3)	3.60	1.043	ค่อนข้าง บ่อย
ท่องเที่ยวตามสถานบันเทิงต่างๆ	7 (1.8)	143 (35.8)	99 (24.8)	93 (23.3)	58 (14.5)	3.13	1.107	ค่อนข้าง บ่อย
รวม						3.35	1.047	ค่อนข้าง บ่อย

ตาราง 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านกิจกรรม (ต่อ)

กิจกรรม	ระดับการทำกิจกรรม					\bar{X}	SD	แปลผล
	ไม่เคยเลย จำนวน (ร้อยละ)	นานๆ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	เป็นบางครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ค่อนข้าง บ่อย จำนวน (ร้อยละ)	เป็นประจำ จำนวน (ร้อยละ)			
กิจกรรมด้านความงาม/สุขภาพ								
ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาอยู่เสมอ	1 (0.3)	157 (39.3)	137 (34.3)	76 (19.0)	29 (7.3)	2.93	0.939	เป็น บางครั้ง
รับประทานอาหารตามร้านอาหาร ในห้าง หรือแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ	2 (0.5)	160 (40.0)	135 (33.8)	66 (16.5)	37 (9.3)	2.94	0.977	เป็น บางครั้ง
ทำกิจกรรมกับสมาชิกในครอบครัว	10 (2.5)	106 (26.5)	75 (18.8)	165 (41.3)	44 (11.0)	3.32	1.058	เป็น บางครั้ง
รวม						3.06	0.991	เป็น บางครั้ง
กิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม								
เข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณี	0 (0.0)	75 (18.8)	88 (22.0)	112 (28.0)	125 (31.3)	3.72	1.098	ค่อนข้าง บ่อย
เป็นอาสาสมัครทำกิจกรรมเพื่อ สังคม	64 (16.0)	83 (20.8)	83 (20.8)	122 (30.5)	48 (12.0)	3.02	1.279	เป็น บางครั้ง
ทำกิจกรรมทางศาสนาอยู่เสมอ	23 (5.8)	104 (26.0)	188 (47.0)	49 (12.3)	36 (9.0)	2.93	0.985	เป็น บางครั้ง
รวม						3.22	1.121	เป็น บางครั้ง

จากตารางที่ 4.13 จากการสำรวจระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดสรรเวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ พบว่าส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่อตนเอง/ครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ย 3.71 มีกิจกรรมย่อยที่สำคัญที่สุดได้แก่ เข้าเรียนทุกครั้งและจะขาดเรียนเฉพาะเมื่อจำเป็นเท่านั้น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาจะให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางความบันเทิง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 มีกิจกรรมย่อยที่สำคัญที่สุดได้แก่ ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.60

และความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09 โดยมีกิจกรรม
ย่อยที่สำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ ซื่อสัตย์เทคโนโลยีที่ออกใหม่ล่าสุด โดยมีค่าเฉลี่ย 2.42 ตามลำดับ

ตาราง 4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก
ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านความสนใจ

ความสนใจ	ระดับความสนใจ					\bar{X}	SD	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)			
ความสนใจต่อตนเอง/ครอบครัว								
สนใจและเอาใจใส่สุขภาพคนใน ครอบครัว	3 (0.8)	25 (6.3)	102 (25.5)	171 (42.8)	99 (24.8)	3.85	0.893	มาก
สนใจในเรื่องการเรียนเป็นอันดับ หนึ่งของชีวิต	1 (0.3)	38 (9.5)	149 (37.3)	177 (44.3)	35 (8.8)	3.52	0.795	มาก
สนใจจะทำงานให้ตรงกับสาขาที่ เรียน	0 (0.0)	8 (2.0)	76 (19.0)	251 (62.8)	65 (16.3)	3.93	0.655	มาก
สนใจภาพลักษณ์ของตนเองในทุกๆ ด้าน	12 (3.0)	14 (3.5)	167 (41.8)	89 (22.3)	118 (29.5)	3.72	1.022	มาก
รวม						3.76	0.841	มาก
ความสนใจงานอดิเรก/การพักผ่อน								
สนใจข้อมูลท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ธรรมชาติ	0 (0.0)	47 (11.8)	82 (20.5)	134 (33.5)	137 (34.3)	3.90	1.005	มาก
สนใจเรื่องการพักผ่อนพอกๆกับเรื่อง การเรียน	0 (0.0)	2 (0.5)	25 (6.3)	163 (40.8)	210 (52.5)	4.45	0.635	มากที่สุด
สนใจใช้เวลาว่างอยู่กับตัวเอง มากกว่าออกไปกับเพื่อน	0 (0.0)	29 (7.3)	124 (31.0)	148 (37.0)	99 (24.8)	3.79	0.898	มาก
รวม						4.05	0.846	มาก

ตาราง 4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านความสนใจ (ต่อ)

ความสนใจ	ระดับความสนใจ					\bar{X}	SD	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)			
ความสนใจเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ								
สนใจข้อมูลสินค้าไฮเทค เทคโนโลยี รถยนต์ ฯลฯ รุ่นใหม่ๆ	43 (10.75)	70 (17.5)	135 (33.75)	116 (29.0)	36 (9.0)	3.08	1.249	ปาน กลาง
สนใจการอัปเดตข้อมูลของเพื่อน/ บุคคลที่มีชื่อเสียง	59 (14.8)	39 (9.8)	65 (16.3)	166 (41.5)	71 (17.8)	3.38	1.294	ปาน กลาง
สนใจซื้อสินค้าและบริการผ่านทาง อินเทอร์เน็ตมากกว่าซื้อจากร้านค้า	62 (15.5)	85 (21.3)	129 (32.3)	116 (29.0)	8 (2.0)	2.81	1.188	ปาน กลาง
รวม						3.09	1.243	ปาน กลาง
ความสนใจความบันเทิง/ความทันสมัย/สังคม								
สนใจข่าวสารทางด้านความบันเทิง	60 (15.0)	16 (4.0)	114 (28.5)	147 (36.8)	63 (15.8)	3.34	1.235	ปาน กลาง
สนใจซื้อเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกายตาม แฟชั่น	80 (20.0)	100 (25.0)	106 (26.5)	90 (22.5)	24 (6.0)	2.70	1.194	ปาน กลาง
สนใจและติดตามข่าวสารอัปเดต ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	5 (1.3)	25 (6.3)	89 (22.3)	178 (44.5)	103 (25.8)	3.87	0.910	มาก
รวม						3.30	1.113	ปาน กลาง
ความสนใจความงาม/สุขภาพ								
สนใจข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพความ สวยความงาม	50 (12.5)	80 (20.0)	144 (36.0)	111 (27.8)	45 (11.3)	3.05	1.195	ปาน กลาง
สนใจผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลสุขภาพ และความงาม	76 (19.0)	62 (15.5)	88 (22.0)	136 (34.0)	38 (9.5)	3.00	1.280	ปาน กลาง
รวม						3.02	1.238	ปาน กลาง

ตาราง 4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านความสนใจ (ต่อ)

ความสนใจ	ระดับความสนใจ					\bar{X}	SD	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)			
สนใจทางวัฒนธรรม/ศาสนา								
สนใจนิทรรศการทาง ศิลปวัฒนธรรมประวัติศาสตร์	7 (1.8)	63 (15.8)	195 (48.8)	50 (12.5)	85 (21.3)	3.36	1.038	ปาน กลาง
สนใจธรรมะ การปฏิบัติธรรม	52 (13.0)	78 (19.5)	169 (42.5)	90 (22.5)	11 (2.8)	2.83	1.011	ปาน กลาง
สนใจปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม	6 (1.5)	95 (23.8)	117 (29.3)	118 (29.5)	64 (16.0)	3.35	1.059	ปาน กลาง
สนใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศน์	7 (1.8)	115 (28.8)	111 (27.8)	134 (33.5)	33 (8.3)	3.18	0.997	ปาน กลาง
รวม						3.18	1.026	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.14 จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่สนใจเป็นพิเศษและการให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจงานอดิเรก/การพักผ่อน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 มีความสนใจเรื่องพักผ่อนพอๆกับการเรียนมากที่สุด ใน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมาให้ความสนใจกับตนเองและครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 มีความสนใจที่จะทำงานให้ตรงกับสาขาที่เรียนมามากที่สุด ใน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.93 และมีความสนใจด้านสุขภาพน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.02 มีความสนใจสนใจผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลสุขภาพน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ตาราง 4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านความคิดเห็น

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)			
ความคิดเห็นต่อตนเอง/ครอบครัว								
คำปรึกษาของครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากกว่าเพื่อน	0 (0.0)	21 (5.3)	132 (33.0)	158 (39.5)	89 (22.3)	3.79	0.848	มาก
การจัดระเบียบสังคมการแข่งขันทบกีฬาวัยรุ่นเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	4 (1.0)	44 (11.0)	129 (32.3)	111 (27.8)	112 (28.0)	3.71	1.024	มาก
การอยู่ร่วมกันก่อนแต่งงานไม่ใช่เรื่องเสียหาย	45 (11.3)	54 (13.5)	163 (40.8)	94 (23.5)	44 (11.0)	3.10	1.120	ปานกลาง
รวม						3.53	0.997	มาก
ความคิดเห็นต่อเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ								
การซื้อสินค้าที่มีหยัหรือ ราคาแพง ถือเป็นการใช้เงินอย่างคุ้มค่า	178 (44.5)	74 (18.5)	111 (27.8)	20 (5.0)	17 (4.3)	2.06	1.142	ปานกลาง
สินค้าเทคโนโลยีรุ่นล่าสุดย่อมดีกว่าเดิมและคุ้มค่ากับราคา	86 (21.5)	65 (16.3)	140 (35.0)	79 (19.8)	30 (7.5)	2.76	1.210	ปานกลาง
รวม						2.41	1.176	ปานกลาง
ความคิดเห็นต่องานอดิเรก/การพักผ่อน								
การไปพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงเป็นการพักผ่อนอย่างหนึ่ง	18 (4.5)	18 (4.5)	134 (33.5)	129 (32.3)	101 (25.3)	3.69	1.040	มาก
การใช้เวลาว่างในการเล่นอินเทอร์เน็ตเป็นการเสียเวลา	75 (18.8)	137 (34.3)	97 (24.3)	87 (21.8)	4 (1.0)	2.52	1.059	น้อย
วันหยุดพักผ่อนควรใช้เวลาอยู่กับครอบครัว	20 (5.0)	44 (11.0)	126 (31.5)	180 (45.0)	30 (7.5)	3.39	0.954	ปานกลาง
การใช้เงินกับการท่องเที่ยวไม่ใช่สิ่งที่ฟุ่มเฟือย	14 (3.5)	78 (19.5)	190 (47.5)	93 (23.3)	25 (6.3)	3.09	0.901	ปานกลาง
รวม						3.17	0.988	ปานกลาง

ตาราง 4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านความคิดเห็น (ต่อ)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)			
ความคิดเห็นต่อความบันเทิง/ความทันสมัย/สังคม								
การแต่งกายเป็นลิตีชีส่วนบุคคล เราจะแต่งกายอย่างไรก็ได้	5 (1.3)	7 (1.8)	68 (17.0)	198 (49.5)	122 (30.5)	4.06	0.809	มาก
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น เรื่องที่ไม่เสียหาย	62 (15.5)	58 (14.5)	164 (41.0)	101 (25.3)	15 (3.8)	2.87	1.074	ปาน กลาง
เราควรมีความสุขกับชีวิตและตัด ดวงมันทุกครั้งเมื่อมีโอกาส	7 (1.8)	21 (5.3)	96 (24.0)	100 (25.0)	176 (44.0)	4.04	1.024	มาก
การมีเพื่อนมากมายถึงการมีมนุษย์ สัมพันธ์ที่ดี	1 (0.3)	58 (14.5)	83 (20.8)	182 (45.5)	76 (19.0)	3.68	0.950	มาก
การไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งเป็นหน้าที่ สำคัญที่ทุกคนควรปฏิบัติ	0 (0.0)	23 (5.8)	99 (24.8)	133 (33.3)	145 (36.3)	4.00	0.918	มาก
รวม						3.73	0.955	มาก
ความคิดเห็นด้านสุขภาพ								
การออกกำลังกายสัปดาห์ละ 3 – 4 ครั้ง ไม่ถือเป็นการเสียเวลา	4 (1.0)	25 (6.3)	113 (28.3)	154 (38.4)	104 (26.0)	3.82	0.924	มาก
การรับประทานอาหารมังสวิรัต เป็น การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	24 (6.0)	56 (14.0)	109 (27.3)	128 (32.0)	83 (20.8)	3.48	1.144	มาก
ผู้ชายหันมาดูแลเอาใจใส่ตัวเอง รัก ความงาม เป็นเรื่องไม่แปลก	15 (3.8)	21 (5.3)	62 (15.5)	237 (59.3)	65 (16.3)	3.79	0.907	มาก
รวม						3.54	0.991	มาก

ตาราง 4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในองค์ประกอบด้านความคิดเห็น (ต่อ)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)			
ความคิดเห็นต่อวัฒนธรรม/ศาสนา								
ควรอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย	41 (10.3)	6 (1.5)	125 (31.3)	140 (35.0)	88 (22.0)	3.57	1.155	มาก
เราเพียงคนเดียวก็สามารถอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้	71 (17.8)	85 (21.3)	85 (21.3)	113 (28.3)	46 (11.5)	2.94	1.291	ปานกลาง
ควรช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ทุกครั้งที่มีโอกาส	20 (5.0)	8 (2.0)	33 (8.3)	222 (55.5)	117 (29.3)	4.02	0.952	มาก
รวม						3.51	1.132	มาก

จากตารางที่ 4.15 การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นทางความบันเทิงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.73 มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการแต่งกายเป็นสิทธิส่วนบุคคลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาความคิดเห็นด้านสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 มีความคิดเห็นออกกำลังกาย 3 – 4 ครั้ง ต่อสัปดาห์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 และน้อยที่สุดมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.41 มีความคิดเห็นการซื้อสินค้าที่หือแพงเป็นการใช้เงินคุ้มค่าในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 2.06 ตามลำดับ

4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

การศึกษาในครั้งนี้ได้เป็นการศึกษาหาความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยแสดงผลการวิเคราะห์เป็นจำนวนและร้อยละได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.16 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้

รูปแบบการดำเนินชีวิต	เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้						รวม
	Facebook	Twitter	Hi5	Google Plus	You Tube	อื่นๆ	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว	99 (28.61)	11 (31.43)	3 (16.67)	1 (33.33)	97 (28.61)	2 (25.00)	213
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน	74 (21.39)	4 (11.43)	6 (33.33)	0 (0.00)	75 (22.12)	0 (0.00)	159
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ	10 (2.89)	9 (25.71)	1 (5.56)	1 (33.33)	8 (2.36)	0 (0.00)	29
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม	70 (20.23)	6 (17.14)	7 (38.89)	1 (33.33)	75 (22.12)	6 (75.00)	165
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความงาม/สุขภาพ	42 (12.14)	2 (5.71)	1 (5.56)	0 (0.00)	37 (10.91)	0 (0.00)	82
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านศาสนาและวัฒนธรรม	51 (14.74)	3 (8.57)	0 (0.00)	0 (0.00)	47 (13.86)	0 (0.00)	101
รวม	346 (100)	35 (100)	18 (100)	3 (100)	339 (100)	8 (100)	749

จากตาราง 4.16 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) มาเป็นอันดับ 1 คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเอง

และครอบครัว 99 คน (ร้อยละ 28.61) รองลงมา คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรก และการพักผ่อน และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 74 คน (ร้อยละ 21.39) และ 70 คน (ร้อยละ 20.23) ตามลำดับ ส่วนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ยูทูป (You Tube) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการนิยมใช้เป็นอันดับสอง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่นิยมใช้งาน คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 97 คน (ร้อยละ 28.61) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 75 คน (ร้อยละ 22.12) ตามลำดับ

ตาราง 4.17 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและ วัตถุประสงค์ที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

รูปแบบ การดำเนินชีวิต	วัตถุประสงค์ที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์										รวม
	OJ1**	OJ2**	OJ3**	OJ4**	OJ5**	OJ6**	OJ7**	OJ8**	OJ10**	OJ11**	
รูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มุ่งเน้นด้านตนเองและ ครอบครัว	83 (28.33)	72 (26.87)	9 (33.33)	13 (24.07)	43 (26.71)	63 (29.72)	9 (33.33)	53 (28.34)	68 (32.08)	7 (25.93)	420
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและ การพักผ่อน	62 (21.16)	59 (22.01)	6 (22.22)	10 (18.52)	38 (23.60)	45 (21.23)	7 (25.93)	36 (19.25)	36 (16.98)	6 (22.22)	305
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ มุ่งเน้นด้านเทคโนโลยี/ สารสนเทศ/สินค้า/บริการ	17 (5.80)	11 (4.10)	3 (11.11)	2 (3.70)	5 (3.11)	6 (2.83)	1 (3.70)	4 (2.14)	5 (2.36)	0 (0.00)	54
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ ทันสมัย/สังคม	63 (21.50)	61 (22.76)	3 (11.11)	14 (25.93)	35 (21.74)	40 (18.87)	5 (18.52)	39 (20.86)	49 (23.11)	4 (14.81)	313
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ มุ่งเน้นด้านความงาม/ สุขภาพ	28 (9.56)	26 (9.70)	3 (11.11)	5 (9.26)	17 (10.56)	27 (12.74)	1 (3.70)	22 (11.76)	25 (11.79)	6 (22.22)	160
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ มุ่งเน้นด้านศาสนาและ วัฒนธรรม	40 (13.65)	39 (14.55)	3 (11.11)	10 (18.52)	23 (14.29)	31 (14.62)	4 (14.81)	33 (17.65)	29 (13.68)	4 (14.81)	216
รวม	293 (100)	268 (100)	27 (100)	54 (100)	161 (100)	212 (100)	27 (100)	187 (100)	212 (100)	27 (100)	1468

** ตัวแปรวัตถุประสงค์ที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในตาราง 4.17

- OJ1 = เพื่อการบันเทิง เช่น ติดตามข่าวสารจาก ศิลปิน, ดารา บุคคลที่มีชื่อเสียง
- OJ2 = เพื่อวัตถุประสงค์สถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ
- OJ3 = เพื่อทำธุรกิจส่วนตัว เช่น เชิญชวนบุคคลอื่นซื้อสินค้าและบริการ
- OJ4 = เพื่อซื้อสินค้าและบริการ
- OJ5 = เพื่อการศึกษาหาข้อมูล เช่น ติดตามข่าวสารของสินค้า, ผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ
- OJ6 = เพื่อหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล
- OJ7 = เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือเชิญชวนให้บุคคลอื่น เข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม
- OJ8 = เพื่อร่วมกิจกรรมทางสังคม เช่น สนทนากับเพื่อน (Chat)
- OJ10 = เพื่องานอดิเรก เช่น เล่นเกมส์ดูคลิปวิดีโอ ดูหนัง ฟังเพลง
- OJ11 = เพื่อสุขภาพ เช่น ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับ สุขภาพ ความงาม

จากตาราง 4.17 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตและวัตถุประสงค์ที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการบันเทิงมากที่สุด คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 83 คน (ร้อยละ 28.33) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 63 คน (ร้อยละ 21.50) และ 62 คน (ร้อยละ 21.16) ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์สถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพมากที่สุด คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 72 คน (ร้อยละ 26.87) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 61 คน (ร้อยละ 22.76) และ 59 คน (ร้อยละ 22.01) ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลมากที่สุด คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 63 คน (ร้อยละ 29.72) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 45 คน (ร้อยละ 21.23) และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 40 คน (ร้อยละ 18.87) ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่องานอดิเรกมากที่สุด คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 68 คน (ร้อยละ 32.08) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 49 คน (ร้อยละ 23.11) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 36 คน (ร้อยละ 16.98) ตามลำดับ

ตาราง 4.18 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและช่องทางใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ช่องทางใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์				รวม
	คอมพิวเตอร์ส่วนตัว	คอมพิวเตอร์ในสถานศึกษา	คอมพิวเตอร์ในร้านอินเทอร์เน็ต	โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว	63 (28.00)	11 (24.44)	12 (22.64)	77 (29.62)	163
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน	56 (24.89)	7 (15.56)	11 (20.75)	52 (20.00)	126
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ	19 (8.44)	10 (22.22)	9 (16.98)	48 (18.46)	86
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม	53 (23.56)	7 (15.56)	8 (15.09)	31 (11.92)	99
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความงาม/สุขภาพ	13 (5.78)	5 (11.11)	6 (11.32)	16 (6.15)	40
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านศาสนาและวัฒนธรรม	21 (9.33)	5 (11.11)	7 (13.21)	36 (13.85)	69
รวม	225 (100)	45 (100)	53 (100)	260 (100)	583

จากตาราง 4.18 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตและช่องทางใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่นิยมใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านทางคอมพิวเตอร์ส่วนตัว คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 63 คน (ร้อยละ 28.00) รองลงมา คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 56 คน

(ร้อยละ 24.89) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 53 คน (ร้อยละ 23.56) ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่นิยมใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ตมากที่สุด คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 77 คน (ร้อยละ 29.62) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 52 คน (ร้อยละ 20.00) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ 18 คน (ร้อยละ 18.46) ตามลำดับ

ตาราง 4.19 จำนวนและร้อยละตามความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและสถานที่เปิดใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

รูปแบบการดำเนินชีวิต	สถานที่เปิดใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์						รวม
	ที่บ้าน/ หอพัก	ที่ทำงาน	ร้าน อินเทอร์เน็ต	ร้าน กาแฟ	สถาน ศึกษา	ร้าน อาหาร	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน ตนเองและครอบครัว	105 (26.92)	3 (33.33)	23 (29.87)	5 (26.32)	46 (28.22)	4 (40.00)	186
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน งานอดิเรกและการพักผ่อน	81 (20.77)	4 (44.44)	16 (20.78)	9 (47.37)	34 (20.86)	3 (30.00)	147
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน เทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ	24 (6.15)	1 (11.11)	3 (3.90)	1 (5.26)	7 (4.29)	1 (10.00)	37
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน ความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม	69 (17.69)	1 (11.11)	17 (22.08)	1 (5.26)	32 (19.63)	2 (20.00)	122
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน ความงาม/สุขภาพ	51 (13.08)	0 (0.00)	8 (10.39)	2 (10.53)	21 (12.88)	0 (0.00)	82
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน ศาสนาและวัฒนธรรม	60 (15.38)	0 (0.00)	10 (12.99)	1 (5.26)	23 (14.11)	0 (0.00)	94
รวม	390 (100)	9 (100)	77 (100)	19 (100)	163 (100)	10 (100)	668

จากตาราง 4.19 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตและสถานที่เปิดใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่นิยมใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้าน และหอพัก คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 105 คน (ร้อยละ26.92) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 81 คน (ร้อยละ20.77) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 69 คน (ร้อยละ17.69) ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่นิยมเปิดใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในสถานศึกษา คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 46 คน (ร้อยละ28.22) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 34 คน (ร้อยละ20.86) และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 32 คน (ร้อยละ19.63) ตามลำดับ

ตาราง 4.20 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและเวลาที่เข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

รูปแบบการดำเนินชีวิต	เวลาที่เข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์							รวม
	T1**	T2**	T3**	T4**	T5**	T6**	T7**	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว	40 (38.10)	12 (26.67)	13 (28.89)	7 (15.56)	75 (27.78)	93 (26.20)	40 (29.63)	280
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน	19 (18.10)	10 (22.22)	8 (17.78)	7 (15.56)	47 (17.41)	85 (23.94)	28 (20.74)	204
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ	3 (2.86)	0 (0.00)	1 (2.22)	1 (2.22)	10 (3.70)	12 (3.38)	2 (1.48)	29
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม	19 (18.10)	11 (24.44)	13 (28.89)	12 (26.67)	63 (23.33)	78 (21.97)	28 (20.74)	224
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความงาม/สุขภาพ	12 (11.43)	6 (13.33)	5 (11.11)	6 (13.33)	39 (14.44)	39 (10.99)	16 (11.85)	123
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านศาสนาและวัฒนธรรม	12 (11.43)	6 (13.33)	5 (11.11)	12 (26.67)	36 (13.33)	48 (13.52)	21 (15.56)	140
รวม	105 (100)	45 (100)	45 (100)	45 (100)	270 (100)	355 (100)	135 (100)	1000

** ตัวแปรเวลาที่เข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในตาราง 4.20

- T1 = ช่วงเช้า (05.00 น. – 08.00 น.)
 T2 = ช่วงเรียนเช้า (08.00 น.– 12.00 น.)
 T3 = ช่วงพักกลางวัน (12.00 น. – 13.00 น.)
 T4 = ช่วงเรียนบ่าย (13.00น.– 16.00 น.)
 T5 = ช่วงเย็น (16.00 น.– 19.00 น.)
 T6 = ช่วงกลางคืน (19.00 น.– 24.00 น.)
 T7 = ช่วงหลังเที่ยงคืน (24.00น. – 05.00 น.)

จากตาราง 4.20 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตและเวลาที่เข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงกลางคืน (19.00 น. – 24.00 น.) เป็นประจำคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 93 คน (ร้อยละ 26.20) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 85 คน (ร้อยละ 23.94) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 78 คน (ร้อยละ 21.97) ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเย็น (16.00 น.– 19.00 น.) เป็นประจำ คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 75 คน (ร้อยละ 27.78) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 63 คน (ร้อยละ 23.33) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 47 คน (ร้อยละ 17.41) ตามลำดับ

ตาราง 4.21 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและความถี่ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ความถี่ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ต่อสัปดาห์)						รวม
	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วัน	6 วัน	7 วัน	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว	0	0	7	13	5	86	111
	0.00	0.00	26.92	22.03	55.56	28.57	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน	1	1	9	12	2	59	84
	33.33	50.00	34.62	20.34	22.22	19.60	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ	0	1	4	0	2	27	34
	0.00	50.00	15.38	0.00	22.22	8.97	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม	0	0	2	15	0	57	74
	0.00	0.00	7.69	25.42	0.00	18.94	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความงาม/สุขภาพ	1	0	2	8	0	32	43
	33.33	0.00	7.69	13.56	0.00	10.63	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านศาสนาและวัฒนธรรม	1	0	2	11	0	40	54
	33.33	0.00	7.69	18.64	0.00	13.29	
รวม	3	2	26	59	9	301	400
	100	100	100	100	100	100	

จากตาราง 4.21 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตและความถี่ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 7 วันต่อสัปดาห์ คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 86 คน (ร้อยละ 28.57) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 59 คน (ร้อยละ 19.60) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 57 คน (ร้อยละ 18.94) ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 5 วันต่อสัปดาห์ คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 15 คน (ร้อยละ 24.42) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 13 คน (ร้อยละ 22.03) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 12 คน (ร้อยละ 20.34) ตามลำดับ

ตาราง 4.22 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและระยะเวลาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระยะเวลาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ต่อครั้ง)							รวม
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	2-3 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	4-5 ชั่วโมง	5-6 ชั่วโมง	มากกว่า 6 ชั่วโมง	
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน ตนเองและครอบครัว	28 24.14	16 41.03	22 30.99	21 31.82	4 50.00	19 27.94	10 31.25	120
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน งานอดิเรกและการพักผ่อน	20 17.24	9 23.08	15 21.13	18 27.27	2 25.00	15 22.06	8 25.00	87
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน เทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ	16 13.79	4 10.26	11 15.49	15 22.73	0 0.00	10 14.71	8 25.00	64
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน ความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม	26 22.41	5 12.82	10 14.08	6 9.09	2 25.00	14 20.59	4 12.50	67
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน ความงาม/สุขภาพ	12 10.34	2 5.13	5 7.04	3 4.55	0 0.00	4 5.88	1 3.13	27
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้าน ศาสนาและวัฒนธรรม	14 12.07	3 7.69	8 11.27	3 4.55	0 0.00	6 8.82	1 3.13	35
รวม	116 100	39 100	71 100	66 100	8 100	68 100	32 100	400

จากตาราง 4.21 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตและระยะเวลาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว จำนวน 28 คน (ร้อยละ 24.14) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม จำนวน 26 คน (ร้อยละ 22.41) และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 20 คน (ร้อยละ 17.24) ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 22 คน (ร้อยละ 30.99) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 15 คน (ร้อยละ 21.13) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ 11 คน (ร้อยละ 15.49)

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ 5 – 6 ชั่วโมงต่อครั้ง คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 19 คน (ร้อยละ 27.94) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 15 คน (ร้อยละ 22.06) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิง/ทันสมัย/สังคม 14 คน (ร้อยละ 20.59) ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 – 4 ชั่วโมงต่อครั้ง คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านตนเองและครอบครัว 21 คน (ร้อยละ 31.82) รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านงานอดิเรกและการพักผ่อน 18 คน (ร้อยละ 27.27) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านเทคโนโลยี/สารสนเทศ/สินค้า/บริการ 15 คน (ร้อยละ 22.73) ตามลำดับ