

แบบประเมินบทความวิจัย

การประชุมวิชาการระดับชาติ “การศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ครั้งที่ 6” ประจำปี 2565

วันศุกร์ที่ 27 พฤษภาคม 2565 (ผ่านระบบออนไลน์)

1. ชื่อบทความ : การเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ต่อการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน clubhouse

2. หัวข้อการประเมินบทความ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน			ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	ผ่าน	ผ่านและแก้ไข	ไม่ผ่าน	
1. บทคัดย่อภาษาไทย		✓		-แก้ไข “เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้” แก้เป็น “เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม ตลอดจนรูปแบบการเปิดรับ...” -ตัดคำว่า การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพราะบรรทัดแรก บอกแล้วว่าเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ -การเขียนนวนกวน ให้จัดระบบเขียนใหม่ โดยเขียนให้หมดไปในแต่ละประเด็น ไม่ใช่เขียนแล้วเอาประเด็นอื่นมาเขียนคั่น เสร็จแล้ววนมาเขียนประเด็นเดิมต่ออีก ซึ่งในบทคัดย่อจะปรากฏหลายส่วน จึงให้อ่านแล้วสลับไปมา เช่นถ้าพูดถึง ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ก็พูดให้จบ จึงไปเขียนเครื่องมือ เป็นเรื่อง ๆ ไป -เขียนประชากร แล้วให้ต่อกับกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นใคร ที่ระบุว่า มี 400 คนให้ใส่รายละเอียดเพิ่ม กลุ่มตัวอย่างทำไมเกินประชากร พิมพ์ผิดหรือไม่ เพราะกลุ่มตัวอย่างต้องสุ่มจากประชากร จึงมีมากกว่าประชากรไม่ได้ -การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบใด ให้อธิบายวิธีได้มาของกลุ่มตัวอย่าง -เพิ่มรายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย -ตัดข้อความที่เยิ่นเย้อออก เช่น แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ แต่ให้เขียนอธิบายว่าวิเคราะห์ด้วยสถิติใดไปเลย เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ฯลฯ และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติใด -ให้เขียนเรียบเรียงใหม่ผลการวิจัยในบทคัดย่อ เขียนให้เป็นประโยคที่อ่านเข้าใจง่าย ตัวอย่างการเขียน เช่น จากการวิจัยพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็น ... สถานที่ที่ใช้งาน clubhouse คือ ที่... หัวข้อที่ให้ความสนใจและรับฟังใน clubhouse มากที่สุด คือ การเมือง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น แต่ผู้ตอบส่วนใหญ่มีความต้องการเปิดห้องร่วมพูดคุยกับผู้อื่นเพื่อความบันเทิง ด้านความพึงพอใจ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับข้อมูลใน clubhouse ทั้งด้านบวกและด้านลบ ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคคลที่มีอายุต่างกันจะมีทัศนคติต่อการใช้ clubhouse แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นต้น ตัดคำเยิ่นเย้อออกไป เช่น ค่าเฉลี่ย... หมายถึง มาก ไม่ต้องใส่ แต่เขียนเป็นประโยคแทน และวงเล็บค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไว้ใน

				วงเล็บด้านหลังการบรรยายของแต่ละส่วน
2. บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		✓		ให้ปรับให้สอดคล้องกับภาษาไทยที่ได้ทำการแก้ไข
3. บทนำ		✓		-การอ้างอิงจากเว็บไซต์ ใส่เฉพาะลิงค์ ส่วนของสื่อบันทึกเมื่อไร จะใส่ในเอกสารอ้างอิงตอนท้ายบทความ ? แก้ไขการอ้างอิงให้ถูกต้องด้วย -ให้อธิบายประเด็นปัญหาเพิ่ม เพราะอ่านแล้วไม่ชัดเจนว่าทำไมจึงศึกษาหัวข้อนี้ เพราะที่ใส่มาเป็นรายละเอียดลักษณะของ clubhouse และการใช้งาน clubhouse รวมทั้งที่สรุปมาในย่อหน้าสุดท้าย จากการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารผ่าน clubhouse ไม่มีส่วนที่อธิบายผลจากงานวิจัยที่ผ่านมาหรือสถิติที่เป็นปัญหา หรือที่มาที่ทำให้ผู้วิจัยต้องมาศึกษาเรื่องนี้ ควรเพิ่มรายละเอียดให้ชัดเจนและตรงประเด็น เช่น สาเหตุปัญหาคืออะไร เป็นต้นว่า คนไม่เข้าใจการเข้าใช้งาน ไม่รู้จัก clubhouse หรืออื่นๆ ดังนั้นจึงต้องมาศึกษาทัศนคติของตัวบุคคล
4. วัตถุประสงค์การวิจัย		✓		เขียนให้สอดคล้องและครอบคลุมกับสมมติฐานการวิจัย
5. สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)		✓		-ลักษณะทางประชากรศาสตร์ให้ใส่ไปเลยว่าศึกษากับตัวแปรอะไร เช่น ผู้ใช้ clubhouse ที่มีอายุแตกต่างกันจะมีรูปแบบการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน
6. วิธีดำเนินการวิจัย		✓		-ประชากรเป็นใคร ก็เขตในกทม. จำนวนประชากรเป็นเท่าไร กลุ่มตัวอย่างได้มาอย่างไร ให้ใส่รายละเอียดของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากประชากร ใช้การสุ่มแบบใดหรือแบบเจาะจง ? -แก้ไขการอ้างอิงที่ไม่ถูกต้องด้วย -การเก็บรวบรวมข้อมูล ให้อธิบายวิธีการเก็บ ทำอย่างไร เก็บในช่วงระยะเวลาไหน ใช้เวลาเท่าไร ในส่วนของลักษณะข้อมูล ควรอธิบายอยู่ในส่วนของเครื่องมือว่าสร้างข้อมูลจากแหล่งไหนบ้าง -การวิเคราะห์ข้อมูล แก้ไขให้เขียนอธิบายว่าวิเคราะห์โดยใช้สถิติอะไรบ้างตามสมมติฐานของการวิจัย สำหรับในส่วนที่เขียนมานั้น ให้เอาไปใส่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแทน และเขียนเรียบเรียงใหม่ให้อ่านง่ายและกระชับ เป็นขั้นตอนตามลำดับ
7. ผลการวิจัย		✓		-ขาดตารางสถิติในการนำเสนอผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัย ผลการวิจัยในแต่ละข้อ ให้นำเสนอในรูปตารางที่มีค่าสถิติประกอบด้วย แล้วจึงค่อยมาเขียนสรุปอธิบายได้ตาราง ทั้งนี้ผู้อ่านจะได้เห็นผลการศึกษาที่เป็นค่าสถิติด้วย ไม่ใช่สรุปเป็นข้อความเฉย ๆ ว่าแตกต่างกัน
8. สรุปผลการวิจัย		✓		-ขาดการสรุปผลและอภิปรายผลตามสมมติฐาน จึงทำให้ไม่ครบถ้วน เวลาเขียนให้ใส่หัวข้อหรือประเด็นที่จะสรุปผล โดยผู้เขียนจะเขียนขึ้นมาเป็น ส่วนใหญ่เป็นเหตุผล ควรใส่หัวข้อของประเด็นนำว่าจะสรุปในเรื่องอะไร ส่วนของข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างอาจไม่ต้องอธิบายในส่วนนี้ เพราะได้แสดงให้เห็นลักษณะของกลุ่มตัวอย่างอยู่แล้วในส่วนอื่น อาจสรุป ให้ปรับแก้ไขทั้งในส่วนของการสรุปและอภิปรายผล
9. อภิปรายผล		✓		ดูในข้อ 8
10. ข้อเสนอแนะ		✓		แก้ไขข้อ 3 เปรียบเทียบเรื่องอะไร? อธิบายไม่ชัดเจน ขยายความด้วย
11. เอกสารอ้างอิง		✓		ให้ตรวจสอบว่า format ถูกต้องตามที่กำหนดในการประชุมนี้หรือไม่
12. องค์ความรู้ใหม่และคุณค่าทางวิชาการ	✓			

ผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

- ☐ 1) บทความผ่านเกณฑ์
- ✓ 2) บทความผ่านเกณฑ์ แต่ต้องแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
- ☐ 3) บทความไม่ผ่านเกณฑ์

แบบประเมินบทความวิจัย
การประชุมวิชาการระดับชาติ “การศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ครั้งที่ 6” ประจำปี 2565
วันศุกร์ที่ 27 พฤษภาคม 2565 (ผ่านระบบออนไลน์)

1. ชื่อบทความ : การเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพฯต่อการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน Clubhouse

2. หัวข้อการประเมินบทความ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน			ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	ผ่าน	ผ่านและแก้ไข	ไม่ผ่าน	
1. บทคัดย่อภาษาไทย		✓		บทคัดย่อภาษาไทยยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
2. บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		✓		บทคัดย่อภาษาอังกฤษยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
3. บทนำ		✓		บทนำยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
4. วัตถุประสงค์การวิจัย		✓		วัตถุประสงค์การวิจัยยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
5. สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)		✓		สมมติฐานการวิจัยยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
6. วิธีดำเนินการวิจัย	✓			วิธีดำเนินการวิจัยยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
7. ผลการวิจัย		✓		ผลการวิจัยยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
8. สรุปผลการวิจัย		✓		สรุปผลการวิจัยยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
9. อภิปรายผล		✓		อภิปรายผลยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
10. ข้อเสนอแนะ		✓		ข้อเสนอแนะยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
11. เอกสารอ้างอิง		✓		เอกสารอ้างอิงยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง
12. องค์กรความรู้ใหม่และคุณค่าทางวิชาการ	✓			องค์กรความรู้ใหม่และคุณค่าทางวิชาการยังไม่ชัดเจน ควรปรับปรุง

ผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

- ☐ 1) บทความผ่านเกณฑ์
- ☒ 2) บทความผ่านเกณฑ์ แต่ต้องแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
- ☐ 3) บทความไม่ผ่านเกณฑ์

การเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน Clubhouse

Q. ดอรนุ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ ทัศนคติของผู้ใช้และรูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้ใช้ Clubhouse ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบการสุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือบุคคลทั่วไป จำนวน 411 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแสดง ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง t-test และ ANOVA

จากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-25 ปี การศึกษา ระดับ ปริญญาตรี นักเรียน นักศึกษา รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท สถานที่ที่ใช้งาน clubhouse ใช้งานที่ บ้าน/คอนโด/อพาร์ทเมนต์/หอพัก/ที่พักออาศัย ส่วนใหญ่ใช้งานช่วง หลัง 21.00 ~~วัด~~วัตถุประสงค์เพื่อ ต้องการเข้าร่วมรับฟังข้อมูลข่าวสารต่างๆ ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน Clubhouse 2-3 วันต่อสัปดาห์ หัวข้อ Interests ใน Clubhouse ที่สนใจมากที่สุดคือ การเมือง หัวข้อที่ฟังใน Clubhouse บ่อยที่สุด คือ การเมือง การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่ ไม่เคย ความต้องการเปิดห้องร่วมพูดคุยกับผู้อื่น ส่วนใหญ่อยากเปิดห้อง ความบันเทิง ด้านความพึงพอใจ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านข้อมูลใน Clubhouse มีทั้งด้านดีและด้านลบ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.949 หมายถึง มาก และ ข้อมูลที่ได้ฟังจาก Clubhouse คิดว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.829 หมายถึง มาก การทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจำแนกตามอายุส่งผลให้ทัศนคติการใช้ Clubhouse มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกันส่งผลต่อทัศนคติการใช้ Clubhouse แตกต่างกันตามช่วงเวลา ตามวัตถุประสงค์ ตามหัวข้อที่สนใจ ของการใช้แอปพลิเคชัน Clubhouse มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ทัศนคติ การสื่อสาร แอปพลิเคชัน Clubhouse

Compare people's attitudes in Bangkok Metropolitan area to communication via the clubhouse application

ABSTRACT

This research is survey research which aims to study about the behavior attitude and model of exposure media of user clubhouse in Bangkok Metropolitan area. This is a quantitative research. The sampling from population in Bangkok Metropolitan area is 400 persons. The sample group is 411 persons. The researcher used accidental sampling and used a questionnaire as a tool for gathering data. To analyse the data by descriptive statistics percentage frequency mean standard deviation and inferential statistics T-test and Anova for test the difference of sampling.

The result has shown that most of respondents are female who are at the age of 21-25 years old educated Bachelor's degree and income at the lower range of 10,000 baht at their residents. To took time after 21.00 two-three days per week. The objectives of using is for join to listen to information. The most interested and most listen topic is politics. They never joining in the comments. The need to open the room for chat with the other is entertainment. The satisfaction of information in clubhouse is good and bad mean 4.23 SD 0.829, it's mean high. The hypothesis testing about the different demographic features classified by age as a result to the attitude of using clubhouse was at a statistically significant difference of 0.05 and the difference behavior exposure of media as a result to the attitude of using clubhouse by timing , objectives , interesting topic was at a statistically significant difference of 0.05.

Keywords : attitude communication application clubhouse

บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงให้มีความทันสมัยทันต่อยุคและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมทั้งสะดวกต่อการใช้งาน ~~ผ่าน~~ ปัจจุบันการใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถใช้ ~~ผ่าน~~ ผ่านอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารคือ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน และอุปกรณ์อื่นๆที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้โดยง่ายและสะดวก เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ อินสตาแกรม ลิงคติน เป็นต้น ดังนั้นในการสื่อสารของผู้คนในสังคมปัจจุบันจึงสามารถเลือกวิธีการสื่อสารแต่ละประเภทตามความสนใจและความถนัดในการใช้งานและประโยชน์ที่จะได้รับรวมทั้งการสร้างกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันที่ให้ความพึงพอใจเหมือนกันจึงทำให้กลุ่มผู้สนใจในสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สื่อออนไลน์ประเภทหนึ่งที่มีผู้คนเข้ามาสนใจได้แก่ Clubhouse เป็น Platform ใหม่ที่เน้นการใช้งาน Voice Chat หรือการพูดคุยกันด้วยเสียงเป็นหลัก โดยมีความผสมผสานระหว่างวิทยุและการประชุมเสียงแบบ online การเข้าร่วม Clubhouse นั้นมีความยากกว่า Platform อื่นๆ คือต้องได้รับคำเชิญจากคนที่อยู่ภายใน Clubhouse ก่อนจึงจะสามารถเข้าร่วมได้ ซึ่งผู้ใช้สามารถสร้างห้องและตั้งหัวข้อที่อยากจะพูดคุยร่วมกับผู้อื่นได้ และมักเป็นคนที่น่าสนใจในเรื่องเดียวกันที่เข้ามาฟังและร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นไปพร้อมกับคนอื่นๆ ในเรื่องต่างๆ โดยภายใน Clubhouse จะแบ่งสถานะผู้ใช้ออกเป็น 3 แบบ คือ Moderator หรือ ผู้ดูแลห้อง ทำหน้าที่ควบคุม มอบสิทธิ์การเปิด ปิด ไมค์ของผู้ที่เข้าร่วมภายในห้อง Speaker หรือ ผู้พูด จะสามารถพูดได้ก็ต่อเมื่อได้รับการอนุญาตจากผู้ดูแลห้องก่อน ด้วยการยกมือขออนุญาตจากปุ่มยกมือในห้อง และ Listener หรือ ผู้ฟัง ทุกคนที่กดเข้าร่วมเข้าไปในห้อง จะอยู่ในสถานะผู้ฟังทันที หากต้องการร่วมพูดคุย สามารถขอสิทธิ์จากผู้ดูแลห้องได้ด้วยการกดปุ่มยกมือตามระบบของการทำงานของงาน

การสื่อสาร Clubhouse เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2020 แต่ได้รับความนิยมในปี 2021 เพราะได้มีผู้ที่มีชื่อเสียง คือ ศิลปิน ดารา คือ อีลอน มัสก์ (Elon Musk) แห่งค่าย SpaceX ได้ใช้ Clubhouse ในการพูดคุยกับนายพลลาดีเมีย เทเนฟ (Vladimir Tenet) หนึ่งในผู้ก่อตั้ง Platform ที่ชื่อว่า Robinhood เกี่ยวกับการปั่นหุ้น Gamestop ที่นักลงทุนรายย่อยรวมตัวกันสร้างปรากฏการณ์ปั่นราคาหุ้นของ Gamestop จนราคาพุ่งสูงขึ้นจนทำให้ผู้บริหารระดับกองทุนขนาดใหญ่ที่มีผู้บริหารมืออาชีพไม่ทันได้ตั้งตัวและประเมินสถานการณ์ผิดจนต้องสูญเสียรายได้เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นชื่อชั้นของคู่สนทนาและเรื่องราวของหุ้นที่สามารถลั่นหุ้นขนาดใหญ่แบบ Gamestop ได้ส่งผลให้ Clubhouse มีชื่อเสียงขึ้นมา ในทำนองที่ว่าเป็น Club ที่คนดังในวงการต่างๆ นำ Platform นี้ไปใช้เพื่อพูดคุยถึงแผนลับกันกว้างขวางมากขึ้น

ปัจจุบัน Clubhouse จึงถูกใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและถกเถียงกันในหัวข้อประเด็นต่างๆมากมายและก็เป็นเวทีที่คนธรรมดาสนใจสามารถจะไปจับจองนั่งฟังหรือพูดคุยกับบรรดาคนดังในวงการต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบาย ไม่มีแม้กระทั่งค่าใช้จ่าย ประเด็นหัวข้อเรื่องราวต่างๆ ได้แก่ เรื่องการศึกษา การเมือง หรือเรื่องการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไป การแก้ปัญหาในช่วงสถานการณ์ Covid 19 การอัปเดตข่าวสารแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ทำให้มีประชากรจำนวนหนึ่งเข้ามาใช้งาน Platform นี้ และมีประชากรอีกจำนวนหนึ่งที่ไม่ได้ใช้งาน Platform นี้เช่นกัน อาจเป็นเพราะเกิดความยุ่งยากในการเข้าร่วมใช้ จึงมีการเลือกใช้ Platform อื่นๆในการเข้าร่วมการพูดคุยแทน เพราะสามารถเข้าร่วมได้ง่ายกว่า Clubhouse เช่น Discord

จะเห็นได้ว่า Clubhouse เป็นแหล่งรวมของผู้รู้ ผู้เฝ้ารู้ ผู้มีประสบการณ์อย่างแท้จริง มีการแลกเปลี่ยนแบบตรงไปตรงมา สุภาพ มีอารยะ ผู้ที่เข้าไปเป็นสมาชิก Clubhouse ในเมืองไทยส่วนใหญ่ก็จะเป็นเด็กวัยรุ่น นักเรียน นิสิต นักศึกษา คนหนุ่มสาววัยทำงาน นักวิชาการ นักการศึกษา นักกิจกรรม จนถึงผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในสาขาอาชีพที่ตรงกับชื่อของห้องอย่างแท้จริง ร้อยละ 90 ของห้องที่ตั้งขึ้นก็จะเป็นห้องที่พูดคุยเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่

การสนทนาใน Clubhouse ให้ความรู้สึกที่เป็นกันเองและเป็นเหตุการณ์สดมาก อาจจะเป็นเพราะเป็นการนำเสนอทางเสียงแบบสดๆ เหมือนเล่าเรื่องราวให้เพื่อนๆ ฟัง ไม่เครียดเหมือนขึ้นไปยืนบนเวที ถือไมค์ โฟส่องหน้า ไม่วอกแวกจาก

สายตายาคณดู ไม่ต้องห่วงเรื่องการแต่งตัว จัดระเบียบร่างกาย สมาธิจึงไปทุ่มอยู่กับการนำเสนอเนื้อหาสาระอย่างเต็มที่ คำถามที่ถามก็ถามได้เต็มที่เมื่อบรรยากาศดูเป็นกันเอง การนำเสนอความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็เกิดขึ้นแบบสดๆ คนถามก็กล้าถาม อาจจะเป็นเพราะไม่เห็นหน้าไม่เห็นตัว คนพูดก็พูดแบบที่ตนเองมีประสบการณ์จริงๆ ส่วนคนไหนที่ไม่เห็นด้วยก็จะนำเสนอประเด็นของตนเองขึ้นมาพร้อมเหตุผลประกอบ คนที่เข้ามาฟังก็ใช้วิจารณญาณเลือกเองว่าชุดข้อมูลไหนจริง เรื่องราวไหนใกล้เคียงกับสถานการณ์หรือแนวทางที่คนฟังเห็นสมควร เก็บไปต่อยอดทำประโยชน์ได้ ใน Clubhouse ทุกคนมีสิทธิ์ได้พูด มีสิทธิ์ยกมือขอและทุกคนมีสิทธิ์เข้าไปฟังถ้าห้องยังมีที่ว่าง จำนวนผู้ฟังใน Clubhouse สูงสุดได้ 8,000 คน แต่ถ้าประเด็นการสนทนาหรือผู้พูดเป็นของจริง ประเภชซูเปอร์กูรู หรือผู้มีชื่อเสียงในวงการจริงๆ ก็จะมีการเชื่อมโยงไปเปิดห้องใหม่เพื่อให้คนเข้ามา ฟัง เพิ่ม แต่จะไม่มีโอกาสได้ถามคำถาม หรือ แสดงความคิดเห็นเหมือนในห้องหลัก (<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/926454> สืบค้นวันที่ 3 สิงหาคม 2564)

จากการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารผ่าน Clubhouse ที่เป็นสื่อออนไลน์ประเภทใหม่ที่มีการใช้ในปัจจุบันทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา เรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่อการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน Clubhouse

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ Clubhouse ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้ Clubhouse ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษารูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้ใช้ Clubhouse ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ Clubhouse ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทัศนคติในการใช้ Clubhouse มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Clubhouse ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ประชากรที่ใช้ Clubhouse ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ รวมทั้งหมด 5,588,222 คน โดยแบ่งเป็นประชากรชาย 2,625,938 คน และประชากรหญิง 2,926,284 คน

(https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/file/63/stat_c63.xlsx) สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ปี 2563 (สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2564)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวโดยวิธีของทาโร ยามาเนอ้างถึงใน สุชาติ ประเสริฐรัฐสินธุ์. 2550) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 411 ในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและรายได้ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดที่มีคำตอบให้เลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านแอปพลิเคชัน Clubhouse มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดที่มีคำตอบให้เลือกตอบ จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้ Clubhouse มีทั้งหมด 11 ข้อเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบเลือกตอบ เป็นการวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านต่างๆ โดยลักษณะคำถาม แต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก ปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ด้วยค่า $IOC = 0.90$ นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) มาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษารั้งนี้ ก่อนนำมาวัดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ Cronbach's Coefficient Alpha เพื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.970 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในส่วนของลักษณะข้อมูล สามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความ สื่อสารสนเทศตลอดถึงเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีการสำรวจ การเปรียบเทียบทัศนคติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่อการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันคลับเฮ้าส์ Clubhouse โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจทางสื่อออนไลน์ ด้วยแบบสอบถาม 411 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามและส่งคืนมาจำนวน 411 ฉบับ ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2564 – กุมภาพันธ์ 2565 ซึ่งเป็นระยะเวลา 8 เดือน โดยผลของวิจัยจะสะท้อนมุมมองการเปรียบเทียบทัศนคติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่อการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันคลับเฮ้าส์ Clubhouse ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล จัดเตรียมข้อมูลพร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขให้มีความถูกต้องและครบถ้วนแล้วจึงนำมาคำนวณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่และร้อยละ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติผ่านแอปพลิเคชัน Clubhouse และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 อายุ 21-25 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 การศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8

2.พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อผ่านแอปพลิเคชัน Clubhouse สามารถสรุปได้ดังนี้

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ใช้งาน Clubhouse ส่วนใหญ่ใช้งานที่บ้าน/คอนโด/อพาร์ทเมนต์/หอพัก/ที่พักอาศัยจำนวน 343 คนคิดเป็นร้อยละ 83.5 ช่วงเวลาที่ใช้งาน Clubhouse ช่วงหลัง 21.00 จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 วัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้าร่วมรับฟังข้อมูลข่าวสารต่างๆ จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน Clubhouse 2-3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 หัวข้อ Interests ที่สนใจมากที่สุด คือการเมือง และ ความบันเทิง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 หัวข้อที่ฟังใน Clubhouse บ่อยที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟัง การเมือง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่ ไม่เคย จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 ความต้องการเปิดห้องร่วมพูดคุยกับผู้อื่น อยากเปิดห้อง ความบันเทิง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3

3.ทัศนคติต่อการใช้อุปกรณ์ Clubhouse สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ทัศนคติด้านความพึงพอใจต่อการใช้อุปกรณ์ Clubhouse ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.01

ในการพิจารณาปัจจัยจะพบว่าความพึงพอใจด้านข้อมูลใน Clubhouse มีทั้งด้านดีและด้านลบ และข้อมูลที่ได้ฟังจาก Clubhouse คิดว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.949 และ 0.829 ตามลำดับ หมายถึง ระดับมาก ส่วนในระดับที่น้อยคืออยู่ในระดับปานกลาง คือการสมัครแอปพลิเคชัน Clubhouse นั้นมีความยุ่งยากค่าเฉลี่ย 3.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.122 หมายถึง ปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติการใช้ Clubhouse แตกต่างกัน พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจำแนกตามอายุส่งผลให้ทัศนคติการใช้ Clubhouse แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติการใช้ Clubhouse แตกต่างกัน พบว่าพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติการใช้ Clubhouse แตกต่างกันตามช่วงเวลา ตามวัตถุประสงค์ ตามหัวข้อที่สนใจ ของการใช้อุปกรณ์ Clubhouse อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปผลและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่อการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน Clubhouse มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อผ่านแอปพลิเคชัน Clubhouse มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษา ระดับปริญญาตรี นักเรียน นักศึกษา รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาทสถานที่ที่ใช้งาน clubhouse ใช้งานที่บ้าน/คอนโด/อพาร์ทเมนต์/หอพัก/ที่พักอาศัยส่วนใหญ่ ใช้งานช่วง หลัง 21.00 น. จากรายละเอียดดังกล่าวสอดคล้องกับ กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ที่ได้กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งออกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติและสถานภาพทางสังคม (Social class) ลักษณะหรือปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของประชากรที่มีความแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวี จันทร์แก้ว (2559) เรื่องพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์ กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจดังตฤณแฟนคลับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาสูงสุดที่พบมากที่สุดคือปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชนมากที่สุด มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะการเข้าไปใช้งานทุกวัน ความถี่ในการเข้าใช้งาน 2-5 ครั้งต่อวัน ใช้งานในช่วงเวลา 18.01-22.00 มากที่สุด

ขอ เสนอแนะ

วัตถุประสงค์เพื่อ ต้องการเข้าร่วมรับฟังข้อมูลข่าวสารต่างๆ ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน Clubhouse 2-3 วันต่อสัปดาห์ หัวข้อ Interests ใน Clubhouse ที่สนใจมากที่สุดคือ การเมือง หัวข้อที่ฟังใน Clubhouse บ่อยที่สุด คือ การเมือง การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่ ไม่เคย ความต้องการเปิดห้องร่วมพูดคุยกับผู้อื่น ส่วนใหญ่อยากเปิดห้อง ความบันเทิง ซึ่งเป็นการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศปรียา แก้วแสนเมือง (2558) เรื่อง พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 25-45 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ (Line) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยสูงสุดในด้านการใช้ประโยชน์และการติดตามเหตุการณ์ต่างๆ ได้แก่ ต้องการเล่นไลน์ (Line) เพราะสามารถแบ่งปันข่าวสารความรู้ได้ ต่อมาคือ ต้องการเล่นไลน์ (Line) เพราะช่วยสร้างความบันเทิงเพลิดเพลิน และต้องการเล่นไลน์ (Line) เพราะช่วยให้รู้ทันข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น

ด้านความพึงพอใจ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านข้อมูลใน Clubhouse มีทั้งด้านดีและด้านลบ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.949 หมายถึง มาก และ ข้อมูลที่ได้ฟังจาก Clubhouse คิดว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.829 หมายถึง มาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สุภวัฒน์ สงวนงาม (2557) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เอง ที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเมื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนเองอยู่ได้อย่างปกติ ดังนั้นทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อหรือ ผู้รับสาร อะไรคือความต้องการ แรงจูงใจที่จะเลือกเปิดรับข่าวสาร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการทศกษวิจัย

ผลการศึกษวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่อการสื่อสารผ่าน แอปพลิเคชัน Clubhouse ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านแอปพลิเคชัน Clubhouse โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1.เป็นข้อมูลเพื่อเป็นการเปิดห้องเพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- 2.สามารถนำผลการวิจัยเป็นแนวทางในการวิจัยกับกลุ่มอื่น
- 3.นำข้อมูลที่ได้นำไปเปรียบเทียบกับกลุ่มคนที่เข้าไปร่วมในแอปพลิเคชันนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารในปัจจุบันซึ่งสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ในองค์กร และสามารถนำความรู้ที่เป็นประเด็นสาธารณะมาใช้ให้เกิดประโยชน์รวมทั้งเป็นประโยชน์ในทางด้านการสื่อสารด้วย

เอกสารอ้างอิง

กอบกาญจน์ เหริญทอง.(2556).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม.การค้นคว้า

อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม

เกศปรียา แก้วแสนเมือง.(2558).พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชัน (Line) ของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ

25-45 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิภาวี จันทรแก้ว.(2559).พฤติกรรม的开รับสื่อ ทศนคติและการใช้ประโยชน์ กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจดังตฤณแฟน

คลับ.เข้าถึง 15 ธันวาคม 2564 จาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files1540175513pdf>

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2550). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : บริษัทเฟื่องฟ้าพรินต์ติ้งจำกัด.

สุภาวัฒน์ สงวนงาม.(2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขต

กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น

สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ปี 2563 เข้าถึง 19 กรกฎาคม 2564 จาก

https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/ file/63/stat/_c63xlsx

ข่าวคลับเฮ้าส์ <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/926454> สืบค้นวันที่ 3 สิงหาคม 2564)