

การศึกษาความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง

The study of the need for online counseling among undergraduate students at Ramkhamhaeng University

Received: Mar 19, 2023

Revised: June 20, 2023

Accepted: June 29, 2023

^{1*}ปรีชญา ปิยะมโนธรรม ²อุมาภรณ์ สุขารมณ

^{1*}Prachaya Piyamanotham ²Umaporn Sucaromana

^{1*2}ภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

^{1*2}Department of Psychology of Education Ramkhamhaeng University

*Corresponding Author, E-mail: prachaya@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง และ (2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และชั้นปีที่ศึกษา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 ที่สมัครใจตอบแบบสอบถาม จำนวน 455 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ เก็บข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยผ่านประชาสัมพันธ์สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล (สวป.) วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ วิเคราะห์ความต้องการด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร โดยใช้ t-test และ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงอยู่ในระดับปานกลาง และนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีเพศต่างกัน (เพศชาย และเพศหญิง) มีอายุต่างกัน ศึกษาในชั้นปีต่างกัน มีความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การให้คำปรึกษาออนไลน์ ความต้องการ นักศึกษาปริญญาตรี

Abstract

This research aimed to (1) examine the needs for online counseling of Ramkhamhaeng University students and (2) determine the differences in online counseling needs of Ramkhamhaeng University students when grouped according to the differences in their gender, age, and year of study. This study was survey research.

The 455 samples of the study were undergraduate students studying at Ramkhamhaeng University attending the second semester of the academic year 2020 and volunteered to participate in the online survey. The research instrument was a survey questionnaire concerning the need for online counseling. The data was analyzed by mean, standard deviation, and one-way ANOVA. The results of the study were as follows: 1) The need for online counseling among the undergraduate students at Ramkhamhaeng University reveals an average level, 2) There were no significant differences in the needs for online counseling among the students when grouped according to their gender, age, and year of study.

Keywords: online counseling, needs, undergraduate students

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อินเทอร์เน็ต ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย สามารถใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว โดยผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ได้ ก่อให้เกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ช่วยให้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และติดต่อสื่อสารกันได้ (นภัสกร กรวยสวัสดิ์, 2553, น. 82-83) จากสถิติในปี ค.ศ. 2012 พบว่า Facebook ซึ่งเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่น Twitter, Google, LinkedIn, และ Foursquare ต่างมีสถิติผู้เข้าใช้งานจำนวนมากกว่า 100 ล้านบัญชีต่อเดือน (Jin et al., 2013, p. 145; Madden et al., 2013, p. 2)

การให้คำปรึกษาออนไลน์เป็นรูปแบบหนึ่งของผู้ให้คำปรึกษาและผู้รับคำปรึกษาที่อยู่กันคนละที่ และสามารถสื่อสารกันโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยการสื่อสารที่เกิดขึ้นคนละเวลาหรือเวลาเดียวกันได้ ซึ่งวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันช่วยให้บริการทางด้านสุขภาพจิตให้มีความทันสมัย ซึ่งในปัจจุบันมีการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์มีหลายประเภท เช่น E-mail-base individual counseling, Chat- base couple counseling หรือ video -based group counseling เริ่มมีการยอมรับและนำไปใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้น จากเดิมที่บุคคลจะได้รับคำปรึกษาแบบเผชิญหน้ากับผู้ให้คำปรึกษา ก็สามารถนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อให้การให้คำปรึกษาเกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต รวมทั้งมีได้เขียนบทความและงานวิจัยต่าง ๆ ที่กล่าวถึงการให้คำปรึกษาออนไลน์ ทั้งในด้านของความเหมือนและความต่างของการให้คำปรึกษาแบบเผชิญหน้าและแบบออนไลน์ หรือการใช้ทักษะที่จำเป็นในการให้คำปรึกษาออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพโดยรักษาจรรยาบรรณในการให้คำปรึกษาและด้านอื่น ๆ (อุมาภรณ์ สุขารมณ, 2559)

การเพิ่มปริมาณการให้คำปรึกษาและสุขภาพจิตทางออนไลน์นั้น ทำให้มีความต้องการในข้อมูลสารสนเทศ และแนวทางในการปฏิบัติสำหรับผู้ใช้บริการที่มีความสนใจรับบริการทางสุขภาพจิตผ่านทางอินเทอร์เน็ต นำไปสู่การก่อตั้ง ISMHO (International society for mental health online) ขึ้นในปี ค.ศ.1997 เพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจ ในการใช้งาน และพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการสื่อสารออนไลน์สำหรับชุมชนสุขภาพจิตสากล (International society for mental health online, n.d.)

Mallen et al. (2005) กล่าวว่า การให้คำปรึกษาออนไลน์ มีลักษณะรูปแบบต่าง ๆ เช่น การประชุมทางวิดีโอ (videoconference) การสนทนาออนไลน์ (chat) การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (social networking site) เป็นต้น และแม้ว่าจำนวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของการให้คำปรึกษาออนไลน์จะยังมีอยู่อย่างจำกัด แต่การให้คำปรึกษาออนไลน์เพียงหนึ่งครั้งที่มีประสิทธิภาพที่จะช่วยให้ โดยของการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก โดยใช้แนวคิดและเทคนิคต่าง ๆ ของการให้คำปรึกษา ความเศร้าและความวิตกกังวลของนักศึกษาลดลง รวมทั้งสามารถเปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์เรียนของนักศึกษาให้บรรลุวัตถุประสงค์

สำหรับงานวิจัยในประเทศไทยเกี่ยวข้องกับการศึกษาความต้องการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่มีต่อระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์ พบว่านักศึกษามีความต้องการระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์อยู่ในระดับมาก โดยมีข้อเสนอแนะว่า การให้คำปรึกษาผ่านระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์ ควรเป็นแบบ real time เพื่อความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักศึกษา และระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์ควรมีระบบสนทนาเป็นรายบุคคลแบบออนไลน์ (chat) เพื่อให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาในด้านต่าง ๆ เช่น การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาด้านอาชีพ การพัฒนาบุคลิกภาพ ความประพฤติ และจริยธรรม (วินัย บังคมเนตร, 2553)

Robinson (2009) กล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้บุคคลเลือกที่จะใช้บริการปรึกษาออนไลน์ คือ บุคคลสามารถเข้าถึงบริการได้สะดวกมากขึ้นหรือกลุ่มคนที่ไม่สามารถรับบริการแบบเผชิญหน้าได้ ไม่ว่าจะเป็นคนที่อยู่ในเขตชนบทหรือห่างไกล ผู้ที่เป็นโสด หรือ เป็นพ่อแม่ที่ต้องอยู่บ้าน บุคคลทุพพลภาพ คนที่ต้องย้ายที่อยู่แต่ต้องการที่จะปรึกษากับผู้การให้คำปรึกษาคนเดิม ผู้ที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบ ผู้ที่มีชั่วโมงการทำงานไม่ปกติ เป็นต้น

นอกจากนี้ การให้คำปรึกษาออนไลน์จะช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรในการให้คำปรึกษา ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ประกอบกับปัจจุบันนักศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีจำนวนมาก และนักศึกษาจำนวนไม่น้อยที่ต้องการบริการให้คำปรึกษาผ่านทางสนทนาออนไลน์ รวมถึงประสบการณ์ในการเป็นผู้ให้คำปรึกษาของผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง” โดยต้องการจะศึกษาว่านักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงมีความต้องการให้คำปรึกษาออนไลน์มากน้อยเพียงใด และความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ และชั้นปี มีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับไปพัฒนางานการให้บริการการให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และชั้นปีที่ศึกษา

สมมติฐานของการวิจัย

นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีเพศ อายุ และชั้นปีที่ศึกษาต่างกันมีความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อศึกษาความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงในปีการศึกษา 2563

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากร

นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่ศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 64,377 คน ที่ลงทะเบียนออนไลน์ ณ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2. กลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 455 คน

นิยามศัพท์เฉพาะ

การให้คำปรึกษาออนไลน์ หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการให้คำปรึกษาที่ผู้ให้คำปรึกษาและผู้รับคำปรึกษาใช้การสื่อสารโดยผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการสื่อสารนั้นอาจเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นคนละเวลา หรือ การสื่อสารที่เกิดขึ้นในเวลาเดียวกันก็ได้ และมีการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เป็นตัวกลางในการสื่อสาร และให้คำปรึกษาผ่านการสนทนาออนไลน์ในเว็บไซต์ดังกล่าว โดยผู้รับคำปรึกษาสามารถขอรับบริการได้ทันทีในสถานที่และเวลาที่ต้องการอย่างเป็นส่วนตัว ไม่จำเป็นต้องนัดพบกับผู้ให้คำปรึกษา รวมทั้ง สามารถพบทวนบทสนทนาในการให้คำปรึกษา และทำกิจกรรมอื่นควบคู่ไปกับการเข้ารับคำปรึกษาได้

ความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ หมายถึง ความต้องการของนักศึกษาที่มีต่อข้อปฏิบัติทั่วไปในการรับคำปรึกษาออนไลน์ โดยเป็นการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของนักศึกษาในการขอรับคำปรึกษาแบบตัวต่อตัวแบบออนไลน์ช่องทางการให้คำปรึกษาออนไลน์ที่เหมาะสม ค่าใช้จ่ายในการให้คำปรึกษา จุดมุ่งหมายในการให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัวและแบบออนไลน์ ระยะเวลาในการให้คำปรึกษา คุณสมบัติผู้ให้คำปรึกษา

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ในระดับอุดมศึกษา ปีที่ 1 ถึง ปีที่ 8 ทั้งเพศชายและหญิงที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อศึกษาความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2563

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรของ Krejcie and Morgan (1970) โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่สมัครใจตอบแบบสอบถาม จำนวน 455 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เรื่อง การศึกษาความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งแบบสอบถามความต้องการการให้คำปรึกษา ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทั้งในด้าน ความเที่ยงตรง (validity) และ ความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. หาความตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีสมร สุริยาศศิโนไซ, รองศาสตราจารย์ ดร.อรพินทร์ ชูชม, และรองศาสตราจารย์ ดร.มณฑิรา จารุเพ็ง เพื่อตรวจแก้ไขภาษา สำนวนที่ใช้ และความครอบคลุมเนื้อหาที่ศึกษา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

2. วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) ระหว่างข้อคำถาม แต่ละข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการ ได้ข้อคำถาม 11 ข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องรายข้ออยู่ระหว่าง 0.60–1.00 ตามเกณฑ์

3. ทดลองใช้ (try out) แบบสำรวจความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงกับนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 100 คน วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (item discrimination) และคัดเลือกเฉพาะข้อความที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป

4. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรายด้านและทั้งฉบับ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.93

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากงานวิจัยนี้ต้องเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่กำลังมีการระบาดอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง ทำให้มหาวิทยาลัยรามคำแหงไม่สามารถเปิดให้นักศึกษามาลงทะเบียนได้ ทำให้ผู้วิจัยมีความจำเป็นที่จะต้องเก็บข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยผ่านประชาสัมพันธ์สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล (สวป.)

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงด้วยสถิติการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3. วิเคราะห์เปรียบเทียบความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามความแตกต่าง ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย ได้แก่ วิเคราะห์ความแตกต่างของความต้องการของนักศึกษาระหว่างเพศชายและเพศหญิงใช้ t-test และ วิเคราะห์ความแตกต่างของความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษาที่มีอายุต่างกัน และ นักศึกษาในแต่ละชั้นปี ใช้ One-way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ อายุ และระดับชั้นปีการศึกษา ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง (N=455)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	156	34.29
หญิง	299	65.71
2. อายุ		
20-30 ปี	298	65.50
31-40 ปี	88	19.30
41-50 ปี	26	5.70
51-60 ปี	14	3.10
มากกว่า 60 ปี	3	0.70
อื่น ๆ	26	5.70
3. ระดับชั้นปี		
ปี 1	129	28.40
ปี 2	139	30.50
ปี 3	82	18.00
ปี 4	64	14.10
ปี 5	19	4.20
ปี 6	5	1.10
ปี 7	6	1.30
ปี 8	11	2.40

จากตาราง 1 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง มีจำนวน 299 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.71 อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี มากที่สุด จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 65.60 และศึกษาอยู่ใน ชั้นปีการศึกษาปีที่ 2 มากที่สุด มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยและไม่เคยใช้สื่อออนไลน์

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	448	98.46
ไม่เคย	7	1.54
รวม	455	100.00

จากตาราง 2 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเคยใช้สื่อออนไลน์ จำนวน 448 คน คิดเป็นร้อยละ 98.46 และไม่เคยใช้สื่อออนไลน์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.54

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของช่องทางที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมหากต้องการรับคำปรึกษากับนักจิตวิทยา

ช่องทางการบริการปรึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การให้คำปรึกษาตัวต่อตัว ณ สถานที่ เช่น ห้องให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง	156	34.30
การให้คำปรึกษาผ่านสื่อโซเชียล เช่น Line หรือ Facebook เป็นต้น	248	54.50
การให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ (Hotline)	37	8.13
การตอบทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)/ไปรษณีย์	14	3.07
รวม	455	100.00

จากตาราง 3 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างต้องการรับคำปรึกษากับนักจิตวิทยา ด้วยการให้คำปรึกษาผ่านสื่อโซเชียล เช่น Line หรือ Facebook มากที่สุด มีจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาเป็นการให้คำปรึกษาตัวต่อตัว ณ สถานที่ เช่น ห้องให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหงจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 และการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ (Hotline) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.13 และน้อยที่สุดคือ การตอบทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)/ไปรษณีย์ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.07

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับคำตอบแทนในการรับคำปรึกษา

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วย	163	35.82
เห็นด้วย	292	64.18
รวม	455	100.00

จากตาราง 4 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเห็นด้วยหากมีคำตอบแทนในการขอรับคำปรึกษา จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 64.18 ไม่เห็นด้วยมีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 35.82

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยกับจำนวนคำตอบแทนในการรับคำปรึกษา

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ชั่วโมง/ 500 บาท	300	65.93
1 ชั่วโมง/ 1,000 บาท	111	24.40
1 ชั่วโมง/ 2,000 บาท	31	6.81
1 ชั่วโมง/ 3,000 บาท	13	2.86
รวม	455	100.00

จากตาราง 5 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคำตอบแทนที่เหมาะสมมากที่สุดคือ 1 ชั่วโมง/500 บาท มีจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 65.93 รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง/1,000 บาท มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 และ 1 ชั่วโมง/2,000 บาท มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 6.81 น้อยที่สุดคือ 1 ชั่วโมง/3,000 บาท มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของคะแนนความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของ นักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

ความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
มีความจำเป็นที่จะขอรับคำปรึกษาแบบตัวต่อตัว	2.77	0.75	ปานกลาง
มีความจำเป็นที่จะขอรับคำปรึกษาแบบออนไลน์	2.76	0.77	ปานกลาง
สื่อโซเชียลช่องทางไหนที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดในการขอรับคำปรึกษา เช่น Line, Zoom Messenger, Facebook Google Meet	3.26	0.77	ปานกลาง
จำนวนครั้งที่คิดว่าเหมาะสมในการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์	2.87	0.79	ปานกลาง
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้คำปรึกษาแต่ละครั้ง	3.00	0.70	ปานกลาง
ต้องการผู้ให้คำปรึกษาที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในการให้คำปรึกษาแต่ละครั้ง	3.55	0.64	มาก
รวม	3.03	0.73	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า นักศึกษาต้องการผู้ให้คำปรึกษาที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในการให้คำปรึกษาในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$) รองลงมาคือมีความต้องการในระดับปานกลางทั้งหมด 3 อันดับแรกได้แก่ ต้องการสื่อโซเชียลเป็นช่องทางที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดในการขอรับคำปรึกษาเช่น Line, Zoom Messenger, Facebook Google Meet ($\bar{x} = 3.26$) ต้องการระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้คำปรึกษาแต่ละครั้ง ($\bar{x} = 3.00$) และต้องการจำนวนครั้งที่เหมาะสมในการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์ ($\bar{x} = 2.87$)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ เรื่องที่จะมาขอรับคำปรึกษาแบบตัวต่อตัว

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสุขภาพจิต	3.04	1.32	ปานกลาง
ด้านการศึกษา	3.68	1.05	มาก
ด้านการปรับตัว	3.16	1.15	ปานกลาง
ด้านอาชีพ	3.53	1.16	มาก
ด้านยาเสพติด	1.63	1.13	น้อย
ด้านความพิการ	1.62	1.09	น้อย

จากตาราง 7 พบว่า นักศึกษามีความต้องการที่จะขอรับคำปรึกษาแบบตัวต่อตัวโดยมีจุดมุ่งหมายของการรับคำปรึกษา 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการศึกษาในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$) รองลงมาคือด้านอาชีพระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$) และด้านการปรับตัวระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.16$)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ เรื่องที่จะมาขอรับคำปรึกษาแบบออนไลน์

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสุขภาพจิต	2.96	1.37	ปานกลาง
ด้านการศึกษา	3.75	1.03	มาก
ด้านการปรับตัว	3.15	1.19	ปานกลาง
ด้านอาชีพ	3.49	1.17	ปานกลาง
ด้านยาเสพติด	1.62	1.07	น้อย
ด้านความพิการ	1.61	1.06	น้อย

จากตาราง 8 พบว่า นักศึกษามีความต้องการเกี่ยวกับเรื่องที่จะขอรับคำปรึกษาแบบออนไลน์ 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการศึกษาในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) รองลงมาได้แก่ ด้านอาชีพในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.49$) และด้านการปรับตัวในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.15$)

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับช่องทางการใช้สื่อโซเชียลที่เหมาะสมที่สุดในการขอรับคำปรึกษา

ช่องทางการใช้สื่อโซเชียล	\bar{X}	S.D.	ระดับ
Line	3.93	.952	มาก
Zoom	3.00	1.279	ปานกลาง
Messenger	3.18	1.234	ปานกลาง
Facebook	3.18	1.238	ปานกลาง
Google Meet	3.01	1.248	ปานกลาง

จากตาราง 9 พบว่า นักศึกษาเห็นว่าช่องทางการใช้สื่อโซเชียลที่เหมาะสมในการขอรับคำปรึกษา ได้แก่ Line ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$) รองลงมาในระดับปานกลาง ได้แก่ Messenger ($\bar{x} = 3.18$) และ Facebook ($\bar{x} = 3.18$)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่เหมาะสมในการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์

จำนวนครั้งที่เหมาะสมในการให้คำปรึกษา	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1-2 ครั้ง	3.04	1.22	ปานกลาง
3-4 ครั้ง	3.21	1.13	ปานกลาง
5-7 ครั้ง	2.77	1.17	ปานกลาง
8 ครั้งขึ้นไป	2.47	1.35	น้อย

จากตาราง 10 พบว่า นักศึกษาเห็นว่าจำนวนครั้งที่เหมาะสมในการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์ ในระดับปานกลาง คือ 3-4 ครั้ง ($\bar{x} = 3.21$) รองลงมา 1-2 ครั้ง ($\bar{x} = 3.04$) และ 5-7 ครั้ง ($\bar{x} = 2.77$)

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระยะเวลาการให้คำปรึกษาแต่ละครั้ง

ระยะเวลาการให้คำปรึกษาแต่ละครั้ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ไม่เกิน 20 นาที	2.92	1.24	ปานกลาง
ไม่เกิน 45 นาที	3.34	1.1	ปานกลาง
1 ชั่วโมงขึ้นไป	2.75	1.35	ปานกลาง

จากตาราง 11 พบว่า นักศึกษาต้องการเวลาในการให้คำปรึกษาแต่ละครั้ง ระยะเวลาไม่เกิน 45 นาที มากที่สุดในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$) รองลงมาคือ ไม่เกิน 20 นาที ($\bar{x} = 2.92$) และ 1 ชั่วโมงขึ้นไป ($\bar{x} = 2.75$)

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ให้คำปรึกษา

คุณสมบัติของผู้ให้คำปรึกษา		\bar{X}	S.D.	ระดับ
เพศของผู้ให้คำปรึกษา	ชาย	3.40	1.13	ปานกลาง
	หญิง	3.92	0.93	มาก
อายุของผู้ให้คำปรึกษา	20-30 ปี	3.04	1.28	ปานกลาง
	31-40 ปี	3.58	1.04	มาก
	41-50 ปี	3.36	1.13	ปานกลาง
	50 ปีขึ้นไป	3.07	1.27	ปานกลาง
เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ/นักจิตวิทยาในการให้คำปรึกษาเฉพาะด้าน		4.30	0.82	มาก
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในคณะที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่		3.75	1.04	มาก

จากตาราง 12 พบว่า นักศึกษามีความต้องการระดับมาก ได้แก่ ต้องการผู้ให้คำปรึกษาที่เป็นเพศหญิง ($\bar{x} = 3.92$) อายุ 31-40 ปี ($\bar{x} = 3.58$) และมีความเชี่ยวชาญ/นักจิตวิทยาในให้คำปรึกษาเฉพาะด้าน ($\bar{x} = 4.30$) และเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในคณะที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ ($\bar{x} = 3.75$)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความต้อการของนักศึกษา

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความต้อการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน

ความต้อการการให้คำปรึกษาออนไลน์	ชาย		หญิง		t	sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
มีความจำเป็นที่จะขอรับคำปรึกษาแบบตัวต่อตัว	2.67	0.75	2.83	0.74	-2.138	.69
มีความจำเป็นที่จะขอรับคำปรึกษาแบบออนไลน์	2.65	0.79	2.82	0.75	-2.234	.17
สื่อโซเชียลช่องทางไหนที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดในการขอรับคำปรึกษาด้านการเรียน	3.24	0.80	3.27	0.75	-.323	.42
จำนวนครั้งที่คิดว่าเหมาะสมในการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์	2.75	0.77	2.93	0.79	-2.339	.49
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้คำปรึกษาแต่ละครั้ง	2.97	0.72	3.02	0.69	-.769	.29
ต้อการผู้ให้คำปรึกษาที่มีคุณสมบัติ	3.50	0.62	3.57	0.65	-1.182	.25

ตาราง 13 พบว่า นักศึกษาเพศชายและหญิงมีความต้อการการให้คำปรึกษาออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความต้อการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษาที่มีอายุต่างกัน

ความต้อการการให้คำปรึกษาออนไลน์	อายุ								t	sig
	20-30 ปี		41-50 ปี		41-50 ปี		50 ปีขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
มีความจำเป็นที่จะขอรับคำปรึกษาแบบตัวต่อตัว	2.73	0.65	2.67	0.75	2.79	0.63	2.69	.531	-2.138	.48
มีความจำเป็นที่จะขอรับคำปรึกษาแบบออนไลน์	2.57	0.66	2.65	0.79	2.77	0.74	2.67	.738	-1.234	.16
สื่อโซเชียลช่องทางไหนที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดในการขอรับคำปรึกษาด้านการเรียน	3.47	0.65	3.34	0.81	2.85	0.76	2.65	.664	-.223	.32
จำนวนครั้งที่คิดว่าเหมาะสมในการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์	2.83	0.78	2.85	0.76	2.72	0.79	2.62	.692	-2.459	.36
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้ปรึกษาแต่ละครั้ง	3.22	0.68	2.97	0.72	2.40	0.97	2.40	.966	-.769	.34
ต้อการผู้ให้คำปรึกษาที่มีคุณสมบัติ	2.70	0.57	2.60	0.79	3.53	0.62	2.93	.790	-1.182	.24

ตาราง 14 พบว่า นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีความต้อการการให้คำปรึกษาออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา

ความต้องการให้คำปรึกษาออนไลน์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig.
มีความจำเป็นที่จะขอรับคำปรึกษาแบบตัวต่อตัว	ระหว่างกลุ่ม	4.638	7	.663	1.196	.304
	ภายในกลุ่ม	247.649	447	.554		
	รวม	252.287	454			
มีความจำเป็นที่จะขอรับคำปรึกษาแบบออนไลน์	ระหว่างกลุ่ม	4.750	7	.679	1.159	.325
	ภายในกลุ่ม	261.815	447	.586		
	รวม	266.564	454			
สื่อโซเชียลช่องทางที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดในการขอรับคำปรึกษาด้านการเรียน เช่น Line, Zoom, Messenger ,Facebook, Google Meet	ระหว่างกลุ่ม	2.686	7	.384	.646	.718
	ภายในกลุ่ม	265.719	447	.594		
	รวม	268.405	454			
จำนวนครั้งที่คิดว่าเหมาะสมในการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์	ระหว่างกลุ่ม	2.521	7	.360	.579	.773
	ภายในกลุ่ม	278.209	447	.622		
	รวม	280.730	454			
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้คำปรึกษาแต่ละครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	3.341	7	.477	.972	.451
	ภายในกลุ่ม	219.544	447	.491		
	รวม	222.885	454			
ต้องการผู้ให้คำปรึกษาที่มีคุณสมบัติ	ระหว่างกลุ่ม	1.802	7	.257	.620	.740
	ภายในกลุ่ม	185.718	447	.415		
	รวม	187.520	454			

จากตาราง 15 พบว่า นักศึกษาแต่ละระดับชั้นปีการศึกษามีความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลของการวิจัย ดังนี้

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงมีความต้องการให้คำปรึกษาออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความต้องการแบบตัวต่อตัวและแบบออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง และช่องทางการติดต่อโดยใช้โซเชียลในระดับปานกลาง ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีช่องทางการติดต่อประสานงานด้านต่าง ๆ ให้กับนักศึกษาอย่างเพียงพอ และมีความหลากหลาย ใช้ช่องทางทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Line และมีหน่วยงานที่ให้บริการแก่นักศึกษา ได้แก่ กองบริการการศึกษา สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยรามคำแหง หรือ ศูนย์การประจำภาควิชา ซึ่งเป็นที่รับปัญหาของนักศึกษาอย่างเพียงพอ จึงทำให้ความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์กับการให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัว มีค่าเฉลี่ยในระดับใกล้เคียงกัน ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al. (2020) เรื่อง การตรวจสอบความตั้งใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในการขอคำปรึกษาออนไลน์ พบว่าถึงแม้ว่าความต้องการการให้คำปรึกษาตัวต่อตัวมากกว่าการให้คำปรึกษาออนไลน์ แต่ความต้องการการให้คำปรึกษาทั้งสองรูปแบบดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน เช่นเดียวกับ Farajkhoda et al. (2021) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ

การเปรียบเทียบการให้คำปรึกษาออนไลน์เทียบกับโปรแกรมการฝึกอบรมการเสริมสร้างความใกล้ชิดทางเพศแบบตัวต่อตัว ด้วยวิธีการรับรู้และพฤติกรรมเกี่ยวกับความใกล้ชิดทางเพศในสตรีมีครรภ์ แล้วพบว่าไม่พบความแตกต่างเกี่ยวกับความต้องการระหว่างการให้คำปรึกษาตัวต่อตัวกับการให้คำปรึกษาออนไลน์ และ Novella et al. (2020) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการระหว่างการให้คำปรึกษาตัวต่อตัวกับการให้คำปรึกษาออนไลน์ พบว่าความต้องการของการให้คำปรึกษาตัวต่อตัวกับการให้คำปรึกษาออนไลน์ไม่มีความแตกต่างกัน จากงานวิจัยทั้ง 3 เรื่องดังกล่าว แสดงว่าผู้รับบริการให้คำปรึกษาสามารถรับบริการได้ทั้งรูปแบบตัวต่อตัวและออนไลน์ และไม่มีความแตกต่างระหว่างการให้คำปรึกษาดังกล่าว

2. ความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของนักศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ และชั้นปีที่ศึกษา พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มี เพศ อายุ และชั้นปีที่ศึกษาต่างกัน มีความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ไม่แตกต่างกันเนื่องจาก ทุกเพศ ทุกช่วงอายุ และทุกชั้นปี มีช่องทางการให้คำปรึกษาที่เพียงพอ ตัวอย่าง เช่น การได้รับคำปรึกษาจากเพื่อน ชมรม หรือจากอาจารย์ประจำภาควิชาอย่างเพียงพอ และทางมหาวิทยาลัยก็มีการให้บริการที่เพียงพอ เช่น Facebook fan page ได้แก่ PR Ramkhamhaeng University, สวป. มหาวิทยาลัยรามคำแหง หรือ กองกิจการนักศึกษา ได้แก่ ชมรมของมหาวิทยาลัย ชมรมของภาควิชา จึงทำให้นักศึกษารามคำแหงที่มีเพศ อายุ และชั้นปีการศึกษาต่างกันมีช่องทางการรับคำปรึกษาที่เพียงพอ

นอกจากนี้จากผลการศึกษาค่าเฉลี่ยของความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์นักศึกษารามคำแหง จำแนกตามระดับชั้นการศึกษาพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ขึ้นไป มีความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ เนื่องจากนักศึกษากลุ่มนี้เป็นนักศึกษาที่เรียนเกินระยะเวลาของหลักสูตร จึงไม่สามารถเข้ารับบริการตัวต่อตัวที่มหาวิทยาลัยได้ ซึ่งสอดคล้องกับ อุมารณ สุขารมณ (2559) ที่อธิบายว่าการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์นั้นเป็นรูปแบบหนึ่งของการให้คำปรึกษาที่ผู้ให้คำปรึกษาและผู้รับบริการอยู่คนละสถานที่ และสื่อสารกันผ่านทางอินเทอร์เน็ต การสื่อสารที่เกิดขึ้นคนละเวลา หรือในเวลาเดียวกันก็ได้ และมีคอมพิวเตอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสาร การให้คำปรึกษาแบบออนไลน์มีหลายประเภท เช่น E-mail-based individual counseling, chat-based couple counseling และ video-based group counseling เป็นต้น การให้คำปรึกษาแบบออนไลน์สามารถช่วยเหลือบุคคลทุกเพศทุกวัย ด้วยเวลาที่สะดวก สามารถนัดปรึกษาเวลาใดก็ได้ และไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง โดนสามารถรับการปรึกษาที่บ้านได้ แต่ก็มีค่าใช้จ่ายซึ่งอาจสูงกว่าปกติ อย่างไรก็ตามการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์ก็นับเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในสังคมปัจจุบัน เช่นเดียวกับ กรรณิการ์ แสนสุภา และคณะ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การปรับตัวของนักศึกษาในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า เพศที่แตกต่างของนักศึกษาไม่มีผลต่อการปรับตัวอันสืบเนื่องจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และ ทนงค์ศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ และคณะ (2563) ได้กล่าวถึงงานวิจัย "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19: การงาน การเรียน และธุรกิจว่า พนักงานและนักเรียนมีการปรับตัวจากการทำงาน/เรียนที่สถานที่เป็นออนไลน์แทนแสดงให้เห็นว่า อายุที่แตกต่างไม่ได้มีผลต่อการปรับตัวที่เปลี่ยนแปลงไปของสถานการณ์

บทสรุป

มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นมหาวิทยาลัยแบบตลาดวิชา หรือ Open Admission University สำหรับในระดับปริญญาตรีสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองที่บ้านหรือมาเข้าชั้นเรียนก็ได้ ซึ่งไม่มีการเช็คชื่อเข้าชั้น

เรียน มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย เพื่อให้เหมาะสมกับผู้เรียนที่หลากหลายเช่นกัน โดยมหาวิทยาลัยได้นำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีทางการศึกษา คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักศึกษา แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาที่ทวีความรุนแรง ทางมหาวิทยาลัยมีนโยบายให้มีการเรียนการสอนออนไลน์ในทุกรายวิชา เพื่อให้นักศึกษาได้กักตัวอยู่บ้านและเว้นระยะห่างทางกายภาพ

วิกฤตโควิด-19 นี้อาจส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจ ทำให้มีความเครียด เบื่อหน่าย และวิตกกังวล ด้านการเรียน การสอบ และโอกาสในการศึกษาต่อ เนื่องจากการปิดมหาวิทยาลัยเป็นระยะเวลาอันยาวนาน การได้รับคำปรึกษาทางด้านจิตใจแบบออนไลน์จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่จะช่วยให้นักศึกษาที่มีปัญหาได้รับรู้ความต้องการและเข้าใจตนเองมากขึ้น ช่วยให้มีทางเลือกในการแก้ปัญหา มีที่ปรึกษา ได้ระบายความคับข้องใจ มีกำลังใจ มีความหวังในการแก้ไขปัญหา มีหลักและแนวทางในการแก้ไข ลดความวิตกกังวลในด้านการเรียน เรื่องส่วนตัว หรือครอบครัวได้

การศึกษาความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงทำให้ทราบถึงความต้องการการให้คำปรึกษาออนไลน์ผ่านการสนทนาของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการสร้างระบบการให้คำปรึกษาออนไลน์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความต้องการของนักศึกษาโดยจำแนกตามเพศและระดับชั้นปีการศึกษา ควรมีการศึกษาครั้งต่อไปโดยเปรียบเทียบความต้องการของนักศึกษาในคณะต่าง ๆ ว่ามีความต้องการรับการให้คำปรึกษาออนไลน์ในลักษณะอย่างไร เพื่อช่วยใ้มหาวิทยาลัยมีแนวทางการให้บริการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. จากการวิจัยในครั้งนี้ อาจเพิ่มเติมการให้คำปรึกษาออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์, SMS, E-mail และอื่น ๆ ที่มากกว่าผู้ทำการวิจัยได้นำเสนอ การทำวิจัยครั้งต่อไปควรรหาแอปพลิเคชันอื่น ๆ ในการให้คำปรึกษาออนไลน์ ยกตัวอย่างเช่น Google for Education, Club house, Cisco Webex Meeting หรือการสร้างระบบการตอบข้อความอัตโนมัติ (Chatbot) เป็นต้น

3. เนื่องจากช่องทางในการติดต่อเพียงพอสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงแล้วนั้น การทำวิจัยต่อไปควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างนักศึกษา อาจารย์ และมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาสำหรับมหาวิทยาลัยต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณรายจ่าย จากรายได้มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเภทมหาวิทยาลัย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา ปีงบประมาณ 2564

เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ แสนสุภา, เอื้อทิพย์ คงกระพันธ์, อุมารณณ์ สุขารมณณ์, และผกาพรรณ นันทะเสน. (2563).

การปรับตัวของนักศึกษาในสถานการณ์โควิด-19. *วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, 6(2),

83-97. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/human/article/view/246886/168139>

- ทงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, ณิชนันท์ ศิริไสยาสน์, และโชติ บดีรัฐ. (2563). "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19: การงาน การเรียน และธุรกิจ. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(3), 371-386.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JLGISRRU/article/view/243943/168107>
- นภัสกร กรวยสวัสดิ์. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 28(3), 81-88.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jiskku/article/view/6226/5436>
- วินัย บังคมเนตร. (2553). รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาความต้องการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่มีต่อระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อุมาภรณ์ สุขารมณ. (2559). การให้คำปรึกษาแบบออนไลน์. *วารสารจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต*, 6(1), 1-10.
<https://issuu.com/kbu2011/docs/journalpsy-volume6-no.1-january-jun>
- Dinçyürek, S., & Uygarer, G. (2012). Conduct of psychological counseling and guidance services over the internet: Converging communications. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 77-81.
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ989201.pdf>
- Farajkhoda, T, Ashrafi, F, Bokaie, M., & Mahmoodabadi, H. Z. (2021). Online Compared to Face-to-Face Sexual Intimacy Enhancement Training Program Counseling with Cognitive-Behavioral Approach on Sexual Intimacy in Pregnant Women. *J Sex Marital Ther.* 47(5), 446-459. <https://doi.org/10.1080/0092623x.2021.1895388>
- International Society for Mental Health Online (ISMHO). (n.d.).
<https://www.cdgr.ucsb.edu/database/organization/1700>
- Jin, L., Chen, Y., Wang, T., Hui, P., & Vasilakos, A. V. (2013). Understanding user behavior in online social networks: a survey. *IEEE Communications Magazine*, 51(9), 144-150.
<https://doi.org/10.1109/MCOM.2013.6588663>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
<https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Novella, J. K., Ng, K. M., & Samuolis, J. (2020). A comparison of online and in-person counseling outcomes using solution-focused brief therapy for college students with anxiety. *Journal of American College Health*, 70(4), 1161-1168.
<https://doi.org/10.1080/07448481.2020.1786101>
- Robinson, E. (2009, October 20). *Online counseling, therapy, and dispute resolution: A review of research and its application to family relationship services*. Australian Family Relationships Clearinghouse. <https://apo.org.au/node/19428>

- Mallen, M. J., Vogel, D. L., Rochlen, A. B., & Day, S. X. (2005). Online counseling: reviewing the literature from a counseling psychology framework. *The Counseling Psychologist*, 33(6), 819-871. <https://doi.org/10.1177/0011000005278624>
- Wang, X., Joyce, N., & Namkoong, K. (2020). Investigating college students' intentions to seek online counseling services. *Communication Studies*, 71(4), 550-567. <https://doi.org/10.1080/10510974.2020.1750448>
-