สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

BEHAVIOR AND OPINIONS ON SOCIAL NETWORKING OF STUDENT IN THE FACULTY OF SCIENCE AT KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

T117259

นางสาวลาวัณย์ แก่นจันทร์

นางสาวศิริกานต์ ถาบุญชู

นายสยุมภู อนันสลุง

นายอนุพงศ์ พานชัย

หมู่.....
ทะเบียน.117259
วัน,เดือน,ปี 19 ก.ค. 2554

b.12338795
i.....

ปัญหานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาสถิติประยุกต์

คณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BEHAVIOR AND OPINIONS ON SOCIAL NETWORKING OF STUDENT IN THE FACULTY OF SCIENCE AT KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

MS.LAWAN KANJAN

MS.SIRIKARN THABOONCHOO

MR.SAYUMPOO ANANSALUNG

MR.ANUPONG PANCHAI

A SPECIAL PROBLEM SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF

BACHELOR OF SCIENCE IN APPLIED STATISTICS

FACULTY OF SCIENCE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

ACADEMIC YEAR 2010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อปัญหาพิเศษ พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Behavior and Opinions on Social networking of student in the faculty of science at King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

ชื่อนักศึกษา นางสาวลาวัณย์ แก่นจันทร์

นางสาวศิริกานต์ ถาบุญชู

นายสยุมภู อนันสลุง

นายอนุพงศ์ พานชัย

ปริญญา วิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา สถิติประยุกต์

อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ

คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์ ประจำปีการศึกษา 2553

คณะกรรมการ	**ลายมือชื่อ**
ผศ.ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ	
ผศ.ดร.น้อมจิต กิตติโชติพาณิชย์	
ผศ.วราพร เหลือสินทรัพย์	

ลิขสิทธิ์ของคณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อปัญหาพิเศษ พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ชื่อนักศึกษา นางสาวลาวัณย์ แก่นจันทร์
นางสาวศิริกานต์ ถาบุญชู
นายสยุมภู อนันสลุง
นายอนุพงศ์ พานชัย

ปริญญา วิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา สถิติประยุกต์
ปีการศึกษา 2553
อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (2) เปรียบเทียบสัดส่วนของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคม วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เวลาเฉลี่ยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล (3) เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิมีระบบ ด้วยขนาดตัวอย่าง 380 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ การทดสอบไคสแควร์เกี่ยวกับความเป็นเอกภาพของสัดส่วน สถิติทดสอบ Z และการทดสอบของครัสคาลและวอลลิส ผลการศึกษาเป็นดังนี้

นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ดังนี้ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีร้อยละ 93.7 เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 คือ Facebook มีร้อยละ 80.9 ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในทุกวัน มีร้อยละ 68.0 ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.00 – 24.00 น. มีร้อยละ 72.5 เข้าร่วมกลุ่มการศึกษาและสถานศึกษา มีร้อยละ 81.5

นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ทำให้สมาธิในการเรียนลดน้อยลง มีร้อยละ 49.7 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความบันเทิงและช่วยให้ท่านได้คลายเครียดจากการเรียนมากขึ้น มีร้อยละ 53.1 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งเพิ่มพูนความรู้ได้มากยิ่งขึ้น มีร้อยละ 45.2

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 .05 ส่วนพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านอื่นๆ มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน

นักศึกษาที่อยู่ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านอื่นๆ มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน

นักศึกษาที่สังกัดสาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 และช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านอื่นๆ มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน

นักศึกษาที่สังกัดสาขาวิชาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักศึกษาที่มีเพศและระดับชั้นปีต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title Behavior and Opinions on Social networking of student in the faculty of science at King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

Student Ms.Lawan Kanjan
Ms.Sirikarn Thaboonchoo
Mr.Sayumpoo Anansalung
Mr.Anupong Panchai

Degree Bachelor of Science

Program Applied Statistics

Academic Year 2010

Advisor Asst. Prof. Dr. Manat Pithuncharurnlap

ABSTRACT

The objectives of the this study were : (1) to study social networking behavior and opinions of students in faculty of science at King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang. (2) Compare social networking behavior classified by personal factors such as using social networking, social networking sites, purpose of using social networking, the level needed of social networking in daily life, the popular date of using social networking, time for using social networking, frequency for using social networking, average time for using social networking and type for posting status. (3) to compare opinions on social networks classified by personal factors. A stratified with systematic sampling on sample size of 380. A questionnaire is used as a tool for collecting data The statistics used to analyze data were frequency, percentage, chi-square test for homogeneity, Z - test and Kruskal and Wallis. The results were as follow :

Most of students indicated participation in social networking with 93.7%, social networking sites often used first which was Facebook with 80.9%, use social networking everyday with 68.0%, time for using social networking 18.00 - 24.00 with 72.5% and participation in educational social networking group with 81.5%.

Most of students thought that using social networking would be distracted while studying with 49.7%, provide entertainment and increase relieve stress from studying with 53.1% and get more knowledge with 45.2%.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Test results showed that the different student gender had a statistically significant difference in the proportion of participation in social networking at the 0.05 level, while the other social networking behaviors had no significant difference.

The student in different year level had a statistically significant difference in the proportion of the level needed of social networking in daily life at the 0.01 level, while the other social networking behaviors had no significant difference.

The student in different department had the statistically significant difference in the proportion of the purpose of using social networking often used first and time for using social networking at the 0.01 level, the popular date of using social networking at the 0.05 level, while the other social networking behaviors had no significant difference.

The student in different department had a statistically significant difference in opinions on social networking at the 0.05 level, while the gender and year level had no significant difference.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.มนัสไพฑูรย์เจริญลาภ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา คำแนะนำต่างๆ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขปัญหาต่างๆ จนทำให้ปัญหาพิเศษนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.น้อมจิต กิตติโชติพาณิชย์ และ ผศ.วราพร เหลือสินทรัพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมผู้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และคำแนะนำต่างๆ ชี้จุดบกพร่อง และแก้ไขข้อผิดพลาดที่เรามองข้ามไปในหลายๆจุด จนทำให้ปัญหาพิเศษนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์สาขาวิชาสถิติทุกท่านที่ให้ความรู้และให้คำแนะนำต่างๆมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์สาขาวิชาสถิติ และ ที่คอยช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ บิดามารดาที่ให้การสนับสนุนและคอยเป็นกำลังใจให้มาโดยตลอด

และสุดท้าย ขอขอบคุณ นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และผู้ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของปัญหาพิเศษนี้ ซึ่งไม่ได้กล่าวนามไว้ทุกท่าน

นางสาวลาวัณย์ แก่นจันทร์
นางสาวศิริกานต์ ถาบุญชู
นายสยุมภู อนันสลุง
นายอนุพงศ์ พานชัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	2
1.4 ขั้นตอนการวิจัยและวิธีการดำเนินงาน	3
1.5 สมมติฐานการวิจัย	3
1.6 นิยามศัพท์	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 ทฤษฎีสถิติและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 เครือข่ายสังคมออนไลน์	6
2.2 วิธีการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)	18
2.2.1 รูปแบบของคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม	18
2.2.2 มาตรวัดทัศนคติของลิเคิร์ท (Likert - Scale)	19
2.3 การทดสอบแบบไค-สแควร์	19
2.4 ทฤษฎีลิมิตเข้าสู่ส่วนกลาง (Central limit theorem)	21
2.5 การทดสอบการแจกแจงปกติมาตรฐาน (Z-test)	21
2.6 การทดสอบของครัสคาลและวอลลิส	22
2.7 การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ	24
2.8 การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ	24
2.9 การกำหนดขนาดตัวอย่าง	25
2.8 รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	
3.1 ประชากรสำหรับงานวิจัย	29
3.2 ตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง	29
3.2.1 การกำหนดขนาดตัวอย่าง	30
3.2.2 แผนการสุ่มตัวอย่าง	31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 31
3.4 การทดสอบแบบสอบถาม 31
3.5 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 32
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล 32
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล 32

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของนักศึกษา 34
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 35
4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 45
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน 49
4.4.1 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 49
4.4.2 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 79
4.5 สรุปข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง 82

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักศึกษา 83
5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 83
5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 84
5.4 สรุปผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยจำแนกตามเพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชา 85
5.5 สรุปผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 86
5.6 อภิปรายผล 86
5.7 ข้อเสนอแนะ 87

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 88
ภาคผนวก ข คู่มือการลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ 94
ภาคผนวก ค การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 104
บรรณานุกรม 111

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตามชั้นปี	29
3.2	จำนวนหน่วยตัวอย่างของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตามชั้นปี	30
4.1	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล	34
4.2	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	35
4.3	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อย 3 อันดับแรก	36
4.4	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์	37
4.5	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกจากวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 อันดับแรก	37
4.6	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์	38
4.7	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	39
4.8	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	39
4.9	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	40
4.10	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	40
4.11	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ 3 อันดับแรก	41
4.12	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกลุ่มที่เข้าร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.13 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุจูงใจในการเข้าร่วมเครือข่ายสังคมออนไลน์ 43

4.14 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านมานาน 44

4.15 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเพื่อนในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทั้งหมด 44

4.16 จำนวนร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 45

4.17 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 49

4.18 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 50

4.19 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 51

4.20 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 52

4.21 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยที่สุดจำแนกตามชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 53

4.22 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 54

4.23 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 56

4.24 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1จำแนกตามชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 57

4.25 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 58

4.26 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.27 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมจำแนกตามชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 61

4.28 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 62

4.29 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 63

4.30 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 64

4.31 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 65

4.32 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 66

4.33 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 67

4.34 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของความนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาใดจำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 68

4.35 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 69

4.36 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 70

4.37 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 71

4.38 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 72

4.39 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 73

4.40 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 74

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.41 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 75

4.42 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 76

4.43 จำนวน ร้อยละ และผลการทดสอบสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity 77

4.44 ค่าเฉลี่ยและผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเปรียบเทียบระหว่างเพศ 79

4.45 ผลการทดสอบค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉลี่ยโดยเปรียบเทียบระหว่างระดับชั้นปี 80

4.46 ผลการทดสอบค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉลี่ยโดยเปรียบเทียบระหว่างสาขาวิชา 81

4.47 ผลการทดสอบการเปรียบความแตกต่างของค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็น ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยวิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยผลรวมลำดับที่ทีละคู่ 82

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก เช่น ข้อมูลสถิติผู้ใช้ Facebook จากการรวบรวมของเว็บไซต์ Checkfacebook (8 กันยายน 2553 http://www.checkfacebook .com/)พบว่ามีจำนวนผู้ใช้งานทั่วโลกกว่า 497,718,840 คน ซึ่งเฉพาะในประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้งานถึง 4,954,780 คน โดยแบ่งเป็นเพศหญิง 54.1% และเพศชาย 45.9% ผู้ใช้งานส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18 – 24 ปี คิดเป็น 37.5% รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปี คิดเป็น 33.6% ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผู้ใช้ Facebook ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีทั้งประโยชน์และโทษโดย พ.อ.รศ.ดร.เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ (เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ. 2553) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ ด้านสังคม คือ เป็นสื่อที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าหากันเพื่อสร้างความสัมพันธ์หรือให้ความร่วมมือกัน เพื่อค้นหาข่าวสาร ความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ด้านเศรษฐกิจ การโฆษณาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการเข้าถึงเป้าหมายได้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ด้านการเมือง เป็นช่องทางที่นักการเมืองสามารถนำเสนอนโยบายแก่ผู้คน ดูความนิยมของตนเอง และผู้คนสามารถแสดงความคิดเห็นเสนอหรือข้อเสนอแนะแก่นักการเมืองได้ ส่วนโทษของเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น ด้านสังคม คือ ความสัมพันธ์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นความสัมพันธ์แบบฉาบฉวย จึงทำให้ถูกมองว่าเป็นสังคมแห่งความหลอกลวง ไม่จริงใจ บางครั้งผู้ใช้มักถูกล่อลวงไปในทางที่ไม่ดีจากความหลงเชื่อในข้อความที่ถูกชักชวน

เนื่องจากผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้บริหารหรือผู้ที่สนใจอื่นๆ นำไปสร้างเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.2.2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชา ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.2.4 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และ สาขาวิชา ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ประชากร

- ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาทั้งหมดในคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553

1.3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ สถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ แบ่งออกเป็น เพศหญิง และ เพศชาย
- ระดับชั้นปี แบ่งออกเป็น ชั้นปีที่ 1 , 2 , 3 และ 4
- สาขาวิชา แบ่งออกเป็น คณิตศาสตร์ วิทยาการคอมพิวเตอร์ เคมี ชีววิทยา ฟิสิกส์ และสถิติ

ตัวแปรตาม

1. **พฤติกรรมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่**

- การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
- เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์
- วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
- ระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคม
- วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
- ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
- เวลาเฉลี่ยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
- ลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ

2. ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

1.4 ขั้นตอนการวิจัยและวิธีการดำเนินงาน

1.4.1 กำหนดหัวข้อปัญหาพิเศษและขอบเขตของการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยใช้เทคนิคการสำรวจด้วยตัวอย่าง (Sample Survey) โดยกำหนดประชากร คือ ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.4.2 ศึกษาค้นคว้ารายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4.3 สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.4.4 ทำการทดลองสำรวจ (Pilot Survey) กับนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์จำนวน 50 คน

1.4.5 ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1.4.6 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

1.4.7 คำนวณหาขนาดตัวอย่างจากข้อมูลที่ทำการทดลองสำรวจที่จะต้องเก็บข้อมูลจริง

1.4.8 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยใช้แผนการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิมีระบบ

1.4.9 นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจริงมาวิเคราะห์ และสรุปผล

1.4.10 เขียนรายงานการวิจัย

1.5 สมมติฐานการวิจัย

1. ด้านพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

1.1 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1.2 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 แตกต่างกัน

1.3 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นอันดับที่ 1 แตกต่างกัน

1.4 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1.6 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1.7 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1.8 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1.9 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะแตกต่างกัน

2. ด้านความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

2.1 สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชาที่ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกัน

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคม มีการทำกิจกรรมร่วมกันบนอินเตอร์เน็ต ในรูปแบบของเว็บไซต์มีการแผ่ขยายออกไปเรื่อยๆ เป็นรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลผ่านอินเตอร์เน็ต ทำให้เครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเตอร์เน็ตเป็นสังคมขึ้นมา เช่น Facebook, Twitter , Hi5

1.6.2 อินเตอร์เน็ต หมายถึง ระบบเครือข่ายการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ โดยอาศัยช่องทางสายโทรศัพท์เป็นสื่อและมีผู้ใช้ในระบบเป็นจำนวนมากทั่วโลก

1.6.3 เว็บไซต์ หมายถึง รูปแบบการสื่อสารบนเครือข่ายอินเตอร์เน็ตประเภทหนึ่ง โดยมีรูปแบบการใช้เป็นลักษณะสื่ออเนกทัศน์ คือมีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวที่มีสีสันและมีเสียงประกอบ

1.6.4 พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือกิริยาที่แสดงออกมาทางร่างกาย ในที่นี้หมายถึงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา เช่น การโพสต์ข้อความบนกระดานข้อความ การเพิ่มรูปภาพ เล่นเกมส์ สนทนากับผู้อื่นผ่านโปรแกรมออนไลน์ เป็นต้น

1.6.5 ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกด้านความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการพูด การเขียน โดยมีพื้นฐานความรู้ และประสบการณ์เต็มที่บุคคลได้รับมาโดยตลอดสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นเป็นหลักในการแสดงความคิดเห็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.6 นักศึกษา หมายถึง บุคคลที่กำลังศึกษาในขั้นอุดมศึกษา ระดับปริญญาตรี สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ทุกระดับชั้นปี และทุกสาขาวิชา ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2554

1.6.7 คณะวิทยาศาสตร์ หมายถึง คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 6 สาขาวิชา คือ

- สาขาคณิตศาสตร์ประยุกต์
- สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์
- สาขาเคมี
- สาขาชีววิทยา
- สาขาฟิสิกส์
- สาขาสถิติ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.7.2 ทำให้ทราบความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา เพื่อให้หน่วยงานในสถาบัน เช่น คณะวิทยาศาสตร์ สามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อนักศึกษาจะได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ และข่าวสารที่มีประโยชน์แก่ตัวนักศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
ทฤษฎีสถิติและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เครือข่ายสังคมออนไลน์

ในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รูปแบบการสื่อสารได้มีวิวัฒนาการจากการใช้นกพิราบสื่อสาร ไปเป็นการใช้โทรเลข โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และเข้าสู่ยุคของอินเตอร์เน็ต ซึ่งมีการพัฒนารูปแบบในติดต่อสื่อสารมาแล้ว 2 ยุคนั่นคือ

ยุคเว็บ 1.0 ยุคของการสนทนาแบบจุดต่อจุด (Point-to-point) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้สร้างเว็บ (Webmaster) กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการบนเว็บนั้นๆ ซึ่งเป็นลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ที่ผู้ใช้เว็บไม่สามารถตอบโต้ หรือแก้ไขข้อมูลต่างๆได้ ซึ่งรูปแบบหรือเนื้อหาที่สื่อสารถึงกันนั้นจะมีลักษณะเป็นการรับ-ส่งอีเมล์ (E-Mail) เข้าแชตรูม (Chat Room) ดาวน์โหลดภาพและเสียง หรือไม่ก็ใช้การค้นหาผ่านเว็บ Search Engine เพื่อหาข้อมูลหรือรายงาน รวมทั้งการใช้ Web board เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น Instant Messaging Program หรือ IM อาทิ MSN, Yahoo Messenger, Google Talk, Chat และ ICQ

ในขณะที่ ยุคเว็บ 2.0 เป็นการสื่อสารระหว่างผู้สร้างเว็บกับผู้ที่ใช้เว็บแบบตอบโต้กันไปมาได้ เรียกว่า การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ซึ่งเนื้อหาบนเว็บนั้นนอกจากผู้สร้างเว็บจะเป็นคนนำเสนอข้อมูลแล้ว ผู้ที่เข้ามาอ่านก็สามารถสร้างเนื้อหาหรือตอบโต้กันเองได้ และมีการสื่อสาร กันเป็นจำนวนมากจาก 1 ไปเป็น 2 และ 3 จนกลายเป็นสังคมเครือข่าย (Social Networking) ซึ่งลักษณะของการสื่อสารกันนั้นจะเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน การแบ่งปันสิ่งที่ตนเองมีในลักษณะของการร่วมกันผลิตเนื้อหาและข้อมูลภายในเว็บ การร่วมกันสร้างสรรค์ (Co-Creation) ขยาย (Extend) และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Connect) ระหว่างผู้ใช้ด้วยกันอีกทั้งยังมุ่งเน้นให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วและเป็นรูปแบบที่มีความเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล เช่น Wikipedia, Weblog, Facebook, Hi5, YouTube, Myspace, Twitter เป็นต้น และหากจะพิจารณาความแตกต่างของ เว็บ 1.0 และ 2.0 สามารถสรุปได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Web 1.0	Web 2.0
Webmaster หรือคนดูแลเว็บไซต์เท่านั้นที่สามารถแก้ไขปรับเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ในหน้าเว็บได้	สามารถสื่อสารตอบโต้ได้ทั้งผู้สร้างเว็บและผู้ใช้เว็บ (Interactive) เช่น บล็อกหรือการโพสต์กระทู้ต่างๆ
การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication)	การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) สามารถสร้างปรากฏการณ์แบบปากต่อปากได้อย่างรวดเร็ว จากการแนะนำผ่าน Social Networking
ข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงช้า และไม่ค่อยทันสมัย เพราะจะต้องรอ Webmaster เป็นผู้เปลี่ยนแปลงแก้ไขเท่านั้น	ผู้ใช้เว็บมีส่วนร่วมและเป็นผู้สร้าง Content ได้อย่างไม่จำกัด และข้อมูลจะถูกตรวจสอบคัดกรองจากสมาชิกในเครือข่ายอยู่ตลอด เช่น Wikipedia

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การขยายตัวอย่างรวดเร็วของสังคมการสื่อสารแบบออนไลน์ได้สะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงในระยะยาวของแนวโน้มการสื่อสารที่สำคัญใน 2 ด้าน ได้แก่

1. รูปแบบการสื่อสาร (Communication Platform) ที่ค่อยๆเปลี่ยนจากการสนทนาแบบจุดต่อจุด (Point-to-point) และแบบสองทาง (Two-way) ไปสู่การสื่อสารระหว่างผู้ใช้หลายคน (Many-to-many) มากขึ้น และมีการใช้ลิงก์, วิดีโอ, ภาพถ่าย และเนื้อหามัลติมีเดียมากขึ้น โดยการขับเคลื่อนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เรียกว่า Net Generation ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้รูปแบบการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป คนกลุ่มนี้ชื่นชอบการแลกเปลี่ยนเนื้อหา การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และเติบโตมาพร้อมกับแนวคิด “ความฉลาดของฝูงชน” (Wisdom of Crowds) อาทิ การทำหน้าที่ให้คะแนน จัดอันดับผู้ใช้คนอื่นๆ รวมถึงจัดอันดับสินค้าและบริการ เป็นต้น สังคมออนไลน์จึงกลายเป็นช่องทางการสื่อสารหลักสำหรับคนกลุ่มนี้ ซึ่งในอนาคตอาจเข้ามาแทนที่อีเมล หรือโทรศัพท์

2. การควบคุมการสื่อสาร (Communication Control) การเปลี่ยนบทบาทของผู้ให้บริการโทรคมนาคมจากที่เคยเป็นผู้ควบคุม และออกแบบแพลตฟอร์มแบบปิด (Web 1.0) ไปสู่ผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มเปิดบนอินเตอร์เน็ต (Web 2.0) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ดีขึ้นและมีราคาถูกลง รวมถึงการใช้บรอดแบนด์ และเครือข่ายไร้สาย (Wireless) เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้แพลตฟอร์มแบบเปิดอย่างเว็บไซต์สังคมออนไลน์กลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นสำหรับบริการสื่อสาร และผู้บริโภคก็ตอบสนองต่อแนวโน้มนี้อย่างกว้างขวาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มและพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ต

ในปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีการรับ-ส่งข้อมูลผ่านบอร์ดแบนด์ (Broadband) หรืออินเตอร์เน็ตความเร็วสูง (Hi-Speed Internet) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ผลักดันให้ความต้องการใช้งานอินเตอร์เน็ตในประเทศไทย เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นใน อัตราที่สูงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2552 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตประมาณ 16.1 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ที่มีจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ต 13.4 ล้านคน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากมุมมองของการเข้าถึงการใช้งานอินเตอร์เน็ตเทียบกับจำนวน ประชากรทั้งประเทศกลับพบว่า ประเทศไทยมีอัตราการเข้าถึงอินเตอร์เน็ตต่อประชากรอยู่ในระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในแถบเอเชียด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเวียดนาม สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น สาเหตุสำคัญที่สัดส่วนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในไทยยังค่อนข้างน้อย เพราะโครงข่ายอินเตอร์เน็ตยังไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยเฉพาะโครงข่ายอินเตอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้การใช้อินเตอร์เน็ตส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในเขตเมือง แต่อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตของผู้สมัครใช้งานอินเตอร์เน็ตบรอดแบนด์ทั้งแบบใช้สายและไร้สายก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ขณะที่แนวโน้มการใช้งานอินเตอร์เน็ตแบบธรรมดาในระบบความถี่แคบ (Narrowband) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเป็นการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์ (Dial-up) กลับเริ่มมีปริมาณการใช้งานลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2548 นอกจากนั้น การเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมอย่างเห็นได้ชัด และมีปริมาณความต้องการเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง คือการใช้งานอินเตอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Internet) ซึ่งได้มีการพัฒนาเทคโนโลยี 3G เพื่อให้เครือข่ายโทรศัพท์มือถือสามารถรองรับการให้บริการภาพและเสียง และการรับส่งข้อมูลต่างๆ ผ่านเทคโนโลยี WAP, GPRS, EDGE และ Bluetooth เป็นต้น

จากรายงาน The Wave 3 Report ของ Universal McCann (www.universalmccann.com) ที่ได้สำรวจพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของคนทั่วโลกปี 2008 พบว่า คนส่วนใหญ่ 82.9% นิยมดู Clip VDO, 72.8% นิยามอ่าน Webblog, 63.2% นิยมเว็บไซต์แชร์รูปภาพ, 57.3% Update Profile บนเว็บ Social network, 45.8% การแสดงความคิดเห็น หรือ Comment, 38.7% เริ่มเขียนและมี Webblog เป็นของตัวเอง, 38.5% Upload VDO และแชร์บนเว็บไซต์ และ 33.7% เคยใช้ RSS feeds

ด้านรายงาน 20 อันดับของ Social Media ปี 2008 ที่จัดทำโดย ComScore (www.comscore.com) ผู้นำในการรวบรวมสถิติในโลกดิจิตอลพบว่า Blogger ยังคงความเป็นผู้นำด้วยยอดผู้เข้าใช้ว่า 222 ล้านรายทั่วโลก ตามมาด้วย Facebook มีจำนวนผู้ใช้ 200 ล้านราย ส่วนอันดับต่อมาคือ MySpace ด้วยยอดผู้ใช้ 126 ล้านราย Wordpress 114 ล้านราย Windows Live Spaces 87 ล้านราย ส่วนอันดับ 6-10 ได้แก่ Yahoo Geocities 69 ล้านราย Flickr 64 ล้านราย Hi5 58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ล้านราย Orkut 46 ล้านราย และ Six Apart 46 ล้านราย และพบว่า จำนวนผู้ใช้ twitter มีการเติบโตขึ้น 95% หรือประมาณ 51.6 ล้านราย

สำหรับประเทศไทยผู้ที่เข้าใช้ twitter ยังมีจำนวนไม่มากนักเพียง 300,000 ราย และส่วนใหญ่เป็น Generation Y และ Generation D (Digital) ซึ่ง Alexa (www.alexa.com) ระบุว่า คนไทยให้ความนิยม twitter ติดอันดับที่ 27 ของโลก ดังนั้น จะเห็นว่า พฤติกรรมบนโลกออนไลน์นั้นได้ก้าวเข้าสู่เว็บ 2.0 อย่างเต็มตัว

ด้วยข้อมูลอ้างอิงข้างต้น ทำให้เห็นว่า แนวโน้มของการบริโภคสื่ออินเตอร์เน็ต โดยเฉพาะโลกของสังคมเครือข่าย (Social Networking) ทั้งการอัพโหลดข้อมูล การแชร์รูปภาพ การแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บบล็อก ต่างก็กำลังเข้าสู่กระแสของสังคม ความนิยมมิได้เกิดขึ้นเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่อายุ 15-30 ปี ที่เรียกกันว่า Generation Y, Z หรือ D ที่เป็นนักเรียน นักศึกษาเท่านั้น แต่ครอบคลุมไปถึงกลุ่มคนวัยทำงาน ทั้งระดับพนักงาน ผู้บริหาร นักวิชาการ นักวิชาชีพ รวมถึง นักการเมือง ศิลปิน ดารา และคนสูงอายุที่หันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์ผ่านสังคม เครือข่ายนี้อย่างมากมาย ยิ่งไปกว่านั้น การสังคมเครือข่ายยังสามารถเข้าถึงได้ไม่จำกัดเวลา (Time) และพื้นที่ (Space) เพราะทุกที่ ทุกเวลาสามารถทำการติดต่อสื่อสารได้หากสามารถเข้าถึงอินเตอร์เน็ตได้ ที่สำคัญโลกของการสื่อสารออนไลน์ก็ได้ย้ายเข้ามาสู่โทรศัพท์มือถือที่สามารถ เชื่อมต่ออินเตอร์เน็ต และมีแอบพลิเคชั่น รวมทั้งแพลตฟอร์มต่างๆ ให้สามารถใช้สื่อสารได้ เช่น เว็บไซต์ www.shozo.com หรือ www.qik.com ที่อัพโหลดรูปถ่ายไปยังเว็บไซต์โฟโต้แชร์ริ่ง อย่าง www.flickr.com โทรศัพท์มือถือจึงได้กลายเป็นอุปกรณ์สำคัญในการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ต ทำให้เป็นการเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงโลกของสังคมเครือข่าย และยังเป็นการเพิ่มปริมาณของคนในสังคมออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะ กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มคนที่คลั่งไคล้ความเป็นดิจิตอลที่อยู่ในยุคที่เรียกว่า Generation D: Digital ที่เป็นผู้รับนวัตกรรมดังกล่าวนี้เข้ามาใช้ ได้เข้ามามีอิทธิพลในการขับเคลื่อนสังคมเครือข่ายให้มีพลังมากยิ่งขึ้น

เครือข่ายสังคมออนไลน์ คืออะไร

จากแนวโน้มของการของการใช้อินเตอร์เน็ต ที่มีอัตราเร่งที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับอัตราการเติบโตของธุรกิจด้านบอร์ดแบนด์และธุรกิจด้านการตลาด โทรศัพท์มือถือออนไลน์ (Mobile Online Marketing) ที่มีความรุนแรงมากขึ้นนั้น พฤติกรรมบนโลกออนไลน์ จึงเริ่มก้าวเข้าสู่ความเป็นสังคมเครือข่าย (เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือ บ้างก็เรียกว่า Social Media) กันมากขึ้น ดังนั้น เราควรที่จะเรียนรู้ว่า สังคมเครือข่าย หรือ เครือข่ายสังคมออนไลน์เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือ Social Media คือ สังคม หรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มคนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏตัวบน โลกออนไลน์หรือทางอินเตอร์เน็ตที่เรียกว่า ชุมชนออนไลน์ (Community Online)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งมีลักษณะเป็นสังคมเสมือน (Virtual Community) สังคมประเภทนี้จะเป็นการให้ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิด แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านการติดต่อสื่อสารกันอย่างเป็นเครือข่าย (Network) เช่น เว็บไซต์ Hi5, Facebook, Myspace, YouTube, Twitter เป็นต้น

จากสถิติการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ข้างต้น ทำให้เห็นว่า กลุ่มผู้ที่ใช้งานไม่ได้เฉพาะเจาะจงกับกลุ่มวัยรุ่นอีกต่อไป แม้ว่า เมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมานั้น โลกของ เครือข่ายสังคมออนไลน์อาจมุ่งไปที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มวัยรุ่น แต่เมื่อรูปแบบของแพลตฟอร์มที่มีการพัฒนาให้มีความหลากหลายมากขึ้น การใช้งานจึงการกระจายไปยังกลุ่มวัยอื่น ซึ่งในแต่ละกลุ่มจะมีการใช้ประโยชน์จาก เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน คือ

กลุ่ม Generation Z มีอายุอยู่ระหว่าง 6-10 ปี คือ กลุ่มที่มีอายุที่น้อยที่สุด ซึ่งเกิดและเติบโตมาพร้อมกับยุคเทคโนโลยี Digital และ web 2.0 เป็นพวกที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เด็กกลุ่มนี้จะมีความต้องการใช้เทคโนโลยีสูงมาก เพราะนอกจากจะเป็นผู้ใช้แล้ว ยังเป็นผู้สร้าง หรือดัดแปลงเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเองได้ด้วย ชอบความเป็นอิสระ ความเป็นส่วนตัว นิยมที่จะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ด้วยตนเองผ่านเกมส์ออนไลน์ เช่น Ragnarok, Lunia, Mario

กลุ่ม Generation Y และ Generation D (Digital) มีอายุระหว่าง 15-30 ปี คือ กลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา และกลุ่มวัยเริ่มทำงาน (First Jobber) กลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมๆ กับการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร (IT) สมัยใหม่ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลถึงชีวิตของพวกเขา ที่เห็นชัดเจนก็คือโทรศัพท์มือถือ Analog กับ Web 1.0 ซึ่งเป็นยุคเริ่มต้นของการสื่อสารแบบไร้สาย ดังนั้นคนรุ่นนี้จึงนิยมการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด ชอบความทันสมัยของเทคโนโลยีดิจิตอล จะใช้เพื่อความบันเทิงและการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อน เช่น เล่นเกมส์ Download เพลง ภาพ หรือวีดีโอต่างๆ อย่าง Hi5, Facebook, YouTube คนกลุ่มนี้จึงเป็นกำลังสำคัญในการสร้างรากฐานให้แก่สังคมในปัจจุบัน ซึ่งต่อไปในอีก10-20 ปีข้างหน้า พวกเขาก็จะก้าวขึ้นไปรับผิดชอบดูแลสิ่งที่ตนสร้างขึ้นมา แทน Generation X

กลุ่ม Generation X มีอายุระหว่าง 30-45 ปี คือ กลุ่มคนวัยทำงาน นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ นักการเมือง นักสื่อสารมวลชน เป็นกลุ่มที่รับเทคโนโลยีแบบผู้ใช้ (User + Consumer) เป็นส่วนมาก จะใช้ประโยชน์ในการสืบค้นหาข้อมูลข่าวสาร ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยการใช้เป็นเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาด การค้นหาความรู้ การอ่านข่าวสารประจำวัน เช่น Wikipedia, Google Earth, Twitter, Webblog, Website ของสำนักข่าวต่างๆ นอกเหนือไปจากการใช้งานที่แตกต่างกันตามช่วงวัยแล้ว รูปแบบของการใช้ประโยชน์จาก เครือข่ายสังคมออนไลน์ก็ได้ขยายไปยังกิจกรรมต่างๆ เช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการสื่อสาร (Communication) โดยเฉพาะถูกนำมาใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารผ่าน Website ของสำนักข่าวอย่าง ผู้จัดการออนไลน์ (Manager.co.th) เนชั่นชาแนล (Nationchannel.com) หรือที่อยู่ในรูปแบบของ Webblog อย่าง oknation.net ที่มีผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเป็น Blogger หรือกรณีของนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) ที่เปิดโอกาสให้คนทั่วไปสามารถเป็นนักข่าวได้ เพียงมีมือถือ หรือกล้องถ่ายรูปดิจิตอลก็สามารถ upload ข้อมูลข่าวสารไปยัง Webbolg ต่างๆ ได้ โดยไม่มีการปิดกั้น

ด้านการศึกษา (Education) ถูกนำมาใช้ในการสืบค้น ความรู้ ข้อเท็จจริง ทั้งด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือวิทยาศาสตร์ ที่มักเรียกว่า สารานุกรมออนไลน์ ซึ่งสามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ อย่าง Wikipedia หรือ Google Earth

ด้านการตลาด (Marketing) ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่นำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ในการสร้างแบรนด์ได้อย่างชัดเจน เพราะเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าถึง สร้างความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคได้ดีและวัดผลได้ทันที เช่น การโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ผ่านเว็บไซต์ของ Starbucks (mystarbucksidea.force.com) ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเข้ามาแสดงและบอกถึงไอเดียต่างๆ ที่ลูกค้ามีต่อ Brand และเมนูของ Starbucks หรือการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ของบริษัทที่นิยมใช้ Webblog ในการแจ้งรายการส่งเสริมการการขาย หรือการใช้ Twitter เช่น @WeLoveFuji, @naiin ที่เชิญชวนให้ลูกค้าเข้าร่วมกิจกรรมผ่าน นอกจากนั้น ในปัจจุบันสื่อดังกล่าวยังถูกนำมาประยุกต์ใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เรียกว่า Marketing Influencer ที่อาศัย Bloggers ใน Twitters ที่มีจำนวนผู้ติดตาม (followers) มาก มาเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการนำเสนอสินค้าหรือแนะนำสินค้าเป็นต้น

ด้านบันเทิง (Entertainment) เป็นอีกส่วนหนึ่งที่นิยมหันมาใช้ประโยชน์จาก เครือข่ายสังคมออนไลน์เช่น การชมภาพยนตร์ การฟังเพลง การสร้างแฟนคลับ ผ่าน Facebook หรือ Hi5 หรือการให้ Download เพลง มิวสิควีดีโอ คอนเสิร์ต หรือแม้กระทั่งรูปภาพของดารา ศิลปินที่ชื่นชอบ เช่น เว็บไซต์ดาวน์โหลดเพลงของ GMM Grammy (www.gmember.com) หรือ Sanook.com ที่มีให้ดาวน์โหลดเพลงประกอบภาพยนตร์ (blogger.sanook.com) เป็นต้น

ด้านสื่อสารการเมือง (Communication Political) กลุ่มนี้จัดได้ว่า เป็นกลุ่มที่สร้างกระแสนิยม (แจ้งเกิด) ให้กับ เครือข่ายสังคมออนไลน์ระดับโลกเมื่อ บารัค โอบามา ใช้เป็นเครื่องมือหาเสียงจนได้รับการรับเลือกให้เป็นประธานาธิบดีสหรัฐฯ (http://www.youtube.com)
จน มาถึง อดีตนายกรัฐมนตรีของไทย อย่าง พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ที่ก็มีการใช้ Twitter ในการสื่อสารทางการเมืองกับประชาชน (Thaksinlive)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยประโยชน์ที่มีความหลากหลายในการใช้งาน ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นเครือข่ายทางสังคมขนาดใหญ่ที่ถูกเชื่อมต่อกันด้วยรูปแบบที่เฉพาะเจาะจง ทั้งด้านมุมมอง ความคิด การแลกเปลี่ยน มิตรภาพ ความขัดแย้ง การค้า ซึ่งเป็นไปตั้งแต่ในระดับบุคคลที่มีความใกล้ชิดไปจนถึงระดับชาติ เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นการรวมกันเข้าไว้ซึ่งความผูกพันและความสนใจร่วมกัน

ประเภทของ เครือข่ายสังคมออนไลน์

สำหรับประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจมีผู้เชี่ยวชาญในแขนงต่างๆ ได้จัดแบ่งไว้ซึ่งมีความแตกต่างกัน สำหรับผู้เขียนขอสรุปประเภทของ เครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ 7 ประเภท ดังนี้

1. การเขียนบทความ (Weblog) เป็นระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS) รูปแบบหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความที่เรียกว่า โพสต์(Post) และทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย เป็นการเปิดโอกาสให้คนที่มีความสามารถในด้านต่างๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนได้อย่างเสรี ซึ่งอาจจะถูกนำมาใช้ได้ใน 3 รูปแบบ คือ 1.) Blog ที่จัดทำโดยบริษัท (Corporate Blog) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพูดจา สื่อสารกับลูกค้า เช่น Starbucks Gossip 2.) Microblog มีลักษณะเป็นการโพสต์ข้อความสั้นๆ ไม่เกิน 140 ตัวอักษรและสามารถที่จะส่งข้อความสั้นๆ ไปยังโทรศัพท์มือถือได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องเปิดอินเตอร์เน็ตเข้าอ่านเหมือน Blog ทั่วไป ซึ่งก็คือข้อความที่จะบอกว่า “ตอนนี้คุณทำอะไรอยู่” เช่น Twitter 3.) Blog ที่เขียนจาก Blogger อิสระ ที่มีความสามารถเขียนเรื่องที่ตนถนัด และมีผู้ติดตามจำนวนมาก ซึ่ง Blog ในรูปแบบหลังนี้ปัจจุบันนักการตลาดนิยมให้ Blogger ได้เข้ามาทดลองใช้สินค้า (Testimonial) แทนการใช้ดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ แล้วให้ Blogger เขียนข้อความในลักษณะสนับสนุนหรือแนะนำสินค้า จนกลายเป็นกลยุทธ์ Marketing Influencer

2. แหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/ Knowledge) เป็นเว็บที่รวบรวมข้อมูล ความรู้ในเรื่องต่างๆ ในลักษณะเนื้อหาอิสระ ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สินค้า หรือบริการ โดยมุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆ เหล่านั้นเป็นผู้เข้ามาเขียนหรือแนะนำไว้ ส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพ หรือ ผู้เชี่ยวชาญ ที่เห็นได้ชัดเจน เช่น Wikipedia ที่เป็นสารานุกรมออนไลน์หลายภาษา, Google earth เว็บดูแผนที่ได้ทุกมุมโลกให้ความรู้ทางภูมิศาสตร์, การท่องเที่ยวเดินทาง, การจราจร หรือ ที่พัก, dig หรือ diggZy Favorites Online เป็นเว็บทำหน้าที่เก็บ URL ของเว็บไซต์ที่ชื่นชอบไว้ดูภายหลัง เป็นต้น

3. ประเภทเกมส์ออนไลน์ (Online games) เป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมส์ไว้มากมาย จะมีลักษณะเป็นวิดีโอเกมส์ที่เล่นบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะบน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อินเตอร์เน็ต ซึ่งเกมส์ออนไลน์นี้ ผู้เล่น สามารถที่จะสนทนา เล่น แลกเปลี่ยน items ในเกมส์กับบุคคลอื่นๆ ในเกมส์ได้ และสาเหตุที่มี ผู้นิยมมากเนื่องจาก ผู้เล่นได้เข้าสังคมจึงรู้สึกสนุกที่จะมีเพื่อนเล่นเกมส์ไปด้วยกันมากกว่าการ เล่นเกมส์คนเดียว อีกทั้งมีกราฟฟิคที่สวยงามมากและมีกิจกรรมต่างๆ เพิ่ม เช่น อาวุธ เครื่องแต่งตัวใหม่ๆ ที่สำคัญสามารถที่จะเล่นกับเพื่อนๆ แบบออนไลน์ได้ทันที เช่น SecondLife, Audition, Ragnarok, Pangya เป็นต้น

4. ประเภทชุมชนออนไลน์ (Community) เป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่ หรือการตามหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้เจอกันนาน การสร้าง Profile ของตนเอง โดยการใส่รูปภาพ, กราฟฟิคที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของเรา (Identity) ให้เพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายได้รู้จักเรามากยิ่งขึ้น และยังมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรื่องราว ถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆ ร่วมกัน เช่น Hi5, Facebook, MySpace, MyFriend เป็นต้น

5. ประเภทฝากรูปภาพ (Photo management) เว็บที่เน้นฝากเฉพาะรูปภาพ (Photo) โดยไม่เปลืองฮาร์ดดิสก์ส่วนตัว โดยการ Upload รูปภาพจากกล้องถ่ายรูป หรือโทรศัพท์มือถือไปเก็บไว้บนเว็บ ซึ่งสามารถแชร์ภาพหรือซื้อขายภาพกันได้อย่างง่ายดาย เช่น Flickr, Photoshop Express, Photobucket ฯลฯ เป็นต้น

6. ประเภทสื่อ (Media) เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน (Sharing) ไฟล์ประเภท Multimedia อย่าง คลิปวีดีโอ ภาพยนตร์ เพลง ฯลฯ โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็น Multimedia เช่น YouTube, imeem, Bebo, Yahoo Video, Ustream.tv ฯลฯ เป็นต้น

7. ประเภทซื้อ-ขาย (Business / commerce) เป็นเว็บที่ทำธุรกิจออนไลน์ที่เน้นการซื้อ-ขายสินค้า หรือบริการต่างๆ ผ่านเว็บไซต์ (E-commerce) เช่น การซื้อ-ขายรถยนต์ หนังสือ หรือ ที่พักอาศัย ซึ่งเป็นเว็บที่ได้รับความนิยมมาก เช่น Amazon, eBay, Tarad, Pramool ฯลฯ แต่เว็บไซต์ประเภทนี้ยังไม่ถือว่าเป็น Social Network ที่แท้จริง เนื่องจากมิได้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการแชร์ ข้อมูลกันได้หลากหลาย นอกจากเน้นการสั่งซื้อและแนะนำสินค้าเป็นส่วนใหญ่

การแพร่กระจายและการยอมรับของ เครือข่ายสังคมออนไลน์

การที่สังคมมนุษย์จะมีการใช้เทคโนโลยีหนึ่งเทคโนโลยีใดในสังคมได้ต้อง ผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประดิษฐ์ และผู้ใช้ในสังคม (Interactive between Innovator and User) กลับไปกลับมาหลายครั้งจนเกิด “การยอมรับ” หรือที่เรียกว่า Technology Adoption” ดังนั้น กระแสของการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่นั้น จึงเกิดมาจากกระบวนการถ่ายโอนพฤติกรรมและความคิดของคนกลุ่มคนแรก (Innovator) ในสังคมที่ชอบในความทันสมัยของเทคโนโลยี มีการทดลองใช้งานจนเกิดการยอมรับ แล้วจึงสื่อสารหรือถ่ายทอดต่อไปยังกลุ่มคนต่างๆ ในสังคม ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นสิ่งที่นักการตลาดให้ความสนใจเป็นอย่างมาก จะเห็นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จาก ทฤษฎีของ Everett M. Roger ที่ว่าด้วย “Diffusion of Innovation: DOI” ซึ่งเป็นการอธิบายถึงการเผยแพร่ (Diffusion) นวัตกรรมให้ได้รับการยอมรับและถูกนำไปใช้โดยสมาชิกของชุมชนเป้าหมาย โดยเริ่มจากผู้ที่มีศักยภาพที่จะรับนวัตกรรมได้เรียนรู้เกี่ยวกับตัวนวัต กรรมนั้น จนมีความรู้ความเข้าใจในนวัตกรรมอย่างดี และถูกชักนำโน้มน้าวให้เชื่อถือในตัวนวัตกรรม หลังจากนั้น จะมีการตัดสินใจว่าจะรับเอานวัตกรรมนี้มาใช้ เมื่อตัดสินใจแล้วก็ลงมือปฏิบัตินำเอานวัตกรรมสู่การปฏิบัติ และขั้นสุดท้ายคือ การยืนยัน (หรืออาจจะปฏิเสธ) การตัดสินใจยอมรับและใช้นวัตกรรมนั้นต่อไป ฉะนั้น การเผยแพร่จึงเป็นกระบวนการที่นวัตกรรม (Innovation) จะถูกนำไปถ่ายทอดผ่านช่องทางของการสื่อสาร(Communication Channels) ในช่วงเวลาหนึ่ง (Time) กับสมาชิกที่อยู่ในระบบสังคมหนึ่ง (Social System) ให้เกิดการยอมรับ (Adoption) ซึ่งลักษณะของนวัตกรรม (Innovation) มีดังนี้

1. เป็นสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน

2. เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วแต่ไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ ต่อมาได้มีการนำมาใช้ประโยชน์

3. เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วและเคยนำมาใช้ในช่วงเวลาหนึ่งแต่ไม่ได้รับความนิยม ต่อมานำมาใช้ใหม่ภายใต้สถานการณ์และเงื่อนไขใหม่ที่เปลี่ยนไป

4. เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วและใช้ได้ดีในสังคมอื่น หรือประเทศอื่น แล้วนำมาใช้ในอีกสังคมหนึ่งหรืออีกประเทศหนึ่ง

5. เป็นการพัฒนาปรับปรุงจากของเดิมที่มีอยู่ให้มีลักษณะต่างจากต้นแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม

ดังนั้น เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่าง เครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับประเทศไทยจึงจัดได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่หรือสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือเป็น “สิ่งใหม่” ที่มีอยู่แล้วในสังคมอื่น (ต่างประเทศ) แล้วประเทศไทยนำมาใช้ ส่วนลักษณะของกลุ่มคนในสังคมที่จะยอมรับการแพร่กระจายของนวัตกรรม Roger ได้แบ่งไว้เป็น 5 ลักษณะคือ

1. Innovators มีจำนวนเพียง 2.5% ของคนทั้งหมดที่จะใช้นวัตกรรม จะเป็นกลุ่มที่มีการใช้ทันที คนกลุ่มนี้มีลักษณะกล้าเสี่ยง และมีความเป็นนักนวัตกรรมสูง มีความรู้ด้านเทคโนโลยี และชอบติดตามเทคโนโลยีอยู่เสมอ จึงมีความพร้อมจะยอมรับ และมีศักยภาพที่จะรับได้อย่างรวดเร็ว เช่น โปรแกรมเมอร์ นักประดิษฐ์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี อย่าง www. Pantip.com ที่เริ่มต้นจาก Webboard มาสู่ Webblog หรืออย่าง เว็บข่าวอย่าง www.Oknation.net ที่ให้สมาชิกสามารถนำเสนอและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ ซึ่งทั้งสองเว็บนี้ถือว่าที่เป็นคนกลุ่มแรกที่นำ เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาใช้ในการสื่อสารออนไลน์เพื่อสร้างสังคมเครือข่าย

2. Early Adopters กลุ่มนี้มีจำนวน 13.5% เป็นกลุ่มที่ยังมีความเชื่องช้าในการรับนวัตกรรมกว่าพวกแรก แต่ก็ยังไวต่อการรับนวัตกรรมหลังจากทราบว่ามีกลุ่ม Innovators ได้ยอมรับไปแล้ว เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มที่ชอบลองอะไรใหม่ๆ และค่อนข้างมีฐานะ อาจเป็นนักวิชาการหรือคนดังในสังคม เช่น ดารา หรือนักการเมือง ที่มีการสร้าง Webblog, Facebook หรือ Twitter เพื่อให้คนเข้ามาติดตาม หรือเพื่อเป็นการสร้างกลุ่มแฟนคลับ

3. Early Majority มีจำนวนมากถึง 34% กลุ่มนี้จะตัดสินใจได้จะต้องผ่านการพิจารณาหลายรอบ นวัตกรรมต้องมีลักษณะการใช้งานง่าย และมีประโยชน์ การตัดสินใจเลือกนวัตกรรมมักดูจากการตัดสินใจของสองกลุ่มแรก ลักษณะของคนกลุ่มนี้อาจเป็นคนวัยทำงาน หรือคนที่ไม่กล้าเสี่ยงกับนวัตกรรมหรือความเป็นไฮเทคโนโลยีทันที จนกว่าจะเห็นว่ามีความสำคัญหรือความจำเป็นจริงๆ

4. Late Majority ถือเป็นคนกลุ่มใหญ่อีกกลุ่มหนึ่งมีจำนวนประมาณ 34% กลุ่มนี้จะมีใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมช้า และจะใช้เมื่อมีความจำเป็นต้องการใช้งานจริงๆ ซึ่งกว่าที่จะยอมรับนวัตกรรม เทคโนโลยีนั้นอาจจะเริ่มตกรุ่นไปแล้ว คนกลุ่มนี้อาจยอมรับนวัตกรรมใหม่เมื่อสังคมส่วนใหญ่ได้หมดความนิยมใน เทคโนโลยีนั้นแล้ว

5. Laggards มีจำนวน 16% เป็นกลุ่มที่ต่อต้านนวัตกรรม ถ้าจะยอมรับก็ยอมรับอย่างเสียมิได้ หรืออาจจะไม่ยอมรับเลยตลอดไป คนกลุ่มนี้เป็นอาจอยู่ในกลุ่มของคนยุค Baby Boomer คือ รุ่นคุณตา คุณยาย หรือยุคพ่อ แม่ที่ไม่ได้ใส่ใจและยอมรับกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

สำหรับความนิยมของ เครือข่ายสังคมออนไลน์ผู้เขียนเห็นว่า กลุ่มคนในสังคมที่ทำให้เกิดกระแสความนิยมนั้นคือ กลุ่มผู้นำทางความคิด หรือ กลุ่มของคนที่มีชื่อเสียง (Early Adopters) อย่างดารา คนดัง ผู้เชี่ยวชาญ นักการเมือง หรือที่นักการตลาดเรียกคนกลุ่มนี้ว่า “ไอคอน” (Icon) เพราะคนกลุ่มนี้คือผู้นำในการแพร่กระจายนวัตกรรมไปสู่กลุ่มคนส่วนใหญ่ของ สังคม แต่ทั้งนี้ ก็มิใช่ทุกคนที่จะยอมรับนวัตกรรมนี้ เพราะยังมีกลุ่มคนในสังคมอีกมากที่มีพฤติกรรมในการสื่อสารและการชีวิตประจำวันที่ไม่ได้อาศัยประโยชน์จาก Social Networking

กระแสความนิยม เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

การที่สังคมหนึ่งจะยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ไปใช้ในชีวิตประจำวัน นั้นจำเป็นต้องอาศัยการแพร่กระจายและถ่ายทอดนวัตกรรมจากกลุ่มคนกลุ่มแรกของสังคม ที่มีการยอมรับมาก่อน ไปยังกลุ่มคนในสังคมอื่นๆ ให้ยอมรับตามไปด้วย แต่การยอมรับนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่

1. ตัวเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม (Technology or Innovation) ศักยภาพหรือความสามารถในการใช้งานได้มากหรือดีกว่าเทคโนโลยีเดิมหรือของที่ มีอยู่เดิมได้มากน้อยเพียงใด (Relative Advantage) เทคโนโลยีนั้นสอดคล้องกับค่านิยม ประสบการณ์ และความต้องการของผู้ใช้หรือไม่ (Compatibility) ง่ายต่อการนำไปใช้ (Complexity) สามารถทดลองใช้ได้ก่อนหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Trialability) และสามารถสังเกตเห็นผลได้ชัดเจน (Observeability) เพียงใด

2. ผู้ใช้นวัตกรรม (Users) ความแตกต่างกันทั้งด้านเพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม ย่อมมีผลต่อระดับการยอมรับนวัตกรรมช้า-เร็วต่างกัน เช่น คนที่ไม่มีความรู้เรื่องการใช้อินเตอร์เน็ตก็ต้องใช้เวลาในการศึกษาหาความ รู้นานกว่าคนที่เชี่ยวชาญในการใช้อินเตอร์เน็ต หรือคนยุคเก่า หัวโบราณอาจไม่ยอมรับนวัตกรรมใหม่เพราะมีความเชื่อว่า เทคโนโลยีจะส่งผลกระทบที่ไม่ดีต่อสังคม

3. ผู้ทรงอิทธิพล (Influencers) บุคคลที่ถ่ายทอดนวัตกรรมต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสาร มีความรู้ มีความสามารถ มีความน่าเชื่อ และมีประสบการณ์ จึงจะสามารถโน้มน้าวใจ และเผยแพร่นวัตกรรมให้เกิดการยอมรับได้

4. สภาพแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม (Environmental Factors) ปัจจัยแวดล้อมของแต่ละสังคมจะมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมใหม่ เช่น หากกลุ่มวัยรุ่นเห็นว่าเพื่อนในกลุ่มมีการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์กันมาก ก็มักจะใช้ตามเพื่อน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเพื่อน หรือ นักการตลาดที่มักใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้บริโภคมากขึ้น

ปัจจัยดังกล่าวจึงต่างมีส่วนช่วยสนับสนุนการยอมรับนวัตกรรมให้รวดเร็วขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ถ้าหากปัจจัยใดส่งผลในทางบวกน้อย อัตราการยอมรับนวัตกรรมของผู้รับก็จะเริ่มช้าลง หรือหากมีปัจจัยใดส่งผลในทางทางลบก็จะเกิดการปฏิเสธหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้นๆ

สำหรับประเทศไทยในยุคปัจจุบันนั้น แม้ว่าจะมีกระแสความนิยม เครือข่ายสังคมออนไลน์มาก แต่ภายในปี 1-2 ปีนี้คงจะยังไม่ใช่สื่อหลัก (Mainstream Media) หากแต่เป็นเพียงสื่อเสริมหรือสื่อทางเลือก (Alternative Media) เท่านั้น เนื่องด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมกระแสนิยม ด้วยเพราะสังคมไทยเป็นสังคมเปิดที่ยอมรับความเปลี่ยนแปลงอะไรง่ายและเร็ว เกินไป โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้ประโยชน์กันเพียงเพื่อความบันเทิงที่เป็นไปตามกระแสนิยม (Trend) มากกว่ามุ่งใช่เพื่อประโยชน์ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้สื่อเหล่านี้อาจเป็นไปในลักษณะคลั่งไคล้ชั่วระยะหนึ่ง (Fad) ที่กระทำกันเหมือนเป็นแฟชั่นที่เห็นว่า ใครมี ก็ขอมีด้วย โดยเฉพาะเมื่อผู้นำทางสังคมอย่างดาราหรือนักการเมืองที่เป็นกลุ่มแรกๆ ในการนำสิ่งเหล่านี้เข้าสู่สังคม วัยรุ่นจึงต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม อยากเป็นเหมือนดารา หรือคนดังอีกทั้ง กลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีนิสัยชอบความแปลกใหม่ ทันสมัย ยอมรับสิ่งใหม่อย่างรวดเร็ว แต่ในขณะเดียวกันก็เบื่อเร็ว อย่างกรณี Hi5 ที่เมื่อ 1-2 ปี นิยมเล่นกันทั่วไป แต่เมื่อมีของใหม่อย่าง Facebook ที่มีเกมส์ มี Application มากกว่า ใหม่กว่า และชวนให้หลงใหลมากกว่า Hi5 ก็ถูกลดความนิยมลงไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

2. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันมาก เห็นได้จากสังคมไทยยังคงเป็นสังคมเกษตรกรรม ระดับการศึกษา ความรู้ ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ยังไม่ทั่วถึง ระดับของรายได้ก็แตกต่างกันมาก การให้ความสำคัญ หรือความจำเป็นในการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์คงมีแต่คนในสังคมเมืองเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารรูปแบบนี้

3. สื่อมวลชนยังคงเป็นสื่อหลักในการนำเสนอข่าวสาร สื่อมวลชน (Mass Media) อย่าง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิวต่างๆ ยังคงถูกนำมาใช้ในการสื่อสารเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวสาร การให้ความรู้ การรับชมรายการโทรทัศน์ ฟังวิทยุ การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการต่างๆ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ยังคงทุ่มค่าใช้จ่ายไปที่สื่อมวลชนเป็นหลัก โดยมีการนำ เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง YouTube, Wikipedia หรือ Twitter มาใช้เป็นสื่อเสริมหรือสื่อทางเลือก (Alternative Media) ควบคู่กันไป

4. ความเชื่อถือในสื่อหลัก คนส่วนใหญ่ในสังคมยังคงมีพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากสื่อหลักหรือสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เนื่องจากสื่อหลักสามารถเข้าถึง สร้างความครอบคลุมคนในทุกระดับชั้น ทั่วประเทศ และเป็นสื่อที่มีมานาน คนในสังคมจึงยังคงให้ความเชื่อถือแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ผ่านมาจากสื่อหลักมากกว่าอีกทั้งคนกลุ่มหนึ่งในสังคมไทยยังคงปิดกั้นและต่อต้านนวัตกรรมใหม่ที่อาจมีผลกระทบ ต่อวิถีการดำเนินชีวิตแบบไทย (Laggards)

5. อินเตอร์เน็ตยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ แม้ว่าพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตในสังคมไทยจะมีอัตราเพิ่มมากขึ้น จนกลายเป็นช่องทางขยายการตลาดออนไลน์ ทั้งบอร์ดแบนด์อินเตอร์เน็ต และเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ แต่ศักยภาพของเครือข่ายก็ยังไม่ครอบคลุมไปทั่วประเทศ ยังคงมีอีกหลายพื้นที่ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงได้ หรือหากเข้าถึงแล้ว ก็ยังไม่สามารถใช้ศักยภาพของเครือข่ายเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. กระแสเริ่มต้นสังคมเครือข่ายออนไลน์ อัตราการเติบโตของพฤติกรรมการใช้งานอินเตอร์เน็ตของไทยนั้น เมื่อเทียบกับประเทศในเอเชียด้วยกันถือว่าช้ามาก และยังมีจำนวนน้อย คงต้องใช้เวลาอีก 5-10 ปี กว่าที่คนไทยจะมีพฤติกรรมการใช้งานอินเตอร์เน็ตกันอย่างเป็นกิจวัตร หรือใช้ประโยชน์ได้เต็มศักยภาพ

ดังนั้น แนวโน้มของ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ว่าจะกลายเป็นสื่อหลัก (Mainstream) ในสังคมไทยหรือไม่นั้น อาจจะต้องใช้เวลาอีก 10-20 ปี เพราะทั้งอัตราการใช้อินเตอร์เน็ต และพฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์เมื่อเทียบกับประเทศในแถบเอเชียด้วยกันยังต่ำ คนในสังคมไทยยังคงมีความตื่นตัวในเรื่องนี้ไม่มากนัก ซึ่งเห็นได้จากการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ยังคงให้ความสำคัญและมีความเชื่อ ถือในตัวสื่อมวลชน (Mass Media) อย่างโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ จะมีก็แต่กลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน (Generation Y, Z หรือ D (Digital)) ที่มีแนวโน้มว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
117259

จะเริ่มให้ความสำคัญและบริโภคสื่อนี้มากขึ้นทุกขณะ และในอนาคตหากวัยรุ่นกลุ่มนี้เติบโตขึ้นก็อาจจะกลายเป็นพลังอำนาจทางการสื่อ สารที่ทำให้กระแส เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็น จนนำไปสู่การใช้ประโยชน์และบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อนี้กันอย่างจริงจัง มิใช่เป็นเพียงกระแสสังคม หรือความนิยมระยะสั้นเท่านั้น เมื่อถึงวันนั้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ก็มีแนวโน้มว่าอาจกลายเป็นสื่อหลัก (Mainstream Media) สำหรับสังคมไทยได้ในที่สุด

2.2 วิธีการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นชุดของคำถามซึ่งจัดเรียงไว้อย่างเป็นระเบียบสำหรับส่งให้ผู้ตอบอ่านและตอบด้วยตนเอง สร้างขึ้นเพื่อใช้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรจำนวนมาก ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อ การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากๆ ได้และเสียค่าใช้จ่ายแรงงานน้อยกว่าวิธีการอื่นๆ ด้วย แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่อ่านออกเขียนได้และมักจะได้คำตอบกลับคืนมาน้อย (2 ส.ค.53: www.moe.go.th)

2.2.1 รูปแบบของคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม

รูปแบบของคำถามที่ใช้ในปัญหาพิเศษนี้ คือ คำถามแบบปิด (Close questions) เป็นคำถามที่ผู้สร้างมีจุดมุ่งหมายแน่นอนและจัดเตรียมคำตอบไว้ให้ล่วงหน้า ผู้ตอบเพียงเลือกตอบจากคำตอบที่กำหนดให้เท่านั้น โดยมีรูปแบบดังนี้

แบบคำถามสองคำตอบ (Dichotomous questions or Check list) เป็นคำถามที่จะเลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่งในสองคำตอบ

แบบคำถามให้เลือกตอบ (Multiple choice questions) โดยในแต่ละคำถามจะกำหนดคำตอบมาให้หลายคำตอบแล้วให้เลือกหนึ่งคำตอบ ในแต่ละคำถามไม่จำเป็นต้องมีจำนวนคำตอบเท่ากันแล้วแต่สถานการณ์และวัตถุประสงค์ของการศึกษา

แบบประเมินค่า (Rating scale) เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดสิ่งที่เป็นนามธรรมด้วยการแปลงเป็นปริมาณในเชิงเปรียบเทียบ รูปแบบนี้คล้ายกับแบบคำถามให้เลือกตอบต่างกันเพียงแต่คำตอบที่ให้เลือกนั้น มีลักษณะเป็นแบบเปรียบเทียบกันตามปริมาณมากน้อยและจัดเรียงไว้ตามลำดับ ซึ่งคำตอบของทุกคำถาม ถ้าในเนื้อหาเดียวกันจะมีคำตอบเท่ากันและเหมือนกันทุกข้อจึงสะดวกในการสร้าง การตอบ และการวิเคราะห์มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 มาตรวัดทัศนคติของลิเคิร์ท (Likert – Scale)

มาตรวัดทัศนคติของลิเคิร์ทหรือมาตรวัดทัศนคติแบบมาตรวัดรวมของลิเคิร์ท ใช้ในการวัดแบบประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดสิ่งที่เป็นนามธรรมหรือข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการแปลงเป็นปริมาณในเชิงเปรียบเทียบ นิยมใช้วัดพฤติกรรมหรือสิ่งต่างๆ ที่ไม่สามารถวัดออกมาเป็นตัวเลขโดยตรงได้ โดยลักษณะของแบบประเมินค่านี้อยู่ตรงที่คำตอบ ซึ่งมีลักษณะเป็นการเปรียบเทียบปริมาณมากน้อยและจัดเรียงไว้ตามลำดับ ผู้ตอบจะต้องตอบด้วยการประเมิน (Evaluate) สถานการณ์ที่เป็นสิ่งเร้าที่กำหนดให้ และเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ซึ่งรูปแบบของมาตรวัดทัศนคติของลิเคิร์ทนี้ คำตอบของทุกข้อคำถามถ้าในเนื้อหาเดียวกันจะมีคำตอบเท่ากันและเหมือนกันทุกข้อ (มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ)

2.3 การทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square, χ^2)

เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบข้อมูลที่เป็นความถี่หรือจำนวน ซึ่งจะมีประสิทธิภาพเมื่อเป็นไปตามข้อกำหนดเบื้องต้น(Assumption) ดังนี้

ข้อกำหนดเบื้องต้น (Assumption) ในการทดสอบ χ^2

1. ค่าสังเกตแต่ละค่าจะต้องอยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้นและเป็นอิสระจากกัน
2. จำนวนความถี่ทั้งหมดควรมีขนาดใหญ่
3. ความถี่คาดหวังในแต่ละกลุ่มไม่ควรต่ำกว่า 5 แต่ถ้าพบว่ามีกลุ่มใดมีค่าคาดหวังต่ำกว่า 5 และมีไม่เกินร้อยละ 20 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมดอาจแก้ไขได้ดังนี้

ก. เพิ่มขนาดตัวอย่างให้มากขึ้น ในทางปฏิบัติขนาดตัวอย่างน้อยที่สุดที่ควรใช้คำนวณได้จาก $5 \times$ จำนวนกลุ่มทั้งหมด

ข. รวมกลุ่มที่อยู่ติดกันเข้าด้วยกัน จนทำให้ความถี่คาดหวังไม่ต่ำกว่า 5 โดยการรวมกลุ่มต้องไม่ทำให้เสียความหมาย

4. ข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ควรเป็นข้อมูลแจงนับ ไม่อยู่ในรูปของอัตราส่วนหรือร้อยละ
5. ไคสแควร์ที่ชั้นแห่งความเป็นอิสระเท่ากับ 1 และมีความถี่คาดหวังของบางกลุ่มน้อยกว่า 10 กลุ่มแต่ไม่ต่ำกว่า 5 จะมีผลให้ ค่าสถิติไคสแควร์ไม่มีความต่อเนื่อง ต้องทำการปรับค่าให้มีความต่อเนื่องตามวิธีของ Yate

การทดสอบไคสแควร์เกี่ยวกับความเป็นเอกภาพของสัดส่วน (χ^2 Test of Homogeneity)

ใช้เปรียบเทียบระหว่างประชากร ≥ 2 ประชากร ว่ามีการแจกแจงของความถี่ที่สังเกตได้ของตัวแปรที่แบ่งเป็น k หรือ c กลุ่ม แตกต่างกันหรือไม่ ข้อมูลที่นำมาทดสอบจะเป็นตารางการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำแนกแบบสองทาง โดยจำนวนประชากร = r และลักษณะหรือตัวแปรมีระดับการวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งได้เป็น c กลุ่ม โดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์จะอยู่ในรูปความถี่

สมมติฐานที่จะทดสอบ

H_0 : สัดส่วนของลักษณะย่อยในประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : สัดส่วนของลักษณะย่อยในประชากร k กลุ่มแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$\chi^2_{cal} = \sum_{i=1}^{r}\sum_{j=1}^{c}\frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ O_{ij} = ความถี่ที่สังเกตุได้ของประชากร i ตัวแปรในกลุ่ม j

E_{ij} = ความถี่ที่คาดหวังของประชากร i ตัวแปรในกลุ่ม j

$$= \frac{f_i f_j}{n}$$

f_i = ผลรวมความถี่ของทุกกลุ่มของตัวแปรในประชากรที่ i

f_j = ผลรวมความถี่ของทุกประชากรในตัวแปรกลุ่มที่ j

r = จำนวนประชากร

c = จำนวนกลุ่มของตัวแปร

n = ขนาดตัวอย่าง

การตัดสินใจ

เมื่อกำหนด ระดับนัยสำคัญ α

ถ้าค่า χ^2_{cal} ที่คำนวณได้มากกว่าค่า χ^2 ที่เปิดจากตารางที่ ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (degree of freedom, d.f.) เท่ากับ $(r-1)(c-1)$ ที่ α หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า χ^2 มากกว่าค่า χ^2_{cal} ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value $< \alpha$ จะปฏิเสธ H_0 นั่นคือมีความแตกต่างในการแจกแจงของความถี่ที่สังเกตุได้ของตัวแปรระหว่างประชากรที่ต่างกัน

ถ้าค่า χ^2_{cal} ที่คำนวณได้น้อยกว่าหรือเท่ากับค่า χ^2 ที่เปิดจากตารางที่ d.f. $= k-1$ ที่ α หรือมีค่า p-value $\geq \alpha$ จะยอมรับ H_0 นั่นคือไม่มีความแตกต่างในการแจกแจงของความถี่ที่สังเกตได้ของตัวแปรระหว่างประชากรที่ต่างกัน (อุมาพร จันทศร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ทฤษฎีลิมิตเข้าสู่ส่วนกลาง (Central limit theorem)

ทฤษฎีลิมิตเข้าสู่ส่วนกลาง กล่าวว่า ถ้าสุ่มตัวอย่างขนาด n จากประชากรใดๆก็ตามการแจกแจงของค่าเฉลี่ยตัวอย่าง $\overline{X}$ จะมีการแจกแจงเข้าสู่การแจกแจงแบบปกติ เมื่อ n มีขนาดใหญ่ ในการสุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกันจากประชากรใดๆ ที่มีค่าเฉลี่ย μ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน σ ถ้าตัวอย่างมีขนาดใหญ่ ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง $\overline{X}$ จะมีการแจกแจงเข้าสู่การแจกแจงแบบปกติ ที่มีค่าเฉลี่ย μ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน $\sigma/\sqrt{n}$ หรือ $Z=\dfrac{(\bar{x}-\mu)}{\sigma/\sqrt{n}}$ จะมีการแจกแจงโดยประมาณแบบปกติมาตรฐาน

2.5 การทดสอบการแจกแจงปกติมาตรฐาน (Z- test)

ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม โดยใช้ทดสอบสมมุติฐานวิจัย ปัญหาพิเศษฉบับนี้เลือกตัวสถิติทดสอบ Z ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมุติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$H_0: \mu_1 = \mu_2$

$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

เมื่อไม่ทราบความแปรปรวนของประชากร σ_1^2 และ σ_2^2

$$Z = \frac{(\overline{X}_1 - \overline{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\left(\dfrac{S_1^2}{n_1} + \dfrac{S_2^2}{n_2}\right)}}$$

n_1 คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

μ_1 คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มประชากรที่ 1

μ_2 คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มประชากรที่ 2

$\overline{X}_1$ คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\overline{X}_2$ คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_1^2 คือ ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 คือ ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ทดสอบด้วยการหาค่าบริเวณวิกฤตที่ระดับนัยสำคัญ α ถ้าค่าสถิติ Z คำนวณตกอยู่ในบริเวณวิกฤต หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value แล้วเปรียบเทียบค่า p-value กับระดับนัยสำคัญ α ถ้าปรากฏว่า p-value มีค่า $< \alpha$ จะปฏิเสธ H_0 หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทดสอบด้วยการหาค่าบริเวณวิกฤตที่ระดับนัยสำคัญ α ถ้าค่าสถิติ Z คำนวณไม่ได้ตกอยู่ในบริเวณวิกฤต หรือถ้ามีค่า p-value แล้วเปรียบเทียบค่า p-value กับระดับนัยสำคัญ α

ถ้าปรากฏว่า p-value มีค่า $\geq \alpha$ จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 = \mu_2$ หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน (สายชล สินสมบูรณ์ทอง)

2.6 การทดสอบของครัสคาลและวอลลิส (The Kruskal-Wallis One-Way Analysis of Variance By Ranks Test)

เป็นการทดสอบว่า ประชากร k กลุ่ม มีค่ามัธยฐานเท่ากันหรือไม่ โดยมีวิธีการที่สำคัญ คือ ค่าคาดหมายของข้อมูลตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ควรมีค่าพอๆกัน ข้อมูลที่นำมาทดสอบประกอบด้วยข้อมูลจากตัวอย่างสุ่ม k ชุด แต่ละชุดอาจมีขนาดตัวอย่างแตกต่างกัน ข้อมูลที่จะใช้วิเคราะห์ต้องมีมาตรวัดอย่างน้อยเป็นแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งใช้ได้กับข้อมูลที่มีอยู่ เนื่องจากข้อมูลที่มีอยู่เป็นมาตรวัดอัตราส่วนและมีการแจกแจงแบบต่อเนื่อง การทดสอบนี้เมื่อเทียบกับการทดสอบแบบมัธยฐานสำหรับประชากร k กลุ่ม (The Extension of the Median Test) จะพบว่ามีอำนาจการทดสอบ (Power of the Test) มากกว่า เพราะใช้สาระของข้อมูล (Information) มากกว่าวิธีมัธยฐาน ซึ่งได้จัดข้อมูลใหม่เป็นจำนวนความถี่

การทดสอบนี้ นิยมใช้แทนการทดสอบแบบเอฟ (F-test) ในสถิติที่ใช้พารามิเตอร์ ในกรณีที่ข้อกำหนดเบื้องต้นของการทดสอบแบบเอฟไม่เป็นความจริง

สมมติฐานการทดสอบ

H_0 : ค่ามัธยฐานของประชากร k กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่ามัธยฐานของประชากร แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

วิธีการ อาจสรุปขั้นตอนได้ดังนี้

1. จัดลำดับของข้อมูลทั้งหมดร่วมกัน จากน้อยไปหามาก โดยให้คะแนนต่ำสุดมีลำดับที่ 1 และ คะแนนสูงที่สุดเป็นลำดับที่ n เมื่อ n เป็นจำนวนข้อมูลทั้งหมด
2. หาผลรวมของลำดับที่ในข้อมูลแต่ละชุดคือ $R_i, I = 1,2,3,...,k$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. คำนวณค่าสถิติ

$$H=\left[\frac{12}{n(n+1)}\sum_{i=1}^{k}\frac{R_i^2}{n_i}\right]-3(n+1)$$

เมื่อ k = จำนวนประชากรที่เป็นอิสระต่อกัน

R_i = ผลรวมของลำดับที่ในตัวอย่างที่ $i; i=1,2,3,...,k$

n_i = ขนาดตัวอย่างชุดที่ $i; i=1,2,3,...,k$

$n = \sum_{i=1}^{k} n_i$

ตามทฤษฎีจะพบว่า ถ้า H_0 เป็นจริง H จะมีการประมาณค่าได้ด้วย χ^2 ที่ $df=k-1$ ถ้า n_i มีค่าใหญ่พอสมควร (อุมาพร จันทศร)

4. การหาอาณาเขตวิกฤต และการสรุปผล สามารถแยกได้ตามขนาดตัวอย่าง คือ

4.1 เมื่อ $n_i>5$ การแจกแจงของค่าสถิติ H ประมาณได้ด้วย χ^2 ที่ $df=k-1$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $=\alpha$ หาอาณาเขตวิกฤต จากตาราง χ^2 ที่ $df=k-1$

ปฏิเสธ H_0 เมื่อค่าของ $H \geq \chi^2_{(k-1)}$ จากตาราง

4.2 เมื่อ $k=3$ และ $n_i \leq 5$ ในแต่ละ k ใช้ตารางที่ kruskal สร้างไว้ โดยแสดงค่าวิกฤตของ H หรือ p-value ก็ได้ คือ จะปฏิเสธ H_0 เมื่อค่า H จากตัวอย่างมีค่า $\geq H$ จากตารางที่ระดับนัยสำคัญ α

เมื่อใช้การเปรียบเทียบของครัสคาลและวอลลิสแล้ว พบว่าปฏิเสธ H_0 แสดงว่ามีทรีตเมนต์อย่างน้อย 1 คู่ มีประสิทธิภาพต่างกัน โดยทั่วไปนักวิจัยมักอยากทราบต่อไปว่า ทรีตเมนต์คู่ใดที่ต่างกัน เราสามารถทำการเปรียบเทียบทรีตเมนต์เป็นคู่ได้ ด้วยวิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้

ให้ $\overline{R}_i$ = ค่าเฉลี่ยลำดับที่จากทรีตเมนต์ที่ i

$\overline{R}_j$ = ค่าเฉลี่ยลำดับที่จากทรีตเมนต์ที่ j

ที่ระดับนัยสำคัญ α ค่าวิกฤต คือ

$$Z\sqrt{\left[\frac{1}{n_i}+\frac{1}{n_j}\right]\frac{n(n+1)}{12}}$$

เมื่อ n = ผลรวมของขนาดตัวอย่าง k กลุ่ม

Z = คะแนนมาตรฐานที่มีพื้นที่ปลายด้านขวาเท่ากับ $\frac{\alpha}{k(k-1)}$

หาค่า $\left|\overline{R_i}-\overline{R_j}\right|$ แล้วเทียบกับค่าวิกฤต

ถ้าค่า $\left|\overline{R_i}-\overline{R_j}\right|$ มีค่า $\leq$ ค่าวิกฤต แสดงว่าคู่นี้ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ α

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปรียบเทียบเช่นนี้ สามารถทำได้ทุกคู่ที่เป็นไปได้ คือ $\binom{k}{2}$ คู่

2.7 การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ

ในการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling : SRS) เป็นแผนการสุ่มตัวอย่างที่เหมาะสำหรับหน่วยตัวอย่างในประชากรที่มีลักษณะไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ถ้าหน่วยตัวอย่างต่างๆ ในประชากรมีลักษณะหลากหลาย ตัวอย่างที่สุ่มด้วยวิธี SRS อาจทำให้ได้ตัวอย่างที่ประกอบด้วยลักษณะใดลักษณะหนึ่งไม่ครอบคลุมทุกลักษณะของประชากร ตัวอย่างที่ได้นั้นจึงเป็นตัวแทนที่ไม่ดีของประชากร ถ้าเราต้องการให้ได้ตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร เราสามารถทำได้โดยรวมหน่วยต่างๆ ในประชากรที่มีลักษณะเหมือนกันอยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือชั้นภูมิเดียวกัน และต่างชั้นภูมิจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน แล้วเลือกตัวอย่างจากแต่ละชั้นภูมิอย่างเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งเรียกว่าการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ

วิธีการเลือกตัวอย่างแบบมีชั้นภูมิ มีลักษณะดังนี้

1. แบ่งประชากรทั้งหมดออกเป็นประชากรย่อยๆ เรียกว่าชั้นภูมิ โดยที่แต่ละหน่วยตัวอย่างในประชากรปรากฏอยู่ในชั้นภูมิใดชั้นภูมิหนึ่งเพียงชั้นภูมิเดียวเท่านั้น และเมื่อรวมชั้นภูมิทั้งหมดเข้าด้วยกันจะต้องเท่ากับประชากรพอดี
2. เลือกหน่วยตัวอย่างจากแต่ละชั้นภูมิอย่างเป็นอิสระต่อกัน และไม่จำเป็นต้องเป็นวิธีเดียวกัน

2.8 การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ

การเลือกตัวอย่างแบบมีระบบจะเริ่มต้นด้วยการให้เลขที่หน่วยต่างๆในประชากร โดยเรียงลำดับจาก 1 ถึง N

ในกรณีที่ N/n มีค่าเท่ากับเลขจำนวนเต็ม k พอดี การเลือกตัวอย่างจะกระทำโดยเลือกตัวเลขสุ่ม 1 ตัว จากเลข 1 ถึง k สมมติว่าเลขสุ่มที่ได้คือเลข r หน่วยที่มีเลขที่ r, r+1, r+2, … จะตกเป็นหน่วยตัวอย่าง เช่น ถ้า N=1000 และ n=50 ได้ k=1000/50=20 สมมติว่าเลือกเลขสุ่มหนึ่งตัวจาก 1 ถึง 20 ได้เลข 13 หน่วย ที่มีหมายเลยเป็น 13, 33, 53, 73, …, 993 จะเป็นหน่วยตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 50 หน่วย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9 การกำหนดขนาดตัวอย่าง (n)

การกำหนดขนาดตัวอย่าง n สำหรับแผนแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ มีสูตรดังนี้

$$n = \frac{N\sum_{h=1}^{L} N_h(N_h P_h Q_h / N_h - 1)}{N^2 D + \sum_{h=1}^{L} N_h(N_h P_h Q_h / N_h - 1)}$$

โดย

P_h คือ ความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่สนใจในประชากร

Q_h คือ ความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่ไม่สนใจ

และจัดสรรขนาดตัวอย่างให้กับแต่ละชั้นภูมิแบบ Propotional Allocation คือ ชั้นภูมิใดมีขนาดใหญ่ต้องสุ่มตัวอย่างมาก และถ้าชั้นภูมิใดมีขนาดเล็ก ต้องสุ่มตัวอย่างน้อย เพื่อให้ได้สัดส่วนกับขนาดของชั้นภูมิ สามารถคำนวณได้จากสูตร

$$n_h = \frac{N_h n}{N}$$

โดย n_h คือ ขนาดตัวอย่างของชั้นภูมิที่ h โดยที่ h = 1, 2

N_h คือ ขนาดประชากรของชั้นภูมิที่ h โดยที่ h = 1, 2

n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

2.10 รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.ชุมพร เทพนำโสมนัสส์ และคณะ (2542) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยขนาดตัวอย่างที่ใช้ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และสุ่มแบบมีระบบภายในแต่ละชั้นภูมิเป็นจำนวน 341 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ ร้อยละ และการทดสอบด้วยไคสแควร์ ได้ผลการศึกษาเป็นดังนี้

นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้อินเตอร์เน็ตในสถานศึกษาประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ครั้งละประมาณ 1 - 2 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 13.00 - 18.00 น. เพราะมีความสะดวกมากที่สุด โดยใช้ในด้านบันเทิงมากที่สุดและเข้าเยี่ยมชม Web Site ของไทยมากกว่าของต่างประเทศ ปัญหาที่พบ คือ ห้องคอมพิวเตอร์ของคณะและภาควิชา มีเวลาให้บริการและจำนวนเครื่องไม่เพียงพอ โดยนักศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการให้เพิ่มเวลาและจำนวนเครื่องในการให้บริการ สำหรับนักศึกษาที่ใช้อินเตอร์เน็ต จากที่พักจะใช้บริการอินเตอร์เน็ตของทางสถาบันมากที่สุด เพราะมีความสะดวก แต่ปัญหาที่พบในการใช้อินเตอร์เน็ตจากที่พัก คือ การติดต่อเข้าสู่ระบบอินเตอร์เน็ตผ่านสถาบัน อยู่ในระดับยาก การถ่ายโอนข้อมูลช้า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ควรจะมีการเพิ่มจำนวนคู่สายและคุณภาพโดยรวมของระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ตของทางสถาบัน อยู่ในระดับพอใช้

การทดสอบไคสแควร์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ภาควิชา ชั้นปีและเพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ วัตถุประสงค์ในการใช้อินเตอร์เน็ต แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเวลาเฉลี่ยในการใช้อินเตอร์เน็ต นอกจากนี้ชั้นปีและเพศมีความสัมพันธ์กับการเข้าเยี่ยมชม Web Site ที่เป็นของไทยและของต่างประเทศ ขณะที่ภาควิชาไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าเยี่ยมชม Web Site ที่เป็นของไทยและของต่างประเทศ

2.กมลรัตน์ มณฑิชชาชาติ และคณะ (2547) ได้ศึกษาการใช้อินเตอร์เน็ตของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยขนาดที่ใช้จากการสุ่มตัวอย่างมีระบบแบบแบ่งชั้นภูมิ เป็นจำนวน 490 คน เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม มีการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในรูปของความถี่ และร้อยละ และมีการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ได้แก่ การทดสอบของวิลคอกซัน แมนท์วิทนีย์ การทดสอบของครัสคาลและวาลลิส และการทดสอบความเป็นอิสระ

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเตอร์เน็ต 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีการใช้อินเตอร์เน็ตโดยรวม ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการสืบค้นข้อมูล และด้านความบันเทิงอยู่ในระดับปานกลาง และนักศึกษาส่วนใหญ่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 2.51 – 3.00

การทดสอบของวิลคอกซัน แมนท์วิทนีย์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักศึกษาเพศหญิงและชาย มีการใช้อินเตอร์เน็ตโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

การทดสอบของครัสคาลและวาลลิสที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ต่างกัน มีการใช้อินเตอร์เน็ตโดยรวมและด้านการติดต่อสื่อสารไม่แตกต่างกัน แต่มีการใช้อินเตอร์เน็ตด้านการสืบค้นข้อมูลแลพะด้านความบันเทิงแตกต่างกัน ส่วนนักศึกษาที่เรียนอยู่ในภาควิชาต่างกัน มีการใช้อินเตอร์เน็ตโดยรวม ด้านการติดต่อสื่อสารและด้านความบันเทิงแตกต่างกัน แต่มีการใช้อินเตอร์เน็ตด้านการสืบค้นข้อมูลไม่แตกต่างกัน

การทดสอบความเป็นอิสระที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า เพศและภาควิชามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้อินเตอร์เน็ต แต่ระดับชั้นปีที่ศึกษาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้อินเตอร์เน็ต

3.ณัฐฐิกาญจน์ วิรัตน์ และคณะ (2547) ได้ศึกษาถึงทัศนคติ พฤติกรรม ผลกระทบ เหตุจูงใจและสัดส่วนของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลาดกระบัง ในการเล่นเกมส์ออนไลน์ ตัวอย่างที่ใช้คือนักศึกษา จำนวน 309 คน จากแผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเล่นเกมส์ออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 47.90 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เกมส์ออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ Ragnarok Online แหล่งที่ทำให้รู้จักเกมส์ออนไลน์มากเป็นอันดับหนึ่งคือเพื่อนแนะนำ ส่วนใหญ่ได้เกมส์ออนไลน์มาจากเพื่อน เล่นเกมส์ออนไลน์โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 2 ชั่วโมงต่อวันเล่นเกมส์ออนไลน์ที่บ้านหรือที่พักอาศัยมากเป็นอันดับหนึ่ง จะเล่นกับเพื่อนที่สถาบันมากที่สุด และเหตุจูงใจในการเล่นเกมส์ออนไลน์อันดับหนึ่งคือเพื่อผ่อนคลายความเครียด รองลงมาคือเพื่อนชักชวน ผลในด้านทัศนคติพบว่านักศึกษามีความคิดเห็น เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในหัวข้อที่เกมส์ออนไลน์ทำให้สายตาแย่ลง และเห็นด้วยในข้อ ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน ได้ฝึกประสาทและสมาธิ เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ลับสมองและฝึกทักษะในการแก้ปัญหา ได้สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ทำให้ไม่ได้ออกกำลังกาย มีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น และเวลาพักผ่อนน้อยลง ในด้านผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับจากเกมส์ออนไลน์ คือ ทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

และที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ทัศนคติต่อการเล่นเกมส์ออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษาที่เล่นและไม่เล่นเกมส์ออนไลน์มีความแตกต่างกัน เวลาในการอ่านหนังสือในกลุ่มของนักศึกษาที่เล่นและไม่เล่นเกมส์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน สัดส่วนของนักศึกษาที่เล่นเกมส์ออนไลน์และไม่เล่นเกมส์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ชั้นปีกับการเล่นเกมส์ออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน สถานที่พักกับการเล่นเกมส์ออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน และปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเกมส์ออนไลน์คือเพศ โดยพบว่านักศึกษาเพศชายจะเลือกเล่นเกมส์ออนไลน์ด้วยโอกาสมากกว่านักศึกษาหญิง

4.นุชรา ตันตระกูล และคณะ (2548) ได้ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร โดยการเข้า Webboard, Chat และการส่ง E-mail ได้สุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์จำนวน 410 คน จากจำนวนทั้งสิ้น 2,585 คน โดยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิมีระบบและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การทดสอบของครัสคาลและวอลิส การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย การทดสอบของสเปียร์แมนและการทดสอบไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า เวลาที่นักศึกษาใช้ในการเข้า Webboard, Chat และส่ง E-mail แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P < 0.05$) เกรดเฉลี่ยสะสมและเวลาในการเข้า Webboard, Chat หรือส่ง E-mail ไม่สัมพันธ์กัน ($P < 0.05$) ช่วงเวลาที่ใช้ในการเข้า Webboard หรือ Chat เป็นอิสระกับเพศ ($P < 0.05$) ภาควิชาที่ศึกษาอยู่ ($P < 0.05$) และชั้นปีที่ศึกษาอยู่ ($P < 0.05$) แต่สัมพันธ์กับสถานที่ที่ใช้อินเตอร์เน็ต ($P < 0.05$) ช่วงเวลาที่ใช้ในการส่ง E-mail สัมพันธ์กับเพศ ($P < 0.05$) และภาควิชาที่ศึกษาอยู่ ($P < 0.05$) แต่เป็นอิสระกับชั้นปีที่ศึกษาอยู่ ($P < 0.05$) และสถานที่ที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อินเตอร์เน็ต ($P < 0.05$) สัดส่วนของการเข้า Webboard, Chat และส่ง E-mail แตกต่างกันตามเพศ ($P < 0.05$) แต่ไม่แตกต่างกันตามภาควิชาที่ศึกษาอยู่ ($P < 0.05$) สัดส่วนของความสนใจในหัวข้อกระทู้ในการเข้า Webboard แตกต่างกันตามเพศ ($P < 0.05$) แต่ไม่แตกต่างกันตามภาควิชาและชั้นปีที่ศึกษาอยู่ ($P < 0.05$) สัดส่วนของความสนใจในหัวข้อการ Chat ไม่แตกต่างกันตามเพศ ($P < 0.05$) ภาควิชาและชั้นปีที่ศึกษาอยู่ ($P < 0.05$) สัดส่วนของความสนใจในหัวข้อการส่ง E-mail แตกต่างกันตามเพศและชั้นปีที่ศึกษาอยู่ ($P < 0.05$) แต่ไม่แตกต่างกันตามภาควิชาที่ศึกษาอยู่ ($P < 0.05$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำหรับในบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดในหัวข้อต่างๆดังนี้

3.1 ประชากรสำหรับงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 - 4 ในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 จำนวน 3647 คน ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตามชั้นปี

สาขาวิชา	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4	รวม
คณิตศาสตร์	134	76	52	52	314
วิทยาการคอมพิวเตอร์	203	143	111	92	549
เคมี	407	266	246	239	1158
ชีววิทยา	339	187	153	142	821
ฟิสิกส์	173	97	105	95	470
สถิติ	130	74	74	57	335
รวม	1386	843	741	677	3647

3.2 ตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้สุ่มเลือกมาจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 - 4 ในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 โดยใช้แผนการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิมีระบบ โดยแบ่งชั้นภูมิตามสาขาวิชา ซึ่งมีทั้งหมด 6 ชั้นภูมิ คือ h = 1, 2, 3, 4, 5 และ 6 โดย 1 หมายถึง สาขาคณิตศาสตร์ 2 หมายถึง สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ 3 หมายถึง สาขาเคมี 4 หมายถึง สาขาชีววิทยา 5 หมายถึง สาขาฟิสิกส์ และ 6 หมายถึง สาขาสถิติ หลังจากนั้นจะสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างแบบมีระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.1 การกำหนดขนาดตัวอย่าง (n)

คำนวณหาขนาดตัวอย่าง n ได้จากสูตร

$$n = \frac{N\sum_{h=1}^{6} N_h(N_h P_h Q_h/(N_h-1))}{N^2 D + \sum_{h=1}^{6} N_h(N_h P_h Q_h/(N_h-1))} \quad \text{โดยที่} \quad D = \frac{B^2}{Z^2_{\alpha/2}}$$

จะได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ เท่ากับ 347.92 หรือประมาณ 348 คน

คำนวณหาขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิได้จากสูตร $n_h = \frac{N_h}{N} \times n$

คณิตศาสตร์	348(314)/3647	=	29.9622	=	30
วิทยาการคอมพิวเตอร์	348(549)/3647	=	52.3861	=	53
เคมี	348(1158)/3647	=	110.4974	=	111
ชีววิทยา	348(821)/3647	=	78.3406	=	79
ฟิสิกส์	348(470)/3647	=	44.8478	=	45
สถิติ	348(335)/3647	=	31.9660	=	32

ผลการคำนวณขนาดตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิ ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนหน่วยตัวอย่างของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตามชั้นปี

สาขาวิชา	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4	รวม
คณิตศาสตร์	13	7	5	5	30
วิทยาการคอมพิวเตอร์	20	14	11	8	53
เคมี	39	25	24	23	111
ชีววิทยา	32	18	15	14	79
ฟิสิกส์	17	9	10	9	45
สถิติ	13	7	7	5	32
รวม	134	80	72	64	350

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 แผนการสุ่มตัวอย่าง

แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิมีระบบสำหรับปัญหาพิเศษนี้ มีขั้นตอนในการเลือกหน่วยตัวอย่างดังนี้

1. แบ่งนักศึกษาตามสาขาวิชาคือ สาขาคณิตศาสตร์, สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์, สาขาเคมี, สาขาชีววิทยา, สาขาฟิสิกส์ และสาขาสถิติ จากนั้นเรียงตามชั้นปีโดยเรียงจากชั้นปีที่ 1, 2, 3 และ 4 ตามลำดับ

2. กำหนดหมายเลขกับรายชื่อให้แก่นักศึกษาในแต่ละสาขาวิชาทั้งหมดตามที่เรียงไว้

3. หาช่วงในการสุ่ม (k) โดยการคำนวณจาก $k = N/n$

เมื่อ N คือ จำนวนประชากรในแต่ละสาขาวิชา

n คือ ขนาดตัวอย่างในแต่ละสาขาวิชา

4. ทำการสุ่มตัวอย่างแรก ที่จะตกมาเป็นตัวอย่างจากการใช้ตารางเลขสุ่ม ซึ่งได้หน่วยเริ่มต้นคือ 2

5. หาหน่วยตัวอย่างถัดไปตามช่วงในการสุ่ม ดังนั้น เราจะได้หน่วยตัวอย่างที่ 2 คือ 12 หน่วยที่ 3 คือ 22 ทำต่อไปเรื่อยๆจนถึงประชากรคนสุดท้ายในแต่ละสาขาวิชา

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามแล้วดำเนินการดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนออาจารย์ผู้ควบคุมปัญหาพิเศษ เพื่อพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสม แล้วนำไปแก้ไขตามคำแนะนำ ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับ สถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, ชั้นปี และ สาขาวิชา

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

2. นำแบบสอบถามไปทดลองสำรวจกับนักศึกษาตัวอย่างจำนวน 50 คน

3. ปรับปรุง และแก้ไขแบบสอบถาม และปรับปรุงคำถามเพื่อให้มีความชัดเจนสำหรับให้ผู้ตอบแบบสอบถาม

4. เตรียมแบบสอบถามฉบับปรับปรุงสำหรับการเก็บข้อมูลจริง

3.4 การทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test)

เมื่อตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามทั้งหมดไปพิจารณาดูความชัดเจนและความสมบูรณ์ครบถ้วนของการตอบ และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสอดคล้องของการตอบของแต่ละฉบับ เพื่อให้ได้คำตอบและคำชี้แจงที่มีความชัดเจนและทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามต่อไป

3.5 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ความเชื่อมั่นเป็นคุณสมบัติของแบบสอบถามที่แสดงให้เห็นทราบว่าแบบสอบถามให้ผลการวัดที่สม่ำเสมอ แน่นอน คงที่เพียงใด ถ้าเครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผลการวัดที่แน่นอนคงที่มากไม่ว่าจะนำไปวัดกี่ครั้งก็ตาม แบบสอบถามก็จะมีความเชื่อมั่นสูง

คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีของ Cronbach คำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ดังสูตร

$$r_{tt} = \frac{k}{k-1}\left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2}\right]$$

เมื่อ r_{tt} คือ ความเชื่อมั่น หรือสัมประสิทธิ์แอลฟา

k คือ จำนวนข้อคำถาม

S_i^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนข้อที่ i

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.6.1 แบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้ว นำไปสอบถามนักศึกษาตัวอย่าง ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ ซึ่งสุ่มมาโดยมีคาบสำรวจระหว่างวันที่ 11 มกราคม 2554 ถึง 21 มกราคม 2554

3.6.2 หลังจากตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสอบถามจากตัวอย่างแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาให้รหัสใส่ลงใน SPSS เพื่อการประมวลผล

3.6.3 นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.7.1 สถิติเชิงพรรณา

ร้อยละ (percentage) สามารถที่จะคำนวณหาได้จากสูตร

$$\text{ร้อยละ} = \frac{x}{n} \times 100$$

เมื่อ x คือ จำนวนหน่วยที่สนใจในตัวอย่าง

n คือ ขนาดตัวอย่าง

ค่าเฉลี่ย(Mean) สามารถที่จะคำนวณหาได้จากสูตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\text{ค่าเฉลี่ย} = \frac{\sum_{i=1}^{n} x_i}{n}$$

เมื่อ x_i คือ ค่าของข้อมูลตัวที่ i

n คือ ขนาดตัวอย่าง

3.7.2 สถิติเชิงอนุมาน

3.7.2.1 การทดสอบไคสแควร์เกี่ยวกับความเป็นเอกภาพของสัดส่วน (χ^2 Test of Homogeneity)

ใช้เปรียบเทียบระหว่างประชากร $\geq$ 2 ประชากร ได้แก่ สมมติฐานด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ข้อที่ 1 - 9 ว่ามีสัดส่วนของความถี่ที่สังเกตได้ของตัวแปรที่แบ่งเป็น k หรือ c กลุ่ม แตกต่างกันหรือไม่

3.7.2.2 สถิติทดสอบ Z

การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระหว่าง เพศชาย กับเพศหญิง

3.7.2.3 การทดสอบของครัสคาลและวอลลิส

การทดสอบค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย ระหว่างระดับชั้นปี และสาขาวิชา และเมื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทำการทดสอบวิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลรวมลำดับที่ทีละคู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มนักศึกษาตัวอย่างจำนวน 380 คน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ได้ผลดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของนักศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	139	36.6
หญิง	**241**	**63.4**
รวม	380	100.0
ระดับชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	**141**	**37.1**
ชั้นปีที่ 2	85	22.4
ชั้นปีที่ 3	81	21.3
ชั้นปีที่ 4	73	19.2
รวม	380	100.0
สาขาวิชา		
คณิตศาสตร์	31	8.2
วิทยาการคอมพิวเตอร์	55	14.5
เคมี	**119**	**31.2**
ชีววิทยา	89	23.4
ฟิสิกส์	50	13.2
สถิติ	36	9.5
รวม	380	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 คน ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศหญิง จำนวน 241 คน มีร้อยละ 63.4 และนักศึกษาเพศชาย จำนวน 139 คน มีร้อยละ 36.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง อยู่ระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 141 คน มีร้อยละ 37.1 ระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 85 คน มีร้อยละ 22.4 ระดับชั้นปีที่ 3 จำนวน 81 คน มีร้อยละ 21.3 และระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 73 คน มีร้อยละ 19.2

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง สังกัดสาขาวิชาเคมี จำนวน 119 คน มีร้อยละ 31.3 สาขาวิชาชีววิทยา จำนวน 89 คน มีร้อยละ 23.4 สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ จำนวน 55 คน มีร้อยละ 14.1 สาขาวิชาฟิสิกส์ จำนวน 50 คน มีร้อยละ 13.2 สาขาวิชาสถิติ จำนวน 36 คน มีร้อยละ 9.5 และสาขาวิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 31 คน มีร้อยละ 8.2

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 4.2 – 4.15

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	**356**	**93.7**
ไม่ใช้	24	6.3
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 356 คน มีร้อยละ 93.7 และไม่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 24 คน มีร้อยละ 6.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อย 3 อันดับแรก

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์	เว็บไซต์ที่ใช้บ่อย					
	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Facebook	**288**	**80.9**	48	13.5	12	3.4
Twitter	34	9.6	**131**	**36.8**	90	25.3
Windows Live Spaces	14	3.9	42	11.8	62	17.4
MySpace	8	2.2	15	4.2	19	5.3
Hi5	8	2.2	108	30.3	**164**	**46.1**
อื่นๆ	4	1.1	12	3.4	9	2.5
รวม	356	100.0	356	100.0	356	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยเป็นลำดับที่ 1 คือ Facebook จำนวน 288 คน มีร้อยละ 80.9 รองลงมาคือ Twitter จำนวน 34 คน มีร้อยละ 9.6 Windows Live Spaces จำนวน 14 คน มีร้อยละ 3.9 MySpace จำนวน 8 คน มีร้อยละ 2.2 Hi5 จำนวน 8 คน มีร้อยละ 2.2 และเว็บไซต์อื่นๆ จำนวน 4 คน มีร้อยละ 1.1

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยเป็นลำดับที่ 2 คือ Twitter จำนวน 131 คน มีร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ Hi5 จำนวน 108 คน มีร้อยละ 30.3 Facebook จำนวน 48 คน มีร้อยละ 13.5 Windows Live Spaces จำนวน 42 คน มีร้อยละ 11.8 MySpace จำนวน 15 คน มีร้อยละ 4.2 และเว็บไซต์อื่นๆ จำนวน 12 คน มีร้อยละ 3.4

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยเป็นลำดับที่ 3 คือ Hi5 จำนวน 164 คน มีร้อยละ 46.1 รองลงมาคือ Twitter จำนวน 90 คน มีร้อยละ 25.3 Windows Live Spaces จำนวน 62 คน มีร้อยละ 17.4 MySpace จำนวน 19 คน มีร้อยละ 5.3 Facebook จำนวน 12 คน มีร้อยละ 3.4 และเว็บไซต์อื่นๆ จำนวน 9 คน มีร้อยละ 2.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

การรู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ด้วยตัวเอง/เว็บไซต์	**212**	**59.6**
เพื่อน/คนแนะนำ	144	40.4
รวม	356	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จาก ด้วยตัวเองหรือเว็บไซต์ จำนวน 212 คน มีร้อยละ 59.6 และเพื่อนหรือคนแนะนำ จำนวน 144 คน มีร้อยละ 40.4

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกจากวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 อันดับแรก

วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ	**117**	**32.9**	47	13.2	47	13.2
เล่นเกมส์ และแอฟพิเคชันต่างๆ	87	24.4	95	26.7	61	17.1
ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก และเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่	69	19.4	**115**	**32.3**	**96**	**27.0**
หาข้อมูลความรู้ต่างๆ	57	16.0	65	18.3	77	21.6
ติดตามข่าวสาร/ศิลปิน/บุคคลที่มีชื่อเสียง/ผลิตภัณฑ์/บริการต่างๆ	22	6.2	33	9.3	62	17.4
เชิญชวนให้บุคคลอื่นร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มหรือซื้อสินค้าและบริการ	4	1.1	1	0.3	13	3.7
รวม	356	100.0	356	100.0	356	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ลำดับที่ 1 คือ อัพเดทสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ จำนวน 117 คน มีร้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ละ 32.9 รองลงมาคือ เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ จำนวน 87 คน มีร้อยละ 24.4 ติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ จำนวน 69 คน มีร้อยละ 19.4 หาข้อมูลความรู้ต่างๆ จำนวน 57 คน มีร้อยละ 16.0 ติดตามข่าวสาร ศิลปิน บุคคลที่มีชื่อเสียง ผลิตภัณฑ์ บริการต่างๆ จำนวน 22 คน มีร้อยละ 6.2 และเชิญชวนให้บุคคลอื่นร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มหรือซื้อสินค้าและบริการ จำนวน 4 คน มีร้อยละ 1.1

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ลำดับที่ 2 คือ ติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ จำนวน 115 คน มีร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ จำนวน 95 คน มีร้อยละ 26.7 หาข้อมูลความรู้ต่างๆ จำนวน 65 คน มีร้อยละ 18.3 อัพเดทสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ จำนวน 47 คน มีร้อยละ 13.2 ติดตามข่าวสาร ศิลปิน บุคคลที่มีชื่อเสียง ผลิตภัณฑ์ บริการต่างๆ จำนวน 33 คน มีร้อยละ 9.3 และเชิญชวนให้บุคคลอื่นร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มหรือซื้อสินค้าและบริการ จำนวน 1 คน มีร้อยละ 0.3

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ลำดับที่ 3 คือ ติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ จำนวน 96 คน มีร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ หาข้อมูลความรู้ต่างๆ จำนวน 77 คน มีร้อยละ 21.6 2 ติดตามข่าวสาร ศิลปิน บุคคลที่มีชื่อเสียง ผลิตภัณฑ์ บริการต่างๆ จำนวน 62 คน มีร้อยละ 17.4 เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ จำนวน 61 คน มีร้อยละ 17.1 อัพเดทสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ จำนวน 47 คน มีร้อยละ 13.2 และเชิญชวนให้บุคคลอื่นร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มหรือซื้อสินค้าและบริการ จำนวน 13 คน มีร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์

ระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวัน	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	91	25.6
มาก	**140**	**39.3**
ปานกลาง	110	30.9
น้อย	12	3.4
น้อยที่สุด	3	0.8
รวม	356	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความจำเป็นกับชีวิตมาก จำนวน 140 คน มีร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความจำเป็นกับชีวิตปานกลาง จำนวน 110 มีร้อยละ 30.9 เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความจำเป็นกับชีวิตมากที่สุด จำนวน 91 คน มีร้อยละ 25.6 เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความจำเป็นกับชีวิตน้อย จำนวน 12 คน มีร้อยละ 3.4 และเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความจำเป็นกับชีวิตน้อยที่สุด จำนวน 3 คน มีร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์)	50	14.0
วันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	64	18.0
ทุกวัน	**242**	**68.0**
รวม	356	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในทุกวัน จำนวน 242 คน มีร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ วันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำนวน 64 คน มีร้อยละ 18.0 และวันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) จำนวน 50 คน มีร้อยละ 14.0

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
06.01 น. – 12.00 น.	32	9.0
12.01 น. – 18.00 น.	41	11.5
18.01 น. – 24.00 น.	**258**	**72.5**
00.01 น. – 06.00 น.	25	7.0
รวม	356	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. จำนวน 258 คน มีร้อยละ 72.5 รองลงมาคือ 12.01 น. – 18.00 น. จำนวน 41 คน มีร้อยละ 11.5 ช่วงเวลา 06.01 น. – 12.00 น. จำนวน 32 คน มีร้อยละ 9.0 และ 00.01 น. – 06.00 น. จำนวน 25 คน มีร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน	130	36.5
3 - 5 ครั้ง/วัน	**132**	**37.1**
มากกว่า 5 ครั้ง/วัน	94	26.4
รวม	356	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 – 5 ครั้ง/วัน จำนวน 132 คน มีร้อยละ 37.1 รองลงมาคือ น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 130 คน มีร้อยละ 36.5 และมากกว่า 5 ครั้ง/วัน จำนวน 94 คน มีร้อยละ 26.4

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

เวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	41	11.5
1 - 2 ชั่วโมง/วัน	97	27.2
มากกว่า 2 - 4ชั่วโมง/วัน	**113**	**31.7**
มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	105	29.6
รวม	356	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 113 คน มีร้อยละ 31.7 รองลงมาคือ มากกว่า 4ชั่วโมง/วัน จำนวน 105 คน มีร้อยละ 29.6 1 - 2 ชั่วโมง/วัน จำนวน 97 คน มีร้อยละ 27.2 และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน จำนวน 41 คน มีร้อยละ 11.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ 3 อันดับแรก

ลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร)	**125**	**35.1**	58	16.3	73	20.5
อารมณ์เฮฮา/ขำขัน	113	31.7	**112**	**31.5**	56	15.7
คำคม/แง่คิดดีๆ	70	19.7	101	28.4	**92**	**25.8**
อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ/ด่าทอ/พาดผิงบุคคลอื่น	19	5.3	58	16.3	76	21.3
อารมณ์เศร้า/เสียใจ/ผิดหวัง	27	7.6	23	6.5	52	14.6
อื่นๆ	2	0.6	4	1.1	7	2.0
รวม	356	100.0	356	100.0	356	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะอันดับที่ 1 คือ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 125 คน มีร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ อารมณ์เฮฮา ขำขัน จำนวน 113 มีร้อยละ 31.7 คำคม แง่คิดดีๆ จำนวน 70 คน มีร้อยละ 19.7 อารมณ์เศร้า เสียใจ ผิดหวัง จำนวน 27 คน มีร้อยละ 7.6 อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ ด่าทอ พาดผิงบุคคลอื่น จำนวน 19 คน มีร้อยละ 5.3 และอื่นๆ จำนวน 2 คน มีร้อยละ 0.6

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะอันดับที่ 2 คือ อารมณ์เฮฮา ขำขัน จำนวน 112 คน มีร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ คำคม แง่คิดดีๆ จำนวน 101 มีร้อยละ 28.4 ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 58 คน มีร้อยละ 16.3 อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ ด่าทอ พาดผิงบุคคลอื่น จำนวน 58 คน มีร้อยละ 16.3 อารมณ์เศร้า เสียใจ ผิดหวัง จำนวน 23 คน มีร้อยละ 6.5 และอื่นๆ จำนวน 4 คน มีร้อยละ 1.1

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะอันดับที่ 3 คือ คำคม แง่คิดดีๆ จำนวน 92 คน มีร้อยละ 25.8 รองลงมาคือ อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ ด่าทอ พาดผิงบุคคลอื่น จำนวน 76 มีร้อยละ 21.3 ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 73 คน มีร้อยละ 20.5 อารมณ์เฮฮา ขำขัน จำนวน 56 คน มีร้อยละ 15.7 อารมณ์เศร้า เสียใจ ผิดหวัง จำนวน 52 คน มีร้อยละ 14.6 และอื่นๆ จำนวน 7 คน มีร้อยละ 2.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกลุ่มที่เข้าร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์

ประเภทของกลุ่มที่เข้าร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มทางการเมือง		
เลือก	60	16.9
ไม่เลือก	**296**	**83.1**
รวม	356	100.0
กลุ่มการศึกษาและสถานศึกษา		
เลือก	**290**	**81.5**
ไม่เลือก	66	18.5
รวม	356	100.0
กลุ่มด้านความบันเทิง (ดนตรี / นักร้อง / ดารา / ภาพยนตร์)		
เลือก	**272**	**76.4**
ไม่เลือก	84	23.6
รวม	356	100.0
กลุ่มธุรกิจ		
เลือก	60	16.9
ไม่เลือก	**296**	**83.1**
รวม	356	100.0
อื่นๆ		
เลือก	12	3.4
ไม่เลือก	**344**	**96.6**
รวม	356	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมประเภทของกลุ่มต่างๆในเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเลือกกลุ่มการศึกษาและสถานศึกษา จำนวน 290 คน มีร้อยละ 81.5 ไม่เลือก จำนวน 66 คน มีร้อยละ 18.5 รองลงมาคือ เลือกกลุ่มด้านความบันเทิง(ดนตรี/นักร้อง/ดารา/ภาพยนตร์) จำนวน 272 คน มีร้อยละ 76.4 ไม่เลือก จำนวน 84 คน มีร้อยละ 23.6 เลือกกลุ่มทางการเมือง จำนวน 60 คน มีร้อยละ 16.9 ไม่เลือก จำนวน 296 คน มีร้อยละ 83.1 กลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจ จำนวน 60 คน มีร้อยละ 16.9 ไม่เลือก จำนวน 296 คน มีร้อยละ 83.1 และกลุ่มอื่นๆ จำนวน 12 คน มีร้อยละ 3.4 ไม่เลือก จำนวน 344 คน มีร้อยละ 96.6

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุจูงใจในการเข้าร่วมเครือข่ายสังคมออนไลน์

เหตุจูงใจในการเข้าร่วมเครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ผ่อนคลายความเครียด		
เลือก	**257**	**72.2**
ไม่เลือก	99	27.8
รวม	356	100.0
รูปแบบของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์		
เลือก	98	27.5
ไม่เลือก	**258**	**72.5**
รวม	356	100.0
กระแสนิยม		
เลือก	125	35.1
ไม่เลือก	**231**	**64.9**
รวม	356	100.0
ต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น		
เลือก	**237**	**66.6**
ไม่เลือก	119	33.4
รวม	356	100.0
อื่นๆ		
เลือก	3	0.8
ไม่เลือก	**353**	**99.2**
รวม	356	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจในการเข้าร่วมเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเลือกผ่อนคลายความเครียด จำนวน 257 คน มีร้อยละ 72.2 ไม่เลือก จำนวน 99 คน มีร้อยละ 27.2 รองลงมาคือ ต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น จำนวน 237 คน มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 66.6 ไม่เลือก จำนวน 119 คน มีร้อยละ 33.4 กระแสนิยม จำนวน 125 คน มีร้อยละ 35.1 ไม่เลือก จำนวน 231 คน มีร้อยละ 64.9 รูปแบบของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 98 คน มีร้อยละ 27.5 ไม่เลือก จำนวน 258 คน มีร้อยละ 72.5 และอื่นๆ จำนวน 3 คน มีร้อยละ 0.8 ไม่เลือก จำนวน 353 คน มีร้อยละ 99.2

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านมานาน

ระยะเวลาการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	54	15.2
มากกว่า 1 - 3 ปี	114	32.0
มากกว่า 3 ปีขึ้นไป	**188**	**52.8**
รวม	356	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มานานมากกว่า 3 ปีขึ้นไป จำนวน 188 คน มีร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ มากกว่า 1 - 3 ปี จำนวน 114 คน มีร้อยละ 32.0 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี จำนวน 54 คน มีร้อยละ 15.2

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเพื่อนในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทั้งหมด

จำนวนเพื่อนในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทั้งหมด	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 คน	42	11.7
100 – 300 คน	**111**	**31.2**
301 – 500 คน	107	30.1
มากกว่า 500 คน	96	27.0
รวม	356	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีเพื่อนในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทั้งหมด 100 – 300 คน จำนวน 111 คน มีร้อยละ 31.2 รองลงมาคือ 301 – 500 คน จำนวน 107 คน มีร้อยละ 30.1 มากกว่า 500 คน จำนวน 96 คน มีร้อยละ 27.0 และน้อยกว่า 100 คน จำนวน 42 คน มีร้อยละ 11.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 4.16 ดังนี้

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับความคิดเห็น					
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
1.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้สมาธิในการเรียนลดน้อยลง	72 (20.2)	**177 (49.7)**	59 (16.6)	43 (12.1)	5 (1.4)	356 (100)
2.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านถูกคุกคามความเป็นส่วนตัวมากขึ้น เช่น ขโมยรูปภาพหรือข้อมูลส่วนตัว	65 (18.3)	**194 (54.5)**	70 (19.7)	25 (7.0)	2 (0.6)	356 (100)
3.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เวลาพักผ่อนลดน้อยลง	84 (23.6)	**160 (44.9)**	72 (20.2)	37 (10.4)	3 (0.8)	356 (100)
4.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เสียสุขภาพจิต	60 (16.9)	**123 (34.6)**	108 (30.3)	59 (16.6)	6 (1.7)	356 (100)
5.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งให้ความบันเทิง และช่วยให้ท่านได้คลายเครียดจากการเรียนมากขึ้น	110 (30.9)	**189 (53.1)**	47 (13.2)	8 (2.2)	2 (0.6)	356 (100)
6.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการเรียนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น	150 (42.1)	**161 (45.2)**	40 (11.2)	4 (1.1)	1 (0.3)	356 (100)
7.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกมากยิ่งขึ้น	**182 (51.1)**	139 (39.0)	33 (9.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	356 (100)
8.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งเพิ่มพูนความรู้ได้มากยิ่งขึ้น	133 (37.4)	**161 (45.2)**	49 (13.8)	10 (2.8)	3 (0.8)	356 (100)
9.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้พบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก ได้สะดวกรวดเร็วขึ้น	**176 (49.4)**	159 (44.7)	19 (5.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	356 (100)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับความคิดเห็น					
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
10.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งแสดงความเห็นความเป็นตัวของตัวเองมากยิ่งขึ้น	136 (38.2)	**165 (46.3)**	52 (14.6)	2 (0.6)	1 (0.3)	356 (100)
11.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งที่ทำให้มีเพื่อนใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้น	138 (38.8)	**189 (53.1)**	24 (6.7)	4 (1.1)	1 (0.3)	356 (100)
12.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านค้นหาและซื้อสินค้า/บริการ ได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น	125 (35.1)	**175 (49.2)**	50 (14.0)	4 (1.1)	2 (0.6)	356 (100)
13.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้รับทราบข้อมูลต่างๆได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น	**167 (46.9)**	163 (45.8)	22 (6.2)	2 (0.6)	2 (0.6)	356 (100)
14.การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้แบ่งปันความเห็นกับผู้อื่นได้มากขึ้น	**169 (47.5)**	161 (45.2)	20 (5.6)	5 (1.4)	1 (0.3)	356 (100)

*หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ ( ) เป็นค่าร้อยละ

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้สมาธิในการเรียนลดน้อยลง จำนวน 177 คน มีร้อยละ 49.7 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 72 คน มีร้อยละ 20.2 ไม่แน่ใจ จำนวน 59 คน มีร้อยละ 16.6 ไม่เห็นด้วย จำนวน 43 คน มีร้อยละ 12.1 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 5 คน มีร้อยละ 1.4

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านถูกคุกคามความเป็นส่วนตัวมากขึ้น จำนวน 194 คน มีร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 70 คน มีร้อยละ 19.7 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 65 คน มีร้อยละ 18.3 ไม่เห็นด้วย จำนวน 25 คน มีร้อยละ 7.0 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 2 คน มีร้อยละ 0.6

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เวลาพักผ่อนลดน้อยลง จำนวน 160 คน มีร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 84 คน มีร้อยละ 23.6 ไม่แน่ใจ จำนวน 72 คน มีร้อยละ 20.2 ไม่เห็นด้วย จำนวน 37 คน มีร้อยละ 10.4 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 3 คน มีร้อยละ 0.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เสียสุขภาพจิต จำนวน 123 คน มีร้อยละ 34.6 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 108 คน มีร้อยละ 30.3 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 60 คน มีร้อยละ 16.9 ไม่เห็นด้วย จำนวน 59 คน มีร้อยละ 16.6 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 6 คน มีร้อยละ 1.7

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งให้ความบันเทิงและช่วยให้ท่านได้คลายเครียดจากการเรียนมากขึ้น จำนวน 189 คน มีร้อยละ 53.1 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 110 คน มีร้อยละ 30.9 ไม่แน่ใจ จำนวน 47 คน มีร้อยละ 13.2 ไม่เห็นด้วย จำนวน 8 คน มีร้อยละ 2.2 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 2 คน มีร้อยละ 0.6

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการเรียนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น จำนวน 161 คน มีร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 150 คน มีร้อยละ 42.1 ไม่แน่ใจ จำนวน 40 คน มีร้อยละ 11.2 ไม่เห็นด้วย จำนวน 4 คน มีร้อยละ 1.1 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 1 คน มีร้อยละ 0.3

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกมากยิ่งขึ้น จำนวน 182 คน มีร้อยละ 51.1 รองลงมาคือ เห็นด้วย จำนวน 139 คน มีร้อยละ 39.0 ไม่แน่ใจ จำนวน 33 คน มีร้อยละ 9.3 ไม่เห็นด้วย จำนวน 1 คน มีร้อยละ 0.3 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 1 คน มีร้อยละ 0.3

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งเพิ่มพูนความรู้ได้มากยิ่งขึ้น จำนวน 161 คน มีร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 133 คน มีร้อยละ 37.4 ไม่แน่ใจ จำนวน 49 คน มีร้อยละ 13.8 ไม่เห็นด้วย จำนวน 10 คน มีร้อยละ 2.8 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 3 คน มีร้อยละ 0.8

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้พบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน คนรู้จักได้สะดวกรวดเร็วขึ้น จำนวน 176 คน มีร้อยละ 49.4 รองลงมาคือ เห็นด้วย จำนวน 159 คน มีร้อยละ 44.7 ไม่แน่ใจ จำนวน 19 คน มีร้อยละ 5.3 ไม่เห็นด้วย จำนวน 1 คน มีร้อยละ 0.3 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 1คน มีร้อยละ 0.3

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งแสดงความเห็นความเป็นตัวของตัวเองมากยิ่งขึ้น จำนวน 165 คน มีร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 136 คน มีร้อยละ 38.2 ไม่แน่ใจ จำนวน 52 คน มีร้อยละ 14.6 ไม่เห็นด้วย จำนวน 2 คน มีร้อยละ 0.6 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 1 คน มีร้อยละ 0.3

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งที่ทำให้มีเพื่อนใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้น จำนวน 189 คน มีร้อยละ 53.1 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน 138 คน มีร้อยละ 38.8 ไม่แน่ใจ จำนวน 24 คน มีร้อยละ 6.7 ไม่เห็นด้วย จำนวน 1 คน มีร้อยละ 1.1 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 1 คน มีร้อยละ 0.3

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านค้นหาและซื้อสินค้า บริการ ได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น จำนวน 175 คน มีร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 125 คน มีร้อยละ 35.1 ไม่แน่ใจ จำนวน 50 คน มีร้อยละ 14.0 ไม่เห็นด้วย จำนวน 4 คน มีร้อยละ 1.1 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 2 คน มีร้อยละ 0.6

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้รับทราบข้อมูลต่างๆได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น จำนวน 167 คน มีร้อยละ 46.9 รองลงมาคือ เห็นด้วย จำนวน 163 คน มีร้อยละ 45.8 ไม่แน่ใจ จำนวน 22 คน มีร้อยละ 6.2 ไม่เห็นด้วย จำนวน 2 คน มีร้อยละ 0.6 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 2 คน มีร้อยละ 0.6

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้แบ่งปันความเห็นกับผู้อื่นได้มากขึ้น จำนวน 169 คน มีร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ เห็นด้วย จำนวน 161 คน มีร้อยละ 45.2 ไม่แน่ใจ จำนวน 20 คน มีร้อยละ 5.6 ไม่เห็นด้วย จำนวน 5 คน มีร้อยละ 1.4 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 1 คน มีร้อยละ 0.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.4.1 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 คน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล โดยการทดสอบไคสแควร์เกี่ยวกับเอกภาพของสัดส่วน (χ^2 – test for homogeneity)

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

เพศ	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		รวม
	ไม่ใช้	ใช้	
ชาย	14	**125**	139
(ร้อยละ)	(10.1)	**(89.9)**	(100.0)
หญิง	10	**231**	241
(ร้อยละ)	(4.1)	**(95.9)**	(100.0)
รวม	24	356	380
(ร้อยละ)	(6.3)	(93.7)	(100.0)
χ^2 = 5.226 ค่า df = 1 และค่า p-value = 0.022			

จากตาราง 4.17 ผลการทดสอบ ได้ค่า χ^2 = 5.226 และค่า p-value = 0.022 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 125 คน มีร้อยละ 89.9 ไม่ใช้ จำนวน 14 คน มีร้อยละ 10.1 ในขณะที่นักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่มีสัดส่วนของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สูงกว่า โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 231 คน มีร้อยละ 95.9 ไม่ใช้ จำนวน 10 คน มีร้อยละ 4.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

ระดับชั้นปี	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		รวม
	ไม่ใช้	ใช้	
ชั้นปีที่ 1	8	**133**	141
(ร้อยละ)	(5.7)	**(94.3)**	(100.0)
ชั้นปีที่ 2	6	**79**	85
(ร้อยละ)	(7.1)	**(92.9)**	(100.0)
ชั้นปีที่ 3	5	**76**	81
(ร้อยละ)	(6.2)	**(93.8)**	(100.0)
ชั้นปีที่ 4	24	**356**	380
(ร้อยละ)	(6.3)	**(93.7)**	(100.0)
รวม	24	356	380
(ร้อยละ)	(6.3)	(93.7)	(100.0)
$\chi^2 = 0.215$ ค่า df = 3 และค่า p-value = 0.975			

จากตาราง 4.18 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 0.215$ และค่า p-value = 0.975 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาระดับชั้นปีที่1ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 133 คน มีร้อยละ 94.3 ไม่ใช้ จำนวน 8 คน มีร้อยละ 5.7 ในขณะที่ นักศึกษาระดับชั้นปีที่2 ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 79 คน มีร้อยละ 92.9 ไม่ใช้ จำนวน 6 คน มีร้อยละ 7.1 ในขณะที่นักศึกษาระดับชั้นปีที่3 ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 76 คน มีร้อยละ 93.8 ไม่ใช้ จำนวน 5 คน มีร้อยละ 6.2 ในขณะที่นักศึกษาระดับชั้นปีที่4 ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 356 คน มีร้อยละ 93.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

<u>ตารางที่ 4.19</u> จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

สาขาวิชา	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		รวม
	ไม่ใช้	ใช้	
คณิตศาสตร์/วิทยาการคอมพิวเตอร์	5	**81**	86
(ร้อยละ)	(5.8)	**(94.2)**	(100.0)
เคมี	3	**116**	119
(ร้อยละ)	(2.5)	**(97.5)**	(100.0)
ชีววิทยา	9	**80**	89
(ร้อยละ)	(10.1)	**(89.9)**	(100.0)
ฟิสิกส์	6	**44**	50
(ร้อยละ)	(12.0)	**(88.0)**	(100.0)
สถิติ	1	**35**	36
(ร้อยละ)	(2.8)	**(97.2)**	(100.0)
รวม	24	356	380
(ร้อยละ)	(6.3)	(93.7)	(100.0)
$\chi^2 = 8.593$ ค่า df = 4 และค่า p-value = 0.072			

จากตาราง 4.19 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 8.593$ และค่า p-value = 0.072 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาสาขาวิชาคณิตศาสตร์/วิทยาการคอมพิวเตอร์ ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 81 คน มีร้อยละ 94.2 ไม่ใช้ จำนวน 5 คน มีร้อยละ 5.8 ในขณะที่นักศึกษาสาขาวิชาเคมี ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 116 คน มีร้อยละ 97.5 ไม่ใช้ จำนวน 3 คน มีร้อยละ 2.5 ในขณะที่นักศึกษาสาขาวิชาชีววิทยา ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 80 คน มีร้อยละ 89.9 ไม่ใช้ จำนวน 9 คน มีร้อยละ 10.1 ในขณะที่นักศึกษาสาขาวิชาฟิสิกส์ ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 44 คน มีร้อยละ 88.0 ไม่ใช้ จำนวน 6 คน มีร้อยละ 12.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในขณะที่นักศึกษาสาขาวิชาสถิติ ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 35 คน มีร้อยละ 97.2 ไม่ใช้ จำนวน 1 คน มีร้อยละ 2.8

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

เพศ	เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1			รวม
	Facebook	Twitter	Windows Live Space และอื่นๆ	
ชาย	**103**	10	12	125
(ร้อยละ)	**(82.4)**	(8.0)	(9.6)	(100.0)
หญิง	**185**	24	22	231
(ร้อยละ)	**(80.1)**	(10.4)	(9.5)	(100.0)
รวม	288	34	34	356
(ร้อยละ)	(80.8)	(9.6)	(9.6)	(100.0)
$\chi^2 = 0.539$ ค่า df = 2 และค่า p-value = 0.764				

จากตาราง 4.20 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 0.539$ และค่า p-value = 0.764 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 103 คน มีร้อยละ 82.4 รองลงมาคือ เว็บไซต์ Twitter จำนวน 10 คน มีร้อยละ 8.0 ในขณะที่ นักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 185 คน มีร้อยละ 80.1 รองลงมาคือ เว็บไซต์ Twitter จำนวน 24 คน มีร้อยละ 10.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยที่สุดจำแนกตามชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

ระดับชั้นปี	เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1			รวม
	Facebook	Twitter	Windows Live Space และอื่นๆ	
ชั้นปีที่ 1	**111**	10	12	133
(ร้อยละ)	**(83.5)**	(7.5)	(9.0)	(100.0)
ชั้นปีที่ 2	**59**	12	8	79
(ร้อยละ)	**(74.7)**	(15.2)	(10.1)	(100.0)
ชั้นปีที่ 3	**62**	6	8	76
(ร้อยละ)	**(81.6)**	(7.9)	(10.5)	(100.0)
ชั้นปีที่ 4	**56**	6	6	68
(ร้อยละ)	**(82.4)**	(8.8)	(8.8)	(100.0)
รวม	288	34	34	356
(ร้อยละ)	(80.8)	(9.6)	(9.6)	(100.0)
$\chi^2 = 4.148$ ค่า df = 6 และค่า p-value = 0.657				

จากตาราง 4.21 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 4.148$ และค่า p-value = 0.657 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาระดับชั้นปีที่1ส่วนใหญ่ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 111 คน มีร้อยละ 83.5 รองลงมาคือ เว็บไซต์ Windows Live Space และอื่นๆ จำนวน 12 คน มีร้อยละ 9.0 ในขณะที่ นักศึกษาระดับชั้นปีที่2 ส่วนใหญ่ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 59 คน มีร้อยละ 74.7 รองลงมาคือ เว็บไซต์ Twitter จำนวน 12 คน มีร้อยละ 15.2 นักศึกษาระดับชั้นปีที่3 ส่วนใหญ่ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 62 คน มีร้อยละ 81.6 รองลงมาคือ เว็บไซต์ Windows Live Space และอื่นๆ จำนวน 8 คน มีร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10.5 นักศึกษาระดับชั้นปีที่4 ส่วนใหญ่ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 56 คน มีร้อยละ 82.4 รองลงมาคือ เว็บไซต์ Twitter , Windows Live Space และอื่นๆ จำนวนเท่ากันคือ 6 คน มีร้อยละ 8.8

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

สาขาวิชา	เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1		รวม
	Facebook	Twitter และอื่นๆ	
คณิตศาสตร์	**22**	7	29
(ร้อยละ)	**(75.9)**	(24.1)	(100.0)
วิทยาการคอมพิวเตอร์	**38**	14	52
(ร้อยละ)	**(73.1)**	(26.9)	(100.0)
เคมี	**94**	22	116
(ร้อยละ)	**(81.0)**	(19.0)	(100.0)
ชีววิทยา	**67**	13	80
(ร้อยละ)	**(83.8)**	(16.2)	(100.0)
ฟิสิกส์	**40**	4	44
(ร้อยละ)	**(90.9)**	(9.1)	(100.0)
สถิติ	**27**	8	35
(ร้อยละ)	**(77.1)**	(22.9)	(100.0)
รวม	288	68	356
(ร้อยละ)	(80.9)	(19.1)	(100.0)
$\chi^2 = 6.130$ ค่า df = 5 และค่า p-value = 0.294			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตาราง 4.22 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 6.130$ และค่า p-value = 0.294 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาสาขาวิชาคณิตศาสตร์ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 22 คน มีร้อยละ 75.9 รองลงมาคือ เว็บไซต์ และ Twitter อื่นๆ จำนวน 7 คน มีร้อยละ 24.1 นักศึกษาสาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 38 คน มีร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ เว็บไซต์ และ Twitter อื่นๆ จำนวน 14 คน มีร้อยละ 26.9 นักศึกษาสาขาวิชาเคมี นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 94 คน มีร้อยละ 81.0 รองลงมาคือ เว็บไซต์ และ Twitter อื่นๆ จำนวน 22 คน มีร้อยละ 19.0 นักศึกษาสาขาวิชาชีววิทยา นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 67 คน มีร้อยละ 83.8 รองลงมาคือ เว็บไซต์ และ Twitter อื่นๆ จำนวน 13 คน มีร้อยละ 16.2 นักศึกษาสาขาวิชาฟิสิกส์ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 40 คน มีร้อยละ 90.9 รองลงมาคือ เว็บไซต์ และ Twitter อื่นๆ จำนวน 4 คน มีร้อยละ 9.1 นักศึกษาสาขาวิชาสถิติ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุด จำนวน 27 คน มีร้อยละ 77.1 รองลงมาคือ เว็บไซต์ และ Twitter อื่นๆ จำนวน 8 คน มีร้อยละ 22.9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

เพศ	วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1					รวม
	อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ	เล่นเกมส์ และแอฟพิเคชันต่างๆ	ติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่	หาข้อมูลความรู้ต่างๆ	ติดตามข่าวสาร/ศิลปิน/บุคคลที่มีชื่อเสียง/ผลิตภัณฑ์/บริการต่างๆ และอื่นๆ	
ชาย	**40**	31	23	19	12	125
(ร้อยละ)	**(32.0)**	(24.8)	(18.4)	(15.2)	(9.6)	(100.0)
หญิง	77	56	46	38	14	231
(ร้อยละ)	**(33.3)**	(24.2)	(19.9)	(16.5)	(6.1)	(100.0)
รวม	117	87	69	57	26	356
(ร้อยละ)	(32.9)	(24.4)	(19.4)	(16.0)	(7.3)	(100.0)
$\chi^2 = 1.620$ ค่า df = 4 และค่า p-value = 0.805						

จากตาราง 4.23 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 1.620$ และค่า p-value = 0.805 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่ออัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ จำนวน 40 คน มีร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ จำนวน 31 คน มีร้อยละ 24.8 นักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่ออัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ จำนวน 77 คน มีร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ จำนวน 56 คน มีร้อยละ 24.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1จำแนกตามชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

ระดับชั้นปี	วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1					รวม
	อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ	เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ	ติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่	หาข้อมูลความรู้ต่างๆ	ติดตามข่าวสาร/ศิลปิน/บุคคลที่มีชื่อเสียง/ผลิตภัณฑ์/บริการต่างๆ และอื่นๆ	
ชั้นปีที่ 1	**49**	32	18	22	12	133
(ร้อยละ)	**(36.8)**	(24.1)	(13.5)	(16.5)	(9.1)	(100.0)
ชั้นปีที่ 2	**24**	19	16	13	7	79
(ร้อยละ)	**(30.3)**	(24.1)	(20.3)	(16.5)	(8.8)	(100.0)
ชั้นปีที่ 3	**20**	19	19	13	5	76
(ร้อยละ)	**(26.3)**	(25.0)	(25.0)	(17.1)	(6.6)	(100.0)
ชั้นปีที่ 4	**24**	17	16	9	2	68
(ร้อยละ)	**(35.3)**	(25.1)	(23.5)	(13.2)	(2.9)	(100.0)
รวม	117	87	69	57	26	356
(ร้อยละ)	(32.9)	(24.4)	(19.4)	(16.0)	(7.3)	(100.0)
χ^2 = 9.197 ค่า df = 12 และค่า p-value = 0.686						

จากตาราง 4.24 ผลการทดสอบ ได้ค่า χ^2 = 9.197 และค่า p-value = 0.686 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาระดับชั้นปีที่1 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่ออัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ จำนวน 49 คน มีร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ จำนวน 32 คน มีร้อยละ 24.1 นักศึกษาระดับชั้นปีที่2 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่ออัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ จำนวน 24 คน มีร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ จำนวน 19 คน มีร้อยละ 24.1 นักศึกษาระดับชั้นปีที่3 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่ออัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ จำนวน 20 คน มีร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ, ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก และเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ จำนวนเท่ากันคือ 19 คน มีร้อยละ 25.0 นักศึกษาระดับชั้นปีที่4 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่ออัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ จำนวน 24 คน มีร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ จำนวน 17 คน มีร้อยละ 25.1

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

สาขาวิชา	วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1					รวม
	อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ	เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ	ติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่	หาข้อมูลความรู้ต่างๆ	ติดตามข่าวสาร/ศิลปิน/บุคคลที่มีชื่อเสียง/ผลิตภัณฑ์/บริการต่างๆ และอื่นๆ	
คณิตศาสตร์	**10**	7	2	10	0	29
(ร้อยละ)	**(34.5)**	(24.1)	(6.9)	(34.5)	(0.0)	(100.0)
วิทยาการคอมพิวเตอร์	**17**	19	8	4	4	52
(ร้อยละ)	**(32.7)**	(36.5)	(15.4)	(7.7)	(7.7)	(100.0)
เคมี	32	23	**36**	15	10	116
(ร้อยละ)	(27.6)	(19.8)	**(31.1)**	(12.9)	(8.6)	(100.0)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25(ต่อ)

สาขาวิชา	วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1					รวม
	อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ	เล่นเกมส์และแอฟพิเคชันต่างๆ	ติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่	หาข้อมูลความรู้ต่างๆ	ติดตามข่าวสาร/ศิลปิน/บุคคลที่มีชื่อเสียง/ผลิตภัณฑ์/บริการต่างๆ และอื่นๆ	
ชีววิทยา	**34**	17	9	15	5	80
(ร้อยละ)	**(42.4)**	(21.3)	(11.3)	(18.7)	(6.3)	(100.0)
ฟิสิกส์	**12**	11	6	11	4	44
(ร้อยละ)	**(27.3)**	(25.0)	(13.6)	(25.0)	(9.1)	(100.0)
สถิติ	**12**	10	8	2	3	35
(ร้อยละ)	**(34.3)**	(28.6)	(22.9)	(5.7)	(8.5)	(100.0)
รวม	117	87	69	57	26	356
(ร้อยละ)	(32.9)	(24.4)	(19.4)	(16.0)	(7.3)	(100.0)
$\chi^2 = 39.823$ ค่า df = 20 และค่า p-value = 0.005						

จากตาราง 4.25 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 39.823$ และค่า p-value = 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ของสาขาวิชาคณิตศาสตร์มีวัตถุประสงค์เพื่ออัพเดตสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ และหาข้อมูลความรู้ต่างๆ คือจำนวน 10 คนเท่ากัน มีร้อยละ 34.5 เท่ากัน รองลงมาคือ เล่นเกมส์และแอฟพิเคชั่นต่างๆ จำนวน 7 คน มีร้อยละ 24.1 นักศึกษาส่วนใหญ่ของสาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์มีวัตถุประสงค์เพื่อเล่นเกมส์และแอฟพิเคชั่นต่างๆ จำนวน 19 คน มีร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ อัพเดตสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ จำนวน 17 คน มีร้อยละ 32.7 นักศึกษาส่วนใหญ่ของสาขาวิชาเคมีมีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ จำนวน 36 คน มีร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ อัพเดตสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ เท่ากันกับ หาข้อมูลความรู้ต่างๆ คือจำนวน 32 คน มีร้อยละ 27.6 นักศึกษาส่วนใหญ่ของสาขาวิชาชีววิทยาและสถิติมีความคล้ายคลึงกันคือมีวัตถุประสงค์เพื่ออัพเดตสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ จำนวน 34 และ 12 คน ตามลำดับ มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 42.4 และ 34.3 ตามลำดับ รองลงมาคือ เกมส์และแอฟพิเคชั่นต่างๆ จำนวน 17 และ 10 คน ตามลำดับ มีร้อยละ 21.3 และ 28.6 ตามลำดับ และนักศึกษาส่วนใหญ่ของสาขาวิชาฟิสิกส์มีวัตถุประสงค์เพื่ออัพเดตสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ จำนวน 12 คน มีร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ เกมส์และแอฟพิเคชั่นต่างๆ และ หาข้อมูลความรู้ต่างๆ คือจำนวน 11 คนเท่ากัน มีร้อยละ 25.0 เท่ากัน

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

เพศ	ระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์				รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ชาย	5	39	**42**	39	125
(ร้อยละ)	(4.0)	(31.2)	**(33.6)**	(31.2)	(100.0)
หญิง	10	71	**98**	52	231
(ร้อยละ)	(4.3)	(30.7)	**(42.5)**	(22.5)	(100.0)
รวม	15	110	140	91	356
(ร้อยละ)	(4.2)	(30.9)	(39.3)	(25.6)	(100.0)
$\chi^2 =$ 4.028 ค่า df = 3 และค่า p-value = 0.258					

จากตาราง 4.26 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 =$ 4.028 และค่า p-value = 0.258 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่คือ มาก จำนวน 42 คน มีร้อยละ 33.6 รองลงมาคือ ปานกลางและมากที่สุด โดยจำนวนเท่ากันคือ 39 คน มีร้อยละ 31.2 เพศหญิง จำนวน 98 คน มีร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 71 มีร้อยละ 30.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมจำแนกตามชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

ระดับชั้นปี	ระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์				รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ชั้นปีที่ 1	8	28	**58**	39	133
(ร้อยละ)	(6.0)	(21.1)	**(43.6)**	(29.3)	(100.0)
ชั้นปีที่ 2	5	24	**30**	20	79
(ร้อยละ)	(6.3)	(30.4)	**(38.0)**	(25.3)	(100.0)
ชั้นปีที่ 3	0	25	**27**	24	76
(ร้อยละ)	(0.0)	(32.9)	**(35.5)**	(31.6)	(100.0)
ชั้นปีที่ 4	2	**33**	25	8	68
(ร้อยละ)	(2.9)	**(48.5)**	(36.8)	(11.8)	(100.0)
รวม	15	110	140	91	356
(ร้อยละ)	(4.2)	(30.9)	(39.3)	(25.6)	(100.0)
$\chi^2 = 24.374$ ค่า df = 9 และค่า p-value = 0.004					

จากตาราง 4.27 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 24.374$ และค่า p-value = 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ส่วนใหญ่คือ มาก จำนวน 58 คน มีร้อยละ 43.6 รองลงมาคือ มากที่สุด จำนวน 39 คน มีร้อยละ 29.3 ชั้นปีที่ 2 และ ชั้นปีที่ 3 มีความคล้ายคลึงกันคือ มาก จำนวน 30 และ 27 คน ตามลำดับ มีร้อยละ 38.0 และ 35.5 ตามลำดับ รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 24 และ 25 คน มีร้อยละ 30.4 และ 32.9 ตามลำดับ และชั้นปีที่ 4 ส่วนใหญ่ คือปานกลาง จำนวน 33 คน มีร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ มาก จำนวน 25 คน มีร้อยละ 36.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

สาขาวิชา	ระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์			รวม
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
คณิตศาสตร์	**11**	9	9	29
(ร้อยละ)	**(37.8)**	(31.1)	(31.1)	(100.0)
วิทยาการคอมพิวเตอร์	16	**21**	15	52
(ร้อยละ)	(30.8)	**(40.4)**	(28.8)	(100.0)
เคมี	38	**55**	23	116
(ร้อยละ)	(32.8)	**(47.4)**	(19.8)	(100.0)
ชีววิทยา	**34**	24	22	80
(ร้อยละ)	**(42.5)**	(30.0)	(27.5)	(100.0)
ฟิสิกส์	15	13	**16**	44
(ร้อยละ)	(34.1)	(29.5)	**(36.4)**	(100.0)
สถิติ	11	**18**	6	35
(ร้อยละ)	(31.4)	**(51.4)**	(17.2)	(100.0)
รวม	125	140	91	356
(ร้อยละ)	(35.1)	(39.3)	(25.6)	(100.0)
χ^2 = 13.662 ค่า df = 10 และค่า p-value = 0.189				

จากตาราง 4.28 ผลการทดสอบ ได้ค่า χ^2 = 13.662 และค่า p-value = 0.189 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยระดับความจำเป็นในชีวิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประจำวันของเครือข่ายสังคมของนักศึกษาสาขาวิชาคณิตศาสตร์ส่วนใหญ่คือ ปานกลาง จำนวน 11 คน มีร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ มากและมากที่สุด จำนวนเท่ากันคือ จำนวน 9 คน มีร้อยละ 31.1 สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่คือ มาก จำนวน 21 คน มีร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 16 คน มีร้อยละ 30.8 สาขาวิชาเคมีส่วนใหญ่คือ มาก จำนวน 55 คน มีร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 38 คน มีร้อยละ 32.8 สาขาวิชาชีววิทยาส่วนใหญ่คือ ปานกลาง จำนวน 34 คน มีร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ มาก จำนวน 24 คน มีร้อยละ 30.0 สาขาวิชาฟิสิกส์ส่วนใหญ่คือ มากที่สุด จำนวน 16 คน มีร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 15 คน มีร้อยละ 34.1 สาขาวิชาสถิติส่วนใหญ่คือ มาก จำนวน 18 คน มีร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 11 คน มีร้อยละ 31.4

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

เพศ	วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์			รวม
	วันธรรมดา	วันหยุด	ทุกวัน	
ชาย	16	21	**88**	125
(ร้อยละ)	(12.8)	(16.8)	**(70.4)**	(100.0)
หญิง	34	43	**154**	231
(ร้อยละ)	(14.7)	(18.6)	**(66.7)**	(100.0)
รวม	50	64	242	356
(ร้อยละ)	(14.0)	(18.0)	(68.0)	(100.0)
$\chi^2 =$ 0.527 ค่า df = 2 และค่า p-value = 0.768				

จากตาราง 4.29 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 =$ 0.527 และค่า p-value = 0.768 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ ใช้ทุกวัน จำนวน 88 คน มีร้อยละ 70.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองลงมาคือวันหยุด จำนวน 21 คน มีร้อยละ 16.8 นักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ ใช้ทุกวัน จำนวน 154 คน มีร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ วันหยุด จำนวน 43 คน มีร้อยละ 18.6

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

ระดับชั้นปี	วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์			รวม
	วันธรรมดา	วันหยุด	ทุกวัน	
ชั้นปีที่ 1	13	26	**94**	133
(ร้อยละ)	(9.8)	(19.5)	**(70.7)**	(100.0)
ชั้นปีที่ 2	12	15	**52**	79
(ร้อยละ)	(15.2)	(19.0)	**(65.8)**	(100.0)
ชั้นปีที่ 3	12	14	**50**	76
(ร้อยละ)	(15.8)	(18.4)	**(65.8)**	(100.0)
ชั้นปีที่ 4	13	9	**46**	68
(ร้อยละ)	(19.1)	(13.2)	**(67.7)**	(100.0)
รวม	50	64	242	356
(ร้อยละ)	(14.0)	(18.0)	(68.0)	(100.0)
$\chi^2 = 4.549$ ค่า df = 6 และค่า p-value = 0.603				

จากตาราง 4.30 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 4.549$ และค่า p-value = 0.603 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาระดับชั้นปีที่1 ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน จำนวน 94 คน มีร้อยละ 70.7 รองลงมาคือวันหยุด จำนวน 26 คน มีร้อยละ 19.5 นักศึกษาระดับชั้นปีที่2ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน จำนวน 52 คน มีร้อยละ 65.8 รองลงมาคือวันหยุด จำนวน 15 คน มีร้อยละ 19.0 นักศึกษาระดับชั้นปีที่3 ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน จำนวน 50 คน มีร้อยละ 65.8 รองลงมาคือวันหยุด จำนวน 14 คน มีร้อยละ 18.4 นักศึกษาระดับชั้นปีที่4 ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน จำนวน 46 คน มีร้อยละ 67.7 รองลงมาคือวันธรรมดา จำนวน 13 คน มีร้อยละ 19.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

สาขาวิชา	วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์			รวม
	วันธรรมดา	วันหยุด	ทุกวัน	
คณิตศาสตร์	5	5	**19**	29
(ร้อยละ)	(17.2)	(17.2)	**(65.6)**	(100.0)
วิทยาการคอมพิวเตอร์	9	10	**33**	52
(ร้อยละ)	(17.3)	(19.2)	**(63.5)**	(100.0)
เคมี	14	19	**83**	116
(ร้อยละ)	(12.1)	(16.4)	**(71.5)**	(100.0)
ชีววิทยา	15	23	**42**	80
(ร้อยละ)	(18.8)	(28.8)	**(52.4)**	(100.0)
ฟิสิกส์	4	3	**37**	44
(ร้อยละ)	(9.1)	(6.8)	**(84.1)**	(100.0)
สถิติ	3	4	**28**	35
(ร้อยละ)	(8.6)	(11.4)	**(80.0)**	(100.0)
รวม	50	64	242	356
(ร้อยละ)	(14.0)	(18.0)	(68.0)	(100.0)
χ^2 = 18.614 ค่า df = 10 และค่า p-value = 0.045				

จากตาราง 4.31 ผลการทดสอบ ได้ค่า χ^2 = 18.614 และค่า p-value = 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของวันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ในสาขาวิชาคณิตศาสตร์ใช้ทุกวัน จำนวน 19 คน มีร้อยละ 65.6 รองลงมาคือวันธรรมดาและวันหยุด จำนวน 5 คนเท่ากัน มีร้อยละ 17.2 เท่ากัน นักศึกษาส่วนใหญ่ในสาขาวิชาฟิสิกส์ใช้ทุกวัน จำนวน 37 คน มีร้อยละ 84.1 รองลงมาคือวันธรรมดา จำนวน 4 คน มีร้อยละ 9.1 นักศึกษาส่วนใหญ่ในสาขาวิชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาการคอมพิวเตอร์ เคมี ชีววิทยา และสถิติ มีความคล้ายคลึงกันคือใช้ทุกวัน จำนวน 33 83 42 และ 28 คน ตามลำดับ มีร้อยละ 63.5 71.5 52.4 และ 80.0 ตามลำดับ รองลงมาคือวันหยุด จำนวน 10 19 23 และ 4 คน ตามลำดับ มีร้อยละ 19.2 16.4 28.8 และ 11.4 ตามลำดับ

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

<u>ตารางที่ 4.32</u> จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

เพศ	ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์				รวม
	06.01 น. – 12.00 น.	12.01 น. – 18.00 น.	18.01 น. – 24.00 น.	00.01 น. – 06.00 น.	
ชาย	14	15	**82**	14	125
(ร้อยละ)	(11.2)	(12.0)	**(65.6)**	(11.2)	(100.0)
หญิง	18	26	**176**	11	231
(ร้อยละ)	(7.8)	(11.3)	**(76.1)**	(4.8)	(100.0)
รวม	32	41	258	25	356
(ร้อยละ)	(9.0)	(11.5)	(72.5)	(7.0)	(100.0)
$\chi^2 = 7.130$ ค่า df = 3 และค่า p-value = 0.068					

จากตาราง 4.32 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 7.130$ และค่า p-value = 0.068 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ นิยมใช้ในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. จำนวน 82 คน มีร้อยละ 65.6 รองลงมา 12.01 น. – 18.00 น. จำนวน 15 คน มีร้อยละ 12.0 นักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ นิยมใช้ในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. จำนวน 176 คน มีร้อยละ 76.1 รองลงมา 12.01 น. – 18.00 น. จำนวน 26 คน มีร้อยละ 11.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

<u>ตารางที่ 4.33</u> จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

ระดับชั้นปี	ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์				รวม
	06.01 น. – 12.00 น.	12.01 น. – 18.00 น.	18.01 น. – 24.00 น.	00.01 น. – 06.00 น.	
ชั้นปีที่ 1	12	12	**104**	5	133
(ร้อยละ)	(9.0)	(9.0)	**(78.2)**	(3.8)	(100.0)
ชั้นปีที่ 2	8	11	**53**	7	79
(ร้อยละ)	(10.1)	(13.9)	**(67.1)**	(8.9)	(100.0)
ชั้นปีที่ 3	9	13	**46**	8	76
(ร้อยละ)	(11.8)	(17.2)	**(60.5)**	(10.5)	(100.0)
ชั้นปีที่ 4	3	5	**55**	5	68
(ร้อยละ)	(4.1)	(7.4)	**(80.9)**	(7.4)	(100.0)
รวม	32	41	258	25	356
(ร้อยละ)	(9.0)	(11.5)	(72.5)	(7.0)	(100.0)
χ^2 = 13.401 ค่า df = 9 และค่า p-value = 0.145					

จากตาราง 4.33 ผลการทดสอบ ได้ค่า χ^2 = 13.401 และค่า p-value = 0.145 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาระดับชั้นปีที่1 ส่วนใหญ่นิยมใช้ในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. จำนวน 104 คน มีร้อยละ 78.2 รองลงมา คือ06.01 น. – 12.00 น .และ12.01 น. – 18.00 น. จำนวนเท่ากันคือ 12 คน มีร้อยละ 9.0 นักศึกษาระดับชั้นปีที่2 ส่วนใหญ่นิยมใช้ในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. จำนวน 53 คน มีร้อยละ 67.1 รองลงมา คือ06.01 น. – 12.00 น .และ 12.01 น. – 18.00 น. จำนวนเท่ากันคือ 11 คน มีร้อยละ 13.9 นักศึกษาระดับชั้นปีที่3 ส่วนใหญ่นิยมใช้ในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. จำนวน 46 คน มีร้อยละ 60.5 รองลงมา คือ06.01 น. – 12.00 น . และ12.01 น. – 18.00 น. จำนวนเท่ากันคือ 13 คน มีร้อยละ 17.2 นักศึกษาระดับชั้นปีที่4 ส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยมใช้ในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. จำนวน 55 คน มีร้อยละ 80.9 รองลงมา คือ12.01 น. – 18.00 น. และ 00.01 น. – 06.00 น. จำนวนเท่ากันคือ 5 คน มีร้อยละ 7.4

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของความนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาใดจำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

สาขาวิชา	ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์				รวม
	06.01 น. – 12.00 น.	12.01 น. – 18.00 น.	18.01 น. – 24.00 น.	00.01 น. – 06.00 น.	
คณิตศาสตร์ / วิทยาการคอมพิวเตอร์ / สถิติ	11	10	**84**	11	116
(ร้อยละ)	(9.5)	(8.6)	**(72.4)**	(9.5)	(100.0)
เคมี	4	11	**92**	9	116
(ร้อยละ)	(3.4)	(9.5)	**(79.3)**	(7.8)	(100.0)
ชีววิทยา	10	9	**59**	2	80
(ร้อยละ)	(12.5)	(11.3)	**(73.7)**	(2.5)	(100.0)
ฟิสิกส์	7	11	**23**	3	44
(ร้อยละ)	(15.9)	(25.0)	**(52.3)**	(6.8)	(100.0)
รวม	32	41	258	25	356
(ร้อยละ)	(9.0)	(11.5)	(72.5)	(7.0)	(100.0)
χ^2 = 22.312 ค่า df = 9 และค่า p-value = 0.008					

จากตาราง 4.34 ผลการทดสอบ ได้ค่า χ^2 = 22.312 และค่า p-value = 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ในสาขาวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาการคอมพิวเตอร์ และสถิตินิยมใช้ในช่วงเวลา 18.01 น.– 24.00 น. จำนวน 84 คน มีร้อยละ72.4 รองลงมาคือช่วงเวลา 06.01 น.– 12.00 น. และ 00.01 น.– 06.00 น. จำนวน 11 คน เท่ากัน มีร้อยละ 9.5 นักศึกษาส่วนใหญ่ในสาขาวิชาชีววิทยานิยมใช้ในช่วงเวลา 18.01 น.– 24.00 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน 59 คน มีร้อยละ 73.7 รองลงมาคือช่วงเวลา 06.01 น.– 12.00 น. จำนวน 10 คน มีร้อยละ 12.5 นักศึกษาส่วนใหญ่ในสาขาวิชาเคมีและฟิสิกส์มีความคล้ายคลึงกัน คือนิยมใช้ในช่วงเวลา 18.01 น.– 24.00 น. จำนวน 92 และ 23 คน ตามลำดับ มีร้อยละ 79.3 และ 52.3 ตามลำดับ รองลงมาคือช่วงเวลา 12.01 น.– 18.00 น. จำนวน 11 คนเท่ากัน มีร้อยละ 9.5 และ 25.0 ตามลำดับ

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

เพศ	ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์			รวม
	น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน	3 - 5 ครั้ง/วัน	มากกว่า 5 ครั้ง/วัน	
ชาย	43	**51**	31	125
(ร้อยละ)	(34.4)	**(40.8)**	(24.8)	(100.0)
หญิง	**87**	81	63	231
(ร้อยละ)	**(37.7)**	(35.1)	(27.2)	(100.0)
รวม	130	132	94	356
(ร้อยละ)	(36.5)	(37.1)	(26.4)	(100.0)
$\chi^2 = 1.144$ ค่า df = 2 และค่า p-value = 0.564				

จากตาราง 4.35 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 1.144$ และค่า p-value = 0.564 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน Fโดยนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน 51 คน มีร้อยละ 40.8 รองลงมา น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 43 คน มีร้อยละ 34.4 นักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 87 คน มีร้อยละ 37.7 รองลงมา 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน 81 คน มีร้อยละ 35.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

ระดับชั้นปี	ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์			รวม
	น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน	3 - 5 ครั้ง/วัน	มากกว่า 5 ครั้ง/วัน	
ชั้นปีที่ 1	44	**49**	40	133
(ร้อยละ)	(33.1)	**(36.8)**	(30.1)	(100.0)
ชั้นปีที่ 2	**34**	27	18	79
(ร้อยละ)	**(43.0)**	(34.2)	(22.8)	(100.0)
ชั้นปีที่ 3	**31**	29	16	76
(ร้อยละ)	**(40.8)**	(38.2)	(21.1)	(100.0)
ชั้นปีที่ 4	21	**27**	20	68
(ร้อยละ)	(30.9)	**(39.7)**	(29.4)	(100.0)
รวม	130	132	94	356
(ร้อยละ)	(36.5)	(37.1)	(26.4)	(100.0)
$\chi^2 = 4.780$ ค่า df = 6 และค่า p-value = 0.572				

จากตาราง 4.36 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 4.780$ และค่า p-value = 0.572 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาระดับชั้นปีที่1 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน49 คน มีร้อยละ 36.8 รองลงมา น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 44 คน มีร้อยละ 33.1 นักศึกษาระดับชั้นปีที่2 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 34 คน มีร้อยละ 43.0 รองลงมา 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน 27 คน มีร้อยละ 34.2 นักศึกษาระดับชั้นปีที่3 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 31 คน มีร้อยละ 40.8 รองลงมา 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน 29 คน มีร้อยละ 38.2 นักศึกษาระดับชั้นปีที่4 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน21 คน มีร้อยละ 30.9 รองลงมา น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 27 คน มีร้อยละ 39.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

สาขาวิชา	ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์			รวม
	น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน	3 - 5 ครั้ง/วัน	มากกว่า 5 ครั้ง/วัน	
คณิตศาสตร์	8	**11**	10	29
(ร้อยละ)	(27.6)	**(37.9)**	(34.5)	(100.0)
วิทยาการคอมพิวเตอร์	**20**	17	15	52
(ร้อยละ)	**(38.5)**	(32.7)	(28.8)	(100.0)
เคมี	39	**46**	31	116
(ร้อยละ)	(33.6)	**(39.7)**	(26.7)	(100.0)
ชีววิทยา	**36**	27	17	80
(ร้อยละ)	**(45.0)**	(33.8)	(21.2)	(100.0)
ฟิสิกส์	**17**	16	11	44
(ร้อยละ)	**(38.6)**	(36.4)	(25.0)	(100.0)
สถิติ	10	**15**	10	35
(ร้อยละ)	(28.6)	**(42.9)**	(28.5)	(100.0)
รวม	130	132	94	356
(ร้อยละ)	(36.5)	(37.1)	(26.4)	(100.0)
χ^2 = 5.972 ค่า df = 10 และค่า p-value = 0.818				

จากตาราง 4.37 ผลการทดสอบ ได้ค่า χ^2 = 5.972 และค่า p-value = 0.818 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาสาขาวิชาคณิตศาสตร์ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน11 คน มีร้อยละ 37.9 รองลงมา มากกว่า 5 ครั้ง/วัน จำนวน 10 คน มีร้อยละ 34.5 นักศึกษาสาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 20 คน มีร้อยละ 38.5 รองลงมา 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน 17 คน มีร้อยละ 32.7 นักศึกษาสาขาวิชาเคมีส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน 46 คน มีร้อยละ 39.7 รองลงมา น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 39 คน มีร้อยละ 33.6 นักศึกษาสาขาวิชาชีววิทยาส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 36 คน มีร้อยละ 45.0 รองลงมา 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน 27 คน มีร้อยละ 33.8 นักศึกษาสาขาวิชาฟิสิกส์ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 17 คน มีร้อยละ 38.6 รองลงมา 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน 16 คน มีร้อยละ 36.4 นักศึกษาสาขาวิชาสถิติส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 - 5 ครั้ง/วัน จำนวน15 คน มีร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน จำนวน 10 คน มีร้อยละ 28.6

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

เพศ	เวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์				รวม
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	1 - 2 ชั่วโมง/วัน	มากกว่า 2 - 4 ชั่วโมง/วัน	มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	
ชาย	18	33	34	**40**	125
(ร้อยละ)	(14.4)	(26.4)	(27.2)	**(32.0)**	(100.0)
หญิง	23	64	**79**	65	231
(ร้อยละ)	(10.0)	(27.7)	**(34.2)**	(28.1)	(100.0)
รวม	41	97	113	105	356
(ร้อยละ)	(11.5)	(27.3)	(31.7)	(29.5)	(100.0)
$\chi^2 = 3.103$ ค่า df = 3 และค่า p-value = 0.376					

จากตาราง 4.38 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 3.103$ และค่า p-value = 0.376 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดย นักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 40 คน มีร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 34 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีร้อยละ 27.2 นักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย มากกว่า 2 – 4ชั่วโมง/วัน จำนวน 79 คน มีร้อยละ 34.2 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 65 คน มีร้อยละ 28.1

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

ระดับชั้นปี	เวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์				รวม
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	1 - 2 ชั่วโมง/วัน	มากกว่า 2 - 4 ชั่วโมง/วัน	มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	
ชั้นปีที่ 1	9	38	39	**47**	133
(ร้อยละ)	(6.8)	(28.6)	(29.3)	**(35.3)**	(100.0)
ชั้นปีที่ 2	11	**25**	**25**	18	79
(ร้อยละ)	(14.0)	**(31.6)**	**(31.6)**	(22.8)	(100.0)
ชั้นปีที่ 3	14	18	**25**	19	76
(ร้อยละ)	(18.4)	(23.7)	**(32.9)**	(25.0)	(100.0)
ชั้นปีที่ 4	7	16	**24**	21	68
(ร้อยละ)	(10.3)	(23.5)	**(35.3)**	(30.9)	(100.0)
รวม	41	97	113	105	356
(ร้อยละ)	(11.5)	(27.3)	(31.7)	(29.5)	(100.0)
χ^2 = 11.441 ค่า df = 9 และค่า p-value = 0.247					

จากตาราง 4.39 ผลการทดสอบ ได้ค่า χ^2 = 11.441 และค่า p-value = 0.247 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยมากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 47 คน มีร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 39 คน มีร้อยละ 29.3 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย 1 – 2 ชั่วโมง/วันและ มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วันจำนวนเท่ากันคือ 25 คน มีร้อยละ 31.6 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 18 คน มีร้อยละ 22.8 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คน มีร้อยละ 32.9 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 19 คน มีร้อยละ 25.0 นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 24 คน มีร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 21 คน มีร้อยละ 30.9

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

สาขาวิชา	เวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์				รวม
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	1 - 2 ชั่วโมง/วัน	มากกว่า 2 - 4ชั่วโมง/วัน	มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	
คณิตศาสตร์	3	5	**11**	10	29
(ร้อยละ)	(10.4)	(17.2)	**(37.9)**	(34.5)	(100.0)
วิทยาการคอมพิวเตอร์	5	16	14	**17**	52
(ร้อยละ)	(9.6)	(30.8)	(26.9)	**(32.7)**	(100.0)
เคมี	8	30	**39**	**39**	116
(ร้อยละ)	(6.9)	(25.9)	**(33.6)**	**(33.6)**	(100.0)
ชีววิทยา	17	24	**26**	13	80
(ร้อยละ)	(21.3)	(30.0)	**(32.5)**	(16.2)	(100.0)
ฟิสิกส์	6	11	**16**	11	44
(ร้อยละ)	(13.6)	(25.0)	**(36.4)**	(25.0)	(100.0)
สถิติ	2	11	7	**15**	35
(ร้อยละ)	(5.7)	(31.4)	(20.0)	**(42.9)**	(100.0)
รวม	41	97	113	105	356
(ร้อยละ)	(11.5)	(27.3)	(31.7)	(29.5)	(100.0)
χ^2 = 22.999 ค่า df = 15 และค่า p-value = 0.084					

จากตาราง 4.40 ผลการทดสอบ ได้ค่า χ^2 = 22.999 และค่า p-value = 0.084 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของเวลาเฉลี่ยต่อวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาสาขาวิชาคณิตศาสตร์ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 11 คน มีร้อยละ 37.9 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 10 คน มีร้อยละ 34.5 นักศึกษาสาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยมากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 17 คน มีร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ มากกว่า 1 – 2 ชั่วโมง/วัน จำนวน 16 คน มีร้อยละ 30.8 นักศึกษาสาขาวิชาเคมีส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน และมากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวนเท่ากันคือ 39 คน มีร้อยละ 33.6 รองลงมาคือ 1 – 2 ชั่วโมง/วัน จำนวน 30 คน มีร้อยละ 25.9 นักศึกษาสาขาวิชาชีววิทยาส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 26 คน มีร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ 1 – 2 ชั่วโมง/วัน จำนวน 24 คน มีร้อยละ 30.0 นักศึกษาสาขาวิชาฟิสิกส์ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย มากกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 16 คน มีร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ มากก 1 – 2 ชั่วโมง/วัน และ มากกว่า 4 ชั่วโมง/วันจำนวนเท่ากันคือ 11 คน มีร้อยละ 25.0 นักศึกษาสาขาวิชาสถิติส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 15 คน มีร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ 1 – 2 ชั่วโมง/วัน จำนวน 11 คน มีร้อยละ 31.4

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะแตกต่างกัน

<u>ตารางที่ 4.41</u> จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะจำแนกตามเพศ โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

เพศ	ลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ						รวม
	ความคิดเห็นของตนเอง (ปัจจุบันทำอะไร)	อารมณ์เฮฮา/ขำขัน	คำคม/แง่คิดดีๆ	อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ/ด่าทอ/พาดพิงบุคคลอื่น	อารมณ์เศร้า/เสียใจ/ผิดหวัง	อื่นๆ	
ชาย	39	**47**	18	8	12	1	125
(ร้อยละ)	(31.2)	**(37.6)**	(14.4)	(6.4)	(9.6)	(0.8)	(100.0)
หญิง	**86**	66	52	11	15	1	231
(ร้อยละ)	**(37.2)**	(28.6)	(22.5)	(4.8)	(6.5)	(0.4)	(100.0)
รวม	125	113	70	19	27	2	356
(ร้อยละ)	(35.1)	(31.7)	(19.7)	(5.3)	(7.6)	(0.6)	(100.0)
$\chi^2 = 7.271$ ค่า df = 5 และค่า p-value = 0.201							

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตาราง 4.41 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 7.271$ และค่า p-value = 0.201 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะไม่แตกต่างกัน โดยเพศชายส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ อารมณ์เฮฮา/ขำขัน จำนวน 47 คน มีร้อยละ 37.6 รองลงมาคือ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 39 คน มีร้อยละ 31.2 เพศหญิงส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ ความคิดเห็นของตนเอง (ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 86 คน มีร้อยละ 37.2 รองลงมาคือ อารมณ์เฮฮา/ขำขันจำนวน 66 คน มีร้อยละ 28.6

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ จำแนกตามระดับชั้นปี โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

ระดับชั้นปี	ลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ					รวม
	ความคิดเห็นของตนเอง (ปัจจุบันทำอะไร)	อารมณ์เฮฮา/ขำขัน	คำคม/แง่คิดดีๆ	อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ/ด่าทอ/พาดพิงบุคคลอื่น	อารมณ์เศร้า/เสียใจ/ผิดหวังและอื่นๆ	
ชั้นปีที่ 1	42	**49**	22	6	14	133
(ร้อยละ)	(31.6)	**(36.9)**	(16.5)	(4.5)	(10.5)	(100.0)
ชั้นปีที่ 2	**26**	22	21	6	4	79
(ร้อยละ)	**(32.9)**	(27.8)	(26.6)	(7.6)	(5.1)	(100.0)
ชั้นปีที่ 3	**25**	**25**	16	4	6	76
(ร้อยละ)	**(32.9)**	**(32.9)**	(21.0)	(5.3)	(7.9)	(100.0)
ชั้นปีที่ 4	**32**	17	11	3	5	68
(ร้อยละ)	**(47.0)**	(25.0)	(16.2)	(4.4)	(7.4)	(100.0)
รวม	125	113	70	19	29	356
(ร้อยละ)	(35.1)	(31.8)	(19.7)	(5.3)	(8.1)	(100.0)
$\chi^2 = 11.942$ ค่า df = 12 และค่า p-value = 0.450						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตาราง 4.42 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 11.942$ และค่า p-value = 0.450 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะไม่แตกต่างกัน โดยระดับชั้นปีที่ 1 ส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ อารมณ์เฮฮา/ขำขัน จำนวน 49 คน มีร้อยละ 36.9 รองลงมาคือ ความคิดเห็นของตนเอง (ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 42 คน มีร้อยละ 31.6 ระดับชั้นปีที่ 2 ส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 26 คน มีร้อยละ 39.2 รองลงมาคือ อารมณ์เฮฮา/ขำขันจำนวน 22 คน มีร้อยละ 27.8 ระดับชั้นปีที่ 3 ส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร)และอารมณ์เฮฮา/ขำขัน เท่ากันคือจำนวน 25 คน มีร้อยละ 32.9 รองลงมาคือ คำคม/แง่คิดดีๆ จำนวน 16 คน มีร้อยละ 21.0 ระดับชั้นปีที่ 4 ส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 32 คน มีร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ อารมณ์เฮฮา/ขำขันจำนวน 17 คน มีร้อยละ 25.0

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะแตกต่างกัน

<u>ตารางที่ 4.43</u> จำนวนและร้อยละ ผลการทดสอบสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะจำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้ χ^2 – test for homogeneity

สาขาวิชา	ลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ				รวม
	ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร)	อารมณ์เฮฮา/ขำขัน	คำคม/แง่คิดดีๆ	อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ/ด่าทอ/พาดผิงบุคคลอื่นและอื่นๆ	
คณิตศาสตร์	**12**	8	4	5	29
(ร้อยละ)	**(41.4)**	(27.6)	(13.8)	(17.2)	(100.0)
วิทยาการคอมพิวเตอร์	**17**	**17**	11	7	52
(ร้อยละ)	**(32.7)**	**(32.7)**	(21.2)	(13.4)	(100.0)
เคมี	**41**	34	23	18	116
(ร้อยละ)	**(35.4)**	(29.3)	(19.8)	(15.5)	(100.0)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.43(ต่อ)

สาขาวิชา	ลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ				รวม
	ความคิดเห็นของตนเอง (ปัจจุบันทำอะไร)	อารมณ์เฮฮา/ขำขัน	คำคม/แง่คิดดีๆ	อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ/ด่าทอ/พาดพิงบุคคลอื่นและอื่นๆ	
ชีววิทยา	24	**32**	17	7	80
(ร้อยละ)	(30.0)	**(40.0)**	(21.3)	(8.7)	(100.0)
ฟิสิกส์	**13**	12	10	9	44
(ร้อยละ)	**(29.5)**	(27.3)	(22.7)	(20.5)	(100.0)
สถิติ	**18**	10	5	2	35
(ร้อยละ)	**(51.4)**	(28.6)	(14.3)	(5.7)	(100.0)
รวม	125	113	70	48	356
(ร้อยละ)	(35.1)	(31.8)	(19.7)	(13.5)	(100.0)
$\chi^2 = 13.083$ ค่า df = 15 และค่า p-value = 0.596					

จากตาราง 4.43 ผลการทดสอบ ได้ค่า $\chi^2 = 13.083$ และค่า p-value = 0.596 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะไม่แตกต่างกัน โดยสาขาวิชาคณิตศาสตร์ส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 12 คน มีร้อยละ 41.4 รองลงมาคือ อารมณ์เฮฮา/ขำขันจำนวน 8 คน มีร้อยละ 27.6 สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) และอารมณ์เฮฮา/ขำขันเท่ากัน คือจำนวน 17 คน มีร้อยละ 32.7 รองลงมาคือคำคม/แง่คิดดีๆ จำนวน 11 คน มีร้อยละ 21.2 สาขาวิชาเคมีส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 41 คน มีร้อยละ 35.4 รองลงมาคือ อารมณ์เฮฮา/ขำขันจำนวน 34 คน มีร้อยละ 29.3 สาขาวิชาชีววิทยาส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ อารมณ์เฮฮา/ขำขัน) จำนวน 32 คน มีร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไรจำนวน 24 คน มีร้อยละ 30.0 สาขาวิชาฟิสิกส์ส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 13 คน มีร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ อารมณ์เฮฮา/ขำขันจำนวน 12 คน มีร้อยละ 27.3 สาขาวิชาสถิติส่วนใหญ่มีลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) จำนวน 18 คน มีร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ อารมณ์เฮฮา/ขำขันจำนวน 10 คน มีร้อยละ 28.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.2 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างเพศ

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : เพศต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ยและผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Z	p-value
ชาย	125	3.7069	0.32516	-0.162	0.872
หญิง	231	3.7130	0.35521		

จากตาราง 4.44 ผลการทดสอบ ได้ค่า Z = -0.162 และค่า p-value = 0.872 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างระดับชั้นปี

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยโดยเปรียบเทียบระหว่างระดับชั้นปี

ระดับชั้นปี	ค่ามัธยฐาน	H	p-value
ชั้นปีที่ 1	3.714	0.197	0.978
ชั้นปีที่ 2	3.714		
ชั้นปีที่ 3	3.714		
ชั้นปีที่ 4	3.679		

จากตาราง 4.45 ผลการทดสอบ ได้ค่า H = 0.197 และค่า p-value = 0.978 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างสาขาวิชา

สมมติฐานสถิติที่ทำการทดสอบ คือ

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยโดยเปรียบเทียบระหว่างสาขาวิชา

สาขาวิชา	ค่ามัธยฐาน	H	p-value
คณิตศาสตร์	3.714	16.208	0.006
วิทยาการคอมพิวเตอร์	3.821		
เคมี	3.714		
ชีววิทยา	3.643		
ฟิสิกส์	3.643		
สถิติ	3.643		

จากตาราง 4.46 ผลการทดสอบ ได้ค่า H = 16.208 และค่า p-value = 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อเราทราบว่าค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ เราจึงทำการทดสอบค่าเฉลี่ยผลรวมลำดับที่ทีละคู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.47 ผลการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยวิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยผลรวมลำดับที่ทีละคู่

สาขาวิชา	ฟิสิกส์	สถิติ	ชีววิทยา	เคมี	คณิตศาสตร์	วิทยาการคอมพิวเตอร์
ค่าเฉลี่ยผลรวมลำดับที่	106.13	144.44	162.17	186.09	190.57	218.43
เปรียบเทียบ	c	bc	bc	ab	ab	a

*หมายเหตุ มีตัวอักษรซ้ำกันแม้แต่เพียงหนึ่งตัวหมายถึงมีค่าเฉลี่ยผลรวมลำดับที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 4.47 พบว่า สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ไม่แตกต่างกับสาขาวิชาคณิตศาสตร์และเคมี แต่แตกต่างกับสาขาวิชาชีววิทยา สถิติ และฟิสิกส์อย่างมีนัยสำคัญ สาขาวิชาคณิตศาสตร์ไม่แตกต่างกับสาขาวิชาเคมี ชีวิทยา และสถิติ แต่แตกต่างกับสาขาวิชาฟิสิกส์อย่างมีนัยสำคัญ สาขาวิชาเคมีไม่แตกต่างกับสาขาวิชาชีววิทยาและสถิติ แต่แตกต่างกับสาขาวิชาฟิสิกส์อย่างมีนัยสำคัญ สาขาวิชาชีววิทยา สถิติ และฟิสิกส์ไม่แตกต่างกัน

4.5 สรุปข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง

เครือข่ายสังคมออนไลน์มีทั้งประโยชน์และโทษขึ้นอยู่กับผู้ใช้ว่าต้องการใช้เพื่อทำอะไร ซึ่งประโยชน์ที่เห็นได้ชัดคือเรื่องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นหรือเป็นกลุ่มสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว แต่บางทีการตั้งข้อความสถานะที่ใช้ภาษาไม่เหมาะสม หรือผาดผิงบุคคลอื่น รวมทั้งการตอบโต้กันด้วยภาษาที่รุนแรงเกินไป อาจทำให้บุคคลอื่นเกิดความเข้าใจผิด จนกลายเป็นการทะเลาะกันได้ ซึ่งคนส่วนใหญ่ชอบใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นที่ตัดสินปัญหาในเรื่องต่างๆของสังคม และคนส่วนใหญ่ยังใช้เวลากับเครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไป ควรใช้เวลาแต่พอเหมาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของปัญหาพิเศษนี้คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับ สถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปี และ สาขาวิชา

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

สุ่มตัวอย่างนักศึกษาชั้นปีที่ 1 - 4 ในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2553 จำนวนทั้งหมด 380 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิมีระบบ ผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เป็นดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักศึกษา

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีร้อยละ 63.4 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีร้อยละ 37.1 และสังกัดสาขาวิชาเคมี มีร้อยละ 31.3

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีร้อยละ 93.7 เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยเป็นลำดับที่ 1 คือ Facebook มีร้อยละ 80.9 ส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยตัวเองหรือเว็บไซต์ มีร้อยละ 59.6 วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ลำดับที่ 1 คือ อัพเดทสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ มีร้อยละ 32.0 ส่วนใหญ่เห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความจำเป็นกับชีวิตมาก มีร้อยละ 39.3 ส่วนใหญ่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในทุกวัน ร้อยละ 68.0 ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.00 – 24.00 น. มีร้อยละ 72.5 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 – 5 ครั้ง/วัน มีร้อยละ 37.1 ส่วนใหญ่มีเวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มากกกว่า 2 – 4 ชั่วโมง/วัน มีร้อยละ 31.7 ลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะอันดับที่ 1 คือ ความคิดเห็นของตนเอง(ปัจจุบันทำอะไร) มีร้อยละ 35.1 การเข้าร่วมกลุ่มต่างๆในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้แก่ กลุ่มทางการเมือง มีร้อยละ 16.9 กลุ่มการศึกษาและสถานศึกษา มีร้อยละ 81.5 กลุ่มด้านความบันเทิง(ดนตรี/นักร้อง/ดารา/

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพยนตร์) มีร้อยละ 76.4 กลุ่มธุรกิจ มีร้อยละ 16.9 และกลุ่มอื่นๆ มีร้อยละ 3.4 เหตุจูงใจในการเข้าร่วมเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้แก่ ผ่อนคลายความเครียด มีร้อยละ 72.2 รูปแบบของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีร้อยละ 27.5 กระแสนิยม มีร้อยละ 35.1 ต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น มีร้อยละ 66.6 และอื่นๆ มีร้อยละ 0.8 ส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มานานมากกว่า 3 ปีขึ้นไป มีร้อยละ 52.8 ส่วนใหญ่มีเพื่อนในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทั้งหมด 100 – 300 คน มีร้อยละ 31.2

5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเรื่องที่เกี่ยวกับ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกมากยิ่งขึ้น มีร้อยละ 51.1 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้พบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน คนรู้จักได้สะดวกรวดเร็วขึ้น มีร้อยละ 49.4 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้รับทราบข้อมูลต่างๆ ได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น มีร้อยละ 46.9 และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้แบ่งปันความเห็นกับผู้อื่นได้มากขึ้น มีร้อยละ 47.5

นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเรื่องที่เกี่ยวกับ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้สมาธิในการเรียนลดน้อยลง มีร้อยละ 49.7 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านถูกคุกคามความเป็นส่วนตัวมากขึ้น มีร้อยละ 54.5 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เวลาพักผ่อนลดน้อยลง มีร้อยละ 44.9 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เสียสุขภาพจิต มีร้อยละ 34.6 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งให้ความบันเทิงและช่วยให้ท่านได้คลายเครียดจากการเรียนมากขึ้น มีร้อยละ 53.1 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการเรียนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น มีร้อยละ 45..2 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งเพิ่มพูนความรู้ได้มากยิ่งขึ้น มีร้อยละ 45.2 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งแสดงความเห็นความเป็นตัวของตัวเองมากยิ่งขึ้น มีร้อยละ 46.3 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งที่ทำให้มีเพื่อนใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้น มีร้อยละ 53.1 และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านค้นหาและซื้อสินค้า/บริการ ได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น มีร้อยละ 49.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 สรุปผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยจำแนกตามเพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชา

เพศ

นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 .05 โดยสัดส่วนในด้านอื่นๆได้แก่ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์ วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน

ระดับชั้นปี

นักศึกษาที่อยู่ระดับชั้นปีต่างกันมีสัดส่วนของระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยระดับชั้นปีที่ 1, 2 และ 3 มีระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับชั้นปีที่ 4 แตกต่างจากชั้นปีที่ 1, 2 และ3 โดยสัดส่วนในด้านอื่นๆได้แก่ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน

สาขาวิชา

นักศึกษาที่สังกัดสาขาวิชาต่างกันมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสาขาวิชาชีววิทยาและสถิติไม่แตกต่างกัน ส่วนสาขาอื่นมีความแตกต่างกัน ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักศึกษาในสาขาวิชาคณิตศาสตร์ วิทยการคอมพิวเตอร์และสถิติ แตกต่างกับ สาขาวิชาเคมี ชีววิทยา และฟิสิกส์ โดยที่สาขาวิชาเคมีและฟิสิกส์ไม่แตกต่างกัน โดยที่สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ เคมี ชีววิทยา และสถิติมีความคล้ายคลึงกัน สาขาวิชาที่เหลือแตกต่างกัน วันที่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสัดส่วนในด้านอื่นๆได้แก่ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช่บ่อยเป็นลำดับที่ 1 ระดับความจำเป็นในชีวิตประจำวันของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เวลาเฉลี่ยต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน

5.5 สรุปผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

นักศึกษาที่อยู่ระดับชั้นปีต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

นักศึกษาที่สังกัดสาขาวิชาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.6 อภิปรายผล

จากการศึกษา พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก เนื่องจากเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย สามารถเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว และมีความต้องการในการติดต่อสื่อสารเป็นอย่างมาก มีการนำใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ในรูปแบบของการรวมกลุ่มทางการศึกษา เพื่อเป็นแหล่งกระจายข้อมูลทางการศึกษาต่างๆ ทำให้นักศึกษาสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเสนอแนะความคิดเห็นต่างๆเกี่ยวกับการศึกษาได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ทางสถาบันสามารถสร้างกลุ่มทางการศึกษาผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อใช้เป็นแหล่งกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆของสถาบันแก่นักศึกษา และนักศึกษาสามารถแสดงความคิดเห็นได้สะดวกยิ่งขึ้น เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการติดต่อสื่อสารระหว่างสถาบันกับนักศึกษา

นักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อผ่อนคลายความเครียด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การเรียนในปัจจุบันมีการแข่งขันทางการเรียนสูง ทำให้นักศึกษาเกิดความเครียด เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นทางเลือกที่ดีที่นักศึกษาจะใช้คลายเครียดจากการเรียน และยังเป็นแหล่งเพิ่มพูนความรู้อีกด้วย นักศึกษาส่วนใหญ่จะเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกวัน และเวลาที่นิยมคือช่วงเวลา 18.00 น. – 24.00 น. ซึ่งเป็นเวลาหลังเลิกเรียน หากใช้เวลาในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากจนเกินไป ส่งผลให้เวลาพักผ่อนมีน้อย ทำให้เกิดอาการง่วงนอนในเวลาเรียน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการเรียนในทางลบ ทำให้สมาธิในการเรียนน้อยลง ผู้วิจัยมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเห็นว่า ทางสถาบันจึงควรมีการรณรงค์ แนะนำและให้ความรู้ เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เหมาะสม เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการเรียน

5.7 ข้อเสนอแนะ

1. ทางสถาบัน คณะ สาขาวิชา ต่างๆ ควรมีการจัดสร้างกลุ่มทางการศึกษาผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นของตัวเอง เพื่อใช้เป็นแหล่งกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆของสถาบันแก่นักศึกษา และเป็นแหล่งแสดงความคิดเห็นของนักศึกษา

2. ทางสถาบันควรมีการจัดการรณรงค์ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมให้กับนักศึกษา เพื่อรณรงค์ แนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลขที่.....

<u>แบบสอบถาม</u>

พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

.....

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อนำผลที่รวบรวมได้มาประเมิน วิเคราะห์ และสรุปผล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาปัญหาพิเศษ หลักสูตรปริญญาตรี วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คณะผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและครบถ้วน คำตอบของท่านจะนำมาใช้ในงานวิจัยเท่านั้น

คณะผู้จัดทำขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

นางสาวลาวัณย์ แก่นจันทร์
นางสาวศิริกานต์ ถาบุญชู
นายสยุมภู อนันสลุง
นายอนุพงศ์ พานชัย
นักศึกษาสถิติ ชั้นปีที่ 4
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

<u>ข้อแนะนำ</u>

แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ส่วนที่ 1</u> สถานภาพส่วนบุคคล

<u>คำชี้แจง</u> โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

1. เพศ

   ☐ ชาย ☐ หญิง

2. ชั้นปี

   ☐ ชั้นปีที่ 1 ☐ ชั้นปีที่ 2

   ☐ ชั้นปีที่ 3 ☐ ชั้นปีที่ 4

3. สาขาวิชา

   ☐ คณิตศาสตร์ ☐ วิทยาการคอมพิวเตอร์

   ☐ เคมี ☐ ชีววิทยา

   ☐ ฟิสิกส์ ☐ สถิติ

<u>ส่วนที่ 2</u> พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

1. ท่านเป็นบุคคลหนึ่งที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่

   ☐ ใช้ ☐ ไม่ใช้ (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)

2. เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ท่านใช้บ่อยที่สุด 3 เว็บไซต์ (โปรดเรียงลำดับ 1 - 3)

   ____ Facebook ____ Twitter ____ Windows Live Spaces

   ____ MySpace ____ Hi5 ____ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

3. ท่านรู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จาก

   ☐ ตัวท่านเอง / เว็บไซต์ ☐ เพื่อน / คนแนะนำ ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ) .....

4. วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน 3 อันดับแรกคืออะไร (โปรดเรียงลำดับ 1 - 3)

   ____ อัพเดทสถานะ / ข้อมูลส่วนตัว / รูปภาพ

   ____ เล่นเกม และแอฟพิเคชันต่างๆ

   ____ ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก และ เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่

   ____ หาข้อมูลความรู้ต่างๆ

   ____ ติดตามข่าวสาร / ศิลปิน / บุคคลที่มีชื่อเสียง / ผลิตภัณฑ์ / บริการต่างๆ

   ____ เชิญชวนให้บุคคลอื่น ร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม หรือ ซื้อสินค้าและบริการ

   ____ อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความจำเป็นกับชีวิตท่านมากน้อยเพียงใด

☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด

6. ท่านนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงวันใดบ่อยที่สุด

☐ วันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) ☐ วันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์)

☐ ทุกวัน

7. ท่านนิยมใช้เครือข่ายสังคมในช่วงใด**บ่อยที่สุด**

☐ 06.01 น. – 12.00 น. ☐ 12.01 น. – 18.00 น.

☐ 18.01 น. – 24.00 น. ☐ 00.01 น. – 06.00 น.

8. ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

☐ น้อยกว่า 3 ครั้ง / วัน ☐ 3 - 5 ครั้ง / วัน ☐ มากกว่า 5 ครั้ง / วัน

9. เวลาเฉลี่ยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์**ต่อวัน**

☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / วัน ☐ 1 - 2 ชั่วโมง / วัน

☐ มากกว่า 2 - 4ชั่วโมง / วัน ☐ มากกว่า 4 ชั่วโมง / วัน

10. ลักษณะการโพสต์ข้อความสถานะ**ของท่าน** 3 อันดับแรก (โปรดเรียงลำดับ 1 - 3)

____ ความคิดเห็นของตนเอง (ปัจจุบันทำอะไร)

____ อารมณ์ เฮฮา / ขำขัน

____ คำคม / แง่คิดดีๆ

____ อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ / ด่าทอ / พาดผิงบุคคลอื่น

____ อารมณ์ เศร้า / เสียใจ / ผิดหวัง

____ อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

11. ท่านเข้าร่วมกลุ่มในเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ กลุ่มทางการเมือง

☐ กลุ่มการศึกษาและสถานศึกษา

☐ กลุ่มด้านความบันเทิง (ดนตรี / นักร้อง / ดารา / ภาพยนตร์)

☐ กลุ่มธุรกิจ

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

12. เหตุจูงใจในการเข้าร่วมเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ผ่อนคลายความเครียด ☐ รูปแบบของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

☐ กระแสนิยม ☐ ต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

13. ท่านใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านมานานเท่าใด

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี ☐มากกว่า 1 - 3 ปี ☐ มากกว่า 3 ปีขึ้นไป

14. ท่านมีเพื่อนในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทั้งหมดกี่คน

☐ น้อยกว่า 100 คน ☐ 100 – 300 คน

☐ 301 – 500 คน ☐ มากกว่า 500 คน

<u>ส่วนที่ 3</u> ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

<u>คำชี้แจง</u> ท่านมีความคิดเห็นต่อข้อความนี้อย่างไร กรุณาตอบแบบสอบถามโดยเลือกคำตอบตามลำดับความสำคัญที่ตรงกับความเห็นของท่าน

ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้สมาธิในการเรียนลดน้อยลง					
2.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านถูกคุกคามความเป็นส่วนตัวมากขึ้น เช่น ขโมยรูปภาพหรือข้อมูลส่วนตัว					
3.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เวลาพักผ่อนลดน้อยลง					
4.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เสียสุขภาพจิต					
5.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งให้ความบันเทิงและช่วยให้ท่านได้คลายเครียดจากการเรียนมากขึ้น					
6.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการเรียนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น					
7.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกมากยิ่งขึ้น					
8.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งเพิ่มพูนความรู้ได้มากยิ่งขึ้น					
9.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้พบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน / คนรู้จัก ได้สะดวกรวดเร็วขึ้น					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
10.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งแสดงความเห็นความเป็นตัวของตัวเองมากยิ่งขึ้น					
11.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งที่ทำให้มีเพื่อนใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้น					
12.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านค้นหาและซื้อสินค้า / บริการ ได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น					
13.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้รับทราบข้อมูลต่างๆได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น					
14.ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้แบ่งปันความเห็นกับผู้อื่นได้มากขึ้น					

ข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับข้อดี/ข้อเสีย ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

คู่มือการลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่มือการลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
id	หมายเลขแบบสแบบถาม	001 - 999	3

<u>ส่วนที่ 1</u> สถานภาพส่วนบุคคล

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
1	SEX	เพศ	1 = ชาย 2 = หญิง	1
2	YEAR	ชั้นปี	1 = ชั้นปีที่ 1 2 = ชั้นปีที่ 2 3 = ชั้นปีที่ 3 4 = ชั้นปีที่ 4	1
3	DEP	สาขาวิชา	1 = คณิตศาสตร์ 2 = วิทยาการคอมพิวเตอร์ 3 = เคมี 4 = ชีววิทยา 5 = ฟิสิกส์ 6 = สถิติ	1

<u>ส่วนที่ 2</u> พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
4	A1	ท่านเป็นบุคคลที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	0 = ไม่ใช้ 1 = ใช้	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
5	A2_1 A2_2 A2_3	เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ท่านใช้บ่อยที่สุด 3 เว็บไซต์	1 = Facebook 2 = Twitter 3 = Windows Live Spaces 4 = MySpace 5 = Hi5 6 = อื่นๆ 9 = ไม่ตอบ	3
6	A3	ท่านรู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จาก	1 = ตัวท่านเอง/เว็บไซต์ 2 = เพื่อน/คนแนะนำ 3 = อื่นๆ 9 = ไม่ตอบ	1
7	A4_1 A4_2 A4_3	วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน 3 อันดับแรก	1 = อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ 2 = เล่นเกมและแอฟพิเคชันต่างๆ 3 = ติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ 4 = หาข้อมูลความรู้ต่างๆ 5 = ติดตามข่าวสาร/ศิลปิน/บุคคลที่มีชื่อเสียง/ผลิตภัณฑ์/บริการต่างๆ 6 = เชิญชวนให้บุคคลอื่นร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มหรือซื้อสินค้าและบริการ 7 = อื่นๆ 9 = ไม่ตอบ	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
8	A5	เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความจำเป็นกับชีวิตท่านมากน้อยเพียงใด	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด 9 = ไม่ตอบ	1
9	A6	ท่านนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงวันใดบ่อยที่สุด	1 = วันธรรมดา 2 = วันหยุด 3 = ทุกวัน 9 = ไม่ตอบ	1
10	A7	ท่านนิยมใช้เครือข่ายสังคมในช่วงใด**บ่อยที่สุด**	1 = 06.01 น. – 12.00 น. 2 = 12.01 น. – 18.00 น. 3 = 18.01 น. – 24.00 น. 4 = 00.01 น. – 06.00 น. 9 = ไม่ตอบ	1
11	A8	ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	1 = น้อยกว่า 3 ครั้ง/วัน 2 = 3 - 5 ครั้ง/วัน 3 = มากกว่า 5 ครั้ง/วัน 9 = ไม่ตอบ	1
12	A9	เวลาเฉลี่ยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์**ต่อวัน**	1 = น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน 2 = 1 - 2 ชั่วโมง/วัน 3 = มากกว่า 2 - 4ชั่วโมง/วัน 4 = มากกว่า 4 ชั่วโมง / วัน 9 = ไม่ตอบ	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
13	A10_1 A10_2 A10_3	ลักษณะการโพสต์ข้อความ**สถานะของท่าน** 3 อันดับแรก	1 = ความคิดเห็นของตนเอง 2 = อารมณ์ เฮฮา/ขำขัน 3 = คำคม/แง่คิดดีๆ 4 = อารมณ์ที่แสดงถึงความไม่พอใจ/ด่าทอ/พาดผิงบุคคลอื่น 5 = อารมณ์ เศร้า/เสียใจ/ผิดหวัง 6 = อื่นๆ 9 = ไม่ตอบ	3
14	A11_1	กลุ่มทางการเมือง	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	5
	A11_2	กลุ่มการศึกษาและสถานศึกษา	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	A11_3	กลุ่มด้านความบันเทิง	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	A11_4	กลุ่มธุรกิจ	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	A11_5	อื่นๆ	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
15	A12_1	ผ่อนคลายความเครียด	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	5
	A12_2	รูปแบบของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	A12_3	กระแสนิยม	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	A12_4	ต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	A12_5	อื่นๆ	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
16	A13	ท่านใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านมานานเท่าใด	1 = น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี 2 = มากกว่า 1 - 3 ปี 3 = มากกว่า 3 ปีขึ้นไป 9 = ไม่ตอบ	1
17	A14	ท่านมีเพื่อนในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทั้งหมดกี่คน	1 = น้อยกว่า 100 คน 2 = 100 – 300 คน 3 = 301 – 500 คน 4 = มากกว่า 500 คน 9 = ไม่ตอบ	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ส่วนที่ 3</u> ความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
18	B1	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้สมาธิในการเรียนลดน้อยลง	1 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = ไม่เห็นด้วย 5 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
19	B2	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านถูกคุกคามความเป็นส่วนตัวมากขึ้น เช่น ขโมยรูปภาพหรือข้อมูลส่วนตัว	1 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = ไม่เห็นด้วย 5 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
20	B3	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เวลาพักผ่อนลดน้อยลง	1 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = ไม่เห็นด้วย 5 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
21	B4	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เสียสุขภาพจิต	1 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = ไม่เห็นด้วย 5 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
22	B5	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งให้ความบันเทิงและช่วยให้ท่านได้คลายเครียดจากการเรียนมากขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
23	B6	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการเรียนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
24	B7	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกมากยิ่งขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
25	B8	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งเพิ่มพูนความรู้ได้มากยิ่งขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
26	B9	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้พบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน / คนรู้จัก ได้สะดวกรวดเร็วขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
27	B10	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งแสดงความเห็นความเป็นตัวของตัวเองมากยิ่งขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
28	B11	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งที่ทำให้มีเพื่อนใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
29	B12	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านค้นหาและซื้อสินค้า / บริการ ได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ชื่อตัวแปร	ความหมายตัวแปร	รหัสค่าตัวแปร	จำนวนคอลัมน์
30	B13	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้รับทราบข้อมูลต่างๆ ได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1
31	B14	ท่านคิดว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านได้แบ่งปันความเห็นกับผู้อื่นได้มากขึ้น	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 9 = ไม่ตอบ	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค
การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างเพศ

H_0 : เพศต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ A-1 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างเพศ

Independent Samples Test

			MeanB	
			Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F		.313	
	Sig.		.576	
t-test for Equality of Means	t		-.162	-.166
	df		354	274.210
	Sig. (2-tailed)		.872	.868
	Mean Difference		-.00619	-.00619
	Std. Error Difference		.03831	.03731
	95% Confidence Interval of the Difference	Lower	-.08153	-.07964
		Upper	.06914	.06726

ผลการทดสอบ ได้ค่า Z = -0.162 และค่า p-value = 0.872 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ เพศต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างระดับชั้นปี

H_0 : ระดับชั้นปีต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นปีต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ A-2 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างระดับชั้นปี

Ranks

	ระดับชั้นปี	N	Mean Rank
MeanB	ชั้นปีที่ 1	133	179.53
	ชั้นปีที่ 2	79	180.62
	ชั้นปีที่ 3	76	173.98
	ชั้นปีที่ 4	68	179.07
	Total	356	

Test Statistics[a,b]

	MeanB
Chi-Square	.197
df	3
Asymp. Sig.	.978

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: ชั้นปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบ ได้ค่า H = 0.197 และค่า p-value = 0.978 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ ระดับชั้นปีต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างสาขาวิชา

H_0 : สาขาวิชาต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ A-30 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเปรียบเทียบระหว่างสาขาวิชา

Ranks

	สาขาวิชา	N	Mean Rank
MeanB	คณิตศาสตร์	29	190.57
	วิทยาการคอมพิวเตอร์	52	218.43
	เคมี	116	186.09
	ชีววิทยา	80	162.17
	ฟิสิกส์	44	160.12
	สถิติ	35	144.44
	Total	356	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Test Statistics[a,b]

	MeanB
Chi-Square	16.208
df	5
Asymp. Sig.	.006

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
สาขาวิชา

ผลการทดสอบ ได้ค่า H = 16.208 และค่า p-value = 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันมีค่ามัธยฐานของคะแนนความคิดเห็นต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อใช้การเปรียบเทียบของครัสคาลและวอลลิสแล้ว พบว่าปฏิเสธ H_0 แสดงว่ามีทรีตเมนต์อย่างน้อย 1 คู่ มีประสิทธิภาพต่างกัน โดยทั่วไปนักวิจัยมักอยากทราบต่อไปว่า ทรีตเมนต์คู่ใดที่ต่างกัน เราสามารถทำการเปรียบเทียบทรีตเมนต์เป็นคู่ได้ ด้วยวิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

หาค่าเฉลี่ยของผลรวมลำดับที่

คณิตศาสตร์ คือ $\overline{R}_1 = 190.57$

วิทยาการคอมพิวเตอร์ คือ $\overline{R}_2 = 218.43$

เคมี คือ $\overline{R}_3 = 186.09$

ชีววิทยา คือ $\overline{R}_4 = 162.17$

ฟิสิกส์ คือ $\overline{R}_5 = 106.13$

สถิติ คือ $\overline{R}_6 = 144.44$

มี 6 ทรีทเมนต์ ดังนั้น มี 15 คู่ ($^kC_2 = 15$ คู่) ที่จะเปรียบเทียบที่ $\alpha = 0.05$

ค่า $\frac{\alpha}{k(k-1)} = \frac{0.05}{6\times 5} = 0.0017$

ได้ $Z = 2.93$

<u>คู่ที่ 1+2</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{29}+\frac{1}{52}\right]} = 69.88$

$$\left|\overline{R}_1 - \overline{R}_2\right| = |190.57 - 218.43| = 27.86$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีค่าน้อยกว่า 69.88 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 1+3</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{29}+\frac{1}{116}\right]} = 62.60$

$$\left|\overline{R}_1 - \overline{R}_3\right| = |190.57 - 186.09| = 4.48$$

มีค่าน้อยกว่า 62.60 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 1+4</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{29}+\frac{1}{80}\right]} = 65.36$

$$\left|\overline{R}_1 - \overline{R}_4\right| = |190.57 - 162.17| = 28.40$$

มีค่าน้อยกว่า 65.36 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 1+5</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{29}+\frac{1}{44}\right]} = 72.12$

$$\left|\overline{R}_1 - \overline{R}_5\right| = |190.57 - 106.13| = 84.44$$

มีค่ามากกว่า 72.12 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 1+6</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{29}+\frac{1}{35}\right]} = 75.72$

$$\left|\overline{R}_1 - \overline{R}_6\right| = |190.57 - 144.44| = 46.13$$

มีค่าน้อยกว่า 75.72 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 2+3</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{52}+\frac{1}{116}\right]} = 50.32$

$$\left|\overline{R}_2 - \overline{R}_3\right| = |218.43 - 186.09| = 32.34$$

มีค่าน้อยกว่า 50.32 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 2+4</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{52}+\frac{1}{80}\right]} = 53.71$

$$\left|\overline{R}_2 - \overline{R}_4\right| = |218.43 - 162.17| = 56.26$$

มีค่ามากกว่า 53.71 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 2+5</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{52}+\frac{1}{44}\right]} = 61.77$

$$\left|\overline{R}_2 - \overline{R}_5\right| = |218.43 - 106.13| = 112.30$$

มีค่ามากกว่า 61.77 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>คู่ที่ 2+6</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{52}+\frac{1}{35}\right]} = 65.93$

$$\left|\overline{R}_2 - \overline{R}_6\right| = |218.43 - 144.44| = 73.99$$

มีค่ามากกว่า 65.93 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 3+4</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{116}+\frac{1}{80}\right]} = 43.82$

$$\left|\overline{R}_3 - \overline{R}_4\right| = |186.09 - 162.17| = 23.92$$

มีค่าน้อยกว่า 69.88 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 3+5</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{116}+\frac{1}{44}\right]} = 53.39$

$$\left|\overline{R}_3 - \overline{R}_5\right| = |186.09 - 106.13| = 79.96$$

มีค่ามากกว่า 53.39 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 3+6</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{116}+\frac{1}{35}\right]} = 58.15$

$$\left|\overline{R}_3 - \overline{R}_6\right| = |186.09 - 144.44| = 41.65$$

มีค่าน้อยกว่า 58.15 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 4+5</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{80}+\frac{1}{35}\right]} = 61.11$

$$\left|\overline{R}_4 - \overline{R}_5\right| = |162.17 - 106.13| = 56.04$$

มีค่าน้อยกว่า 61.11 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 4+6</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{80}+\frac{1}{35}\right]} = 61.11$

$$\left|\overline{R}_4 - \overline{R}_6\right| = |162.17 - 144.44| = 17.73$$

มีค่าน้อยกว่า 61.11 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

<u>คู่ที่ 5+6</u> ค่าวิกฤต = $2.93\sqrt{\frac{356(356+1)}{12}\left[\frac{1}{44}+\frac{1}{35}\right]} = 68.30$

$$\left|\overline{R}_5 - \overline{R}_6\right| = |106.13 - 144.44| = 38.31$$

มีค่าน้อยกว่า 68.30 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กมลรัตน์ มณฑิชชาชาติ และคณะ. 2547. **การใช้อินเตอร์เน็ตของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.** สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ชุมพร เทพนำโสมนัสส์ และคณะ. 2542. **พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.** สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นุชรา ตันตระกูล และคณะ. 2548. **การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.** สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ณหทัย ราตรี และ หัทยา เชี่ยววัฒกี. 2550. **การวิเคราะห์ความแปรปรวน.** กรุงเทพมหานคร. โครงการตำราคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ณัฐฐิกาญจน์ วิรัตน์ และคณะ. 2547. **ทัศนคติและพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.** สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นิวัติชัย น้าวัฒนไพบูลย์ และคณะ. 2551. **พฤติกรรมและความคิดเห็นในการอ่านหนังสือของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.** สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ. 2552. **ระเบียบวิธีวิจัย.** โครงการตำราคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ. **เครือข่ายสังคม.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.vcharkarn.com/varticle/40698. (วันที่ค้นหาข้อมูล: 24 กรกฎาคม 2553).

เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ. **เครือข่ายสังคม.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.vcharkarn.com/varticle/41456. (วันที่ค้นหาข้อมูล: 24 กรกฎาคม 2553).

สายชล สินสมบูรณ์ทอง. 2553. **สถิติเบื้องต้น.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จามจุรีโปรดักท์

อุมาพร จันทศร. **สถิติที่ไม่ใช้พารามิเตอร์.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซนเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้