

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

THE USE OF SOCIAL NETWORK OF GRADUATE STUDENTS IN FACULTY  
OF INDUSTRIAL EDUCATION , KING MONGKUT'S INSTITUTE  
OF TECHNOLOGY LADKRABANG



T128724

ชลาลัย พูลสุข  
CHALALAI POONSUK

ฉพ.  
๗๒๑๖๓  
๒๕๕๕

ที่ id

เลขหมู่.....128724  
เลขทะเบียน.....  
รับ เดือน ปี 12 11 2555

b. 12551964  
i. ....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการศึกษาวิทยาาสตร์ (คอมพิวเตอร์)  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. ๒๕๕๕

KMITL-2012-ED-M-214-026

THE USE OF SOCIAL NETWORK OF GRADUATE STUDENTS IN  
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION , KING MONGKUT'S  
INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

CHALALAI POONSUK

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF SCIENCE IN SCIENCE EDUCATION (COMPUTER)  
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TEACNOLOGY LADKRABANG

2012

KMITL-2012-ED-M-214-026

COPYRIGHT 2012

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี  
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นักศึกษา

นางสาวชลาสัย พูลสุข

รหัสประจำตัว

52631161

ปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

การศึกษาวิทยาศาสตร์ (คอมพิวเตอร์)

พ.ศ.

2555

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร. ฉันทนา วิริยะเวชกุล

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รองศาสตราจารย์ ดร. พรรณี สীগิจวัฒน์

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้และเปรียบเทียบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโทคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2554 จำนวน 175 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามสาขาวิชา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าร้อยละ และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน คือการทดสอบไคสแควร์ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า

(1) นักศึกษามีการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ เพื่อแจ้งสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ เพื่อหาข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล และภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนเพื่อเล่นเกมส์ ติดตามข่าวสารศิลปินและผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง

(2) ความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านอารมณ์ ด้านสังคม ด้านการเรียนรู้และภาพรวมอยู่ในระดับน้อย

(3) สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านความถี่ในการเข้าใช้ และด้านระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้

(4) สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านสถานที่ที่เข้าใช้งาน ด้านช่วงเวลาในการเข้าใช้งาน และด้านบริการเครือข่ายที่เข้าใช้

Thesis Title	The Use of Social Network of Graduate Students in Faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
Student	Miss Chalalai Poonsuk
Student ID.	52631161
Degree	Master of Science
Program	Science Education (Computer)
Year	2012
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Chantana Viriyavejakul
Thesis Co-Advisor	Associate Professor Dr. Punnee Leekitchwatana

### ABSTRACT

The objective of this research were to study and compare about the using of online social networks of graduate students in the faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang. The select samples of this research were 175 undergraduate students majoring in the faculty of industrial education the 1st semester, academic year of 2011 selected by stratified sampling technique.

The tools used in this research was a questionnaire of three sections; Part 1: General information of the students Part 2: The questionnaire about using of social network and Part 3: The questionnaire about comment on using social network with reliability of 0.85. Data were analyzed by mean, standard deviation, percentage and tests on hypothesis by chi-square of significant level 0.05. The study found that

(1) Students had access to social networking to communicate with people who know. To find new friends, its status Profile picture for information, Exchange of information. And included was at the high level but to play the game and follow artist and product news.

(2) The comments of using online social network services is focused on emotional, social and learning factor respectively; over all is in low level

(3) Subjects which are not correlated to the frequency of the usage of online social network and the average usage time of social network

(4) Subjects which are correlated to the places online social network is using, the range of time that the social network is using, and the network that is using for social network.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จสมบูรณ์ได้อย่างดีด้วยความอนุเคราะห์จาก รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร.พรณี ลีกิจวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทาง รวมถึงการตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนสามารถจัดทำได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและให้คำแนะนำ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือประเมินคุณภาพความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษาต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องจนทำให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบิดาผู้ล่วงลับที่เป็นแรงบันดาลใจให้ข้าพเจ้ามีความพยายามในการศึกษาต่อระดับสูง และมารดาที่เป็นกำลังใจ เป็นแรงใจสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยเกิดความมานะพยายามในการศึกษา

ขอขอบคุณเพื่อน รุ่น 17.2 ที่คอยช่วยเหลือซึ่งกันและกันมาตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอขอบคุณบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวถึงมาไว้ในที่นี้ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ เป็นกำลังใจ พร้อมทั้งให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ จนทำให้ผู้วิจัยทำงานวิจัยลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ประโยชน์ที่ได้จากการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

ชลาลัย พูลสุข

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ข้อมูลพื้นฐานของการจัดการการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.....	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	7
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มหรือเครือข่าย.....	16
2.4 บริการต่างๆในเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	20
2.5 ผลของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	28
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	35
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	35
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	40

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม.....	42
4.2 ผลการวิเคราะห์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	43
4.3 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	49
4.4 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชาและการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยใช้สถิติ Chi-square Test.....	53
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	58
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	58
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	62
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	68
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	69
ภาคผนวก ข หนังสือผลการพิจารณาหัวข้อ.....	78
หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ.....	78
หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล.....	84
ประวัติผู้เขียน.....	85

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตาราง แสดงจำนวนผู้ใช้งาน www.Facebook.com ปี 2010 .....	24
3.1 แสดงจำนวนนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 ที่เป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
3.2 ตารางเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามค่าเฉลี่ยของคะแนน.....	40
4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา.....	42
4.2 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์.....	43
4.3 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการเครือข่ายสังคม ออนไลน์เฉลี่ยต่อวัน.....	44
4.4 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์.....	44
4.5 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	45
4.6 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเข้าใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ออนไลน์.....	45
4.7 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้งาน.....	46
4.8 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเริ่มต้นใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	46
4.9 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการเข้าใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์.....	47
4.10 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการเข้าใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์.....	48
4.11 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนของเพื่อนที่มีในเว็บไซต์เครือข่าย สังคมออนไลน์.....	48
4.12 แสดงภาพรวมของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ ด้านสังคม ด้านการเรียน.....	49
4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคม ออนไลน์ด้านอารมณ์.....	50
4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคม ออนไลน์ด้านสังคม.....	51

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่าย สังคมออนไลน์ด้านการเรียน.....	52
4.16 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความถี่ในการ เข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา.....	53
4.17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาเฉลี่ย ในการเข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา.....	54
4.18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสถานที่ในการ เข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา.....	55
4.19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านช่วงเวลาในการ เข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา.....	56
4.20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านบริการเครือข่ายที่ เข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา.....	57

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
2.1 ภาพแนวคิดเรื่องเครือข่ายตรงแบบง่าย.....	9
2.2 ภาพแนวความคิดเรื่องเครือข่ายตรงที่ซับซ้อนขึ้น.....	9
2.3 ภาพแนวความคิดเรื่องเครือข่ายอ้อม.....	10
2.4 ภาพกรอบแนวคิดของเมเยอร์เกี่ยวกับวิธีการศึกษาเครือข่ายสังคม.....	11
2.5 ภาพกรอบแนวคิดของบาร์นส์เกี่ยวกับวิธีการศึกษาเครือข่ายสังคม.....	12
2.6 ภาพกรอบแนวคิดของโบซาแวงซึ่งอาศัยระยะห่างทางสังคมเป็นเกณฑ์การแบ่ง.....	13
2.7 ภาพ มาร์ก ซูเคอร์เบิร์ก ผู้ก่อตั้ง Facebook.....	22
2.8 ภาพ Social Networks ที่มีผู้ใช้งานสูงสุดในแถบ Asia-Pacific.....	25
2.9 แสดงอันดับการเข้าใช้งาน Social Media ในประเทศไทย.....	26
ข.1 หนังสือผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์.....	78
ข.2 หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1.....	79
ข.3 หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2.....	80
ข.4 หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3.....	81
ข.5 หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4.....	82
ข.6 หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5.....	83
ข.7 หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล.....	84

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธรรมชาติของมนุษย์มักอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารระหว่างกันและมีการพัฒนาในหลาย ๆ ด้านเพื่อตอบสนองความต้องการของการใช้งานจึงเกิดเป็นสังคม ออนไลน์ขึ้นในปัจจุบัน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือ Online Social Networking เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เป็นที่นิยมมากจนกลายเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของผู้คนในปัจจุบันเช่นกัน เพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนเป็นการบริการพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงตนให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป โดยการสร้างหน้าตาต่างหรือเว็บไซต์ (web page) ของตัวเอง และอนุญาตให้ผู้อื่นที่ให้บริการเครือข่ายเดียวกันเข้ามาร่วมแบ่งปันประสบการณ์หรือดูหน้าตาของผู้ใช้นั้นๆ ได้ เครือข่ายทางสังคมเปรียบเสมือนเป็นการเริ่มต้นความสัมพันธ์ของผู้เล่นในลักษณะต่างๆ ทั้งที่เป็นเพื่อนกันอยู่แล้ว เพื่อนของเพื่อน เพื่อนเก่า หรือแม้กระทั่งคนที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ก็สามารถมาทำความรู้จักผ่านเครือข่ายทางสังคมการสื่อสารโดยคอมพิวเตอร์ เป็นสื่อกลางได้

เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นสังคมที่มีกิจกรรมต่าง ๆ ทำร่วมกัน ทั้งที่อยู่ในเว็บไซต์เดียวหรืออยู่คนละเว็บไซต์ ข้อมูลข่าวสารก็สามารถสื่อสารส่งต่อ หรือแบ่งปันให้กันและกันได้ จากจุดเริ่มต้นของคนหนึ่งคน ส่งต่อหาเพื่อนอีกคน และกระจายตัวไปเรื่อย ๆ จนกลายเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ โดยคนในสังคมออนไลน์จะคอยติดตาม ฝ้าดู แบ่งปันข้อมูลให้เพื่อนที่ตัวเองรู้จัก และต้อนรับเพื่อนใหม่ด้วยเช่นกัน พลังอำนาจนี้เองทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นเครือข่ายที่ทรงพลังมากในแง่การกระจายข้อมูล บุคคลจะใช้เวลาส่วนใหญ่ของตนในการเล่นเครือข่ายสังคมเพื่อติดต่อกับเพื่อน เพื่อหาเพื่อนใหม่ ทำให้มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคมมากขึ้น และในแง่ของความ เป็นสื่อสมัยใหม่นั้นเปรียบเหมือนการย่อโลกให้เล็กลงการสื่อสารมีความทันสมัย รวดเร็ว และมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น จากสมัยก่อนที่การสื่อสารทางจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื่องจากความผิดพลาดทางเทคนิค อาทิ จดหมายไม่ถึงมือผู้รับ โทรเลขส่งไม่ถึง เป็นต้น แต่ในปัจจุบันเพียงแค่เปิดเครื่องคอมพิวเตอร์และเชื่อมต่อ กับอินเทอร์เน็ต และใช้โปรแกรมออนไลน์ต่างๆอย่าง ที่กล่าวมาข้างต้น ก็สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนหรือคนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว แต่ในทางกลับกัน การให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็สามารถสร้างผลกระทบให้แก่ผู้ใช้ได้เช่นกัน เนื่องจากแต่ละเว็บไซต์ไม่มีการควบคุมและให้ความสำคัญในเรื่องของการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอย่างเพียงพอ แต่กลับให้ความอิสระเสรีแก่ผู้เล่น

มากจนเกินไป จึงอาจทำให้เกิดผลกระทบในเชิงลบดังที่เป็นข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ เช่น การใช้ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงเพื่อล่อลวงทำให้ผู้อื่นเสียหาย การใช้คำพูดว่าร้าย ใส่ความผู้อื่น แสดงตัวตนเป็นผู้อื่นหรือมีการรูปภาพที่ไม่เหมาะสมลงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Boyd, Ellison (2008) [Online]

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ เนคเทค/สวทช. 2553 [Online] ได้ทำการสำรวจออนไลน์ กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 2553 จากการสำรวจพบว่า 42% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งในจำนวนนี้ 91.8% ใช้งานผ่านสมาร์ตโฟน และพบว่าการใช้งาน 24.2% ใช้เพื่อเชื่อมต่อสังคมออนไลน์ 19.2% ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงาน 17.3% ติดตามข่าวสาร 16.9% ด้านบันเทิง แสดงว่าแนวโน้มบริการนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง โดยสินค้าและบริการที่ได้รับความนิยมในการสั่งซื้อ เช่น หนังสือ เครื่องแต่งกาย เป็นต้น

จากความนิยมของสังคมออนไลน์ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จึงมีการทำวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ออกมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหลังจากผู้วิจัยได้ค้นคว้าแล้วพบว่ามีกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงาน ส่วนในกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่พบว่ามีการทำวิจัยแล้วเช่น กลุ่มของผู้ที่ทำงานควบคุมการเรียนไปด้วย ดังเช่นนักศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งมีการใช้สังคมออนไลน์เพื่อช่วยในการแจ้งข่าวสารต่างๆหรือเพื่อติดตามข่าวสารจากทางสถาบัน เนื่องจากไม่ได้มีการเรียนแบบเต็มเวลา การใช้ประโยชน์หรือความคิดเห็นที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาการใช้งานสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโทต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

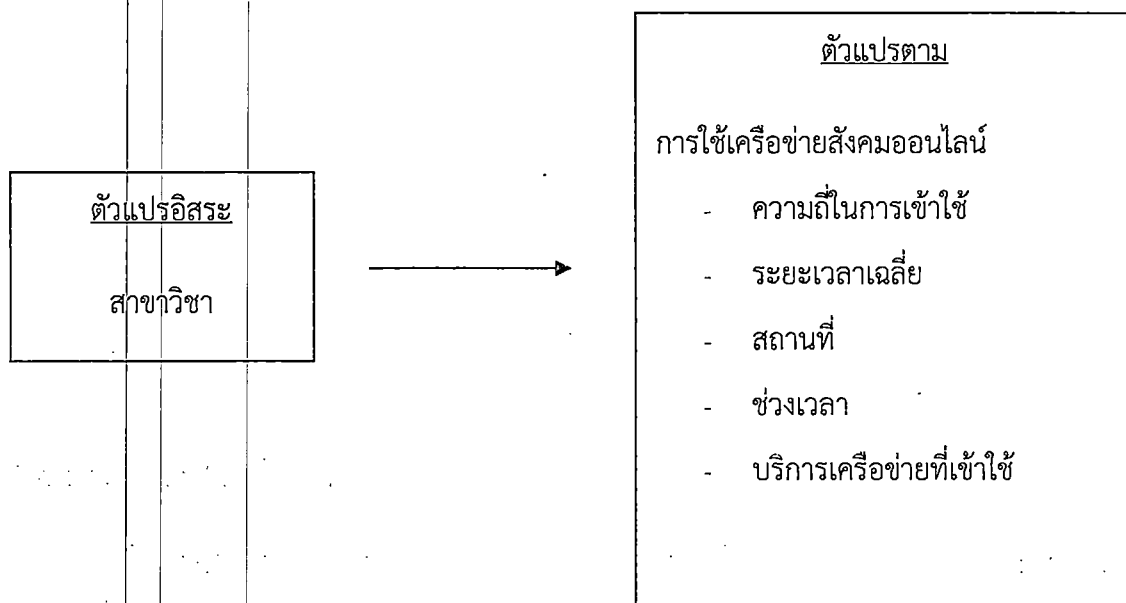
1. เพื่อศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่มีผลของต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
3. เพื่อหาความสัมพันธ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตามสาขาวิชา

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

นักศึกษาที่มีสาขาวิชาแตกต่างกัน มีการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน

## 1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล (2554 : 6) และศึกษาแนวคิดผลของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จาก ชนาภิตต์ ราชพิบูลย์ (2553 : 3) และได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการใช้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2554

### 1.5.1 ประชากร

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 324 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล. 2554): [Online]

### 1.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 175 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูป ของ Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (พรพรณี ลีกิจวัฒน์. 2552 : 101) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามสาขาวิชา

### 1.5.3 ตัวแปรที่ศึกษา

#### 1.5.3.1 ตัวแปรเกี่ยวกับผลของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

1. ด้านอารมณ์
2. ด้านสังคม
3. ด้านการเรียน

#### 1.5.3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ สาขาวิชา
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การเข้าใช้เครือข่ายสังคม

ออนไลน์ แบ่งออกเป็น ความถี่ในการเข้าใช้, ระยะเวลาเฉลี่ย, สถานที่, ช่วงเวลา, บริการเครือข่ายที่เข้าใช้

### 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ลักษณะการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย ความถี่ในการเข้าใช้, ระยะเวลาเฉลี่ยที่มีการเข้าไปใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง ต่อวัน, สถานที่ที่มีการเข้าใช้งาน, ช่วงเวลาที่มีการเข้าใช้งาน, บริการเครือข่ายที่เข้าใช้

2. ผลของการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย

2.1 ด้านสังคมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดที่นักศึกษามีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านการใช้ชีวิต การอยู่ร่วมกับผู้อื่น ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

2.2 ด้านอารมณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดที่นักศึกษามีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในด้านจิตใจ ที่ส่งผลต่อความรู้สึก ความคิดและอารมณ์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

2.3 ด้านการเรียนจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดที่นักศึกษามีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในแง่มุมของการเรียน การใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

3. นักศึกษาปริญญาโท หมายถึง นักศึกษาระดับปริญญาโท ที่สังกัดสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาครุศาสตร์วิศวกรรม สาขาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม ที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 1 และ 2 และลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยดังนี้

- 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของการจัดการการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มหรือเครือข่าย
- 2.4 บริการต่าง ๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 2.5 ผลของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของการจัดการการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

##### 2.1.1 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมเดิมชื่อ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2520 เพื่อให้สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเป็นศูนย์ การศึกษาที่สมบูรณ์จึงได้นำส่วนราชการระดับภาควิชา ทางสาขาวิทยาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ มนุษย์ ศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ซึ่งสังกัดอยู่ในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และคณะวิทยาศาสตร์ ในขณะนั้น แยกออกมารวมเข้าด้วยกันจัดตั้งเป็นคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ โดยรัฐมนตรี ทบวงมหาวิทยาลัยได้ลง นามอนุมัติ เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2520 ทำหน้าที่ผลิตครูอาชีวศึกษา สำหรับวิทยาลัยเทคนิคและอาชีวศึกษาต่าง ๆ ให้การศึกษา ค้นคว้าวิจัยทางวิทยาศาสตร์และทำหน้าที่ การจัดการเรียนการสอนวิชาพื้นฐานทั่วไปตามหลักสูตรระดับปริญญาตรีให้กับคณะต่าง ๆ ใน สถาบันฯ

ต่อมาทบวงมหาวิทยาลัยอนุมัติให้สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จัดตั้งคณะวิทยาศาสตร์ขึ้น เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2531 โดยรวบรวมภาควิชาและบุคลากรทางด้าน วิทยาศาสตร์ แยกออกมาจากคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและ วิทยาศาสตร์ จัดตั้งเป็นคณะ วิทยาศาสตร์ ส่วนคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์เดิมเปลี่ยนชื่อเป็น คณะครุศาสตร์

อุตสาหกรรม ตามที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ หน้า 44 เล่ม 105 ตอนที่ 206 วันที่ 8 ธันวาคม 2531 ตั้งแต่ปี พ. ศ. 2520 เป็นต้นมา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม. 2554. [Online]

### 2.1.2 การจัดการการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีหลักสูตรในระดับปริญญาโท จำนวน 12 หลักสูตร ดังนี้  
หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต จำนวน 8 หลักสูตร ได้แก่

- สาขาวิชาสถาปัตยกรรม
- สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา
- สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาทางการอาชีวะและเทคโนโลยีศึกษา
- สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร
- สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนอาชีวศึกษา
- สาขาวิชาเทคโนโลยี ผลิตภัณ์ท์อุตสาหกรรม
- สาขาวิชาอิเล็กทรอนิกส์
- สาขาวิชาการวิจัยนวัตกรรมการศึกษา

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 3 หลักสูตร ได้แก่

- สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์
- สาขาวิชาครุศาสตร์เกษตร
- สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 1 หลักสูตร ได้แก่

- สาขาวิชาภาษาศาสตร์ประยุกต์-ภาษาอังกฤษเพื่อวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

โดยมีนโยบาย มุ่งเน้นในการจัดการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตในระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษาที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการในด้านครุศาสตร์อุตสาหกรรม ภาษาศาสตร์ มนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเป็นครูช่างอุตสาหกรรม นักฝึกอบรม นักเทคโนโลยีทางด้านเทคนิคศึกษา และผู้บริหารอาชีวศึกษาและธุรกิจอุตสาหกรรม มุ่งพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และภูมิปัญญา ทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพ ควบคู่ไปกับการมีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งสนับสนุนการฝึกอบรม การบริการวิชาการแก่สังคม และการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สะท้อนถึงความเป็นผู้นำในศาสตร์ที่จัดการศึกษา สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ประยุกต์ สถาบันอาชีวศึกษา องค์กร สมาคม และสภาวิชาชีพต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม. 2554. [Online]

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

### 2.2.1 ทฤษฎีเครือข่าย

การสร้างเครือข่ายการทำงานเป็นวิธีการทำงานที่ได้รับความนิยม ทั้งในภาคธุรกิจและในการทำงานเชิงพัฒนาสังคม ซึ่งในโลกธุรกิจนั้นแนวความคิดของระบบเครือข่าย ได้เกิดขึ้นใน ปีพ.ศ. 2513 โดยเริ่มจากธุรกิจของการจัดหางานทำ และการสรรหาบุคคลที่เหมาะสม สำหรับในทางสังคมวิทยา เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Network) อย่างหนึ่งที่แตกต่างไปจากกลุ่ม โดยที่กลุ่มจะมีขอบเขตที่ชัดเจน รู้ว่าใครเป็นสมาชิก มีความเป็นรูปธรรมมองเห็นได้ มีโครงสร้างทางสังคมในระดับหนึ่ง แต่เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่ไม่มีขอบเขต การเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกันที่จะเห็นเป็นรูปธรรม

เครือข่ายมี 3 ลักษณะ คือ เครือข่ายการแลกเปลี่ยน เครือข่ายการติดต่อสื่อสาร และเครือข่ายความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกัน เครือข่ายไม่มีโครงสร้างแน่นอนตายตัว อาจมีการออกแบบโครงสร้างขึ้นมา ทำหน้าที่สานความสัมพันธ์ระหว่างคน กลุ่มองค์กรให้ต่อเนื่อง แต่ในเครือข่ายไม่มีใครบังคับให้ใครทำอะไรได้ แต่ละคนหรือกลุ่มองค์กรต่างก็เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายได้เท่า ๆ กัน ดังนั้น รูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของเครือข่ายจึงมีความซับซ้อนกว่ากลุ่มองค์กรไม่มากนัก

แนวทางการวิเคราะห์เครือข่ายสามารถนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสรรพสิ่งต่าง ๆ ได้ตั้งแต่ระดับครอบครัวจนถึงระดับโลก สรรพสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในเครือข่ายความสัมพันธ์ เราเรียกว่าจุด (Node) ถ้ามีการเชื่อมโยงระหว่างจุดต่าง ๆ ความสัมพันธ์ (Relationships) ของจุดเหล่านี้ ก็คือเครือข่าย (Network) ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีจะสามารถทำให้บุคคลในองค์กรมาประสาน เชื่อมโยง เพื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในปัจจุบันนี้มีองค์กรจำนวนมากตระหนักว่าเครือข่ายเป็นเครื่องมือที่มีคุณค่าในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ขององค์กรที่มีวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกันหรือเกี่ยวข้องกันให้ได้ประโยชน์สูงสุดภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

ทฤษฎีและแนวคิดการสร้างเครือข่ายการสร้างเครือข่ายในการทำงานเชิงพัฒนา มีแนวโน้มที่จะเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างองค์กรที่ทำงานพ้องพียงซึ่งกันและกัน มากกว่าที่จะแข่งขันกัน ทฤษฎีและแนวคิดที่อธิบายการสร้างเครือข่ายการทำงานได้แก่

1: ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) อธิบายถึง การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน ดังนั้น เหตุผลหลักที่จะทำให้เครือข่ายเกิดขึ้นได้โดยสมัครใจ ก็คือ แต่ละฝ่ายมองเห็นประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการเข้าร่วมเครือข่าย ซึ่งจะนำไปสู่ความเต็มใจที่จะประสานกันหรือเข้าร่วมเป็นเครือข่าย

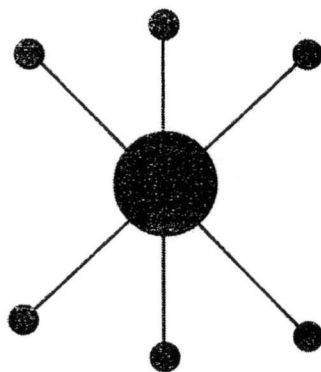
2: แนวคิดการรวมพลัง (Synergy) เป็นการผนึกกำลังในลักษณะที่มากกว่า  $1+1 = 2$  แต่ต้องเป็น  $1+1 > 2$  หมายความว่า การรวมพลังกันทำงานนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าหรือเข้มแข็งมากกว่าการที่แต่ละองค์กรจะทำงานโดยโดดเดี่ยว โชติวฒิ อินนิตดา (2542) [Online]

## 2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสังคมออนไลน์

ความสัมพันธ์ทางสังคมที่บุคคลมีต่อกันและกันภายในเครือข่าย สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายปริมาตร (zones) ทั้งนี้โดยเริ่มจากบุคคลที่เป็นศูนย์กลาง (ego-centric) ในเชิงทฤษฎี อาจพูดว่า ไม่เพียงแต่บุคคลหนึ่งจะมีเครือข่ายเพียง 1 หรือ 2 ปริมาตรเท่านั้น แต่อาจจะมี 3 หรือ 4 หรือก็ปริมาตรก็ได้ เพราะโดยความเป็นจริงระบบสังคมใหญ่ ทั้งหมดเปรียบเสมือนเป็นเครือข่ายรวม ซึ่งประกอบด้วยสายใยของความสัมพันธ์หรือเครือข่ายซึ่งเกิดจากจุดหนึ่ง คือ ปัจเจกบุคคลใด บุคคลหนึ่งแล้วขยายวงกว้างออกไปตามขั้นตอนของวงจรชีวิต สถานภาพและบทบาทของบุคคลผู้นั้น เพราะฉะนั้นโดยทั่วไปแล้ว การศึกษาเครือข่ายสังคมจึงเริ่มต้นที่การกำหนดจุดศูนย์กลางที่บุคคลใด บุคคลหนึ่ง และเครือข่ายเปรียบเสมือนลูกโซ่ของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริงของบุคคลผู้นั้นกับบุคคลอื่นๆ ดังนั้นจึงมีนักวิชาการบางท่านใช้คำว่า “เครือข่ายบุคคล” แทนคำว่า “เครือข่ายสังคม” อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่รับการกำหนดให้เป็นจุดศูนย์กลางกับบุคคลอื่น หรือกลุ่มอื่นๆซึ่งบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วยนั้น ส่วนใหญ่มักจะกินขอบเขตกว้างมาก จนเกิดปัญหาขึ้นว่าเมื่อจะทำการศึกษาเครือข่ายสังคมหรือเครือข่ายบุคคลแล้ว จะมีวิธีการใดบ้างที่จะระบุขอบเขตของการศึกษาเครือข่ายนั้นได้

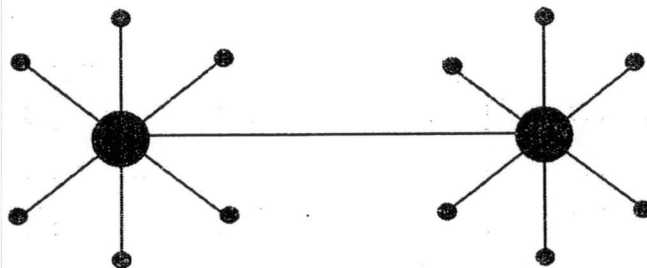
วิธีการกำหนดขอบเขตของเครือข่ายสังคมนั้น ทำได้หลายลักษณะด้วยกัน โดยอาศัยแนวความคิดของนักวิชาการที่สำคัญ เช่น Wolfe, Barnes, Mayer และ Boissevain ซึ่งจะได้นำเสนอตามลำดับดังนี้

1. แนวความคิดของแอลวิน เอ. วูล์ฟ (Alvin A. Wolfe. 1970 ; อ้างใน รัชฎาภรณ์ รังสี ประเสริฐ. 2552 : 37) ได้แบ่งเครือข่ายสังคมออกเป็นสองประเภทใหญ่ๆตามพื้นฐานลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กล่าวคือ 1.) เครือข่ายที่ไม่มีข้อจำกัด (unlimited network) ซึ่งได้แก่เครือข่ายที่เกิดจากบุคคลแรกซึ่งบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ อันสามารถเพิ่มจำนวนขึ้นได้โดยจำกัดว่าจะ เป็นความสัมพันธ์ระดับไหน และ 2.) เครือข่ายที่มีข้อจำกัด (limited network) ซึ่งเป็นการระบุเครือข่ายโดยตั้งกฎเกณฑ์บางอย่างขึ้นมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังนี้ คือ ก.เครือข่ายส่วนตัวของบุคคล ข.ประเภทบุคคล (เช่น ญาติ เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน) ค.กิจกรรมหรือพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ ง.บทบาทละหน้าที่ของบุคคลที่เกี่ยวข้อง จ.เนื้อหาของ การแลกเปลี่ยนนั้นเป็นไปในทาง เศรษฐกิจ หรือทางการเมือง เป็นต้น(ดังภาพที่ 2.1 ประกอบ) ดังนั้น ในกรณีนี้เครือข่ายสังคมจะสามารถระบุได้ก็ต่อเมื่อผู้ศึกษากำหนดเกณฑ์ขึ้นมา

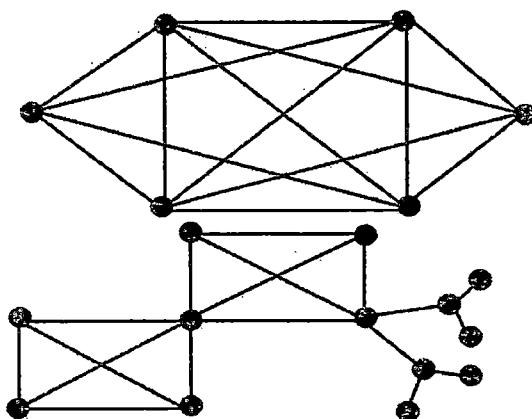


ภาพที่ 2.1 แนวความคิดเรื่องเครือข่ายตรงแบบง่าย

2. แนวความคิดของจอห์น เอ. บาร์นส์ (John A. Barnes ; อ้างใน รัชฎาภรณ์ รังสีประเสริฐ. 2552 : 37) นักมนุษยวิทยาอีกผู้หนึ่ง คือ บาร์นส์ ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับเครือข่ายว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมก่อให้เกิดเครือข่ายรวม (total network) และเครือข่ายย่อย (partial network) ซึ่งเครือข่ายย่อย ก็คือความสัมพันธ์ส่วนหนึ่งในหลายๆส่วนของเครือข่ายรวมโดยที่เครือข่ายย่อยนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจ เครือญาติ การเมือง หรือระบบย่อยอื่นๆของสังคม กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ บาร์นส์ มองว่า เครือข่ายรวมเปรียบเสมือนกับระบบสังคมใหญ่และเครือข่ายย่อยเปรียบเสมือนกับระบบย่อย นอกจากนั้นบาร์นส์ยังได้เสนอเกี่ยวกับเครือข่ายตรง (the first order network หรือ direct network) และเครือข่ายอ้อม (the second order network หรือ indirect network) ตามความหมายของบาร์นส์ เครือข่ายตรงหมายถึง การติดต่อโดยตรงของปัจเจกบุคคลที่มีกับผู้อื่น ได้แก่ ครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน และผู้ร่วมงาน ซึ่งบุคคลเหล่านี้มักจะมีการติดต่อซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ ดังภาพที่ 2.1 และ 2.2 ส่วนเครือข่ายอ้อมนั้น บาร์นส์ หมายถึง การเกี่ยวข้องติดต่อกันของปัจเจกบุคคลอื่นโดยทางอ้อม กล่าวคือ คนที่เป็นจุดศูนย์กลางอาจไม่รู้จักับบุคคลอื่นๆโดยตรง หากแต่สามารถติดต่อผ่านสมาชิกที่อยู่ในเครือข่ายของตนเองได้ ดังที่แสดงไว้ในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.2 แนวความคิดเรื่องเครือข่ายตรงที่ซับซ้อนขึ้น

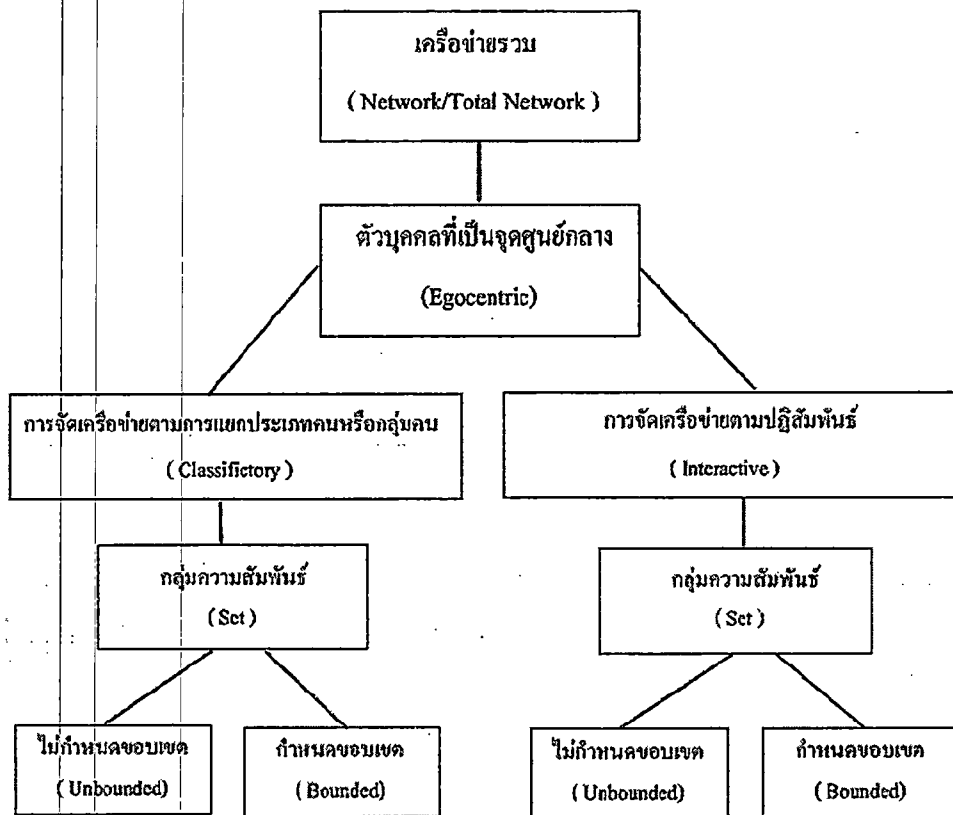


ภาพที่ 2.3 แนวความคิดเรื่องเครือข่ายอ้อม

3. แนวความคิดของเอเดรียน ซี. เมเยอร์ (Adrian C. Mayer 1970 ; อ้างใน รัฐภรณ์ รังสี ประเสริฐ. 2552 : 38) นอกจากแนวความคิดของวูล์ฟและบาร์นส์แล้ว เมเยอร์เป็นอีกผู้หนึ่งที่ได้ อธิบาย วิธีการศึกษาเครือข่ายสังคมให้มีความจำกัดขึ้น โดยได้นำแนวความคิดของเรดคลิฟฟ์ บรราน มาผสมผสานกับแนวความคิดบาร์นส์ โดยเมเยอร์ได้ตั้งเกณฑ์ไว้ว่า ในการศึกษาเครือข่ายสังคมนั้น ผู้วิจัยจะต้องกำหนดตัวบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางก่อน เมื่อกำหนดได้แล้ว ผู้วิจัยจะได้เครือข่ายที่เกิดขึ้นตามลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลนั้นกับบุคคลอื่นๆ 2 ประเภท คือ เครือข่ายตาม การแยกประเภทของบุคคลหรือกลุ่มคนที่บุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วยซึ่งในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะต้องเข้าใจถึงโครงสร้างทางสังคมด้วย และต้องเรียนรู้ว่า บุคคลที่ตนได้กำหนดให้เป็นจุด ศูนย์กลางของการศึกษาเครือข่ายนั้นได้จัดประเภทบุคคลต่างๆที่เขามีความสัมพันธ์ด้วยนั้นไว้อย่างไร เรียกว่าเป็นการระบุขอบเขตของเครือข่ายสังคมที่จะศึกษาตามลักษณะการแยกประเภทคนหรือกลุ่ม คน (Classificatory set) ส่วนเครือข่ายอีกประเภทหนึ่ง คือ เครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ (Interactive set) หมายถึงผู้วิจัยจะต้องศึกษาปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสาร การให้ข่าวสาร ข้อมูลต่างๆตลอดจนการแลกเปลี่ยนสิ่งของ เครื่องใช้ไม่สอย หรือ อาหาร ฯลฯ ที่เกิดขึ้นรอบๆข้างตัว บุคคลที่ได้รับการกำหนดให้เป็นจุดศูนย์กลาง และระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นๆที่ตัวบุคคลซึ่ง เป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วย

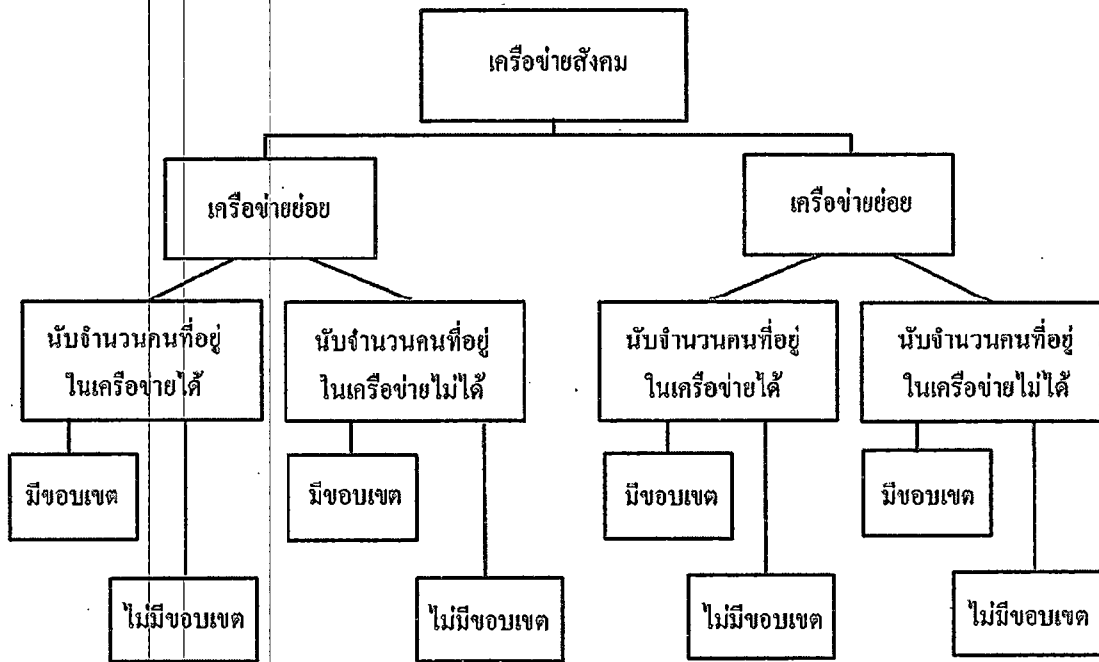
จากแนวคิดดังกล่าวนี้ เมเยอร์ได้สร้างกรอบแนวความคิดขึ้น เพื่ออธิบายถึงขอบเขตใน การศึกษาเครือข่ายสังคมชัดเจนขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 2.4 ซึ่งกรอบแนวคิดนี้ประกอบไปด้วย กลุ่ม ความสัมพันธ์ที่มีขอบเขต (bounded) และไม่มีขอบเขต (unbounded) ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา เครือข่ายตามลักษณะการแยกประเภทคนหรือกลุ่มคน หรือเป็นการศึกษาเครือข่ายตามลักษณะการ ปฏิสัมพันธ์ก็ตาม โดยความสัมพันธ์ที่มีขอบเขตนั้นหมายถึง เครือข่ายที่ระบุขอบเขตที่แน่นอนของกร ปฏิสัมพันธ์ ระหว่างตัวบุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางกับบุคคลที่อยู่รอบๆข้าง เช่น ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น เฉพาะภายในครอบครัว หรือเฉพาะกลุ่มเครือญาติ ส่วนความสัมพันธ์ที่ไม่มีขอบเขตนั้นหมายถึง

เครือข่ายที่ไม่จำกัดในเรื่องของความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างตัวบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางกับบุคคลอื่นๆที่อยู่รอบข้าง



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวความคิดของเมเยอร์เกี่ยวกับวิธีการศึกษาเครือข่ายสังคม

อย่างไรก็ตาม หลังจากที่เมเยอร์ได้สร้างกรอบแนวความคิดขึ้นแล้ว บาร์นส์ก็ได้ลำดับแนวความคิดของตนเองขึ้นมาใหม่อีกครั้งหนึ่ง โดยได้นำเอาความคิดของเมเยอร์บางส่วนมาใช้สร้างเป็นกรอบแนวคิดของตน และมุ่งให้ความสำคัญไปที่เครือข่ายย่อย โดยเน้นว่าเครือข่ายสังคมนั้น จริงๆแล้ว หมายถึงเครือข่ายย่อย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายรวม นอกจากนี้บาร์นส์ยังเห็นว่าเครือข่ายสังคมโดยทั่วไปแล้วไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายสังคมใดก็ตาม จะประกอบไปด้วยลักษณะหลายๆอย่างรวมกัน คือเป็นทั้งเครือข่ายที่มีการกำหนดขอบเขตและไม่มีการกำหนดขอบเขตเป็นทั้งเครือข่ายที่สามารถนับจำนวนคนที่อยู่ในเครือข่ายได้และนับจำนวนไม่ได้ และเป็นทั้งเครือข่ายย่อยและเครือข่ายรวม ดังนั้นกรอบแนวความคิดใหม่ของบาร์นส์จึงประกอบไปด้วยเครือข่ายลักษณะต่างๆถึง 8 ชนิดด้วยกัน ดังภาพที่ 2.5

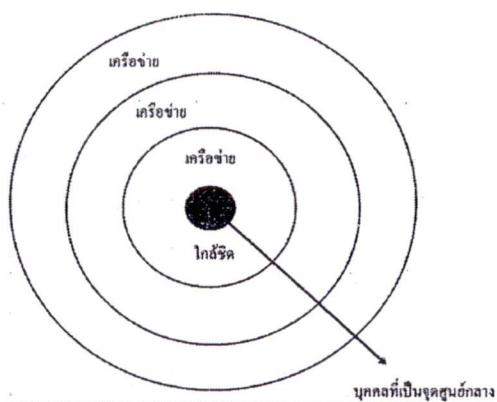


ภาพที่ 2.5 กรอบแนวความคิดของบาร์นส์เกี่ยวกับวิธีการศึกษาเครื่องขายสังคม

จากแนวความคิดของบาร์นส์ดังกล่าวจะเห็นว่าเครื่องขายสังคมนั้นประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ที่โยงใยภายในเครื่องขายนั้น ไปจนถึงเครื่องขายรวมซึ่งประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ทุกรูปแบบที่เชื่อมโยงบุคคลต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันได้โดยไม่จำกัดจำนวนบุคคล คือนับจำนวนบุคคลไม่ได้หรือนับจำนวนไม่ถ้วน โดยมองความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นระบบสังคมใหญ่หรือทั้งโลกที่ทุกคนจะต้องถูกนับรวมเข้าไว้ในเครื่องขายนั้น

นอกจากนี้บาร์นส์ยังมองว่า เครื่องขายแต่ละชนิดนั้นสามารถทำการวิเคราะห์ได้ แต่ต้องมีเกณฑ์ง่ายๆ ที่จะใช้บอกถึงขอบเขตของเครื่องขายที่จะศึกษาว่าควรจะครอบคลุมถึงไหนทั้งนี้โดยอาศัยเกณฑ์ที่ใช้ันว่ามีขนาดหรือจำนวนคนในเครื่องขายมากน้อยเพียงใด ซึ่งจุดนี้ขึ้นอยู่กับที่ตัวผู้วิจัยต้องตัดสินใจว่าจะหยุดนับที่บุคคลใด ประกอบกับขึ้นอยู่กับข้อจำกัดความของ “โยงใยหรือความเชื่อมโยง” ในเครื่องขายนั้นด้วยว่ากินความมากน้อยเพียงใด และนอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับเรื่องเวลา เพราะในการวิเคราะห์เครื่องขายจริงๆ แล้วจะมีเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเครื่องขายนั้น จะเกิดขึ้นในเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่ง และจะแปรเปลี่ยนไปเมื่อระยะเวลาผ่านไป

4. แนวความคิดของเจอร์ไมโบเซแวงเนื่องจากการศึกษาเครือข่ายสังคมนั้น ต้องเริ่มจากตัวบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางก่อน แล้วค่อยๆ ขยายไปตามความสัมพันธ์ที่บุคคลนั้นซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์หรือมีโยงโยอยู่กับบุคคลอื่นๆ ในการศึกษาเครือข่ายบุคคลก็เช่นกัน ผู้วิจัยหรือผู้ศึกษาจะต้องเริ่มต้นจากบุคคลที่เป็นศูนย์กลางก่อน และต้องกำหนดลงไปว่าเครือข่ายที่ตนจะศึกษานั้น มีขอบเขตมากน้อยเพียงใดพร้อมกับต้องตั้งข้อสังเกตประเภทของบุคคล หรือกลุ่มคนซึ่งบุคคลที่เป็นศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วย โดยอาศัยระยะห่างทางสังคม ( Social distance ) เป็นเกณฑ์การแบ่ง ซึ่งในเรื่องนี้โบเซแวงได้เสนอแนวความคิดไว้ว่า เครือข่ายบุคคลนั้นควรประกอบไปด้วยปริมาณที่ที่สำคัญๆ อย่างน้อย 3 ปริมาณด้วยกันคือ ปริมาณแรกควรประกอบด้วยบุคคลต่างๆ ที่ใกล้ชิดกับบุคคลที่เป็นศูนย์กลางมากที่สุด อันได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นเครือข่ายใกล้ชิด ( Intimate network ) ปริมาณที่สอง ได้แก่ เครือข่ายรอง ( Effective network ) ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลต่างๆ ที่บุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางรู้จักคุ้นเคยน้อยกว่ากลุ่มแรก กลุ่มนี้มักได้แก่ญาติพี่น้องที่ห่างๆออกไป เพื่อนฝูงและคนที่รู้จักคุ้นเคยอื่นๆ ส่วนปริมาณที่สาม ได้แก่ กลุ่มบุคคลซึ่ง บุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางไม่รู้จักโดยตรง แต่สามารถติดต่อสัมพันธ์ด้วยได้ถ้าต้องการโดยผ่านเครือข่ายใกล้ชิดอีกทีหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า เครือข่ายขยาย ( Extended network ) ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวความคิดของโบเซแวงซึ่งอาศัยระยะห่างทางสังคมเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง

จะเห็นได้ว่าการแบ่งปริมาณของเครือข่ายบุคคลซึ่งเสนอโดยโบเซแวงนี้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้ระดับความผูกพัน และภาระหน้าที่ที่มีต่อกันและกันเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตาม แนวความคิดในการแบ่งปริมาณแบบนี้ สามารถนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์พฤติกรรมของบุคคลภายใต้ความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันได้ แต่ก็ยังมีอีกหลายคนที่ไม่เห็นด้วย และเห็นว่ายังไม่สามารถนำเอาเกณฑ์การแบ่งปริมาณแบบนี้มากำหนดระดับความผูกพัน และภาระหน้าที่ที่มีต่อกันและกันได้อย่างเต็มที่ เพราะบุคคลที่อยู่ในแต่ละปริมาณนั้น อาจไม่มีความสัมพันธ์กันเลยก็ได้ (รัฐภาภรณ์ รังสีประเสริฐ, 2552 : 40)

### 2.2.3 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์

กติกาสายเสนี 2551 [Online] ได้อธิบายความหมายของเครือข่ายสังคมว่าหมายถึงสายใยของความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ระหว่างบุคคลคนหนึ่งกับบุคคลอื่น ๆ อีกหลายคน เครือข่ายสังคมจึงเปรียบเสมือนกรอบแนวความคิดที่ใช้ศึกษาหาความเข้าใจ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่มีอยู่ในสังคม อันนำไปสู่ความเข้าใจในเรื่องกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Social structure) รวมทั้งลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว สามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมต่างๆของบุคคลเหล่านี้ Social Network คือ การที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง หากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็นเว็บ Social Network ก็คือ เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกันนั่นเอง ในแง่ของการอธิบายถึงปรากฏการณ์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ยังมีการอธิบายผ่านคำว่า Social network service หรือ SNS เป็นการเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ ซึ่งผู้คนสามารถแลกเปลี่ยน แบ่งปันตามผลประโยชน์ กิจกรรม หรือความสนใจเฉพาะเรื่อง ซึ่งอาศัยระบบพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ทำให้มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้คน โดยแต่ละเว็บนั้นอาจมีการให้บริการที่ต่างกัน เช่น email กระดานข่าว และในยุคหลัง ๆ เป็นการแบ่งปันพื้นที่ให้สมาชิกได้เป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกัน และแบ่งปันข้อมูลระหว่างโดยผู้คนสามารถสร้างเว็บเพจของตนเองโดยอาศัยระบบซอฟต์แวร์ที่เจ้าของเว็บให้บริการ

อิทธิพล ปรีดีประสงค์ (2552) [Online] ได้อธิบายความหมายของเครือข่ายสังคมว่าหมายถึงเครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่ง ประกอบขึ้นด้วยความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งหมดที่บุคคลนั้นมีอยู่ในสังคม นับตั้งแต่ความสัมพันธ์ในครอบครัว ระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เป็นต้น ถ้ามองเครือข่ายสังคมให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา เครือข่ายสังคมเปรียบเสมือนรูปภาพของจุดต่าง ๆ ที่มีเส้นหลาย ๆ เส้น โยงมาระหว่างจุดต่าง ๆ เหล่านี้กับจุด ๆ หนึ่ง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลาง จุดศูนย์กลางเปรียบเสมือนบุคคลคนหนึ่ง และจุดต่าง ๆ เป็นตัวแทนของบุคคลอื่น ๆ รอบ ๆ ข้างที่บุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนเส้นโยงหลาย ๆ เส้นนั้น หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมหลาย ๆ ความสัมพันธ์ที่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลมีต่อกันและกันพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางสังคมที่สำคัญ คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลอื่น ๆ การติดต่อสื่อสารอย่างเดียวยังไม่เพียงพอที่จะเรียกว่าเป็นเครือข่ายสังคมได้ จำเป็นต้องมีองค์ประกอบอย่างอื่นด้วย

อิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์ (2551) [Online] ได้อธิบายความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ว่าเป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต รวมถึงการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ยังมีการแบ่งหมวดหมู่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้จำแนกหมวดหมู่ หรือประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ในบทบาทของ Social Network ในอินเทอร์เน็ตยุค 2.0 โดยพิจารณา จากเป้าหมายของการเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้เป็น 5 กลุ่มใหญ่ ๆ กล่าวคือ

1. Identity Network คือ การแสดงตัวตนและภาพลักษณ์ของตน

เช่น <http://www.hi5.com/> , <http://www.facebook.com/>

2. Interested Network เป็นการรวมตัวกันโดยอาศัย “ความสนใจ” ตรงกัน

เช่น Digg.com , del.icio.us

3. Collaboration Network เป็นกลุ่มเครือข่ายที่ร่วมกัน “ทำงาน”

เช่น <http://www.wikipedia.org/>

4. Gaming / Virtual Reality หรือโลกเสมือน ในบางครั้งเราเจอคำว่า second life ซึ่งเป็นลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะเป็นการสวมบทบาทของผู้เล่นในชีวิตจริงกับตัวละครในเกม

5. Professional Network ใช้งานในอาชีพ

ฉันทนา วิริยเวชกุล ( 2554 : 8) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่าหมายถึงพื้นที่สาธารณะที่คนจากทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสาร และแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายประเภท ได้แก่ เว็บบล็อก เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์สำหรับแบ่งปันวิดีโอ ไมโครบล็อก วิกี และโลกเสมือน เป็นต้น การเติบโตอย่างมหาศาลและรวดเร็วของเครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่สำคัญในระดับโลกหลายอย่าง เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นกิจกรรมบนเว็บที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่ง เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันคือ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์กลายเป็นเครื่องมือส่งข้อความสั้นระหว่างสมาชิกและเครื่องมือรายงานข่าวที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ยูทูบกลายเป็นแหล่งเผยแพร่และแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอที่ใหญ่ที่สุด เกมออนไลน์กลายเป็นแหล่งบันเทิงที่สร้างทั้งความบันเทิงและรายได้ทางธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล เครือข่ายสังคมออนไลน์มีทั้งประโยชน์และโทษ ประเด็นที่สังคมให้ความสำคัญคือ เรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัว มารยาท และจริยธรรมในการใช้งาน การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ถูกต้อง มีมารยาทและจริยธรรมคือใช้อย่างพอดี คิดก่อนเขียน ถูกต้อง เหมาะสม และสร้างสรรค์

จากที่บุคคลต่างๆได้ให้นิยามความหมายของคำว่าเครือข่ายสังคมเอาไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ดังนี้ เครือข่ายสังคมออนไลน์คือพื้นที่สาธารณะในอินเทอร์เน็ต ผู้คนต่างๆสามารถเข้ามาติดต่อสื่อสารพูดคุย แลกเปลี่ยนสิ่งต่างๆซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่บุคคลใช้ระบุความเป็นตัวตนลงในโลกอินเทอร์เน็ตอีกด้วย

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มหรือเครือข่าย

### 2.3.1 ธรรมชาติของกลุ่ม

กลุ่ม (Group) ในความหมายทางจิตวิทยาหมายถึง การรวมตัวของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แล้วมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างสม่ำเสมอในช่วงเวลาหนึ่ง มีบรรทัดฐานร่วมกัน และมีเอกลักษณ์เดียวกัน คนเหล่านี้จะมีการรับรู้ในตนเองว่า พวกเขาขึ้นต่อกันและกันในอันที่จะปฏิบัติการเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันของเขาเหล่านั้น

องค์การ (Organization) หมายถึง การที่กลุ่มคนจำนวนหนึ่งแบ่งงานหรือพันธกิจกันทำ และมีการประสานงานกิจกรรมการทำงานต่างๆที่แบ่งกันทำนั้นอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายร่วมกันบางอย่างซึ่งประกาศเอาไว้อย่างชัดเจน โดยมีการจัดลำดับขั้นของความรับผิดชอบกับอำนาจเอาไว้ในลักษณะสายการบังคับบัญชา Schein (1983 ; อ้างในสิทธิโชค วรานุสันติกุล. 2546 : 211)

จากคำนิยามของกลุ่มกับองค์การจะเห็นได้ว่ามีความคล้ายกันอยู่มาก นักวิชาการอย่างเช่น ไชน์ จึงพยายามอธิบายความแตกต่างระหว่างกลุ่มกับองค์การว่า การที่องค์การมีสมาชิกเป็นจำนวนมากอยู่ร่วมกันอาจจะทำให้ไม่สามารถที่จะมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างทั่วถึง ไม่รู้จักกันแม้จะทำงานในบริษัทเดียวกัน ไม่รับรู้การขึ้นต่อกันและกัน ทำให้กลุ่มคนจำนวนมากเหล่านี้เป็นองค์การแต่ไม่ใช่กลุ่มในความหมายของนักจิตวิทยา อย่างไรก็ตาม กลุ่มแบบไม่เป็นทางการในองค์การ ถือได้ว่าเป็นกลุ่ม เพราะมีคุณสมบัติตามคำนิยามของกลุ่มทุกประการ

กลุ่มนั้นอาจจะแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทเช่นกัน ประเภทแรก คือ กลุ่มอย่างเป็นทางการ (Format Group) หมายถึงกลุ่มที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากผู้มีอำนาจ และมีกฎระเบียบรองรับอย่างถูกต้องเช่น ภาควิชา คณะวิชา คณะกรรมการต่างๆ ประเภทที่สอง คือ กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal Group) หมายถึงกลุ่มคนที่มีการรวมกลุ่มกันขึ้นมาตามธรรมชาติของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น กลุ่มเพื่อนที่จบจากสถาบันเดียวกัน กลุ่มที่ชอบเล่นกีฬาชนิดเดียวกัน กลุ่มสังสรรค์เล็กๆ ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้มักจะเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกเป็นจำนวนไม่มาก มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ติดต่อกันบ่อยและง่าย

กลุ่มที่ไม่เป็นทางการมีความสำคัญมาก เพราะว่าการเป็นสมาชิกกลุ่มประเภทนี้ เป็นการตอบสนองความต้องการของคนเราหลายอย่าง เป็นต้นว่า ความต้องการมิตรภาพ ความรัก ความหวังใจ เป็นต้น กลุ่มชนิดนี้สามารถควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มให้คล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มได้ เช่น ถ้ากลุ่มกำหนดว่าต้องทำงานให้ได้ปริมาณหนึ่ง สมาชิกของกลุ่มที่ทำงานเกินปริมาณที่กลุ่มกำหนดให้จะได้รับการเตือนให้ลดความเร็ว เหตุที่ว่าผู้ใดฝ่าฝืนบรรทัดฐานของกลุ่มจะต้องถูกสมาชิกคนอื่นตำหนิหรือคว่ำบาตร หรือการลงโทษในรูปแบบอื่นอันเกิดจากการได้รับการยอมรับจากสมาชิกคนอื่นในกลุ่ม จึงกล่าวได้ว่าองค์การจะทำงานได้ประสพผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การหรือไม่ขึ้นอยู่กับการจัดการที่เหมาะสมกับกลุ่มที่ไม่เป็นทางการด้วย

### 2.3.2 โครงสร้างของกลุ่ม

โครงสร้างของกลุ่มที่สำคัญประกอบไปด้วย พันธกิจของกลุ่ม สถานภาพและบทบาท บรรทัดฐานสำหรับควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกของกลุ่มเพื่อที่จะทำให้สมาชิกอยู่ร่วมกันอย่างราบรื่นและกลุ่มมีความมั่นคงในการดำรงอยู่จนสามารถทำงานตามพันธกิจได้สำเร็จ

พันธกิจของกลุ่ม คือ วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการดำรงอยู่ของกลุ่มที่กลุ่มจะต้องพยายามทำให้บรรลุให้ได้ ถ้ากลุ่มคือครอบครัว พันธกิจของครอบครัวคือการดูแลให้สมาชิกในครอบครัวทุกคนอยู่รอดและเติบโตเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม ถ้ากลุ่มคือกลุ่มทำรายงานส่งอาจารย์ พันธกิจ คือ ทำรายงานส่งอาจารย์ให้เสร็จ ถ้ากลุ่มคือชมรมพุทธศาสนา พันธกิจ คือวัตถุประสงค์ที่ตั้งชมรมนี้ ถ้ากลุ่มคือบริษัททำธุรกิจ พันธกิจคือบริษัทตั้งใจทำธุรกิจอะไรเพื่ออะไร ซึ่งบริษัทมักประกาศพันธกิจของตน (Company Mission) ในหนังสือรายงานประจำปี

เพื่อให้บรรลุพันธกิจที่ต้องการ กลุ่มต้องใช้วิธีแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) สมาชิกกลุ่มจะได้รับงานตามที่แบ่งไปทำ ตำแหน่ง (Position) จึงเกิดขึ้นตามตัวงานที่ได้รับไป เรียกได้ว่าเกิดสถานภาพ (Status) ของคนขึ้นมาในกลุ่มแล้ว ใครได้ทำงานอะไรก็จะได้ตำแหน่งตามนั้น เช่น เป็นพ่อแม่ พี่ หัวหน้ากลุ่ม ฝ่ายชาย ฝ่ายบัญชี สมาชิกชมรม กรรมการสมาคม เป็นต้น การมีสถานภาพหรือตำแหน่งในกลุ่มนั้นเพื่อที่จะให้สมาชิกรู้ว่าใครจะต้องทำงานอะไร ส่วนไหนของพันธกิจของกลุ่ม จะทำให้เกิดความเป็นระบบและง่ายต่อการหาสมาชิกผู้ที่มีความชำนาญและถนัดในงานเหล่านั้นเข้ามาทำ เมื่อสมาชิกเข้ารับตำแหน่งที่กลุ่มมอบหมายให้แล้ว เขาก็จะมีสถานภาพนั้นทันที สิ่งที่จะติดตามมาโดยอัตโนมัติคือ บทบาทตามสถานภาพที่เขาได้รับ บทบาทเป็นพฤติกรรมประจำสถานภาพ สมาชิกกลุ่มคนอื่นจะคาดหวังต่อเขาว่าเขาจะต้องแสดงพฤติกรรมอย่างเหมาะสมตามตำแหน่งนั้นเรียกว่า สมาชิกคนอื่นได้มีความคาดหวังในบทบาทของเขา (Role Expectation) เช่น คาดว่าคนที่จะมาดำรงตำแหน่งพ่อ ควรแสดงพฤติกรรมประจำตำแหน่งพ่ออย่างไร คนที่จะมารับตำแหน่งผู้จัดการ หัวหน้าแม่ หรือครู ควรแสดงพฤติกรรมประจำตำแหน่งนั้นอย่างไร นอกจากสมาชิกคนอื่นในกลุ่มจะคาดหวังกับบทบาทประจำตำแหน่งนั้นๆ แล้ว ตัวผู้ดำรงตำแหน่งเองก็มีความคาดหวังในบทบาทที่เขาครอบครองด้วยเช่นกัน ความสับสนจึงมักเกิดขึ้นเสมอเมื่อสมาชิกกลุ่มคนอื่นกับตัวผู้ดำรงตำแหน่งมีความคาดหวังในบทบาทของเขาไม่ตรงกัน เช่น ในกลุ่มครอบครัวอาจจะมีการหย่าร้างได้ถ้าหากว่าสามีมีความคาดหวังในบทบาทของภรรยา และตัวภรรยาเองก็มีความคาดหวังในบทบาทของสามีเช่นกัน แต่ความคาดหวังในบทบาทของทั้ง 2 คนต่างกัน อาจจะทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันอันนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งและการหย่าร้างในที่สุด ซึ่งหมายถึงการแตกสลายของกลุ่มนั่นเอง

นอกจากนั้นโครงสร้างที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของกลุ่มคือ บรรทัดฐาน (Group Norms) ซึ่งเป็นมาตรฐานกำกับพฤติกรรมโดยทั่วไปของสมาชิกกลุ่มว่าพฤติกรรมแบบใดเหมาะสมพึงทำได้ ทำแล้วสมาชิกคนอื่นในกลุ่มจะให้การยอมรับ แบบใดไม่เหมาะสมไม่ควรกระทำ ทำแล้วสมาชิกกลุ่มคนอื่นจะไม่ให้การยอมรับ โดยปกติกลุ่มมักจะส่งเสริมให้กระทำพฤติกรรมที่เอื้อต่อการ

บรรลุปันธกิจของกลุ่ม และห้ามการกระทำที่ขัดขวางทำให้กลุ่มไม่สามารถบรรลุปันธกิจได้ (สิทธิโชค วรานุสันติกุล . 2546 : 211)

### 2.3.3 สาเหตุของการเข้าร่วมกลุ่ม

การที่บุคคลต้องไปเข้าร่วมกลุ่มกันนั้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะธรรมชาติของมนุษย์เองดังที่ พลาโต (Plato ; อ้างในถวิล ธาราโกชน. 2532 : 102) ได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์ไม่สามารถที่จะอยู่คนเดียว ได้ต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เนื่องจากมนุษย์แต่ละคนมีจุดมุ่งหมายและความต้องการที่จำเป็นต้องอาศัย ความช่วยเหลือจากบุคคลอื่น การเข้าไปรวมกลุ่มกันนั้น ถ้าจะพิจารณาถึงสาเหตุจากสังคมในปัจจุบัน จะมีอยู่มากมายหลายสาเหตุ เช่น การเข้าร่วมกลุ่มเพราะต้องการเผยแพร่ความคิด ต้องการแสวงหา ความรู้ ต้องการพักผ่อน ต้องการพบปะกับบุคคลที่สนใจคล้ายกับตัวเรา ต้องการพบปะเพื่อนต่างเพศ และอื่นๆอีกหลายประการ แต่จากเอนเกลและสเนลกรูฟ (Engle and Snellgrove, 1974 ; อ้างใน ถวิล ธาราโกชน. 2532 : 102) ได้กล่าวถึงสาเหตุ ที่บุคคลเข้าร่วมกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มขนาดเล็กหรือ กลุ่มย่อย (Small Group) จะมีอยู่ 4 ประการ

#### 2.3.3.1 มีความพึงพอใจในกิจกรรมนั้น (Pleasure from activities)

กลุ่มไม่ว่าจะกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ก็ตาม ย่อมจะต้องมีกิจกรรมที่เป็นลักษณะเด่น ประจำกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่โตนักจะมีกิจกรรมเฉพาะอย่าง เช่นกลุ่มเลี้ยงนกเขา กลุ่มเลี้ยง กล้วยไม้ กลุ่มนักกอล์ฟ กลุ่มชมรมจิตวิทยา กลุ่มวิชาการคณิตศาสตร์ เป็นต้น คนบางคนมีนิสัยรัก ธรรมชาติมีความสุขอยู่กับต้นไม้ ดอกไม้ ก็อาจจะเข้าร่วมกลุ่มกับกลุ่มเลี้ยงกล้วยไม้ ซึ่งจะทำให้เขาเกิด ความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะเนื่องจากจะรักในต้นไม้อยู่แล้ว เขายังมีโอกาสได้แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เกี่ยวกับวิธีเลี้ยงกล้วยไม้ ชนิดของกล้วยไม้ การขยายพันธุ์ การบำรุงรักษา ระยะเวลาของการให้ดอก หรือบางคนอาจจะสนใจการเล่นเทนนิสก็อาจจะสมัคร เข้าร่วมกลุ่มกับ ผู้ที่สนใจกีฬาเทนนิส เขาจะมีความสุขที่ได้เข้าร่วมกลุ่มจะได้ศึกษาถึงวิธีการเล่น เทคนิคการตีลูก การ เสิร์ฟลูกและที่สำคัญก็คือกลุ่มพวกนี้ต้องการออกกำลังกายทำให้มีสุขภาพสมบูรณ์ และหลังจากเลิก เล่นก็อาจจะจับกลุ่มคุยกันถึงเรื่องแชมป์โลกของเทนนิส การชิงชนะเลิศเทนนิสแห่งประเทศไทย ซึ่ง สิ่งเหล่านี้จะทำให้เขาเกิดความเพลิดเพลินสนุกสนาน และเกิดความพึงพอใจ การเข้าร่วมกิจกรรม ของกลุ่มดังกล่าว ไม่เพียงแต่จะให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานเท่านั้น แต่ในบางครั้งอาจนำไปสู่อาชีพก็ได้ อย่างเช่นเลี้ยงกล้วยไม้ เมื่อเกิดความชำนาญ อาจขยายกิจการ ทำเป็นอาชีพไปเลย หรือเล่น เทนนิสก็เหมือนกัน ถ้าสามารถเล่นได้เก่งฝีมือเข้าขั้นถึงระดับแชมป์โลก อาจเป็นนักเทนนิสมีอาชีพ ลงแข่งขันแต่ละครั้งอาจได้รางวัลมากมายยิ่งกว่าอาชีพอื่นๆเสียอีก

### 2.3.3.2 มีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย (a feeling of security)

หมายความว่า เมื่อเราได้เข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มแล้ว จะทำให้เกิดความอบอุ่นใจที่มีที่ยึดเหนี่ยว ทำให้เกิดความรู้สึกว่ามีความมั่นคงปลอดภัย อันอาจได้แก่ด้านกำลังใจ ความเชื่อมั่นในตนเอง การร่วมกันทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นความต้องการอันสำคัญยิ่งที่จะทำให้มนุษย์กล้าที่จะกระทำการสิ่งต่างๆ ตัวอย่างเช่น เราอาจถูกมอบหมายให้ไปสำรวจความต้องการของคนในตำบลหนึ่ง ว่าต้องการจะให้สร้างสะพานข้ามแม่น้ำในตำบลนั้นหรือไม่ และจะสร้างตรงจุดไหน งานอันนี้จะเห็นได้ว่าถ้าเราจะทำคนเดียวก็ทำได้ แต่ทว่าประสิทธิภาพที่ได้อาจไม่ดีทำให้เกิดความรู้สึกว่ามั่นคง ดังนั้นเราจำเป็นต้องหาเพื่อนมาช่วยอีกสัก 2-3 คน ช่วยกันวางแผนสำรวจ ร่วมกันไปยังตำบลนั้นเพื่อดูสถานที่ที่จะสร้างสะพาน ถ้าประชาชนตำบลนั้นต้องการ นั่นคือเมื่อเรามีกลุ่มที่จะร่วมทำงานขึ้นนี้ ความรู้สึกว่ามีความมั่นคงปลอดภัยจะเกิดขึ้น ทำให้มีกำลังใจที่จะทำงาน มีความเชื่อมั่นว่าผลงานที่ได้จะต้องมีประสิทธิภาพดี

### 2.3.3.3 เพื่อส่งเสริมสถานภาพของตนเอง (enhancement of status)

โดยปกติคนที่เข้าร่วมอยู่ในกลุ่มเดียวกันนั้นจะมีอยู่หลายระดับ บางคนเป็นคนมีฐานะ เศรษฐกิจดี บางคนมีความรู้ดี บางคนมีการศึกษาสูง บางคนเป็นคนที่เด่นมีชื่อเสียง ในสังคม ฉะนั้นเมื่อเราเข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ก็เท่ากับว่าเป็นการยกสถานภาพของตนเอง กล่าวคือได้รู้จักกับบุคคลต่างๆ เหล่านั้น ทำให้เรามีสังคมกว้างมากยิ่งขึ้น ทั้งๆ เราอาจเป็นผู้มีการศึกษาต่ำ และยิ่งถ้าเรามีผลงานดีเด่นจนเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ก็ยิ่งทำให้สถานภาพของตนเองสูงยิ่งขึ้น การรวมกลุ่มเพื่อส่งเสริมสถานภาพของตนเองนี้ ในสังคมปัจจุบันพฤติกรรมทางสังคมในด้านนี้บุคคลจะทำได้มาก ซึ่งถือว่าเป็นความภาคภูมิใจของตนเอง (Self-esteem) อันเป็นลักษณะความต้องการทางพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ทั้งๆ ที่กลุ่มนั้นบางครั้งเป็นกลุ่มใหญ่จนกระทั่งสมาชิกไม่สามารถจะรู้จักกันได้ทั่วถึง แม้แต่หัวหน้ากลุ่มยังไม่รู้จักหน้าตาสมาชิกในกลุ่มของตนเลย

### 2.3.3.4 เพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ (for purposes of business)

ดังได้กล่าวมาแล้วว่าบุคคลที่เข้าร่วมกลุ่มนั้นจะมีอยู่หลายระดับ นอกจากนี้กลุ่มบางกลุ่มจะเหมาะกับบุคคลบางประเภทเท่านั้น เช่นกลุ่มนักกอล์ฟ กลุ่มพวกนี้ในสังคมไทยส่วนมากจะเป็นพวกข้าราชการชั้นผู้ใหญ่หรือพวกที่มีฐานะเศรษฐกิจร่ำรวย การเข้าร่วมกลุ่มนอกจากจะเป็นการนันทนาการแล้ว มีบ่อยครั้งที่คนในกลุ่มจะมุ่งหวังผลทางธุรกิจ เช่น พวกที่มีฐานะเศรษฐกิจร่ำรวยเมื่อเขามาเล่นกอล์ฟก็จะทำให้รู้จักกับข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ เมื่อตนเองจะทำการค้าขายหรือจะเปิดดำเนินการด้านธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นเปิดโรงงาน สร้างศูนย์การค้า ก็จะทำให้การขออนุญาตดำเนินการเป็นไปได้ง่ายขึ้น และในทางกลับกัน ข้าราชการบางระดับก็อาจเข้าไปมีส่วนร่วมในการเป็นกรรมการดำเนินการ เป็นที่ปรึกษา เป็นต้น (ถวิล ธาราโภชน. 2532 : 102 )

### 2.3.4 การสื่อสารภายในกลุ่ม (communication)

เป็นองค์ประกอบอีกอันหนึ่งที่จะทำให้กลุ่มเกิดความมั่นคงมาน้อยเพียงใด การสื่อสารกันภายในกลุ่มทั่วไปมักจะเป็นการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) อันเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความขัดแย้งกันขึ้นภายในกลุ่มอยู่เสมอ เพราะมนุษย์เรามักจะแปลพฤติกรรมต่างๆ ที่ได้รับมาเข้าข้างตนเอง ตัวอย่างเช่น ในการทำงานชิ้นหนึ่ง สมาชิกแต่ละคนในกลุ่มได้รับมอบหมายให้ทำงานคนละอย่าง มีคำสั่งว่าทุกคนต้องทำให้เสร็จภายในเวลา ที่กำหนดเพื่อนางานนั้นมารวมกันเป็นงานชิ้นหนึ่ง นาย ก. เป็นสมาชิกคนหนึ่งของกลุ่มมีความจำเป็นต้องไปธุระต่างจังหวัดก่อนวันกำหนดส่งงานถึง 3 วัน และต้องกลับหลังจากวันกำหนดส่งงาน ดังนั้น เขาจึงรีบทำงานนั้นให้เสร็จก่อนที่จะไปต่างจังหวัด เมื่อทำเสร็จจึงนำมาฝากนาย ข. ให้ส่งผลงานให้ด้วย โดยมีประโยคหนึ่งที่พูดกับนาย ข. เป็นข้อความว่า “จะส่งหลังจากกลับจากต่างจังหวัด ก็รำคาญหัวหน้าเดี๋ยวจะหาว่าถ่วงความเจริญของกลุ่ม” จากคำพูดประโยคนี้เอง ทำให้นาย ข. ไม่พอใจคิดว่า นาย ก. เสียสติกัน ทั้งนี้เพราะนาย ข. เองก็เคยส่งงานล่าช้าไป 2-3 ครั้งด้วยกัน จากเหตุการณ์ดังกล่าว อาจทำให้เกิดประสิทธิภาพของกลุ่มด้อยลงไป เช่น นาย ข. อาจจะทำประชดเสียเลย โดยส่งงานช้ากว่ากำหนดหรือไม่เมื่อมีการทำงานอื่นๆอีกถ้ามีนาย ก. ร่วมด้วย นาย ข. ก็จะทำอย่างเสียมิได้เป็นต้น เมื่อเป็นดังนี้ในฐานะต้องเป็นสมาชิกกลุ่มอยู่เสมอ ไม่กลุ่มใดก็กลุ่มหนึ่งจึงต้องมีวิธีการที่จะทำให้การสื่อสารเกิดความเข้าใจตรงกัน เพราะผู้พูดอาจไม่คิดอย่างที่เราคิดก็ได้ (ถวิล ธาราโภชน. 2532 : 111 )

## 2.4 บริการต่างๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์

### 2.4.1 เว็บไซต์ hi 5

เว็บไซต์ hi5 หรือ hi5.com คือ เว็บไซต์ หรือชุมชนบนโลกออนไลน์ที่สามารถพบปะ ผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกได้ และสามารถค้นหาเพื่อนเก่า หาเพื่อนใหม่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนไม่ว่าตอนนี้จะอยู่ส่วนไหนของโลกก็ตาม สามารถมีเพื่อนได้ทุกวินาทีก็ว่าได้

เว็บไซต์ hi5 เป็นคล้าย ๆ เว็บไซต์ส่วนบุคคล จำพวก บล็อก หรือไดอารี่ไว้สำหรับเขียนเรื่องราวความเป็นตัวตนของตัวเอง สามารถตกแต่ง hi5 ได้ตามอารมณ์ของเจ้าของเว็บไซต์เองได้ จุดประสงค์นอกจากไว้สำหรับเป็นบล็อกแล้ว ยังมีไว้สำหรับแชร์รูปภาพ แชร์วิดีโอทั้งภาพส่วนบุคคล หรือภาพถ่ายกับกลุ่มเพื่อน มีการเชิญชวนเพื่อนในอีเมลต่าง ๆ สมัครเข้ามาเป็นเพื่อน หรืออาจเป็นเพื่อนของเพื่อนก็ได้ โดยระบบจะแอดเมสให้เพื่อนรู้ ซึ่งในรูปแบบของ hi5 จะมีการโชว์รูปภาพ ข้อมูลส่วนตัว รวมถึงการตกแต่งหน้าจอที่ดึงดูดใจเพื่อแสดงตัวตน วิธีการสมัครสามารถทำได้ง่ายเพียงเข้าไปที่ <http://www.hi5.com> กดปุ่ม sign up และกรอกข้อมูลการสมัคร ก็จะมีพื้นที่สาธารณะส่วนตัวให้ผู้อื่นได้เข้ามาแสดงความความคิดเห็น พบปะพูดคุยกันผ่านจอคอมพิวเตอร์ (Webmaster - BlogGang)(2551)[Online]

คำว่า hi5 หรือ “Hi Five” หมายถึง อากาการที่คนสองคนชูฝ่ามือแบนิ้วทั้งห้ามาแปะกันแรง ๆ เป็นการทักทายประสาเพื่อนสนิทที่ชาวอเมริกันนิยมกันมาก เช่นเดียวกับคำชวนให้มาแปะมือกันและก็พูดว่า “Give me five!” เป็นต้น ส่วนนี้เป็นที่มาของชื่อเว็บ hi5 และในเว็บนี้ก็เปิดให้เรา “Give 5” ให้กับเพื่อนสนิทหรือคนที่พิเศษได้โดยการกดปุ่มลิงค์ “ Give...ชื่อเจ้าของรูป ... Five ” และหากเจ้าของรูปคนนั้นไม่เคยได้รับ “Five” มาก่อน เราก็จะได้รับเกียรติให้เป็นคนแรกที่ให้ Five แก่เจ้าของรูปนั้นให้รู้กันหมดทั่วทั้งกลุ่มด้วย hi5 เป็นนวัตกรรมใหม่ระดับโลก สัญชาติอเมริกัน ที่กวาดเอากลุ่มนักเรียนอินเทอร์เน็ต วัยหนุ่มสาวคนทำงานลงไปจนถึงวัยรุ่นไทยมากมายสร้าง “เครือข่ายเพื่อน” ที่กว้างใหญ่มหาศาลในจนกลายเป็นพื้นที่เป้าหมายใหม่ของสินค้าหรือบริการแบรนด์ต่าง ๆ จากตัวเลขคนไทยที่ใช้อินเทอร์เน็ตปัจจุบันทั้งหมดราว 10 ล้านคน มีคนไทยใช้ hi5 ถึงกว่า 8 แสนคน หรือราว 8% โดยที่ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น รองลงมาเป็นกลุ่มวัยทำงานใหม่ ๆ หรือ “First Jobber” ด้วยการเติบโต และกลุ่มผู้ใช้เหล่านี้ เป็นแรงจูงใจให้สินค้าและเอเยนซีโฆษณาหันมาสนใจเว็บไซต์แห่งนี้ ปี 2550 ใน hi5 ผู้ใช้อาจจะเริ่มเล่นด้วยการเข้าไปดูอัลบั้มรูป ข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลรสนิยมของคนอื่น ไปจนถึงการอ่านข้อความท้ายรูป หรือ Comment ที่บรรดาเพื่อน ๆ ของเขาเหล่านั้น แต่หากผู้ใช้งานต้องการจะเริ่มมีส่วนร่วมเข้าไป Comment หรือพูดคุยบ้าง ก็ต้องแนะนำตัวเอง โดยสร้าง “Profile” ที่มีทั้งเพศ อายุ เมืองที่อยู่ บรรยายรูปร่าง สไตล์และรสนิยมส่ง Upload รูปขึ้นไปโชว์ Profile แนะนำตัวต่อเพื่อนเก่าเพื่อนใหม่ เหล่านี้เองที่เป็นฐานข้อมูลชั้นดีของเหล่าบรรดาเจ้าของสินค้าและเอเยนซีโฆษณา เพราะพวกเขาสามารถเลือกนำเสนอโฆษณาไปยังกลุ่ม เป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงตาม Profile ของคนเหล่านี้

hi5 สร้าง “เครือข่าย” จากความเป็น Social Network แบบไม่มีที่สิ้นสุด จากกลไกที่เรียกว่า “เพื่อนสู่เพื่อน” เช่น เพื่อนสมัยเรียนของเราได้เห็นหน้า และรู้ข้อมูลของเพื่อนที่ทำงานของเราได้ และเมื่อพวกเขา Add ชื่อกันก็จะมีเมลล์มาแจ้งทุกคนในกลุ่มที่เกี่ยวข้องให้ได้รู้ทันที ทำให้ผู้ใช้งานเข้าไปดูความเคลื่อนไหวของเพื่อน ๆ อยู่เสมอ กลไกเหล่านี้ช่วยให้เครือข่ายขยายตัวไปรวดเร็วราวกับปฏิกิริยาลูกโซ่ นอกจากที่ผู้ใช้จะได้รู้จักคนใหม่ ๆ แล้ว บรรดานักโฆษณาหรือเจ้าของสินค้าก็ได้รู้จักและได้พื้นที่ล้ำค่า ที่จะลงโฆษณาให้ผู้คนมหาศาลอย่างตรงกลุ่มอีกด้วย

hi5 เป็นชุมชนออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก มีจำนวนสมาชิกที่ลงทะเบียนใช้งานอยู่กว่า 65 ล้านรายทั่วโลก สมาชิกส่วนใหญ่ใช้ hi5 ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แชร์รูปภาพกันดู ในแต่ละวันจะมีสมาชิกเข้ามาใช้บริการจากทั่วโลกนับล้านรายโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (OKNATION) (2551) [Online]

ประวัติเว็บไซต์ hi5 ปี 2004 นักศึกษาปริญญาตรีชาวอเมริกันคนหนึ่งชื่อ Ramu Yalamanchi ร่วมกับเพื่อน ๆ ในมหาวิทยาลัยฮิลลินอยส์ที่เรียนปริญญาตรี Computer Science ก่อตั้ง SponsorNet New Media ธุรกิจตัวแทนโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ยามาลานชี ได้เห็นจุดอ่อนของระบบการโฆษณาผ่านแบนเนอร์แบบเก่า ๆ ที่อาจไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย บวกกับการได้เห็นพฤติกรรมการสร้างอัลบั้มรูปแล้วพูดคุยต่อท้าย กับการเกิดกลุ่มเพื่อนที่คอยอัปเดตข่าวแต่ละคน

ทางอินเทอร์เน็ต จึงแยกตัวออกมาตั้ง hi5 เพื่อหวังตอบโจทย์ทั้งฝั่งผู้โฆษณาและผู้ใช้ไปในเวลาเดียวกัน hi5 เป็นเว็บประเภท Social Networking ที่มีผู้ใช้มากที่สุดใน 23 ประเทศ เช่น สเปน โปรตุเกส และบราซิล เนื่องจากชื่อและเว็บที่พิมพ์ง่ายไม่ซับซ้อน ในสหรัฐอเมริกา และยุโรปนั้น เว็บไซต์ที่นำตลาด Social Networking คือ facebook.com ส่วนประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์และไต้หวัน เว็บไซต์ที่เป็นผู้นำตลาด Social Networking คือ frienster.com ซึ่งปัจจุบัน hi5 มีสมาชิกรวม 65 ล้านรายทั่วโลก (Webmaster - BlogGang)(2551)[Online]

#### 2.4.2 เฟซบุ๊ก (facebook)

ชื่อเฟซบุ๊กมาจากชื่อเรียก "เฟซบุ๊ก" ที่เป็นหนังสือแจกสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงเริ่มเรียนปีแรก ซึ่งมีภาพและชื่อของเพื่อนที่เรียนด้วยกันเพื่อไว้สำหรับจดจำชื่อคนอื่น วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2553)[Online]

Facebook หมายถึง หนังสือรุ่น ซึ่งจะเก็บรายชื่อนักศึกษาพร้อมรูปและข้อมูลพื้นฐาน

Facebook เป็นเครื่องมือทางสังคมที่ทำให้คนสามารถแบ่งปันข้อมูลกับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ (Webmaster-BlogGang) (2553) [Online]

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมสำหรับติดต่อ แลกข้อมูลข่าวสาร เปิดใช้งานเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 โดย มาร์ก ซูเคอร์เบิร์ก นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ในช่วงแรกนั้นเฟซบุ๊กเปิดให้ใช้งานเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ต่อมาได้ขยายตัวออกไปสำหรับมหาวิทยาลัยทั่วสหรัฐอเมริกา และตั้งแต่วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2549 ได้ขยายมาสำหรับผู้ทั่วไปทุกคนเหมือนในปัจจุบันเว็บไซต์เฟซบุ๊กก่อตั้งที่เมือง เคมบริดจ์ รัฐแมสซาชูเซตส์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ แพลโลแอลโท รัฐแคลิฟอร์เนีย มีผู้ลงทะเบียนกว่า 500 ล้านชื่อ และเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 รองจากกูเกิล



ภาพที่ 2.7 มาร์ก ซูเคอร์เบิร์ก ผู้ก่อตั้ง Facebook

นายซูเคอร์เบิร์ก เกิดเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม ปี ค.ศ. 1984 เป็นโปรแกรมเมอร์ และเจ้าของธุรกิจชาวอเมริกัน ในขณะที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้สร้างสรรค์เว็บไซต์ที่เป็นที่รู้จักบนโลกของสังคมออนไลน์ในชื่อเฟซบุ๊กพร้อมกับเพื่อนทั้งสองที่ได้ร่วมชั้นเรียนวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ และพักห้องเดียวกันกับซูเคอร์เบิร์ก คือ ดัสติน มอสโควิกส และคริส ฮิวส์ ปัจจุบันเฟซบุ๊ก คือ เว็บไซต์ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง มาร์ก ซูเคอร์เบิร์ก รัับตำแหน่งซีอีโอของเฟซบุ๊ก มีบทบาทหลักในการสร้างสรรค์จุดเริ่มต้นของธุรกิจและความมั่งคั่งของตนเอง ในปี 2008 ไทม์แม็กกาซีนได้จัดให้ ซูเคอร์เบิร์ก เป็นผู้หนึ่งในโลกซึ่งมีอิทธิพลต่อชาวโลก ถูกจัดให้อยู่ในลำดับที่ 52 จาก 101 บุคคลในหมวดหมู่ของนักคิดและนักวิทยาศาสตร์ จากปรากฏการณ์ผลงานเว็บไซต์ที่ชื่อ เฟซบุ๊ก (ชาติชาย วิระรัตน์. 2553 : 17) และจากการจัดอันดับจากนิตยสาร Forbes มาร์ก ซูเคอร์เบิร์ก เป็นมหาเศรษฐีอันดับที่ 25 ด้วยทรัพย์สิน 6,900 ล้านดอลลาร์

เว็บไซต์เฟซบุ๊กได้รับความนิยมอย่างสูงในเวลาอันรวดเร็ว เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใหญ่อันดับ 2 ของโลก และอันดับ 5 ที่คนทั่วโลกเข้าใช้มากที่สุด นอกจากเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเข้าถึงง่ายแล้ว ยังมีโปรแกรมเสริมประเภทเกมที่ออกแบบง่าย ๆ สมาชิกทุกคนสามารถเข้ามา มีส่วนร่วมได้อย่างอิสระเสรี และสามารถเชื่อมต่อการสื่อสารเข้ากับโทรศัพท์มือถือเพื่อตอบสนองความต้องการของโลกยุค 3 G เฟซบุ๊กเป็นเหมือนสังคม ๆ หนึ่ง ซึ่งอยู่ในลักษณะของสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกว่า “Social Network” สังคมออนไลน์นี้เป็นสังคมที่รวมกลุ่มคนที่มีความชอบ ความสนใจในสิ่งเดียวกันเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งกลุ่มที่อยู่ในเว็บไซต์เดียวกันหรืออยู่คนละเว็บไซต์ แต่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถสื่อสาร ส่งต่อ หรือแบ่งปันให้กันได้ จากจุดเริ่มต้นที่คนหนึ่งคนส่งหาเพื่อนอีกคน แล้วมีการส่งต่อกระจายกันออกไปเรื่อย ๆ จนกลายเป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ โดยที่คนในสังคมจะคอยแบ่งปันข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน จนทำให้สังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายที่กว้างขวาง และเข้มแข็งมาก เฟซบุ๊กก็เป็นสังคมออนไลน์แห่งหนึ่งที่มีคนใช้งานมากที่สุดในโลก ในการสมัครเข้าใช้งานก็สามารถทำได้ง่าย เพราะใคร ๆ ก็สามารถลงทะเบียนเข้าใช้งานเฟซบุ๊กและใช้งานโต้ตอบกับกลุ่มคนในสังคมออนไลน์ที่พวกเขารู้จักได้ ภายในเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ถูกออกแบบมาให้ง่ายต่อการใช้งาน ประโยชน์ของเฟซบุ๊ก คือ เป็นแหล่งรวมกลุ่มเพื่อน และเพื่อนของเพื่อน นั้นจะทำให้ได้รู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ และอาจจะได้พบกับเพื่อนเก่าสมัยเรียน เพื่อนที่ทำงาน ใช้ในการติดตามอ่านข่าวสารของบุคคลที่เราสนใจ หรือดารานักร้อง คนดังที่เราชื่นชอบ ซึ่งนิยมอัปเดตความเป็นไป ผ่านทางเฟซบุ๊ก นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้งานด้านการเรียนการสอน การศึกษา รวมถึงสามารถใช้งานในทางธุรกิจการค้า อย่าง eBay Auction ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันหนึ่งที่ใช้บริการเฟซบุ๊ก หรือจะใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับองค์กรหรือบริษัท

จากผลการสำรวจจำนวนผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั่วโลก ซึ่งสำรวจจนถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2553 ระบุว่า ประเทศไทยนั้นมีจำนวนผู้ใช้งานเฟซบุ๊กติดอันดับโลก ซึ่งจากเดือนกรกฎาคมจนถึงเดือนสิงหาคมนั้นมีจำนวนผู้ใช้งานชาวไทยเพิ่มขึ้นถึง 388,080 คน ปัจจุบันมีผู้ใช้งานชาวไทยทั้งสิ้น 4,604,760 คน ( www.InsideFacebook.com)(2553)[Online]

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนผู้เข้าใช้งาน www.Facebook.com ปี ค.ศ. 2010

Country	7/1/2010	8/1/2010	Change	% Change	% Pen
United States	125,881,220	128,936,800	3,055,580	2.4%	42.1%
India	10,547,240	11,534,480	987,240	9.4%	1%
Mexico	12,978,440	13,788,560	810,120	6.2%	12.9%
Philippines	14,600,300	15,284,460	684,160	4.7%	16.9%
Brazil	4,757,200	5,333,880	576,680	12.1%	2.8%
United Kingdom	26,543,600	27,020,020	476,420	1.8%	44.2%
France	18,942,220	19,351,420	409,200	2.2%	30.4%
Argentina	10,452,040	10,859,940	407,900	3.9%	27.3%
Thailand	4,216,680	4,604,760	388,080	9.2%	7.3%
Turkey	22,552,540	22,924,780	372,240	1.7%	32.5%

ที่มา: InsideFacebook.com

และนอกจากนี้ยังมีการสำรวจตัวเลขการเข้าถึงเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดที่ในทวีปเอเชีย ในประเทศไทย ดังภาพที่ 2.8 และ 2.9

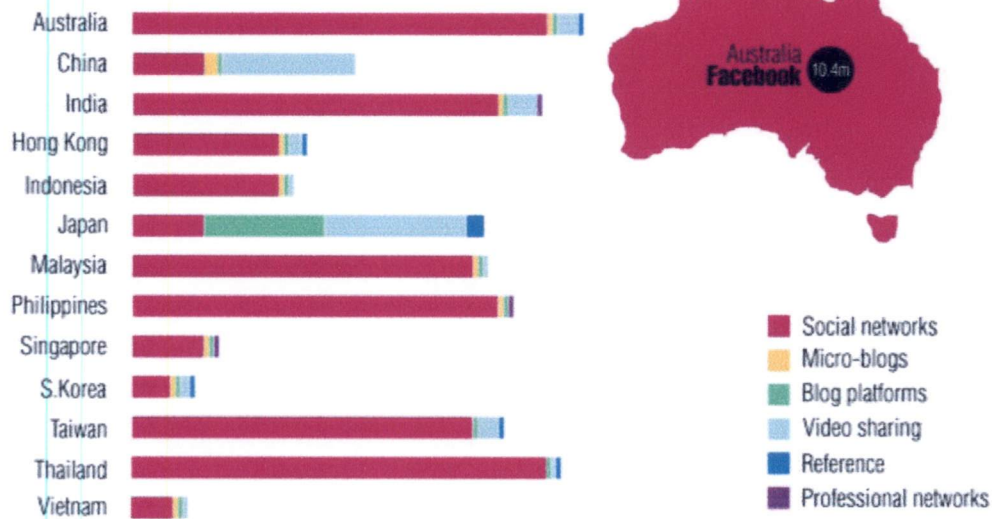
### Top social networks

(Active users)



### Preferred social media channels

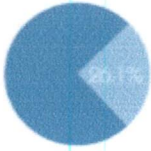
based on the top 5 social media channels per market



ภาพที่ 2.8 Social Networks ที่มีผู้ใช้งานสูงสุดในแถบ Asia-Pacific ที่มา ( <http://www.veedvil.com> ) (2554)[Online]



# Internet Landscape H1 2011



Internet population

**Thailand population - 67,089,500**

**26.1% of Thai use the Internet. Internet users - 17,500,000**

## Top 5 social media channels



**Facebook**  
15,000m Page views  
**75.8% Reach**



**Blogspot**  
89m Page views  
**38.7% Reach**



**Hi5**  
2,300m Page views  
**38.4% Reach**

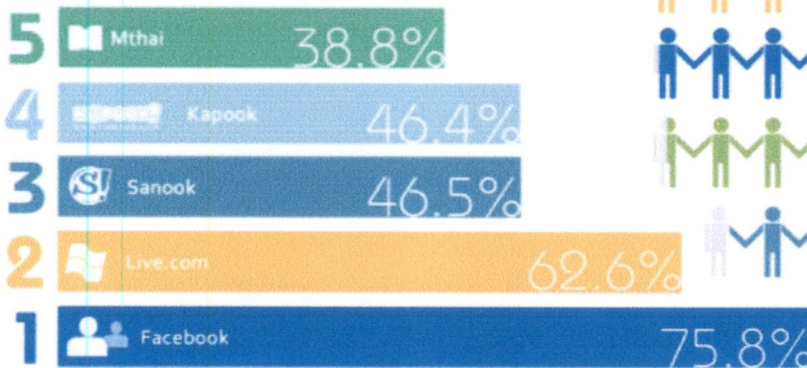


**Reammid**  
45m Page views  
**35.4% Reach**



**Wikipedia**  
25m Page views  
**21.6% Reach**

## Top 5 websites (% Reach)



## Social media

Facebook  
Hi5  
Twitter  
Ruammid



## Mainstream media

Sanook  
Manager Online  
Thairath  
Maticchon  
ryt9



ภาพที่ 2.9 แสดงอันดับการเข้าใช้งาน Social Media ในประเทศไทย

ที่มา ( <http://www.veedvil.com> ) (2554)[Online]

### 2.4.3 ทวิตเตอร์ (twitter)

ทวิตเตอร์ (twitter) เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี) (2553)[Online]

Twitter มาจากรากศัพท์คำว่า tweet ที่แปลว่า เสียงนกร้อง ทวิตเตอร์ก่อตั้งโดยบริษัท Obvious Corp เมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 2006 ที่เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ข้อความอัปเดตที่ส่งเข้าไปยังทวิตเตอร์จะแสดงอยู่บนเว็บเพจของผู้ใช้คนนั้นบนเว็บไซต์ และผู้ใช้คนอื่นสามารถเลือกรับข้อความเหล่านี้ทางเว็บไซต์ทวิตเตอร์, อีเมล, เอสเอ็มเอส, เมสเซ็นเจอร์(IM), RSS หรือผ่านโปรแกรมเฉพาะอย่าง Twitterific Twirl ปัจจุบันทวิตเตอร์มีหมายเลขโทรศัพท์สำหรับส่งเอสเอ็มเอสใน 3 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักรประเทศไทยมีบริการลักษณะนี้เช่นกัน นั่นคือ Noknok และ Kapook OnAir เว็บไซต์แห่งหนึ่งถึงกับรวบรวมบริการแบบเดียวกับทวิตเตอร์ได้ถึง 111 แห่ง ระบบซอฟต์แวร์ของทวิตเตอร์เดิมพัฒนาด้วย Ruby on Rails ปลายปี ค.ศ.2008 จึงได้เปลี่ยนมาใช้ภาษา Scala บนแพลตฟอร์มจาวา ค.ศ. 2009 ทวิตเตอร์ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างมาก นิตยสารไทม์ ฉบับวันที่ 15 มิถุนายน ค.ศ. 2009 นำเอาทวิตเตอร์ขึ้นปก เป็นเรื่องเด่นประจำฉบับ และบทบรรณาธิการกล่าวถึงการเปลี่ยนการนำเสนอข่าวที่มีที่มาจากเทคโนโลยีใหม่อย่างทวิตเตอร์

ทวิตเตอร์เป็นเว็บไซต์ที่ก่อตั้งขึ้นโดย แจ็ก คอร์ซีย์, บิช สโตน และอีวาน วิลเยมส์ เมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 2006 วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2553)[Online] เครือข่ายสังคมออนไลน์น้องใหม่ล่าสุดที่กำลังมาแรงแซงรุ่นพี่อย่างเฟซบุ๊ก จนเฟซบุ๊กต้องขอซื้อทวิตเตอร์ในราคาเกือบ 18,000 ล้านบาท แต่ก็ได้รับการปฏิเสธ ปัจจุบันทวิตเตอร์แม้จะเป็นสิ่งที่น่าตื่นตะลึงในเวลานี้ แต่ นักวิจารณ์รวมถึงชาวทวิตเตอร์ในยุคต้น ๆ ก็กล่าวว่า ตอนนี้มีแต่ “ข้อมูลขยะ” เช่น คนกำลังดูรายการอะไร หรือกำลังสั่งอะไรกิน บางคนก็บอกว่ามันเป็นแค่เรื่องของการหลงใหลตัวเอง แต่บรรดาแฟนพันธุ์แท้ได้แย้งว่าทวิตเตอร์ช่วยให้คนได้รับรู้ข่าวสาร หรือเหตุการณ์ใหญ่ ๆ หลายเรื่องได้อย่างรวดเร็วกว่าสื่อกระแสหลัก แต่การรายงานข่าวผ่านทวิตเตอร์ก็มีจุดอ่อน เมื่อมีผู้ส่งข้อความประมาณ 80 ข้อความรายงานข่าวการวางระเบิดที่มูมไบ หลายข้อความทำให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับขนาดของความเสียหายและจำนวนผู้เสียชีวิต

ปัจจุบันมีชาวทวิตเตอร์อยู่ประมาณ 6 ล้านคนทั่วโลกนับตั้งแต่ก่อตั้งมาเมื่อ 3 ปีก่อน แต่ทวิตเตอร์ก็ไม่ได้มีการหารายได้จากค่าสมาชิกหรือโฆษณา องค์กรธุรกิจหลายแห่งกำลังใช้ประโยชน์จากทวิตเตอร์ เช่น บริษัทคอมพิวเตอร์ยักษ์ใหญ่อย่างเดลล์ ที่เปิดหน้าร้านย่อยออนไลน์บนทวิตเตอร์ สามารถสร้างยอดขายได้ถึง 35 ล้านบาท ซึ่งผู้ก่อตั้งทวิตเตอร์กำลังคิดจะหารายได้จากส่วนนี้ ซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่าเกือบ 9 พันล้านบาทต่อปี

## 2.5 ผลของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จู่ไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2552)[Online] กล่าวว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีประโยชน์ต่อมนุษย์หลายด้านดังนี้

1. ด้านสังคม สังคมออนไลน์เป็นการเชื่อมโยงผู้คนเข้าหากันซึ่งเป็นความสวยงามที่สุดของอินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์รายใหญ่อย่าง Hi5 มีสมาชิกอยู่เกือบ 100 ล้าน account ทั่วโลก บางคนมี "เพื่อน" เป็นหลักหมื่นหลักแสนอยู่ในไซเบอร์สเปซ สังคมออนไลน์ทำให้คนมีตัวตนอยู่ได้บนไซเบอร์สเปซ เพราะจะต้องแสดงความเป็นตัวเองออกมาให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ Profile น่าสนใจ และมีชีวิตชีวาที่สุด บ้างก็เน้นไปที่การใส่ข้อมูลเนื้อหา blog รูปถ่ายในชีวิตประจำวัน เรื่องราวเพื่อนคนใกล้ตัว บ้างก็เน้นไปที่ลูกเล่น สุดท้ายทำให้เชื่อได้ประมาณหนึ่งว่า มีตัวตนอยู่จริงบนโลกมนุษย์

2. ด้านการตลาด จากสถิติการใช้สื่อโฆษณาของอเมริกาที่จัดทำขึ้นโดย eMarketer ได้มีการใช้เงินโฆษณา ผ่าน สังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นกว่า 100% จากปี 2006 เทียบกับ ปี 2007 และมีแนวโน้มที่จะใช้มากขึ้นต่อไปในอนาคต เนื่องจาก ชาวอเมริกันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับอินเทอร์เน็ต มากกว่าทีวี หรือวิทยุ ส่วนในบางประเทศที่ถูกควบคุม และจำกัดในการโฆษณา เช่น ประเทศจีน และ สิงคโปร์ ก็ยังมีการใช้สังคมออนไลน์เป็นอีกช่องทางในการโฆษณา ซึ่งถือเป็นเครื่องยืนยัน ความฮอตฮิต และความแรงของการโฆษณาบนสังคมออนไลน์ การใช้เงินกับสื่อประเภทนี้ยังคงมีการเติบโตที่สูงมาก ซึ่งจากที่คาดการณ์ตัวเลขของปี 2006 จนถึงปี 2010 จะสูงขึ้นมากกว่า 500% ในประเทศสหรัฐอเมริกา และกว่า 600% ทั่วโลก นี่อาจจะเป็นผลมาจากเครือข่ายที่ขยายวงกว้างมากขึ้น และ วัฒนาการของเทคโนโลยีที่มีลูกเล่น ที่น่าสนใจมากขึ้นให้ผู้ใช้ได้คอยติดตามกัน

3. ด้านการเมืองดังตัวอย่างการใช้สื่อสมัยใหม่ในแข่งขันการเลือกตั้งที่มีส่วนทำให้โอบามา ชนะการเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนที่ 44 ซึ่ง Micah Sifry ผู้ร่วมก่อตั้งบล็อกการเมืองออนไลน์ของสหรัฐานาม techpresident.com พูดถึงเรื่องนี้ว่า ทั้งหมดเป็นผลมาจากโอบามา มีความเข้าใจเรื่องพลังแห่งเครือข่าย ที่เขาสร้างมาเพื่อสนับสนุนแคมเปญของตัวเอง โดยมองว่า โอบามาเข้าใจเรื่องการดึงพลังขององค์กรอิสระที่จะสามารถสนับสนุนแคมเปญของเขาเองด้วย นอกจากนี้ David Almay ซึ่งเป็นหนึ่งในทีมให้บริการอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายในทำเนียบขาวตั้งแต่เดือนมีนาคม 2005 ถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2007 มองว่า โอบามาเข้าใจแนวคิดการสื่อสารระหว่างชุมชนออนไลน์ตั้งแต่แรกเริ่ม ทำให้โอบามาเน้นการส่งข้อความ Twitter แทนที่จะตรวจหน้า Facebook อย่างเดียวทุกวัน และความเข้าใจพลังเรื่องการสื่อสารระหว่างคนหลายชุมชนนี้เองที่ทำให้โอบามาทำแคมเปญได้ดีกว่าแม้คู่แข่งจะใช้กลยุทธ์หาเสียงออนไลน์เช่นเดียวกัน และข้อเสียของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่

1. เสียเวลาในการทำกิจกรรมอื่น ถ้ารู้จักเล่นให้เป็นเวลาก็จะมีประโยชน์ แต่ถ้าใช้เวลาในการออนไลน์มากเกินไป ก็จะทำให้เสียเวลาในการทำกิจกรรมอื่นๆ เช่นดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ พูดคุยกับคนในครอบครัว หากใช้เวลาในสังคมออนไลน์มากเกินไป สังคมอื่นอาจจะหายไปเนื่องจากพบแต่ผู้คนในโลกอินเทอร์เน็ต

2. เสียสุขภาพจิต เมื่อเข้าขั้นเสพติดแล้วก็ยากที่จะแก้ไข และจะส่งผลกระทบต่อร่างกาย อาจเป็นแหล่งมั่วสุมของวัยรุ่น นำไปใช้ในทางที่ผิดจนเกิดผลเสียทั้งตัวเองและคนอื่น ๆ วัยรุ่นอาจจะหมกมุ่นอยู่กับเว็บเหล่านี้จนขาดความสนใจที่จะออกไปเล่นกีฬา หรืองานอดิเรกอย่างอื่นที่มีประโยชน์และสร้างสรรค์ หากใช้เวลาเล่นเว็บเหล่านี้มากจนเกิด “อาการติด” (facebook addict) ย่อมมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน เพราะแต่ละวันวัยรุ่นจะเข้าไปเสพ หรือแสวงหาความสุขในเว็บไซต์เหล่านั้น จนลืมโลกของความจริงไปก็อาจจะรู้สึกเศร้า เหงา โดดเดี่ยว เพราะไม่มีเพื่อนในชีวิตจริง ไม่กล้าเผชิญหน้ากับคนอื่น ขาดทักษะในทักษะการเข้าสังคม

3. อาจถูกล่อลวงได้ เห็นได้ตามหน้าข่าวหนังสือพิมพ์ที่มีข่าวการหลอกลวง โดยใช้ทั้งการสนทนาออนไลน์ และการติดต่อผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งช่องทางเหล่านี้ก็เหมือนเป็นประตูสำหรับเหล่ามิจฉาชีพ หรือผู้ไม่ประสงค์ดีให้มาทำความรู้จักกับเราได้ และหากผู้ใช้รู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือขาดวิจารณญาณ อาจโดนหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการนัดเจอกันเพื่อจุดประสงค์ร้าย

4. ข้อมูลส่วนตัวอาจถูกเปิดเผย เรื่องความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลบางคนให้ข้อมูลที่เป็นการจริงหมดทุกอย่าง เช่นเบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ หรือข้อมูลที่สำคัญให้บุคคลอื่นรู้ อาจทำให้คนมาเห็นข้อมูลเราได้มากขึ้น ความเป็นส่วนตัวจะน้อยลงไปหรืออาจถูกล่อลวงจากมิจฉาชีพ หรือผู้ไม่หวังดี

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรา เรื่องสวัสดิ์ (2553 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรม การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ส่วนตัวมากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) มีการใช้บริการช่วงเวลา 18.01-22.00 น. มีความถี่ในการเข้าใช้ 7 วัน/สัปดาห์ ใช้เวลาในการเข้าเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย 90 นาที เปิดเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้าน/หอพัก โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์มากที่สุด กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำมากที่สุด 3 อันดับแรกเมื่อเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ สนทนากับเพื่อน Chat อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ และหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลจำนวน 190 คน

รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ตามแนวทางการศึกษาของบริษัท Roper Strch Worldwide ได้แบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็น 6 แบบได้แก่ กลุ่มฐานะดีมีรสนิยม (Creative) กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seekers) กลุ่มรักครอบครัว (Intimate) กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน (Strivers) กลุ่มคนหัวเก่า (Devouts) และกลุ่มคนที่อุทิศตนเพื่อสังคม (Altruists) พบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว (Intimate) ซึ่งหมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว อาทิ กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรม ความสนใจ และความเห็นด้วยต่อการให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว การใช้เวลาว่างกับครอบครัว เป็นต้น

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีช่วงเวลาในการใช้สังคมออนไลน์แตกต่างกัน รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 6 รูปแบบซึ่งได้แก่ กลุ่มฐานะดีมีรสนิยม (Creative) กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seekers) กลุ่มรักครอบครัว (Intimate) กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน (Strivers) กลุ่มคนหัวเก่า (Devouts) และกลุ่มคนที่อุทิศตนเพื่อสังคม (Altruists) ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้ใช้สังคมออนไลน์

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seekers) มีความสัมพันธ์กับความถี่ (วัน/สัปดาห์) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มรักครอบครัว (Intimate) มีความสัมพันธ์กับระยะเวลา (นาที) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ชนาภิตต์ ราชพิบูลย์ (2553 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากที่สุดคือ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 49.0 ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุดคือ hi5 ร้อยละ 39.7 ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบัน และเพื่อนเก่า ร้อยละ 39.9 มีความถี่ในการใช้มากกว่า 5 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ร้อยละ 52.5 ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ คือเล่นที่บ้านก่อนเข้านอน ร้อยละ 64.6 ในวันเสาร์และวันอาทิตย์คือช่วงกลางคืน (19.00 น.- 24.00 น.) ร้อยละ 31.1 ส่วนใหญ่มีบล็อก(ข้อมูลส่วนตัว) ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ร้อยละ 66.8 มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่จริงเป็นบางส่วน ร้อยละ 59.3 โดยใช้ผ่านทางคอมพิวเตอร์ส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 53.6 มีการตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์บ้างแต่ไม่มาก ร้อยละ 67.5 นาน ๆ ครั้งจึงจะเปลี่ยนการตกแต่ง ร้อยละ 78.7 มีจำนวนการใส่รูปภาพส่วนตัว 1-10 รูป ร้อยละ 38.2

ในส่วนของผลกระทบจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ สังคม และการเรียนภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.24$ ) โดยผลกระทบด้านอารมณ์อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.36$ ) ผลกระทบด้านสังคมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.15$ ) และผลกระทบด้านการเรียนอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.20$ ) จากแบบสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เพราะได้รับ

ข่าวสารใหม่ๆ สะดวก รวดเร็ว และช่วยผ่อนคลายความเครียด นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะให้ใช้  
 วิจารณ์ญาณในการเล่นอีกด้วย

ฤดีพร ผ่องสุภาพ (2551 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์  
 และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ผลการวิจัยสรุป  
 ได้ดังนี้

1. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ  
 สังคมออนไลน์
2. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์  
 จากเครือข่ายสังคมออนไลน์
3. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับความ  
 พึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์
4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์
5. การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการ  
 สื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

แอนนिरา นิราช (2552 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการ  
 แนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com ผลการวิจัยพบว่า การใช้งานของผู้ใช้มี  
 อิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ตามลักษณะของกลุ่มผู้ใช้งาน 5 กลุ่ม คือ กลุ่มสร้าง  
 อัตลักษณ์ทางเพศ กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ กลุ่มชอบแสดงออก กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับ  
 และศาสนา กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัวอิทธิพล 4 ประการ ได้แก่ อิทธิพลต่อพฤติกรรม的开เผย  
 ตัวตน อิทธิพลต่อความสนใจในเรื่องต่างๆ อิทธิพลต่อการพฤติกรรมการใช้เวลา และอิทธิพล  
 ต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน แบ่งเป็น  
 4 ประเภท คือ บทบาทในการสร้างตัวตนและความเป็นตัวของตัวเอง บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ใน  
 สังคม บทบาทในการให้ความบันเทิง และบทบาทในการให้ข้อมูล การแนะนำผู้ใช้งานมี  
 5 ลักษณะ คือ ลักษณะการให้ข้อมูลใหม่ ลักษณะการยืนยันข้อมูล ลักษณะการแนะนำทางแก้ไข  
 ปัญหา ลักษณะการช่วยตัดสินใจและลักษณะการตั้งเตือนกระบวนการแนะนำ การดำเนินชีวิต  
 และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งานมี 5 กระบวนการคือ การเลือกผู้ใช้งานที่น่าสนใจ  
 การสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย การปรับตนเองให้ทันเหตุการณ์ การเลือกเปิดรับ และการนำไป  
 ปรับใช้แนะนำทางการดำเนินชีวิต

นฤมล อนุศาสนนันท์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ชุมชนออนไลน์ของเยาวชน  
 : กรณีศึกษา WWW.DEK-D.COM. มีผลวิจัยดังนี้ ชุมชนดังกล่าวก่อตัวจากเยาวชนที่ต้องการ  
 มีพื้นที่บนอินเทอร์เน็ตสำหรับกลุ่มเยาวชนได้เข้ามาแลกเปลี่ยนกันในเรื่องต่าง ๆ ทั้งสาระและความ  
 บันเทิง ผู้จัดทำเว็บไซต์เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน โดยไม่มีการจำกัดความหลากหลาย

ของทัศนคติและข้อมูลข่าวสารที่เยาวชนสนใจ และเปิดให้ผู้ใช้งานเข้าใช้เว็บไซต์ได้อย่างอิสระ ภายใต้ กฎและการกำกับดูแลร่วมกัน เนื้อหาที่ผลิตโดยผู้ใช้งานทำให้เนื้อหาที่มีความน่าสนใจและทันสมัย ผู้ผลิตเว็บไซต์มีบทบาท คือให้บริการตามความสนใจของเยาวชน และควบคุมทิศทางเนื้อหาให้ไปใน ทิศทางที่เหมาะสม ถึงแม้ในปัจจุบันเว็บไซต์เข้าสู่สังคมผู้ประกอบการ แต่ทีมงานผู้ผลิตเว็บไซต์ยังมี การถ่วงรอกองโฆฆณบบนเว็บไซต์มิให้กระทบต่อวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ สิ่งเหล่านี้ทำให้เว็บไซต์เป็น เว็บไซต์ชุมชนที่มีคุณภาพเหมาะสมกับเยาวชน

สำหรับการทำหน้าที่ของพื้นที่สาธารณะ พบว่า เว็บไซต์แสดงออกถึงคุณลักษณะของพื้นที่ สาธารณะสำหรับเยาวชนในเรื่องของการเป็นพื้นที่การเคลื่อนไหวทางสังคมเรื่องแอดมิชชั่น ปัจจุบันสำคัญที่นำไปสู่การเคลื่อนไหวคือการเผชิญปัญหาาร่วมกัน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และบทบาท ของผู้นำความคิด ถึงแม้การเคลื่อนไหวของเยาวชนไม่ได้นำไปสู่การแก้ไขปัญหาในระดับนโยบาย แต่ สามารถกล่าวได้ว่าเว็บไซต์นี้สามารถเป็นพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องสิทธิของเยาวชนได้

มุกิตา นนทรี (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการทาง ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในระบบอุดมศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการทาง อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา คือ อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ตัวเว็บไซต์ต้องมีความเร็วในการเชื่อมโยงเข้าสู่เว็บไซต์

มุกิตา เตชะศิวนาด (2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการเว็บบอร์ด ฟันทิปคาเฟ่ ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บบอร์ดฟันทิปคาเฟ่ ที่ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 25 -34 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงาน บริษัท / องค์กรเอกชน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นที่บ้าน และมีประสบการณ์ในการ ใช้อินเทอร์เน็ต 5 ปีขึ้นไป
2. ทัศนคติของผู้ใช้บริการด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสารและด้านฟังก์ชันการใช้อยู่ในระดับดี ส่วน ทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์และด้านการใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับดีมาก
3. พฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดฟันทิปคาเฟ่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ความถี่ในการใช้บริการเว็บบอร์ดฟันทิปของกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉลี่ยประมาณ 3.55 วันต่อ สัปดาห์ หรือ โดยเฉลี่ยประมาณ 1.48 ครั้งต่อวัน ระยะเวลาการใช้บริการโดยเฉลี่ย 1:31 ชั่วโมงหรือ คิดเป็น 1 ชั่วโมง 18 นาที การเลือกใช้ห้องสนทนา ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด ได้แก่ ห้องเฉลิมไทย ช่วง เวลาในการใช้บริการเว็บบอร์ดฟันทิปคาเฟ่ พบว่าช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด คือในช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. สถานะการใช้งาน มีสถานะเป็นขจร (ไม่ได้เป็นสมาชิก และไม่ได้ลงทะเบียน) และลักษณะการใช้งานส่วนใหญ่อ่านกระทู้เพียงอย่างเดียว
4. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บ บอร์ดฟันทิปคาเฟ่ ด้านความถี่ในการใช้บริการเว็บบอร์ด ต่อสัปดาห์ และต่อวันในการเข้าใช้บริการ เว็บบอร์ดแตกต่างกัน

5. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มเพศและระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์พื้นที่ปคาเฟ่ ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ต่างกัน
6. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พื้นที่ปคาเฟ่ ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีผลต่อช่วงเวลาในการใช้บริการเว็บไซต์
7. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พื้นที่ปคาเฟ่ ประกอบด้วย เพศและประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีผลต่อสถานะการให้บริการเว็บไซต์
8. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พื้นที่ปคาเฟ่ ประกอบด้วย เพศและประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีผลต่อสถานะการใช้เว็บไซต์
9. ทักษะที่มีต่อเว็บไซต์ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์พื้นที่ปคาเฟ่ด้านความถี่ (วันต่อสัปดาห์) ในการเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์
10. ทักษะที่มีต่อเว็บไซต์ ด้านเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งาน ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านประโยชน์ที่ได้รับ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ เว็บไซต์พื้นที่ปคาเฟ่ ด้านความถี่ (ครั้งต่อวัน)
11. ทักษะที่มีต่อเว็บไซต์ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์พื้นที่ปคาเฟ่ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง ในการเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ แต่ทักษะที่มีต่อเว็บไซต์ ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งาน และด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ เว็บไซต์พื้นที่ปคาเฟ่ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง ในการเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์

สุพรรณษา เกษสีแก้ว (2552 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงด้วยโปรแกรม MSN เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารที่บ้าน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักสังคมออนไลน์เวลาจริงจากเพื่อนด้านประโยชน์ของสังคมออนไลน์เวลาจริงที่พอใจมากที่สุดคือ สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทันที และที่พอใจน้อยที่สุดคือการมีเพื่อนใหม่ ในช่วงเวลา 18.00 – 24.00 น. ด้วยค่าใช้จ่าย 501- 700 บาท/เดือน และอุปกรณ์ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงมากที่สุดคือ Desktop / PC โดยพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยวัตถุประสงค์ที่มีพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์มากที่สุดคือใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงในด้านระดับการปฏิบัติในเรื่องพูดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารการติดต่อกับเพื่อนใหม่ คณะและรายได้มีความสัมพันธ์กันในด้านวัตถุประสงค์ วันที่ใช้งาน บุคคลที่ร่วมใช้งาน เว็บไซต์สังคมออนไลน์เวลาจริง การใช้กล้องวิดีโอและไมโครโฟน ภาษาในการสนทนา และกิจกรรมหลังการใช้งานสังคมออนไลน์เวลาจริง

Anderson Analytics (2009) ได้ทำการสำรวจการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนอเมริกัน แยกตามกลุ่มอายุต่างๆ ได้แก่ กลุ่ม Generation Z คือ กลุ่มที่มีอายุ 13-14 ปี กลุ่ม Generation Y คือกลุ่มที่มีอายุ 15-29 ปี Generation X คือกลุ่มที่มีอายุ 30-44 ปี และกลุ่ม Baby Boomer คือกลุ่มที่มีอายุ 45-65 ปี โดยการสำรวจการใช้เว็บไซต์ MySpace , Facebook , Twitter และ LinkedIn ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม Generation Z และ กลุ่ม Generation Y นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ MySpace มากกว่า Facebook และกลุ่ม Baby Boomer จะมีการใช้ Facebook และ Twitter มากกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยเหตุผลในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของแต่ละกลุ่มอายุ คือต้องการติดต่อกับเพื่อนเพื่อความสนุกและติดต่อกับคนในครอบครัว หรือใช้เพราะได้รับเชิญจากบุคคลที่ตนเองรู้จัก กลุ่มที่มีอายุน้อยให้ความสนใจการติดต่อกับเพื่อน ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากขึ้นจะให้ความสนใจกับการติดต่อบุคคลในครอบครัว และกลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เช่น การขาย การหางาน การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจค่อนข้างน้อย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเพื่อให้ทราบถึงสภาพการใช้งานเพราะในปัจจุบันนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงาน ให้ความสนใจการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมากจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน และจะยิ่งเพิ่มบทบาท และความสำคัญมากขึ้นในอนาคต

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 324 คน จาก 3 สาขาวิชาดังนี้

1. นักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม จำนวน 146 คน
2. นักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม จำนวน 118 คน
3. นักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์วิศวกรรม จำนวน 60 คน

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวนทั้งสิ้น 175 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามสาขาวิชา โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. แบ่งกลุ่มนักศึกษา โดยใช้เกณฑ์การแบ่งตามสาขาวิชาที่นักศึกษาสังกัด ได้จำนวน 3 สาขาวิชา ที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 1 และ 2 และลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขาวิชาจากการเทียบสัดส่วน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 ที่เป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สาขาวิชา	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม	146	74
สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม	118	71
สาขาวิชาครุศาสตร์วิศวกรรม	60	30
รวม	324	175

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบจำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นข้อความเกี่ยวกับความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 30 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	หมายถึง	ค่อนข้างเห็นด้วย
ระดับ 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย

### 3.2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งศึกษาแนวทางในการสร้างเครื่องมือวิจัย จากเอกสารหรือคู่มือต่าง ๆ ที่อธิบายขั้นตอน และวิธีการสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการวิจัย
2. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษา และหาแนวทางในการกำหนดข้อคำถามหรือประเด็นคำถามที่จะใช้ในเครื่องมือวิจัยครั้งนี้ โดยคำนึงถึงคำตอบที่จะได้รับ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ให้มากที่สุด
3. นำร่างแบบสอบถามไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขตามความเหมาะสม
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความถูกต้องตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว ไปเสนอผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษา และแสดงความคิดเห็นของแบบสอบถาม รายงานผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน มีดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ อรรถพร ฤทธิ์เกิด  
อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. รองศาสตราจารย์ ดร. ชีรวัดน์ ประกอบผล  
อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. รองศาสตราจารย์ ดร. เกียรติศักดิ์ พันธุ์ลำเจียก  
ผู้ช่วยคณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
4. อาจารย์ ดร. ศจีมาจ ณี วิเชียร  
อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมดี  
อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะที่กำหนดไว้หรือไม่ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน +1 สำหรับข้อความที่แน่ใจว่าสอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

คะแนน 0 สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

คะแนน -1 สำหรับข้อความที่แน่ใจว่าไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

บันทึกผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละข้อ นำไปหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความคำถามกับนิยามศัพท์ที่ระบุไว้ โดยกำหนดเกณฑ์ว่าผลรวมของคะแนนความคิดเห็นตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปถือว่าข้อความนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ (ไชยยศ เรื่องสุวรรณ. 2553 : 138) ดังนี้

$$\text{สูตร } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ

$\sum R$  แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นในแต่ละข้อ

ของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัยเกี่ยวกับการใช้สังคมออนไลน์ของทุกข้อความ สามารถสรุปค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้งานสังคมออนไลน์ มีจำนวนข้อแบบสอบถาม 10 ข้อ มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 โดยมีค่า IOC เท่ากับ 0.67 จำนวน 2 ข้อ และมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 จำนวน 8 ข้อ

ความคิดเห็นด้านอารมณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีจำนวนข้อแบบสอบถาม 10 ข้อ มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 โดยมีค่า IOC เท่ากับ 0.67 จำนวน 4 ข้อ และมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 จำนวน 6 ข้อ

ความคิดเห็นด้านสังคมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีจำนวนข้อแบบสอบถาม 10 ข้อ มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 โดยมีค่า IOC เท่ากับ 0.67 จำนวน 3 ข้อ และมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 จำนวน 7 ข้อ

ความคิดเห็นด้านการเรียนในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีจำนวนข้อแบบสอบถาม 10 ข้อ มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 โดยมีค่า IOC เท่ากับ 0.67 จำนวน 2 ข้อ และมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 จำนวน 8 ข้อ

6. นำค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความคำถามกับนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย มาเทียบกับเกณฑ์ โดยกำหนดเกณฑ์ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จึงแสดงว่าข้อความนั้นแสดงถึง การใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถ้าค่านิยมที่คำนวณได้ต่ำกว่า 0.5 จะตัดข้อความนั้นออกหรือนำไปปรับปรุงคำถามนั้นใหม่

7. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ
8. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อพิจารณาขั้นสุดท้าย แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน
9. นำข้อมูลของแบบสอบถาม มาวิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach (พรณี ลีกิจวัฒน์. 2552 :158)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{[\sum S_i^2]}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ $\alpha$	แทน	ค่าความเชื่อถือได้ (ค่าสัมประสิทธิ์ของอัลฟา)
$k$	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
$\sum$	แทน	ผลรวม
$S_i^2$	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
$S_t^2$	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

ผลการตรวจสอบค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.85

10. จัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล
11. นำแบบสอบถามที่มีคุณภาพไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลกับนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ขออนุญาตจากคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้วิจัยนำส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งแจ้งกำหนดวันรับแบบสอบถามคืน
3. ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับคืน ตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งหมด จำนวน 175 ฉบับได้รับแบบสอบถามคืนกลับ จำนวน 175 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 20 - 24 กันยายน 2554

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโทคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามการใช้สังคมออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาความถี่ และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลการใช้สังคมออนไลน์ โดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละด้าน โดยทำการวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายชื่อ และนำเสนอในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

การหาค่าเฉลี่ยมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (พรณี สิกิจวัฒน์. 2552 : 135)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนในชุดข้อมูล
	n	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ซึ่งเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งานสังคมออนไลน์จากค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ สามารถแสดงดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งานสังคมออนไลน์จำแนกตามค่าเฉลี่ยของคะแนน

ค่าเฉลี่ยของคะแนน	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
4.50 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.50 – 4.49	ค่อนข้างเห็นด้วย
2.50 – 3.49	เห็นด้วยปานกลาง
1.50 – 2.49	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.49	ไม่เห็นด้วย

และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีสูตรในการคำนวณดังนี้ (พรณี ลีกิจวัฒน์. 2552 : 140)

$$S = \frac{\sqrt{\sum(x-\bar{x})^2}}{n}$$

เมื่อ	S	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\Sigma$	แทน	ผลรวม
	x	แทน	คะแนนแต่ละตัวในชุดข้อมูล
	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนในชุดข้อมูล
	n	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด (ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมุติฐานโดยใช้ค่าสถิติ Chi- square ( $\chi^2$ ) แบบ Test of Goodness of fit (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548 : 272 )

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

ค่าสถิติ	$\chi^2$	มีค่าองศาความเป็นอิสระ k-1
เมื่อ	$O_i$	แทน ค่าความถี่ที่ได้จากการสังเกต
	$E_i$	แทน ค่าความถี่ที่คาดหวังไว้
	k	แทน จำนวนประเภทหรือกลุ่ม

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตาม  
ขั้นตอนที่กำหนดไว้และทำการวิเคราะห์ผลการวิจัย ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอในรูปแบบ  
ของตาราง โดยแบ่งเป็นหัวข้อ ดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
- 4.3 ผลการศึกษาความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชาและชั้นปีที่กำลังศึกษา  
ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวน ค่าร้อยละ และลำดับที่ข้อมูลทั่วไปของ นักศึกษาระดับปริญญาโท  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

		ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เพศ		ชาย	71	40.6	2
		หญิง	104	59.4	1
		รวม	175	100.0	
อายุ		ต่ำกว่า 24 ปี	56	32.0	2
		24 – 30 ปี	77	44.0	1
		31 – 36 ปี	25	14.3	3
		37 ปีขึ้นไป	17	9.7	4
		รวม	175	100.0	
สาขาวิชา		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	74	42.3	1
		ครุศาสตร์สถาปัตยกรรม	71	40.6	2
		ครุศาสตร์วิศวกรรม	30	17.1	3
		รวม	175	100.0	

ตารางที่ 4.1(ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป		ชั้นปีที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่
ชั้นปี	ชั้นปีที่ 1	37	21.1	2
	ชั้นปีที่ 2	138	78.9	1
	รวม	175	100.0	

จากตารางที่ 4.1 พบว่านักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.4 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.6

กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วง 24 – 30 ปีมากที่สุดคือ 77 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือช่วงต่ำกว่า 24 ปี มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 อายุ 31 – 36 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และน้อยที่สุดคือ 37 ปีขึ้นไป มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมากที่สุดคือ มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือคณะครุศาสตร์สถาปัตยกรรม 71 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 และน้อยที่สุดคือคณะครุศาสตร์วิศวกรรม 30 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1

กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 เป็นส่วนใหญ่ มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 78.9 และชั้นปีที่ 1 มีจำนวน 37 คนคิดเป็นร้อยละ 21.1

## 4.2 ผลการวิเคราะห์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	104	59.4	1
วันละ 1 ครั้ง	31	17.7	2
2 – 3 วันครั้ง	21	12.0	3
มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	19	10.9	4
รวม	175	100.0	

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ยมากกว่า 1 ครั้งต่อวันมากที่สุด มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาคือวันละ 1 ครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 และ 2-3 วันครั้ง เป็นจำนวน 21 คน คิดเป็น

ร้อยละ 12.0 และความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุดคือ มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวัน

ระยะเวลาในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	10	5.7	4
1 - 2 ชั่วโมง	70	40.0	1
3 - 5 ชั่วโมง	43	24.6	3
มากกว่า 5 ชั่วโมง	52	29.7	2
รวม	175	100.0	

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวันมากที่สุดคือ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และ 3-5 ชั่วโมง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 และใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวันน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 5.7

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

สถานที่ที่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ที่บ้าน/ที่พักอาศัย	115	65.7	1
ที่ทำงาน	42	24.0	2
ที่คณะ/สถาบัน	10	5.7	3
ที่ร้านอินเทอร์เน็ต	8	4.6	4
รวม	175	100.0	

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการที่บ้านหรือที่ที่พักอาศัยมากที่สุดคือ 115 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมา คือเข้าใช้ที่ทำงาน มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 เข้าใช้ที่คณะ/สถาบัน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และเข้าใช้ที่ร้านอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
08.01-12.00 น. ช่วงเช้า	25	14.3	4
12.00-16.00 น. ช่วงกลางวัน	31	17.7	3
16.01-20.00 น. ช่วงเย็น	40	22.9	2
20.01-00.00 น. ช่วงกลางคืน	65	37.1	1
00.01-04.00 น. ช่วงหลังเที่ยงคืน	7	4.0	5
04.00-08.00 น. ช่วงเช้าตรู่	7	4.0	5
รวม	175	100.0	

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาพบว่าช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือช่วงกลางคืน (20.01 – 00.00 น.) จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมา คือช่วงเย็น (16.01 – 20.00 น.) จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 ช่วงกลางวัน (12.01 – 16.00 น.) จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ช่วงเช้า (08.01 – 12.00 น.) จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ ช่วงหลังเที่ยงคืน (00.01 -04.00 น.) และช่วงเช้าตรู่ (04.01-08.00) มีน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเข้าใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการเข้าใช้	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
Facebook	171	36.4	1
Hi5	53	11.3	4
Twitter	23	4.9	5
Multiply	20	4.3	6
Youtube	129	27.4	2
Window Live Space	56	11.9	3
Live Journal	4	0.9	8
Myspace	7	1.5	7
อื่นๆ	7	1.5	7

\*เป็นจำนวนรวมของคำตอบที่ถูกเลือกเนื่องจากเป็นคำถามที่ให้เลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างมีการเข้าใช้งาน มีดังนี้ Facebook จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ Youtube จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 Window Live Space จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 Hi5 จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 Twitter จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 Multiply จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 Myspace และเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ เช่น MSN เว็บไซต์ Pantip จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างมีการเข้าใช้บริการน้อยที่สุด คือ Live Journal จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้งาน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการเข้าใช้มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
Facebook	147	84.0	1
Hi5	6	3.4	4
Multiply	2	1.1	5
Youtube	12	6.9	2
Window Live Space	8	4.6	3
รวม	175	100.0	

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ Facebook จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมาคือ Youtube จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 Window Live Space จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 Hi5 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 และ Multiply จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเริ่มต้นใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การเริ่มต้นใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
รู้จักและสมัครเล่นด้วยตนเอง	103	58.9	1
เพื่อนแนะนำ / ชักชวน	70	40.0	2
รู้จักจากสื่ออื่นๆ	2	1.1	3
รวม	175	100.0	

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างรู้จักและสมัครเล่นด้วยตนเอง จากสื่อ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด 103 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมาคือเพื่อนแนะนำ / ชักชวน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และกลุ่มตัวอย่างรู้จักจากสื่ออื่นๆ น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

เหตุผลในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก	163	26.6	1
เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่	68	11.1	5
อัปเดตสถานะ / ข้อมูลส่วนตัว / รูปภาพ	96	15.7	2
เล่นเกม	81	13.2	4
หาข้อมูล / แลกเปลี่ยนข้อมูล	85	13.9	3
ติดตามข่าวสารศิลปินดารา/ บุคคลที่มีชื่อเสียง	23	3.8	7
ติดตามข่าวสารของสินค้า,ผลิตภัณฑ์	31	5.1	6
เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมสมาชิกกลุ่ม	15	2.4	8
เชิญชวนให้บุคคลอื่นซื้อสินค้าและบริการ	7	1.1	10
เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองจัดขึ้น หรือที่หน่วยงานอื่นจัดขึ้น	13	2.1	9
ร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่างๆ เช่น อ่านและแสดงความคิดเห็น,ร่วมเป็นแฟนเพจ	31	5.1	6

\*เป็นจำนวนรวมของคำตอบที่ถูกเลือกเนื่องจากเป็นคำถามที่ให้เลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับบุคคลที่รู้จักมากที่สุด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 รองลงมาคือ อัปเดตสถานะ / ข้อมูลส่วนตัว / รูปภาพ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 หาข้อมูล / แลกเปลี่ยนข้อมูล จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 เล่นเกมส์ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ติดตามข่าวสารของสินค้า,ผลิตภัณฑ์ และร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่างๆ เช่น อ่านและแสดงความคิดเห็น,ร่วมเป็นแฟนเพจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 ติดตามข่าวสารศิลปินดารา/ บุคคลที่มีชื่อเสียง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมสมาชิกกลุ่ม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองจัดขึ้น หรือที่หน่วยงานอื่นจัดขึ้น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้เว็บไซต์สังคมออนไลน์น้อยที่สุด คือเชิญชวนให้บุคคลอื่นซื้อสินค้าและบริการเป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 4.10 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 1 ปี	13	7.4	3
2 - 3 ปี	57	32.6	2
มากกว่า 4 ปีขึ้นไป	105	60.0	1
รวม	175	100.0	

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ ประสบการณ์มากกว่า 4 ปีขึ้นไปจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ 2-3 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4

ตารางที่ 4.11 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนของเพื่อนที่มีในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

จำนวนเพื่อนที่มีในเครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 100 คน	24	13.7	4
101 - 500 คน	75	42.9	1
501 - 1000 คน	32	18.3	3
1001 คนขึ้นไป	44	25.1	2
รวม	175	100.0	

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ 101-500 คนมากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ 1001 คนขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 501 - 1000 คน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 100 คน มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7

### 4.3 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4.12 ภาพรวมของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ ด้านสังคมและด้านการเรียน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านอารมณ์	2.48	0.49	น้อย
ด้านสังคม	2.43	0.52	น้อย
ด้านการเรียน	2.26	0.56	น้อย
เฉลี่ย	2.39	0.30	น้อย

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39 อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 อยู่ในระดับน้อย ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสังคมในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 อยู่ในระดับน้อย และความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการเรียนในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านอารมณ์	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. เวลาที่ท่านรู้สึกโดดเดี่ยวหรืออยู่คนเดียว จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุย	3.40	1.12	ปานกลาง
2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านผ่อนคลายความเครียด	2.37	1.11	น้อย
3. ท่านรู้สึกอยากทราบความเคลื่อนไหวในเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.33	1.12	น้อย
4. เมื่อรู้สึกผิดหวังหรือเสียใจท่านจะเข้าไประบายความรู้สึกในเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้รู้สึกดีขึ้น	2.53	1.19	ปานกลาง
5. ท่านต้องการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกครั้งที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	1.98	0.88	น้อย
6. ท่านมักบอกความรู้สึกของท่านผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.57	1.09	ปานกลาง
7. ท่านจะรู้สึกโกรธ เมื่อเห็นข้อความในเชิงลบเกี่ยวกับตัวเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.59	1.08	ปานกลาง
8. เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านรู้สึกหดหู่	2.74	1.13	ปานกลาง
9. ข้อความจากเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีผลกระทบต่อความรู้สึกของท่าน	2.26	0.99	น้อย
10. ท่านรู้สึกดีใจเมื่อมีเพื่อนมาทักทายในหน้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน	2.07	0.89	น้อย
รวม	2.48	0.49	น้อย

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมด้านอารมณ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เวลาที่ท่านรู้สึกโดดเดี่ยวหรืออยู่คนเดียว จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในปานกลาง รองลงมาคือ เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านรู้สึกหดหู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านต้องการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกครั้งที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสังคม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. หากท่านไม่เข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ท่านจะไม่ได้รับรู้เรื่องราวของเพื่อนๆ	2.07	1.01	น้อย
2. ท่านรู้สึกปลอดภัยในการติดต่อกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าการติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน	3.25	1.07	ปานกลาง
3. ท่านปิดบังข้อมูลที่แท้จริงของตนเอง เพื่อให้เป็นที่สนใจและยอมรับจากเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.61	1.20	ปานกลาง
4. การเขียนข้อความในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการเข้าใจผิดจนเป็นสาเหตุให้ท่านทะเลาะกับเพื่อน	2.18	1.13	น้อย
5. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านได้พบกับเพื่อนเก่า	2.07	1.35	น้อย
6. บุคคลในครอบครัวของท่านไม่พอใจเมื่อท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไป	2.23	1.09	น้อย
7. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโอกาสต่างๆเช่นการทำงาน การเรียน	2.89	1.18	ปานกลาง
8. ท่านรู้สึกว่าไม่สามารถเข้ากับกลุ่มเพื่อนได้ หากไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	2.77	1.22	ปานกลาง
9. ท่านต้องคอยปิดบังเพื่อนหรือคนในครอบครัวเมื่อต้องเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	1.83	1.04	น้อย
10. ท่านมีเวลาพูดคุยและทำกิจกรรมกับคนในครอบครัวน้อยลงเนื่องจากใช้เวลาส่วนใหญ่ในการเล่นเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.36	1.30	น้อย
รวม	2.43	0.52	น้อย

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสังคมในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมด้านสังคมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านรู้สึกปลอดภัยในการติดต่อกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าการติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25. อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโอกาสต่างๆเช่น การทำงาน การเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 อยู่ในระดับปานกลาง

และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านต้องคอยปิดบังเพื่อนหรือคนในครอบครัวเมื่อต้องเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.83 อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการเรียน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการเรียน	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ก่อนที่จะใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอื่น	2.17	1.00	น้อย
2. ท่านสร้างกลุ่มเฉพาะ (Group) สำหรับเพื่อนที่เรียนด้วยกันในสังคมออนไลน์	1.99	1.02	น้อย
3. ท่านเคยใช้เครือข่ายสังคมในเวลาเรียน	2.21	1.07	น้อย
4. ท่านแบ่งปันข้อมูล ความรู้ทางการเรียนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.89	1.15	ปานกลาง
5. หากท่านไม่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อาจทำให้พลาดข้อมูลสำคัญๆที่เพื่อนมาโพสต์ไว้	2.21	0.93	น้อย
6. ท่านเคยติดต่อกับอาจารย์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.13	1.08	น้อย
7. ท่านมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นานกว่าที่ตั้งใจไว้เป็นประจำ	2.68	1.27	ปานกลาง
8. ท่านเคยติดตามข่าวสารของสถาบันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	2.24	1.00	น้อย
9. เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยท่านในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียน	2.21	0.92	น้อย
10. ท่านได้รับการนัดแนะ หรือเตือนความจำในเรื่องสำคัญๆจากเพื่อนร่วมชั้นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	1.85	0.72	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.26</b>	<b>0.56</b>	<b>น้อย</b>

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการเรียนในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมด้านการเรียนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านแบ่งปันข้อมูล ความรู้ทางการเรียนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ท่านมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นานกว่าที่ตั้งใจไว้เป็นประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 อยู่ในระดับปานกลาง และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านได้รับการนัดแนะ หรือเตือนความจำในเรื่องสำคัญๆจากเพื่อนร่วมชั้นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85 อยู่ในระดับน้อย

#### 4.4 ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชาและการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

สมมติฐานที่ 1 สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความถี่ในการเข้าใช้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

$H_0$ : สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความถี่ในการเข้าใช้

$H_1$ : สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความถี่ในการเข้าใช้

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความถี่ในการเข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา

ความถี่ในการเข้าใช้	สาขาวิชา		
	ครุศาสตร์ อุตสาหกรรม	ครุศาสตร์ สถาปัตยกรรม	ครุศาสตร์ วิศวกรรม
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	48 64.9%	39 54.9%	17 56.7%
วันละ 1 ครั้ง	10 13.5%	13 18.3%	8 26.7%
2 - 3 วันครั้ง	9 12.2%	8 11.3%	4 13.3%
มากกว่า 1 สัปดาห์ ครั้ง	7 9.5%	11 15.5%	1 3.3%
รวม	74 100.0%	71 100.0%	30 100.0%

$$\chi^2 = 5.937 \quad \text{Sig. (2-tailed)} = 0.430$$

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความถี่ในการเข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 5.937 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.430 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความถี่ในการเข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

$H_0$ : สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้

$H_1$ : สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา

ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้	สาขาวิชา		
	ครุศาสตร์ อุตสาหกรรม	ครุศาสตร์ สถาปัตยกรรม	ครุศาสตร์ วิศวกรรม
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	4 5.4%	4 5.6%	2 6.7%
1 - 2 ชั่วโมง	32 43.2%	25 35.2%	13 43.3%
3 - 5 ชั่วโมง	15 20.3%	20 28.2%	8 26.7%
มากกว่า 5 ชั่วโมง	23 31.1%	22 31.0%	7 23.3%
รวม	74 100.0%	71 100.0%	30 100.0%

$\chi^2 = 2.227$  Sig.(2-tailed) = 0.898

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) ในการทดสอบ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 2.227 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.898 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสถานที่ที่เข้าใช้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

$H_0$ : สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสถานที่ที่เข้าใช้

$H_1$ : สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสถานที่ที่เข้าใช้

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสถานที่ที่เข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา

สถานที่ที่เข้าใช้	สาขาวิชา		
	ครุศาสตร์ อุตสาหกรรม	ครุศาสตร์ สถาปัตยกรรม	ครุศาสตร์ วิศวกรรม
ที่บ้าน/ที่พักอาศัย	48 64.9%	45 63.4%	22 73.3%
ที่ทำงาน	19 25.7%	22 31.0%	1 3.3%
ที่คณะ/สถาบัน	3 4.1%	2 2.8%	5 16.7%
ที่ร้านอินเทอร์เน็ต	4 5.4%	2 2.8%	2 6.7%
รวม	74 100.0%	71 100.0%	30 100.0%

$\chi^2 = 15.778$  Sig.(2-tailed) = 0.015\*

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสถานที่ที่เข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) ในการทดสอบ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 15.778 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสถานที่ที่เข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านช่วงเวลาในการเข้าใช้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

$H_0$ : สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านช่วงเวลาในการเข้าใช้

$H_1$ : สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านช่วงเวลาในการเข้าใช้

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านช่วงเวลาในการเข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา

ช่วงเวลาในการเข้าใช้	สาขาวิชา		
	ครุศาสตร์ อุตสาหกรรม	ครุศาสตร์ สถาปัตยกรรม	ครุศาสตร์ วิศวกรรม
08.01-12.00 น. ช่วงเช้า	11 14.9%	13 18.3%	1 3.3%
12.00-16.00 น. ช่วงกลางวัน	8 10.8%	19 26.8%	4 13.3%
16.01-20.00 น. ช่วงเย็น	23 31.1%	7 9.9%	10 33.3%
20.01-00.00 น. ช่วงกลางคืน	28 37.8%	24 33.8%	13 43.3%
00.01-04.00 น. ช่วงหลังเที่ยงคืน	0 .0%	6 8.5%	1 3.3%
04.00-08.00 น. ช่วงเช้านี้	4 5.4%	2 2.8%	1 3.3%
รวม	74 100.0%	71 100.0%	30 100.0%

$$\chi^2 = 25.504 \quad \text{Sig. (2-tailed)} = 0.004^*$$

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านช่วงเวลาในการเข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) ในการทดสอบ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 25.504 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านช่วงเวลาในการเข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านบริการเครือข่ายที่เข้าใช้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

$H_0$ : สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านบริการเครือข่ายที่เข้าใช้

$H_1$ : สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านบริการเครือข่ายที่เข้าใช้

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านบริการเครือข่ายที่เข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา

บริการเครือข่ายที่เข้าใช้	สาขาวิชา		
	ครุศาสตร์ อุตสาหกรรม	ครุศาสตร์ สถาปัตยกรรม	ครุศาสตร์ วิศวกรรม
Facebook	69 93.2%	53 74.6%	25 83.3%
Hi5	3 4.1%	3 4.2%	0 .0%
Multiply	0 .0%	1 1.4%	1 3.3%
Youtube	2 2.7%	9 12.7%	1 3.3%
Window Live Space	0 .0%	5 7.0%	3 10.0%
รวม	74 100.0%	71 100.0%	30 100.0%

$$\chi^2 = 17.064 \quad \text{Sig.(2-tailed)} = 0.029^*$$

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านบริการเครือข่ายที่เข้าใช้ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) ในการทดสอบ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 17.064 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.029 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านบริการเครือข่ายที่เข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการศึกษาสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์ อดสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีวัตถุประสงค์การวิจัย สมมุติฐานการวิจัย วิธีดำเนินงานวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาโทคณะครุศาสตร์ อดสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อดสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
3. เพื่อเปรียบเทียบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อดสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตาม สาขาวิชา

##### 5.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อดสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 จำนวน 324 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 175 คน ได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และทำการสุ่มตัวอย่าง แบบแบ่งชั้น

##### 5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบจำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นข้อความเกี่ยวกับความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียน จำนวน 30 ข้อเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่อนข้างเห็นด้วย เห็นด้วยปานกลาง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ และมีค่าดัชนีสอดคล้อง (IOC) อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด (0.5 - 1) จากนั้นนำไปทดลองกับนักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ซึ่งจากการทดลองใช้พบว่าแบบสอบถามการศึกษาการใช้สังคมออนไลน์ มีค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.85 จากนั้นนำเครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

#### 5.1.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 175 คน ด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 20 -24 กันยายน พ.ศ. 2554 และได้รับแบบสอบถามกลับคืน 175 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

#### 5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอธิบายลักษณะของข้อมูล คำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมุติฐานโดยใช้ค่าสถิติ Chi-square แล้วนำเสนอข้อมูลเป็นตาราง

#### 5.1.6 ผลการวิจัย

##### 5.1.6.1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา จากการวิเคราะห์พบว่า

1. นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย
2. นักศึกษาส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24 – 30 ปี รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 24 ปี , อายุ 31 – 36 ปี, อายุ 37 ปีขึ้นไป ตามลำดับ
3. นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม รองลงมาเป็นนักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม และเป็นนักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์วิศวกรรม ตามลำดับ
4. นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มากกว่าชั้นปีที่ 1

##### 5.1.6.2 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา จากการวิเคราะห์พบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน รองลงมาคือวันละ 1 ครั้ง, 2 – 3 วันครั้ง และมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ตามลำดับ

2. นักศึกษาส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวัน 1 – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ มากกว่า 5 ชั่วโมง, 3 – 5 ชั่วโมง และ 1 – 2 ชั่วโมงตามลำดับ
3. นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้าน/ที่พักอาศัย รองลงมาคือที่ทำงาน, ที่คณะ/สถาบัน, ที่ร้านอินเทอร์เน็ตตามลำดับ
4. นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงกลางคืน (20.01 – 00.00 น.) รองลงมา คือช่วงเย็น (16.01 – 20.00 น.), ช่วงกลางวัน (12.01 – 16.00 น.), ช่วงเช้า (08.01 – 12.00 น.), ช่วงหลังเที่ยงคืน (00.01 -04.00 น.) และช่วงเช้านี้ (04.01-08.00) ตามลำดับ
5. นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook รองลงมาคือ Youtube, Window Live Space, Hi5, Twitter, Multiply, Myspace ตามลำดับ
6. นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook รองลงมาคือ Youtube, Window Live Space, Hi5, Multiply ตามลำดับ
7. นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเริ่มต้นใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยการ รู้จักและสมัครเล่นด้วยตนเอง จากสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือเพื่อนแนะนำ / ชักชวน และรู้จักจากสื่ออื่นๆ ตามลำดับ
8. นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก รองลงมาคือ อัปเดตสถานะ / ข้อมูลส่วนตัว / รูปภาพ , หาข้อมูล / แลกเปลี่ยนข้อมูล , เล่นเกมส์ , เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่ , ติดตามข่าวสารของสินค้า,ผลิตภัณฑ์ และร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่างๆเช่น อ่านและแสดงความคิดเห็น,รวมเป็นแฟนเพจ , ติดตามข่าวสารศิลปินดารา/ บุคคลที่มีชื่อเสียง , เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมสมาชิกกลุ่ม , เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองจัดขึ้น หรือที่หน่วยงานอื่นจัดขึ้น และ เชิญชวนให้บุคคลอื่นซื้อสินค้าและบริการตามลำดับ
9. นักศึกษาส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์คือ มากกว่า 4 ปีขึ้นไป รองลงมาคือ 2-3 ปี และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปีตามลำดับ
10. นักศึกษาส่วนใหญ่มีจำนวนเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ 101-500 คน รองลงมาคือ 1001 คนขึ้นไป และน้อยกว่า 100 คนตามลำดับ

### 5.1.6.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านอารมณ์ ด้านสังคมและด้านการเรียน จากการวิเคราะห์พบว่า

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านอารมณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.48$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อทั้ง 10 ข้อ พบว่าเป็นความคิดเห็นในระดับปานกลางจำนวน 5 ข้อ และความคิดเห็นระดับน้อย 5 ข้อ โดยความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ เวลาที่ท่านรู้สึกโดดเดี่ยวหรืออยู่คนเดียว จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุย , เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านรู้สึกหดหู่ และท่านจะรู้สึกโกรธ เมื่อเห็นข้อความในเชิงลบเกี่ยวกับตัวเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านต้องการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกครั้งที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.43$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อทั้ง 10 ข้อ พบว่าเป็นความคิดเห็นในระดับปานกลางจำนวน 4 ข้อ และความคิดเห็นระดับน้อย 6 ข้อ โดยความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ท่านรู้สึกปลอดภัยในการติดต่อกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าการติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน , การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโอกาสต่างๆเช่น การทำงาน การเรียน , ท่านรู้สึกว่าไม่สามารถเข้ากับกลุ่มเพื่อนได้ หากไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านต้องคอยปิดบังเพื่อนหรือคนในครอบครัวเมื่อต้องเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านเรียน ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.26$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อทั้ง 10 ข้อ พบว่าเป็นความคิดเห็นในระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อ และความคิดเห็นระดับน้อย 8 ข้อ โดยความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ท่านแบ่งปันข้อมูล ความรู้ทางการเรียนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ , ท่านมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นานกว่าที่ตั้งใจไว้เป็นประจำ , ท่านเคยติดตามข่าวสารของสถาบันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านได้รับการนัดแนะ หรือเตือนความจำในเรื่องสำคัญๆจากเพื่อนร่วมชั้นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

จากการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ สังคม และการเรียน ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.39$ )

#### 5.1.6.4 ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชาและการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา สมมติฐาน สาขาวิชามีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยจำแนกตามตัวแปร

ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์  
ด้านความถี่ในการเข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์  
ด้านระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน  
ที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์  
ด้านสถานที่ที่เข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์  
ด้านช่วงเวลาในการเข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 สาขาวิชาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้าน  
บริการเครือข่ายที่เข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## 5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์  
อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สรุปประเด็นอภิปรายดังนี้

1. จากการศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์  
อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้  
เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันมากที่สุดคือ 1 - 2 ชั่วโมงสถานที่ที่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาก  
ที่สุดคือที่บ้าน /ที่พักอาศัย และ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุดคือ facebook จาก  
ผลการวิจัยนี้ สามารถสังเกตได้ว่านักศึกษาระดับปริญญาโทอยู่ในช่วงของวัยเริ่มต้นทำงาน และมีการ  
การศึกษาต่อควบคู่ไปด้วย อาจมีระยะเวลาในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่มากเนื่องจาก  
ภาระหน้าที่ที่เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทธา เรื่องสวัสดิ์ ( 2553 : 4 )ที่ได้ทำการวิจัย  
เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขต  
กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ facebook  
และมีการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย 90 นาที เปิดเข้าใช้สังคมออนไลน์  
จากที่บ้าน/หอพัก

2. จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับ  
ปริญญาโท พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ในภาพรวมอยู่ใน  
ระดับน้อย ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่านักศึกษาระดับปริญญาโท อยู่ในช่วงอายุวัย

ทำงาน หรือวัยรุ่นตอนปลายซึ่งมีวุฒิภาวะ ความเป็นผู้ใหญ่อยู่ในระดับหนึ่งจึงไม่ค่อยได้รับผลกระทบด้านอารมณ์จากสังคมออนไลน์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เวลาที่ท่านอยู่คนเดียว จะใช้เครือข่ายสังคมเพื่อหาเพื่อนคุย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนากิตติ ราชพิบูลย์ (2553 : 89) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาที่รู้สึกเหงา โดดเดี่ยว ต้องการหาเพื่อนคุย

3. จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโทพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สังคมออนไลน์ด้านสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่านักศึกษาระดับปริญญาโทมีกลุ่มเพื่อนที่อยู่ในแวดวงการทำงาน หรือกลุ่มเพื่อนที่เรียนด้วยกัน ติดต่อกันในโลกของสังคมจริงมากกว่าสังคมออนไลน์ ภาพรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสังคม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสังคมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านรู้สึกปลอดภัยในการติดต่อกับเพื่อนทางสังคมออนไลน์มากกว่าการติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจาก นักศึกษาในช่วงอายุนี เป็นช่วงอายุที่อยู่ในวัยรุ่นตอนปลาย ถึงวัยทำงาน ความเป็นผู้ใหญ่ จึงมีความระมัดระวังตัวเองมากขึ้นเมื่อจะทำความรู้จักกับใคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแอนนิรา นิราช (2552 : 5) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com พบว่าอิทธิพลของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานคือ ความรู้สึกปลอดภัยที่ไม่ได้ติดต่อกันแบบเผชิญหน้า และเว็บไซต์ hi5.com มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดเผยตัวตน

4. จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโทพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สังคมออนไลน์ด้านการเรียนในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยซึ่งจากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่านักศึกษาระดับปริญญาโทอยู่ในวัยรุ่นตอนปลายมีความรับผิดชอบในการเรียนมากขึ้นสังคมออนไลน์จึงอาจไม่มีผลในด้านการเรียน อีกทั้งนักศึกษาในระดับปริญญาโทจะมีความกระตือรือร้นในการติดตามข่าวสารด้านการเรียนค่อนข้างสูงเนื่องจากไม่ได้เรียนแบบเต็มเวลา การติดต่อแจ้งข่าวสารด้านการเรียนต่างๆอาจใช้วิธีการติดต่อผ่านช่องทางอื่นๆเช่น การโทรศัพท์เพื่อมั่นใจว่าปลายทางจะได้รับข้อมูลถูกต้อง แต่ก็มีกรแจ้งข่าวสารด้านการเรียนผ่านทางเครือข่ายสังคมด้วยเช่นเดียวกันเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการเรียนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านแบ่งปันข้อมูล ความรู้ทางการเรียนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล อนุศาสนนันท์ (2551 : 5) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ชุมชนออนไลน์ของเยาวชน : กรณีศึกษา [www.dek -d.com](http://www.dek-d.com) พบว่ามีการใช้พื้นที่

สาธารณะดังกล่าวเพื่อแลกเปลี่ยนกันในเรื่องต่างๆ รวมถึงเป็นพื้นที่เคลื่อนไหวด้านการเรียนในเรื่อง แอคมิซัน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลวิจัยการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่าช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือช่วงกลางคืน สถาบันการศึกษาจึงควรมีการส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมศักยภาพของนักศึกษาให้มากขึ้น เนื่องจากนักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่ที่อยู่ในวัยทำงานระหว่างวันอาจมีภาระหน้าที่การงาน จึงมีการเข้าใช้สังคมออนไลน์เป็นจำนวนมากในช่วงกลางคืน

2. กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในที่ทำงาน แสดงให้เห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทมาก แม้ขณะกำลังทำงานก็มีการเปิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปด้วย ดังนั้นจึงควรมีการรณรงค์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน

3. สามารถนำผลวิจัยมาเป็นแนวทางในการทำวิจัยหรือค้นคว้าเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อไป

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานสังคมออนไลน์ ในสถาบันการศึกษาอื่นๆ ได้แก่ นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักเรียนระดับมัธยมศึกษา และนักเรียนระดับประถมศึกษา เพราะกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันอาจทำให้พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์แตกต่างกันด้วย

2. ควรทำการวิจัยพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแง่มุมอื่นๆ เช่นการเล่นเกมส์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การสนทนาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพราะการใช้งานลักษณะที่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นเป็นอย่างมาก ซึ่งการศึกษาการใช้งานสังคมออนไลน์ในแง่มุมอื่นๆที่แตกต่างกันอาจทำให้ได้พฤติกรรมแตกต่างกัน

## บรรณานุกรม

- กติกาสายเสนี. 2551. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online social network) คืออะไร.  
[Online]. Available: <http://stbuschool.wordpress.com/201>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7.  
ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม. 2554. [Online] Available:  
<http://www.inded.kmitl.ac.th/Home/>
- ฉันทนา วิริยะเวชกุล. 2554. "การศึกษาสังคมออนไลน์ภายในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง." รายงานการวิจัยคณะครุศาสตร์  
อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชาติชาย วิเรชรัตน์. 2553. Facebook ทุกมุม. กรุงเทพฯ : จูปีตัส.
- ชนากิตติ ราชพิบูลย์. 2553. "การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อ  
นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ปริญญา  
ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี บัณฑิตวิทยาลัย,  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี.
- โชติวุฒิ อินันต์ดา. 2542. เครือข่ายบริการออกแบบ [Online]. Available:  
<https://sites.google.com/a/thaibds.net/bdsn/download>
- จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. 2552. บทความเกี่ยวกับ Social Network [Online]. Available:  
<http://everythingblog.exteen.com/20100905/social-network>
- ถวิล ธาราโกชน์. 2532. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- นฤมล อนุศาสนนันท์. 2551. "ชุมชนออนไลน์ของเยาวชน กรณีศึกษา WWW.DEK-D.COM."  
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
กรณีศึกษาความคิดเห็นของเด็กและเยาวชน ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ." ปัญหาพิเศษ  
ของ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป บัณฑิต  
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา [Online]. Available: <http://www.veedvil.com>
- พรรณิ ลีกิจวัฒน์. 2552. วิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

- ภัทรา เรื่องสวัสดิ์. 2553. “รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคณาจารย์ในเขตกรุงเทพมหานคร.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคล ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มูทิตา นนทรีย์. 2543. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการทางระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในระดับ อุดมศึกษา.”วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- มูทิตา เตชะศิวานาถ. 2554. “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ฟันทิปปคาเฟ่.” สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ฤดีพร ผ่องสุภาพ .2551. “การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนิสิตนักศึกษา.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัชฎาภรณ์ รังสีประเสริฐ. 2552. “ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเว็บประเภท Social Network Hi5 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต.” สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2553. เฟซบุ๊ก [Online]. Available: <http://th.wikipedia.org>
- วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร. 2537. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อมมูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบวางแผน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- OKNATION. 2551. เว็บไซต์ Hi5 [Online]. Available: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=365887>
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. 2553. การสำรวจออนไลน์กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 2553. [Online]. Available: <http://www.nectec.or.th/index.php>
- สิทธิโชค วรรณสันติกุล. 2546. จิตวิทยาสังคม:ทฤษฎีและการประยุกต์ . กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น
- สุพรรณิ ลีอ่ำ. 2549. “พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการศึกษาวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สุพรรณษา เกษสีแก้ว. 2552. “พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขา
- สำนักทะเบียนและประมวลผล. 2554. จำนวนนักศึกษาลงทะเบียน. [Online]. Available: <http://www.reg.kmitl.ac.th/public/index.php>

อิทธิพล บริติประสงค์. 2552. ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์. [Online]. Available:  
<http://stbuschool.wordpress.com/2010/>

แอนนิรา นิราช. 2552. “เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน  
ในเว็บไซต์ hi5.com.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Anderson Analytics .2009. **Social Media**. [Online]. Available:  
<http://www.andersonanalytics.com>

Boyd,Danah M.,and Ellison,icole B. "Social Network Sites:Definition,History,and  
Scholarship." [Online] Available:<http://www.jcmc.indiana.edu>. 2008

(Webmaster -BlogGang) เพิ่มระบบจัดการรูป.เพื่อการใช้งานบล็อกได้อย่างคุ้มค่า. 2551 [Online]  
Available: <http://www.bloggang.com/viewdiary.php>

## ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ภาคผนวก ข หนังสือราชการ

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าหรือการทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องสังคมออนไลน์ต่อไป จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด

**คำชี้แจง** แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อความเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปิดจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นข้อความเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปิด จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นข้อความเกี่ยวกับความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียน จำนวน 30 ข้อ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความที่เป็นจริงและกรอกข้อความในช่องว่างที่กำหนด

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ

- |         |                          |                  |                          |                |
|---------|--------------------------|------------------|--------------------------|----------------|
| 1. เพศ  | <input type="checkbox"/> | 1. ชาย           | <input type="checkbox"/> | 2. หญิง        |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> | 1. ต่ำกว่า 24 ปี | <input type="checkbox"/> | 2. 24 - 30 ปี  |
|         | <input type="checkbox"/> | 3. 31 - 36 ปี    | <input type="checkbox"/> | 4. 37 ปีขึ้นไป |

3. สาขาวิชาที่กำลังศึกษา
- ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
  - ครุศาสตร์วิศวกรรม
  - ครุศาสตร์สถาปัตยกรรม

4. ชั้นปีที่กำลังศึกษา
- ชั้นปีที่ 1
  - ชั้นปีที่ 2

**ตอนที่ 2** การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปิด จำนวน 10 ข้อ

5. ความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านบ่อยแค่ไหน
- มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน
  - วันละ 1 ครั้ง
  - 2 - 3 วันครั้ง
  - มากกว่า 1 สัปดาห์ ครั้ง
6. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้งของท่าน
- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
  - 1 - 2 ชั่วโมง
  - 3 - 5 ชั่วโมง
  - มากกว่า 5 ชั่วโมง
7. สถานที่ที่ท่านเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด
- ที่บ้าน/ที่พักอาศัย
  - ที่ทำงาน
  - ที่คณะ/สถาบัน
  - ที่ร้านอินเทอร์เน็ต
  - อื่นๆ

8. ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

- 08.01 - 12.00 น.
- 12.01 - 16.00 น.
- 16.01 - 20.00 น.
- 20.01 - 00.00 น.
- 00.01 - 04.00 น.
- 09.01 - 08.00 น.

9. ท่านเข้าใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ใดบ้าง ( ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )

- Facebook
- Hi5
- Twitter
- Multiply
- Youtube
- Window Live Space
- LiveJournal
- MySpace
- อื่นๆโปรดระบุ .....

10. ท่านเข้าใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ใด มากที่สุด ( ตอบเพียงข้อเดียว )

- Facebook
- Hi5
- Twitter
- Multiply
- Youtube
- Window Live Space
- LiveJournal
- MySpace
- อื่นๆโปรดระบุ .....

11. ท่านรู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ท่านเข้าใช้อยู่ได้อย่างไร

- รู้จักและสมัครเล่นด้วยตนเอง จากสื่ออินเทอร์เน็ต
- เพื่อนแนะนำ / ชักชวน
- รู้จักจากสื่ออื่นๆ ระบุ.....

12. เหตุผลที่ท่านเข้าใช้เว็บไซต์สังคมออนไลน์ ( ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )

- ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก
- เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่
- อัปเดตสถานะ / ข้อมูลส่วนตัว / รูปภาพ
- เล่นเกม
- หาข้อมูล / แลกเปลี่ยนข้อมูล
- ติดตามข่าวสารศิลปิน / ดารา / บุคคลมีชื่อเสียง
- ติดตามข่าวสารของสินค้า, ผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ
- เชิญชวนให้บุคคลอื่น เข้าร่วมสมาชิกกลุ่ม
- เชิญชวนให้บุคคลอื่นซื้อสินค้าและบริการ
- เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองจัดขึ้นหรือที่หน่วยงานอื่นจัดขึ้น
- ร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่างๆ เช่น อ่านและแสดงความคิดเห็น, ร่วมเป็นแฟนเพจ
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. ประสบการณ์การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน

- ไม่เกิน 1 ปี
- มากกว่า 1 ปี - 4 ปี
- มากกว่า 4 ปีขึ้นไป

14. ท่านมีเพื่อนในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์รวมทั้งหมดกี่คน

( รวมทุกเว็บไซต์ที่ท่านมีอยู่ )

- ไม่เกิน 100 คน
- 101 - 500 คน
- 501 - 1000 คน
- 1001 คนขึ้นไป

**ตอนที่ 3** ความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียน จำนวน 30 ข้อ

### 3.1 ความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์

**คำชี้แจง** ท่านมีความคิดเห็นต่อข้อความนี้อย่างไร กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของตัวท่านมากที่สุดตามหลักเกณฑ์ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 ระดับ 4 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย  
 ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง  
 ระดับ 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย  
 ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

คำถาม	5	4	3	2	1
1. เวลาที่ท่านรู้สึกโดดเดี่ยวหรืออยู่คนเดียว จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุย					
2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยทำให้ท่านผ่อนคลายความเครียด					
3. ท่านรู้สึกอยากทราบความเคลื่อนไหวในเครือข่ายสังคมออนไลน์					
4. ท่านต้องการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกครั้งที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต					
5. ท่านมักบอกความรู้สึกของท่านผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์					
6. ท่านจะรู้สึกโกรธ เมื่อเห็นข้อความในเชิงลบเกี่ยวกับตัวเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์					
7. เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ จะทำให้ท่านรู้สึกหดหู่					
8. ข้อความจากเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีผลกระทบต่อความรู้สึกของท่าน					
9. ท่านรู้สึกดีใจเมื่อมีเพื่อนมาทักทายในหน้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน					
10. เมื่อรู้สึกผิดหวังหรือเสียใจท่านจะเข้าไประบายความรู้สึกในเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้รู้สึกดีขึ้น					

### 3.2 ความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสังคม

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อความลงในช่องว่างหรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของตัวท่านมากที่สุดตามหลักเกณฑ์ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 ระดับ 4 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย  
 ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง  
 ระดับ 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย  
 ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

คำถาม	5	4	3	2	1
1. หากท่านไม่เข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ท่านจะไม่ได้รับรู้เรื่องราวของเพื่อนๆ					
2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านได้พบกับเพื่อนเก่า					
3. บุคคลในครอบครัวของท่านไม่พอใจเมื่อท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไป					
4. ท่านรู้สึกที่ไม่สามารถเข้ากับกลุ่มเพื่อนได้ หากไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์					
5. ท่านต้องคอยปิดบังเพื่อนหรือคนในครอบครัวเมื่อต้องเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์					
6. ท่านปิดบังข้อมูลที่แท้จริงของตนเอง เพื่อให้เป็นที่สนใจและยอมรับจากเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์					
7. การเขียนข้อความในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน ทำให้เกิดการเข้าใจผิดจนเป็นสาเหตุให้ท่านทะเลาะกับเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด					
8. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโอกาสต่างๆเช่นการทำงาน การเรียน					
9. ท่านรู้สึกปลอดภัยในการติดต่อกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าการติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน					
10. ท่านมีเวลาพูดคุยและทำกิจกรรมกับคนในครอบครัวน้อยลงเนื่องจากใช้เวลาส่วนใหญ่ในการเล่นเครือข่ายสังคมออนไลน์					

### 3.3 ความคิดเห็นจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการเรียน

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อความลงในช่องว่างหรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของตัวท่านมากที่สุดตามหลักเกณฑ์ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 ระดับ 4 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย  
 ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง  
 ระดับ 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย  
 ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

คำถาม	5	4	3	2	1
1. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ก่อนที่จะใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอื่น					
2. ท่านสร้างกลุ่มเฉพาะ (Group) สำหรับเพื่อนที่เรียนด้วยกันในสังคมออนไลน์					
3. ท่านเคยใช้เครือข่ายสังคมในเวลาเรียน					
4. ท่านแบ่งปันข้อมูล ความรู้ทางการเรียนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์					
5. ท่านเคยติดต่อกับอาจารย์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์					
6. ท่านมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นานกว่าที่ตั้งใจไว้เป็นประจำ					
7. ท่านเคยติดตามข่าวสารของสถาบันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์					
8. เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยท่านในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียน					
9. ท่านได้รับการนัดแนะ หรือเตือนความจำในเรื่องสำคัญๆจากเพื่อนร่วมชั้นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์					
10. หากท่านไม่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อาจทำให้พลาดข้อมูลสำคัญๆที่เพื่อนมาโพสต์ไว้					

ขอบคุณทุกท่านที่ร่วมตอบแบบสอบถาม

## ภาคผนวก ข

1. หนังสือผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์
2. หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ
3. หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล

## หนังสือผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์



ประกาศคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาวิทยาศาสตร์ ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2554 ให้ดำเนินการดังนี้

นางสาวชลาสิยา พูลสุข รหัสประจำตัว 52631161 ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (A Study of Social Network of Graduate Students in Faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang)" โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยะเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร.พรณี สักิจวัฒน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประกาศ ณ วันที่ ๒1 สิงหาคม พ.ศ. 2554

(รองศาสตราจารย์ พิรชฎณี สุวรรณจันทร์)  
คณบดี

ภาพที่ ข. หนังสือผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

## หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 3240

วันที่ 26 สิงหาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน รศ.ดร.ธีรวัฒน์ ประกอบผล

ด้วย นางสาวชลาลัย พูลสุข นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา วิชาการศึกษาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" โดยมี รศ.ดร.จินตนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร.พรณี ลีกิจวัฒน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง ดังกล่าวเป็นอย่างดีจึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวชลาลัย พูลสุข มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

กณบดี

ภาพที่ ข.2 หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1

## หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ (ต่อ)



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 3240

วันที่ ๒๘ สิงหาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน รศ.ดร. เกียรติศักดิ์ พันธุ์ลำเจียก

ด้วย นางสาวชลาลัย พูลสุข นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา  
วิชาการศึกษาวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "การศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" โดยมี รศ.ดร.ฉันทมา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์  
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร.พรณี ลีแก้ววัฒนะ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดีจึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม  
มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวชลาลัย พูลสุข มี  
ความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

ภกษาดี

ภาพที่ ข.3 หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2

## หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ (ต่อ)



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศอ.0524.04 / 3240

วันที่ ๒๔ สิงหาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์ ดร. ศจีมาจ ณ วิเชียร

ด้วย นางสาวชลาธิยา พูลสุข นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา  
 ศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์  
 เรื่อง "การศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล.บน  
 เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์  
 ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร.พรณี สิกขวัฒน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง  
 ดังกล่าวเป็นอย่างดีจึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม  
 มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวชลาธิยา พูลสุข มี  
 ความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ  
 เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)  
 กณบดี

ภาพที่ ข.4 หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3

## หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ (ต่อ)



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 3240

วันที่ 26 สิงหาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมพ์

ด้วย นางสาวชลาลัย พูลสุข นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา  
วิชาการศึกษาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "การศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์  
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร.พรณี ลีภักดิ์นะ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดีจึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม  
มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวชลาลัย พูลสุข มี  
ความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์ พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

กณบดี

ภาพที่ ข.5 หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4

## หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ (ต่อ)



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 3240

วันที่ 26 สิงหาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด

ด้วย นางสาวชลาลัย พูลสุข นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา  
วิชาการศึกษาวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "การศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" โดยมี รศ.ดร.อัทธมา วิริยะเวชกุล เป็นอาจารย์  
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร.พรหมณี สี่กิจวัฒนะ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดีจึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม  
มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวชลาลัย พูลสุข มี  
ความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

กณบดี

ภาพที่ ข.6 หนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5

## หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692  
ที่ ศธ 0524.04 / 3661 วันที่ / ๑ กันยายน 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

ด้วยนางสาวสลาลัย พูลสุข นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
การศึกษาวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง  
"การศึกษาสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง" โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร.  
พรหมณี สักกวิวัฒน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว  
เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2554 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้  
นางสาวสลาลัย พูลสุข ทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักศึกษาระดับปริญญาโท ภายใน  
คณะของท่านได้ พร้อมทั้งนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ  
และแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)  
คณบดี

ภาพที่ ข.7 หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวชลาลัย พูลสุข
วัน เดือน ปีเกิด	18 ตุลาคม 2525
สถานที่เกิด	สมุทรปราการ
ที่อยู่ปัจจุบัน	3263 หมู่1 ถนนสุขุมวิท 107 ตำบลสำโรงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2547 สำเร็จการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ) สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปีการศึกษา 2555 สำเร็จการศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วท.ม) สาขาวิชาการศึกษาวิทยาศาสตร์ (คอมพิวเตอร์) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สถานที่ทำงาน	บมจ. โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น dtac ตำแหน่ง Supervisor Organization Excellence