

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

UNDERGRADUATE STUDENTS' ONLINE  
SOCIAL MEDIA USING BEHAVIORS AT  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG



จพ.

๑๖๒๙พ

๒๕๕๘

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน 140192  
รับเดือนปี ๑๕ ๒๕๕๘



๑๒๗๓๔๖๕๒

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม (เทคโนโลยีทางการศึกษา)  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. ๒๕๕๘

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับภา ISBN-2015-ED-M-219-095 มอนูญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

UNDERGRADUATE STUDENTS' ONLINE  
SOCIAL MEDIA USING BEHAVIORS AT  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG



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

2015

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับภายในของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2015

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ห้าหน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
Undergraduate Students' Online Social Media Using  
Behaviors at King Mongkut's Institute of Technology  
Ladkrabang

นักศึกษา

นางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ

รหัสประจำตัว

56603054

ปริญญา

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

ครุศาสตร์อุตสาหกรรม (เทคโนโลยีทางการศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูริย์ พิมพ์ดี

| คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ | ลายมือชื่อ  |
|--------------------------|-------------|
| ผศ.ดร.ศิริรัตน์          | เพชรแสงศรี  |
| รศ.ดร.ฉันทนา             | วิริยเวชกุล |
| ผศ.ดร.ไพฑูริย์           | พิมพ์ดี     |
| รศ.อรรถพร                | ฤทธิเกิด    |
| รศ.ดร.สุพิทย์            | กาญจนพันธ์  |

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ

14 มิถุนายน 2558 เวลา 15.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ

ณ ห้องเรียนปริญญาเอก คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

วันที่ ๕๙ เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์               | พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี |
| นักศึกษา                        | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง          |
| รหัสประจำตัว                    | สาครรัตน์ เกาประเสริฐ                                   |
| ปริญญา                          | 56603054  |
| สาขาวิชา                        | ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต                            |
| พ.ศ.                            | ครุศาสตร์อุตสาหกรรม (เทคโนโลยีทางการศึกษา)              |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์     | 2558  |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม | รองศาสตราจารย์ ดร. ฉันทนา วิริยเวชกุล                   |
|                                 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ พิมดี                    |

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำแนกตามเพศ กลุ่มคณะ ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 377 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามคณะ จากประชากรจำนวน 20,157 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test Independent Group การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffé ผลการวิจัยพบว่า

1) นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ ช่วงเวลา 20.01-00.00 น. มากที่สุด ความถี่มากกว่า 5 ครั้งต่อวัน ระยะเวลาเฉลี่ยในแต่ละครั้งมากที่สุด คือ 1-2 ชั่วโมง เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยเป็นลำดับที่ 1 คือ Line สถานที่ที่เข้าใช้ส่วนใหญ่เข้าใช้ที่บ้าน/ที่พักอาศัย การใช้งานส่วนใหญ่ใช้บริการคือ Facebook การใช้งานที่นิยมใช้มากที่สุด คือ Facebook เหตุผลที่เข้าใช้ส่วนใหญ่ใช้เพื่อติดต่อบุคคลที่รู้จักมากที่สุด

2) นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านอารมณ์ ด้านสังคม ด้านการเรียน และภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3) นักศึกษาที่มีเพศ ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|                   |  |
|-------------------|--|
| Thesis Title      | Undergraduate Students' Online Social Media Using Behaviors at King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang |
| Student           | Miss. Sakornrat Paoprasert   |
| Student ID.       | 56603054   |
| Degree            | Master of Industrial Education   |
| Program           | Industrial Education (Educational Technology)  |
| Year              | 2015   |
| Thesis Advisor    | Associate Professor Dr. Chantana Viriyavejakul   |
| Thesis Co-Advisor | Assistance Professor Dr. Paitoon Pimdee  |

## ABSTRACT

This study aimed 1) to study undergraduate students' behaviors in using online social media, 2) to compare the behaviors in using online social media of undergraduate students divided by genders, timing and frequency of usage. The samples were 377 undergraduate students at King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang in second semester of academic year 2014. The samples were selected by stratified sampling method from 20,157 students. The instruments used in the study was a questionnaire which was divided into three categories, including the demographic data of students. The second part of questionnaires was the use of social networks of the samples. The third part of questionnaires was the opinion of samples toward the use of online social media. The reliability of the questionnaires was 0.85. Data were analyzed with statistical software packages with mean and Standard Deviation, t-test for independent group, one-way ANOVA and Scheffé's method of paired comparison with significance level of 0.05. The results showed that:

1) Undergraduate students mostly used online social media at the time between 20.01-00.00. The frequency of access social networking were more than five times a day. The mostly average time of using was 1-2 hour. The mostly frequency used of online social media was "Line". The mostly locations of using online social media were at home/residences. "Facebook" was the most popular social media.

The most reason of using social media was to communicate with known individuals.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) Undergraduate students had high opinion toward online social media on emotion, social, learning and in overall aspect.

3) Undergraduate students with different gender, period of usage, and frequency of online social media usage had significantly different opinion toward online social media using at 0.05 level.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้อย่างดีด้วยความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร. ฉันทนา วิริยเวชกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ พิมดี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทาง รวมถึงการตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนสามารถจัดทำได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และให้คำแนะนำ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือประเมินคุณภาพความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษาต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริรัตน์ เพ็ชรแสงศรี รองศาสตราจารย์ ดร. ฉันทนา วิริยเวชกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ พิมดี รองศาสตราจารย์ อรรถพร ฤทธิเกิด และดร.ราชันย์ บุญธิมา ที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อเค้าโครงวิทยานิพนธ์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ขั้นสุดท้าย รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิทย์ กาญจนพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริรัตน์ เพ็ชรแสงศรี รองศาสตราจารย์ ดร. ฉันทนา วิริยเวชกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ พิมดี และรองศาสตราจารย์อรรถพร ฤทธิเกิด ที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อเค้าโครงวิทยานิพนธ์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องจนทำให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ตาและยายที่รัก พี่น้องส่วนสารนิเทศและประชาสัมพันธ์ สจล. และคุณจันทร์ศรี สุขวิเศษ ช่วยประสานด้านงานพิมพ์ตลอดมา

ขอขอบคุณอาจารย์ที่สอนทุก ๆ ท่าน เพื่อน ๆ รุ่น 19 ที่คอยช่วยเหลือซึ่งกันและกันมาตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอขอบคุณบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวถึงมาไว้ในนี้ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ เป็นกำลังใจ พร้อมทั้งให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ จนทำให้ผู้วิจัยทำงานวิจัยลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ประโยชน์ที่ได้จากการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

สาครรัตน์ เกาประเสริฐ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....   | I    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....  | II   |
| กิตติกรรมประกาศ.....   | IV   |
| สารบัญ.....  | V    |
| สารบัญตาราง.....   | VIII |
| สารบัญภาพ.....   | X    |
| บทที่ 1 บทนำ.....  | 1    |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....  | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....   | 3    |
| 1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....   | 3    |
| 1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....  | 3    |
| 1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....   | 4    |
| 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....   | 5    |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....  | 6    |
| 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของการจัดการการศึกษาต่าปริญญตรีของสถาบันเทคโนโลยีพระ<br>จอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง..... | 6    |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์.....   | 7    |
| 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มหรือเครือข่าย.....   | 17   |
| 2.4 บริการต่าง ๆ ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์.....   | 21   |
| 2.5 ผลของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์.....   | 27   |
| 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....   | 28   |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....  | 37   |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....   | 37   |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....  | 38   |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....   | 41   |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....  | 42   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....   | 45   |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม .....              | 45   |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา.....               | 47   |
| 4.3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....                  | 51   |
| 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์..... | 55   |
| <br>  |      |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....                                   | 60   |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย .....  | 60   |
| 5.2 อภิปรายผล .....   | 61   |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ .....  | 66   |
| <br>  |      |
| บรรณานุกรม.....   | 67   |
| <br>  |      |
| ภาคผนวก.....  | 71   |
| ภาคผนวก ก หนังสือราชการ.....  | 72   |
| ภาคผนวก ข คุณภาพเครื่องมือ.....   | 88   |
| ภาคผนวก ค แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....                                       | 91   |
| <br>  |      |
| ประวัติผู้เขียน.....  | 97   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญตาราง

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 3.1 จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตามคณะ/วิทยาลัย.....   | 38   |
| 3.2 ค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามแต่ละส่วน.....   | 41   |
| 3.3 เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ .....  | 42   |
| 4.1 จำนวน ค่าร้อยละ และลำดับที่ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .....            | 45   |
| 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์.....  | 47   |
| 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์.....   | 47   |
| 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้ง .....                         | 48   |
| 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ .....  | 48   |
| 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์.....  | 49   |
| 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด.....   | 49   |
| 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ .....   | 50   |
| 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา .....                               | 51   |
| 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านอารมณ์ จำแนกเป็นรายข้อ .....   | 51   |
| 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านสังคม จำแนกเป็นรายข้อ .....    | 53   |
| 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านการเรียน จำแนกเป็นรายข้อ ..... | 54   |
| 4.13 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ .....   | 55   |
| 4.14 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามกลุ่มคณะ .....  | 55   |
| 4.15 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ .....                        | 56   |
| 4.16 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามช่วงเวลา ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ .....                       | 57   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 4.17 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์..... | 58   |
| 4.18 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์..... | 59   |
| ข.1 ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามกับนิยามศัพท์.....                                  | 89   |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญภาพ

| ภาพที่   | หน้า |
|--|------|
| 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....  | 4    |
| 2.1 แนวความคิดเรื่องเครือข่ายตรงแบบง่าย.....                                 | 9    |
| 2.2 แนวความคิดเรื่องเครือข่ายตรงแบบที่ซับซ้อนขึ้น.....                       | 10   |
| 2.3 แนวความคิดเรื่องเครือข่ายอ้อม.....                                       | 10   |
| 2.4 กรอบแนวความคิดของเมเยอร์เกี่ยวกับวิธีการศึกษาเครือข่ายสังคม.....         | 11   |
| 2.5 กรอบแนวความคิดของบาร์นส์เกี่ยวกับวิธีการศึกษาเครือข่ายสังคม.....         | 12   |
| 2.6 กรอบแนวความคิดของโบเชแวงซึ่งอาศัยระยะห่างทางสังคมเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง..... | 13   |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคของโลกไร้พรมแดน ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสาร พุดคุย สนทนากันได้ โดยแค่ปลายนิ้วสัมผัส เพื่อตอบสนองความต้องการ และดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networking) จึงกล่าวได้ว่า สังคมออนไลน์เป็นการเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการทางสังคมที่มุ่งเน้นในการสร้างและสะท้อนให้เห็นถึงเครือข่าย หรือความสัมพันธ์ทางสังคม ในกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือมีกิจกรรมร่วมกัน บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เน้นการให้บริการผ่านหน้าเว็บ และให้มีการตอบโต้กันระหว่างผู้ใช้งานผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นหนึ่งของประเภทการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน ที่ให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรือหลาย ๆ กิจกรรมกับผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก แชทคุยกันแบบสดๆ เล่นเกมแบบเป็นกลุ่ม (เป็นที่นิยมกันอย่างมาก) และยังสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่ม เต็มอยู่เรื่อยๆ โดยการใช้งานของผู้ใช้งานเริ่มต้นจากความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานในลักษณะต่าง ๆ ทั้งที่เป็นเพื่อนกันอยู่แล้ว เพื่อนของเพื่อน เพื่อนเก่า หรือแม้กระทั่งคนที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ก็สามารถมาทำความรู้จักผ่านเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ด้วยการสื่อสารโดยคอมพิวเตอร์โดยมีตัวกลางทางการสื่อสาร เช่น มือถือและแท็บเล็ต และยังสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้เรียน ได้หลายลักษณะ เช่น โพสต์ข้อความลงในกระดานข่าว ของกลุ่ม โพสต์รูปภาพและวิดีโอที่อัปโหลดโดยสมาชิก ตั้งคำถามและสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น (Poll) ทั้งนี้ก่อให้เกิดผลสำคัญกับผู้เรียน คือ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสังคมในชั้นเรียน กระตุ้นให้เกิดการศึกษาค้นคว้า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่กว้างขวาง ส่งเสริมการศึกษาตามความสนใจหรือความถนัด และส่งเสริมการบันทึกการอ่าน ผู้สอนสามารถศึกษาความพร้อมของผู้เรียนและติดตามพฤติกรรมการใช้อย่างใกล้ชิดและสามารถสร้างเครือข่ายผู้สอนและผู้ปกครองเพื่อประสิทธิภาพของการดูแลผู้เรียนต่อไป

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพทอ. กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (MICT) จัดแถลงรายงานสรุปผลสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี 2014 เพื่อทราบว่าคนไทยส่วนใหญ่ในประเทศไทย ใช้อินเทอร์เน็ตทำอะไร และใช้อย่างไร โดยที่น่าสนใจคือคนไทยสั่งซื้อของทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นแบบก้าว

เอกลักรวมเขียนเอกสารที่เสริมพลังหรือบริการเชิงนวัตกรรมเพื่อคนไทยเท่านั้น เมื่อเข้าสู่เวทีไปเปรียบเทียบกับการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระโดด จากผลสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี 2014 นี้ มีผู้ตอบแบบสำรวจมา 16,596 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนข้าราชการ พนักงานหรือลูกจ้างเอกชน และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา เป็น 3 อันดับแรกที่ตอบแบบสำรวจมากที่สุด ทั้งนี้จากกลุ่มผู้ตอบแบบสำรวจ ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 5 ปีแล้ว โดยค่าเฉลี่ยของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2556 ซึ่งมี ตัวเลขการใช้งานเน็ตโดยเฉลี่ย 32.3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาโดยประมาณ 4.6 ชั่วโมงต่อวัน พอมาปี 2557 ตัวเลขการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นเป็น 50.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาโดยประมาณ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน (หรือคิดเป็น 1 ใน 3 ของวันเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต) ทั้งนี้คนไทยใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตอยู่กับสมาร์ทโฟนมากที่สุด ในช่วงเวลา 4 โมงเย็น จนถึงเช้าวันใหม่เวลา 8.00 น. ส่วนช่วงเช้า 8.00 น. ถึงช่วงบ่าย 16.00 น. ส่วนใหญ่จะใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในการท่องโลกอินเทอร์เน็ต จากการสำรวจกิจกรรมยอดนิยมของคนไทยพบว่าใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมี 2 ช่องทาง คือ ผ่านช่องทางสมาร์ทโฟนจะนิยมเข้าใช้พวกเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 อ่านข่าว อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มาเป็นอันดับ 2 และค้นหาข้อมูลเป็นอันดับที่ 3 และผ่านช่องทางคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จะนิยมเข้าไปเช็คเมล รับ-ส่งอีเมลมากที่สุด ส่วนอันดับ 2 เป็นการค้นหาข้อมูล และอันดับ 3 อ่านข่าว อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จากการสำรวจเมื่อช่วงปลายวันที่ 27 พฤษภาคม 2557 ที่ผ่านมามีงานใหญ่สำหรับคนวงการออนไลน์ คือ งาน Thailand Social Awards 2014 ซึ่งเป็นงานประกาศมอบรางวัลแก่ธุรกิจและบุคคลดั่งบนโลกออนไลน์ จัดโดย Socialinc เว็บไซต์วิเคราะห์สถิติต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ โดยภายในงานนั้นนอกจากจะได้เห็นงานประกาศรางวัลของชาวออนไลน์สาขาต่าง ๆ แล้ว ยังได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน Social Media ต่าง ๆ ทั้ง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอินสตราแกรมของคนไทยด้วย จากผลสำรวจดังกล่าวคนไทยส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเล่นเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เฟซบุ๊ก ไลน์ กูเกิ้ลพลัส อินสตราแกรม และทวิตเตอร์ ตามลำดับ

จากการใช้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จึงมีการทำวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม และการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ออกมาอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยจำแนกตาม เพศ กลุ่ม คณะ ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งหลังจากผู้วิจัยได้ค้นคว้าแล้วเห็นว่ามีประโยชน์ในการนำมาพัฒนาการเรียนการสอนของสถาบันอย่างต่อเนื่องได้ จึงได้ทำวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งมีการใช้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการแจ้งข่าวสารและรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ในชั้นเรียน หรือเพื่อติดตามข่าวสารจากทางสถาบัน และรับรู้ข่าวสารที่ทันสถานการณ์ต่อไปในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำแนกตามเพศ กลุ่มคณะ ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

นักศึกษาที่มีเพศ กลุ่มคณะ ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

## 1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดการศึกษาสังคมออนไลน์ภายในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ของฉันทนา วิริยเวชกุล (2554 : 6) และแนวคิดผลของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของชนากิตติราชพิบูลย์ (2553 : 3) และได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย และแสดงดังภาพที่ 1.1

กรอบแนวคิดของความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ความคิด ความรู้สึกของภายหลังจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (ฉันทนา วิริยเวชกุล. 2554 : 6; ชนากิตติ ราชพิบูลย์. 2553 : 3) ประกอบด้วย 3 ด้าน

1. ด้านอารมณ์
2. ด้านสังคม
3. ด้านการเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

### 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการศึกษา ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557

1. ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2557 ชั้นปีที่ 1 จำนวน 20,157 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล. 2557 : Online)

2. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 377 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan ที่ระดับเชื่อมั่น 95% (พรณี ลี กิจวัฒน์. 2555: 147) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามคณะ

3. ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

3.1 ตัวแปรอิสระ คือ เพศ กลุ่มคณะ ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียน

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดของนักศึกษาที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน คือ

1.6.1.1 ด้านอารมณ์ หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดที่นักศึกษามีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในด้านจิตใจที่ส่งผลต่อความรู้สึก ความคิดและอารมณ์

1.6.1.2 ด้านสังคม หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดที่นักศึกษามีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในการใช้ชีวิต การอยู่ร่วมกับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นบุคคลในครอบครัว เพื่อน และคนในสังคม

1.6.1.3 ด้านการเรียน หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดที่นักศึกษามีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในแง่ของการเรียน การใช้ประโยชน์ เพื่อการศึกษา

1.6.2 นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2557 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.6.3 เพศ หมายถึง เพศของนักศึกษา จำแนกเป็นเพศชาย และเพศหญิง

1.6.4 กลุ่มคณะ หมายถึง คณะ/วิทยาลัย ที่นักศึกษาสังกัด จำแนกเป็นกลุ่มคณะด้านวิทยาศาสตร์ประกอบด้วย คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะอุตสาหกรรมเกษตร วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการข้อมูล วิทยาลัยนาโนเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบังวิทยาลัยนานาชาติ และกลุ่มคณะด้านสังคมศาสตร์ประกอบด้วย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิทยาลัยบริหารและจัดการ

1.6.5 ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคม หมายถึง ช่วงเวลาที่นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกเป็นระหว่าง 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. และ 04.01–08.00 น.

1.6.6 ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง จำนวนครั้งที่นักศึกษาใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ในหนึ่งวัน จำแนกเป็น 1 ครั้งต่อวัน ระหว่าง 2-3 ครั้งต่อวัน ระหว่าง 4-5 ครั้งต่อวัน และมากกว่า 5 ครั้งต่อวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ศึกษา จากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยดังนี้

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของการจัดการการศึกษาระดับปริญญาตรี ของสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มหรือเครือข่าย

2.4 บริการต่าง ๆ ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.5 ผลของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลพื้นฐาน ของ การ จัด การ การ ศึกษาระดับปริญญาตรี ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2.1.1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พ.ศ. 2528 เป็นนิติบุคคล มีฐานะเป็น กรมในทบวงมหาวิทยาลัย ปัจจุบันสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การศึกษา วิจัย ส่งเสริมและให้บริการวิชาการทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และครุศาสตร์อุตสาหกรรม รวมทั้งทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมของชาติ ชื่อสถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประกอบด้วย พระนาม “พระจอมเกล้า” ซึ่ง พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้มีพระบรมราชานุญาตให้อัญเชิญพระบรมราช ลัญจกร “พระมหาพิชัยมงกุฏ” ของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 เป็นตรา สัญลักษณ์ประจำสถาบันฯ นับเป็นมหามงคลยิ่ง ส่วนคำว่า “เจ้าคุณทหาร” นั้น มีไว้เพื่อเป็นอนุสรณ์ แต่ท่านเจ้าพระยาสุรวงษ์ไวยวัฒน์ (วร บุนนาค) ตามที่ท่านเลี่ยม พรตพิทยพยัต ทายาทของท่านได้ แจ้งความประสงค์ไว้ในการบริจาคที่ดินซึ่งเป็นที่ตั้งของสถาบันฯ ในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.2 การจัดการการศึกษาระดับปริญญาตรีของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปัจจุบันสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเปิดสอนในระดับปริญญาตรี ประกอบด้วย นักศึกษา ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 ทั้งหมด 7 คณะ 4 วิทยาลัย ดังนี้

|  |              |                  |
|--|--------------|------------------|
| 1. คณะวิศวกรรมศาสตร์                         | จำนวน        | 5,637 คน         |
| 2. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์                      | จำนวน        | 2,458 คน         |
| 3. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม                    | จำนวน        | 2,238 คน         |
| 4. คณะเทคโนโลยีการเกษตร                      | จำนวน        | 2,434 คน         |
| 5. คณะวิทยาศาสตร์                            | จำนวน        | 4,835 คน         |
| 6. คณะอุตสาหกรรมเกษตร                        | จำนวน        | 793 คน           |
| 7. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ                      | จำนวน        | 505 คน           |
| 8. วิทยาลัยนานาชาติ                          | จำนวน        | 123 คน           |
| 9. วิทยาลัยนาโนเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง | จำนวน        | 170 คน           |
| 10. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการข้อมูล          | จำนวน        | 133 คน           |
| 11. วิทยาลัยการบริหารและจัดการ               | จำนวน        | 831 คน           |
| <b>รวมทั้งสิ้น</b>                           | <b>จำนวน</b> | <b>20,157 คน</b> |

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

### 2.2.1 ทฤษฎีเครือข่ายทางสังคม

โซติวุฒิ อินันต์ดา (2542 : Online) ได้กล่าวถึงทฤษฎีเครือข่ายทางสังคมว่า การสร้างเครือข่ายการทำงานเป็นวิธีการทำงานที่ได้รับความนิยม ทั้งในภาคธุรกิจและในการทำงานเชิงพัฒนาสังคม ซึ่งในโลกธุรกิจนั้นแนวความคิดของระบบเครือข่ายได้เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2513 โดยเริ่มจากธุรกิจของการจัดหางานทำ และการสรรหาบุคคลที่เหมาะสม สำหรับในทางสังคมวิทยา เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Network) อย่างหนึ่งที่แตกต่างไปจากกลุ่ม โดยที่กลุ่มจะมีขอบเขตที่ชัดเจน รู้ว่าใครเป็นสมาชิก มีความเป็นรูปธรรมมองเห็นได้ มีโครงสร้างทางสังคมในระดับหนึ่ง แต่เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่ไม่มีขอบเขตการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกันที่จะเห็นเป็นรูปธรรม

เครือข่ายมี 3 ลักษณะ คือ เครือข่ายแลกเปลี่ยน เครือข่ายการติดต่อสื่อสาร และ เครือข่ายความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกัน เครือข่ายไม่มีโครงสร้างแน่นอนตายตัว อาจมีการออกแบบโครงสร้างขึ้นมาทำหน้าที่สานความสัมพันธ์ระหว่างคน กลุ่มองค์กรให้ต่อเนื่อง แต่ในเครือข่ายไม่มีใครบังคับให้ใครทำอะไรได้ แต่ละคนหรือกลุ่มองค์กรต่างก็เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายได้เท่า ๆ กัน ดังนั้น

เอกลักษณ์แบบความสัมพันธ์ทางสังคมของเครือข่ายจึงมีความซับซ้อนกว่ากลุ่มองค์กรไม่มากนักกระโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการวิเคราะห์เครือข่ายสามารถนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสรรพสิ่งต่าง ๆ ได้ตั้งแต่ระดับครอบครัวจนถึงระดับโลก สรรพสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ภายในเครือข่ายความสัมพันธ์ เราเรียกว่าจุด (Node) ถ้ามีการเชื่อมโยงระหว่างจุดต่าง ๆ ความสัมพันธ์ (Relationships) ของจุดเหล่านี้ก็คือเครือข่าย (Network) ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีจะสามารถทำให้บุคคลในองค์กรมาประสาน เชื่อมโยง เพื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในปัจจุบันนี้มีองค์กรจำนวนมากตระหนักว่าเครือข่ายเป็นเครื่องมือที่มีคุณค่าในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกันขององค์กรที่มีวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกันหรือเกี่ยวข้องกันให้ได้ประโยชน์สูงสุดภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

ทฤษฎีและแนวคิดการสร้างเครือข่ายการสร้างเครือข่ายในการทำงานเชิงพัฒนา มีแนวโน้มที่จะเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างองค์กรที่ทำงานพึ่งพิงซึ่งกันและกัน มากกว่าที่จะแข่งขันกัน ทฤษฎีและแนวคิดที่อธิบายการสร้างเครือข่ายการทำงานได้แก่

1. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) อธิบายถึง การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน ดังนั้นเหตุผลหลักที่จะทำให้เครือข่ายเกิดขึ้นได้โดยสมัครใจ ก็คือ แต่ละฝ่ายมองเห็นประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการเข้าร่วมเครือข่าย ซึ่งจะ นำไปสู่ความเต็มใจที่จะประสานกันหรือเข้าร่วมเป็นเครือข่าย

2. แนวคิดการรวมพลัง (Synergy) เป็นการผนึกกำลังในลักษณะที่มากกว่า  $1+1 = 2$  แต่ต้องเป็น  $1+1 > 2$  หมายความว่า การรวมพลังกันทำงานนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าหรือเข้มแข็งมากกว่าการที่แต่ละองค์กรจะทำงานโดยโดดเดี่ยว

### 2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ความสัมพันธ์ทางสังคมที่บุคคลมีต่อกันและกันภายในเครือข่าย สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายปริมาตร (zones) ทั้งนี้โดยเริ่มจากบุคคลที่เป็นศูนย์กลาง (ego-centric) ในเชิงทฤษฎีอาจพูดว่าไม่เพียงแต่บุคคลหนึ่งจะมีเครือข่ายเพียง 1 หรือ 2 ปริมาตรเท่านั้น แต่อาจจะมี 3 หรือ 4 หรือกี่ปริมาตรก็ได้ เพราะโดยความเป็นจริงระบบสังคมใหญ่ทั้งหมดเปรียบเสมือนเป็นเครือข่ายรวม ซึ่งประกอบด้วยสายใยของความสัมพันธ์หรือเครือข่ายซึ่งเกิดจากจุดหนึ่งคือ ปัจเจกบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แล้วขยายวงกว้างออกไปตามขั้นตอนของวงจรชีวิตสถานภาพและบทบาทของบุคคลผู้นั้น เพราะฉะนั้นโดยทั่วไปแล้ว การศึกษาเครือข่ายสังคมจึงเริ่มต้นที่การกำหนดจุดศูนย์กลางที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง และเครือข่ายเปรียบเสมือนลูกโซ่ของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริงของบุคคลผู้นั้นกับบุคคลอื่น ๆ ดังนั้นจึงมีนักวิชาการบางท่านใช้คำว่า “เครือข่ายบุคคล” แทนคำว่า “เครือข่ายสังคม” อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่รับการกำหนดให้เป็นจุดศูนย์กลางกับบุคคลอื่นหรือกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วยนั้น ส่วนใหญ่มักจะกินขอบเขตกว้างมาก จนเกิดปัญหาขึ้นว่าเมื่อจะทำการศึกษาเครือข่ายสังคมหรือเครือข่ายบุคคลแล้ว จะมีวิธีการใดบ้างที่จะระบุขอบเขตของการศึกษาเครือข่ายนั้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการกำหนดขอบเขตของเครือข่ายสังคมนั้นทำได้หลายลักษณะด้วยกันโดยอาศัยแนวความคิดของนักวิชาการที่สำคัญ เช่น Wolfe, Barnes, Mayer และ Boissevain ซึ่งจะได้นำเสนอตามลำดับดังนี้

1. แนวความคิดของ Wolfe (1970 ; อ้างใน รัชฎาภรณ์ รังสีประเสริฐ. 2552 : 37) ได้แบ่งเครือข่ายสังคมออกเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ ตามพื้นฐานลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กล่าวคือ 1) เครือข่ายที่ไม่มีข้อจำกัด (Unlimited Network) ซึ่งได้แก่เครือข่ายที่เกิดจากบุคคลแรก ซึ่งบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ อันสามารถเพิ่มจำนวนขึ้นได้โดยจำกัดว่าจะจะเป็นความสัมพันธ์ระดับไหน และ 2) เครือข่ายที่มีข้อจำกัด (Limited Network) ซึ่งเป็นการระบุเครือข่ายโดยตั้งกฎเกณฑ์บางอย่างขึ้นมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ดังนี้ คือ

- 1.1 เครือข่ายส่วนตัวของบุคคล
- 1.2 ประเภทบุคคล (เช่น ญาติ เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน)
- 1.3 กิจกรรมหรือพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์
- 1.4 บทบาทหน้าที่ของบุคคลที่เกี่ยวข้อง
- 1.5 เนื้อหาของการแลกเปลี่ยนนั้นเป็นไปในทางเศรษฐกิจ หรือทางการเมือง (ดังภาพที่

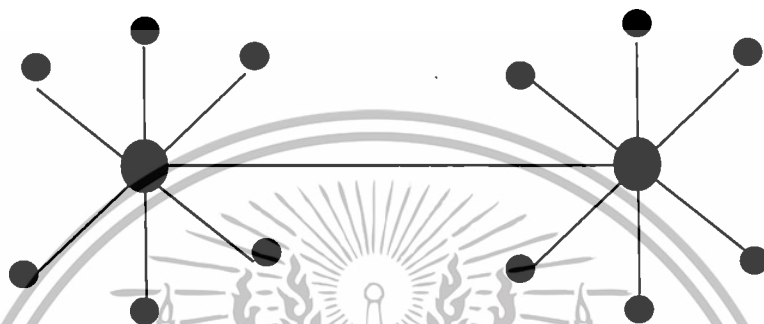
2.1 ประกอบ) ดังนั้น ในกรณีนี้เครือข่ายสังคมจะสามารถระบุได้ก็ต่อเมื่อผู้ศึกษากำหนดเกณฑ์ขึ้นมา



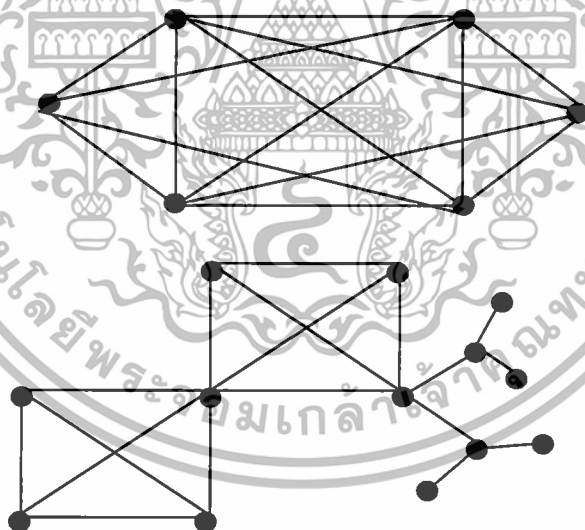
ภาพที่ 2.1 แนวความคิดเรื่องเครือข่ายตรงแบบง่าย

2. แนวความคิดของ Barnes (อ้างใน รัชฎาภรณ์ รังสีประเสริฐ. 2552 : 37) นักมานุษยวิทยาอีกผู้หนึ่ง คือ Barnes ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับเครือข่ายว่าความสัมพันธ์ทางสังคมก่อให้เกิดเครือข่ายรวม (Total Network) และเครือข่ายย่อย (Partial Network) ซึ่งเครือข่ายย่อย ก็คือความสัมพันธ์ส่วนหนึ่งในหลาย ๆ ส่วนของเครือข่ายรวมโดยที่เครือข่ายย่อยนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจ เครือญาติ การเมือง หรือระบบย่อยอื่น ๆ ของสังคม กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ Barnes มองว่า เครือข่ายรวมเปรียบเสมือนกับระบบสังคมใหญ่และเครือข่ายย่อยเปรียบเสมือนกับระบบย่อย นอกจากนี้ Barnes ยังได้เสนอเกี่ยวกับเครือข่ายตรง (The First Order) เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Network หรือ Direct Network) และเครือข่ายอ้อม The Second Order Network หรือ Indirect Network) ตามความหมายของ Barnes เครือข่ายตรง หมายถึง การติดต่อโดยตรงของปัจเจกบุคคลที่มีกับผู้อื่นได้แก่ ครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน และผู้ร่วมงาน ซึ่งบุคคลเหล่านี้มักจะมีการติดต่อกันและกันอย่างสม่ำเสมอ ดังภาพที่ 2.1 และ 2.2 ส่วนเครือข่ายอ้อมนั้น Barnes หมายถึง การเกี่ยวข้องติดต่อกันของปัจเจกบุคคลอื่นโดยทางอ้อม กล่าวคือ คนที่เป็นจุดศูนย์กลางอาจไม่รู้จักับบุคคลอื่น ๆ โดยตรง หากแต่สามารถติดต่อสมาชิกที่อยู่ในเครือข่ายของตนเองได้ ดังที่แสดงไว้ในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.2 แนวความคิดเรื่องเครือข่ายตรงแบบที่ซับซ้อนขึ้น



ภาพที่ 2.3 แนวความคิดเรื่องเครือข่ายอ้อม

3. แนวคิดของ Mayer (1970 ; อ้างใน รัชฎาภรณ์ รังสีประเสริฐ. 2552 : 38) นอกจากแนวความคิดของ Wolfe และ Barnes แล้ว เมเยอร์เป็นอีกผู้หนึ่งที่ได้อธิบายวิธีการศึกษาเครือข่ายสังคมให้มีความจำกัดขึ้น โดยได้นำแนวความคิดของเรดคลิฟฟ์ บราวน์ มาผสมผสานกับแนวความคิด Barnes โดย Mayer ได้ตั้งเกณฑ์ไว้ว่า ในการศึกษาเครือข่ายสังคมนั้นผู้วิจัยจะต้องกำหนดตัวบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางก่อน เมื่อกำหนดได้แล้ว ผู้วิจัยจะได้เครือข่ายที่เกิดขึ้นตามลักษณะความสัมพันธ์ทาง

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับโรงเรียน เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

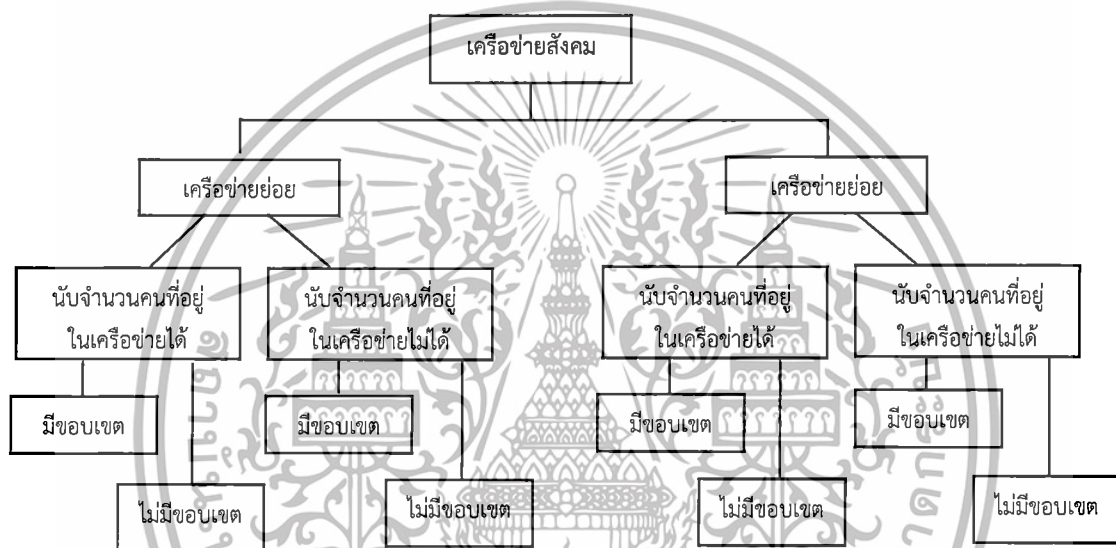
สังคมของบุคคลนั้นกับบุคคลอื่น ๆ 2 ประเภท คือ เครือข่ายตามการแยกประเภทของบุคคลหรือกลุ่มคนที่บุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วย ซึ่งในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะต้องเข้าใจถึงโครงสร้างทางสังคมด้วย และต้องเรียนรู้ว่าบุคคลที่คนได้กำหนดให้เป็นจุดศูนย์กลางของการศึกษาเครือข่ายนั้นได้จัดประเภทบุคคลต่าง ๆ ที่เขามีความสัมพันธ์ด้วยนั้นไว้อย่างไร เรียกว่าเป็นการระบุขอบเขตของเครือข่ายสังคมที่จะศึกษาตามลักษณะการแยกประเภทคนหรือกลุ่มคน (Classificatory Set) ส่วนเครือข่ายอีกประเภทหนึ่งคือ เครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ (Interactive Set) หมายถึงผู้วิจัยจะต้องศึกษาปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสาร การให้ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนสิ่งของ เครื่องใช้ไม่สอยหรืออาหาร ฯลฯ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ข้างตัวบุคคลที่ได้รับการกำหนดให้เป็นจุดศูนย์กลาง และระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น ๆ ที่ตัวบุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วย

จากแนวคิดดังกล่าวนี้ Mayer ได้สร้างกรอบแนวความคิดขึ้น เพื่ออธิบายถึงขอบเขตในการศึกษาเครือข่ายสังคมชัดเจนขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 2.4 ซึ่งกรอบแนวคิดนี้ประกอบไปด้วย กลุ่มสัมพันธ์ที่มีขอบเขต (Bounded) และไม่มีขอบเขต (Unbounded) ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาเครือข่ายตามลักษณะการแยกประเภทคนหรือกลุ่มคน หรือเป็นการศึกษาเครือข่ายตามลักษณะการปฏิสัมพันธ์ก็ตาม โดยความสัมพันธ์ที่มีขอบเขตนั้นหมายถึง เครือข่ายที่ระบุขอบเขตที่แน่นอนของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางกับบุคคลที่อยู่รอบ ๆ ข้าง เช่น ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะภายในครอบครัว หรือเฉพาะกลุ่มเครือญาติ ส่วนความสัมพันธ์ที่ไม่มีขอบเขตนั้นหมายถึง เครือข่ายที่ไม่จำกัดในเรื่องของความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างตัวบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางกับบุคคลอื่นที่อยู่รอบข้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรีรัมย์  
**ภาพที่ 2.4** กรอบแนวความคิดของเมเยอร์เกี่ยวกับวิธีการศึกษาเครือข่ายสังคม  
 โยชนด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างไรก็ตาม หลังจากที่ Mayer ได้สร้างกรอบแนวความคิดขึ้นแล้ว Barnes ก็ได้ลำดับแนวความคิดของตนเองขึ้นมาใหม่อีกครั้งหนึ่ง โดยได้นำเอาความคิดของเมเยอร์บางส่วนมาใช้สร้างเป็นกรอบแนวคิดของตนและมุ่งให้ความสำคัญไปที่เครือข่ายย่อย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายรวม นอกจากนี้ บาร์นส์ยังเห็นว่าเครือข่ายสังคมโดยทั่วไปแล้วไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายสังคมใดก็ตามจะประกอบไปด้วยลักษณะหลาย ๆ อย่างรวมกัน คือเป็นทั้งเครือข่ายที่มีการกำหนดขอบเขตและไม่มีกำหนดขอบเขตเป็นทั้งเครือข่ายที่สามารถนับจำนวนคนที่อยู่ในเครือข่ายได้และนับจำนวนไม่ได้ และเป็นทั้งเครือข่ายย่อยและเครือข่ายรวม ดังนั้นกรอบแนวความคิดใหม่ของบาร์นส์จึงประกอบไปด้วยเครือข่ายลักษณะต่าง ๆ ถึง 8 ชนิดด้วยกัน ดังภาพที่ 2.5



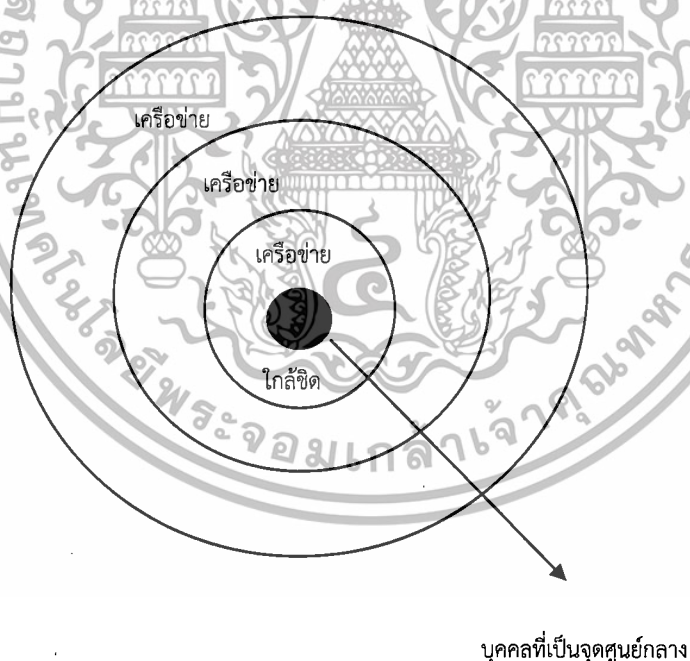
ภาพที่ 2.5 กรอบแนวความคิดของบาร์นส์เกี่ยวกับวิธีการศึกษาเครือข่ายสังคม

จากแนวความคิดของ Barnes ดังกล่าวจะเห็นว่าเครือข่ายสังคมนั้นประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ที่โยงใยภายในเครือข่ายนั้น ไปจนถึงเครือข่ายรวมซึ่งประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ทุกรูปแบบที่เชื่อมโยงบุคคลต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกันได้โดยไม่จำกัดจำนวนบุคคล คือนับจำนวนบุคคลไม่ได้หรือนับจำนวนไม่ถ้วน โดยมองความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นระบบสังคมใหญ่หรือทั้งโลกที่ทุก ๆ คนจะต้องถูกนับรวมเข้าไว้ในเครือข่ายนั้น

นอกจากนี้บาร์นส์ยังมองว่า เครือข่ายแต่ละชนิดนั้นสามารถทำการวิเคราะห์ได้ แต่ต้องมีเกณฑ์ง่าย ๆ ที่จะใช้บอกถึงขอบเขตของเครือข่ายที่จะศึกษาว่าควรครอบคลุมถึงไหนทั้งนี้ โดยอาศัยเกณฑ์ที่ใช้ระบุว่ามีความหนาแน่นหรือจำนวนคนในเครือข่ายมากน้อยเพียงใด ซึ่งจุดนี้ขึ้นอยู่กับผู้วิจัยต้องตัดสินใจว่าจะหยุดนับที่บุคคลใด ประกอบกับขึ้นอยู่กับข้อกำหนดความของ “โยงใยหรือความสัมพันธ์” ในเครือข่ายนั้นด้วยว่ากินความมากน้อยเพียงใด และนอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับเรื่องเวลา เพราะในการวิเคราะห์เครือข่ายจริง ๆ แล้วจะมีเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น

ในเครือข่ายนั้นจะเกิดขึ้นในเพียงชั่วระยะหนึ่ง และจะแปรเปลี่ยนไปเมื่อระยะเวลาผ่านไป โยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. แนวความคิดของเจอร์โมเซแวง เนื่องจากการศึกษาเครือข่ายสังคมนั้น ต้องเริ่มจากตัวบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางก่อน แล้วค่อย ๆ ขยายไปตามความสัมพันธ์ที่บุคคลนั้นซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์หรือมีโยงโยอยู่กับบุคคลอื่น ๆ ในการศึกษาเครือข่ายบุคคลก็เช่นกัน ผู้วิจัยหรือผู้ศึกษาจะต้องเริ่มต้นจากบุคคลที่เป็นศูนย์กลางก่อน และต้องกำหนดลงไปว่าเครือข่ายที่ตนจะศึกษานั้น มีขอบเขตมากน้อยเพียงใดพร้อมกับต้องตั้งข้อสังเกตประเภทของบุคคล หรือกลุ่มคนซึ่งบุคคลที่เป็นศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วย โดยอาศัยระยะห่างทางสังคม (Social distance) เป็นเกณฑ์การแบ่ง ซึ่งในเรื่องนี้โบซาแวงได้เสนอแนวความคิดไว้ว่า เครือข่ายบุคคลนั้นควรประกอบไปด้วยปริมาณที่สำคัญ ๆ อย่างน้อย 3 ปริมาณด้วยกันคือ ปริมาณแรกควรประกอบด้วยบุคคลต่าง ๆ ที่ใกล้ชิดกับบุคคลที่เป็นศูนย์กลางมากที่สุด อันได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นเครือข่ายใกล้ชิด (Intimate Network) ปริมาณที่สอง ได้แก่เครือข่ายรอง (Effective Network) ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลต่าง ๆ ที่บุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางรู้จักคุ้นเคยน้อยกว่ากลุ่มแรก กลุ่มนี้มักได้แก่ญาติพี่น้องที่ห่าง ๆ ออกไป เพื่อนฝูงและคนที่รู้จักคุ้นเคยอื่น ๆ ส่วนปริมาณที่สาม ได้แก่ กลุ่มบุคคลซึ่งบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางไม่รู้จักโดยตรง แต่สามารถติดต่อสัมพันธ์ด้วยได้ถ้าต้องการโดยผ่านเครือข่ายใกล้ชิดอีกทีหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า เครือข่ายขยาย (Extended Network) ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวความคิดของโบเซแวงซึ่งอาศัยระยะห่างทางสังคมเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง

จะเห็นได้ว่าการแบ่งปริมาณของเครือข่ายบุคคลซึ่งเสนอโดยโบซาแวงนี้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้ระดับความผูกพันและภาระหน้าที่ที่มีต่อกันและกันเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตาม แนวความคิดในการแบ่งปริมาณแบบนี้ สามารถนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์พฤติกรรมของเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคคลภายใต้ความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันได้ แต่ก็ยังมีอีกหลายคนที่ไม่เห็นด้วย และเห็นว่ายังไม่สามารถนำเอาเกณฑ์การแบ่งปริมาณแบบนี้มากำหนดระดับความผูกพัน และภาระหน้าที่ที่มีต่อกัน และกันได้อย่างเต็มที่ เพราะบุคคลที่อยู่ในแต่ละปริมาณเหล่านั้น อาจไม่มีความสัมพันธ์กันเลยก็ได้ (รัชฎาภรณ์ รังสีประเสริฐ. 2552 : 40)

### 2.2.3 ความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

Cronbach (1963 : อ้างใน พรทิพย์ รุ่งน่วม, 2550) พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของสิ่งมีชีวิต เช่น ม่านตาเบิกโพลง ร้องกรี๊ดเมื่อตกใจ พฤติกรรมมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการดังนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ซึ่งความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลาจนจึงจะบรรจบความต้องการ

2. ความพร้อม (Readiness) คือระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่จะกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป มนุษย์จะพิจารณาสถานการณ์ก่อน แล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการ

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ

6. ผลที่ได้รับ หรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ซึ่งผลที่ได้อาจเป็นไปตามที่คาดคิด หรืออาจตรงกันข้ามก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) ในกรณีที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ มนุษย์ก็อาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์และเลือกวิธีการใหม่

สุภัททา ปิณฑะแพทย์ (2542 ; อ้างใน พรทิพย์ รุ่งน่วม. 2550) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมว่าเนการกระทำของมนุษย์ที่แสดงออกทั้งด้านร่างกายและจิตใจ (Mentally and Physically) พฤติกรรมของมนุษย์มีความซับซ้อน เนื่องจากพฤติกรรมส่วนหนึ่งเป็นพฤติกรรมทางจิต ซึ่งยากจะเข้าใจได้

คณะกรรมากรกลุ่มผลิตชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น (2532 อ้างใน เดชวัฒนา วิทยานุกูล. 2548 : 18) ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึง การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ ไม่ว่าจะการกระทำนั้นผู้กระทำจะทำโดยไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าจะสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ และไม่ว่าการกระทำนั้นจะพึงประสงค์หรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ณัฐยาน์ ช่วยธานี (2550 : 23) กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำที่ต้องมีสาเหตุที่ทำให้ปรากฏออกมาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทางใดทางหนึ่ง และพฤติกรรมของมนุษย์แสดงออกอย่างซับซ้อนแม้กระทั่งสีหน้าและการกระทำ

กติกาศายเสนีย์ (2551 : Online) ได้กล่าวว่าเครือข่ายสังคมหมายถึง สายใยของความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมระหว่างบุคคลคนหนึ่งกับบุคคลอื่น ๆ อีกหลายคนเครือข่ายสังคม จึงเปรียบเสมือนกรอบแนวความคิดที่ใช้ศึกษาหาความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่มีอยู่ในสังคมอันนำไปสู่

ความเข้าใจในเรื่องกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Social structure) รวมทั้งลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว สามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลเหล่านี้ Social Network คือ การที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง หากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็นเว็บ Social Network ก็คือ เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกันนั่นเองในแง่ของการอธิบายถึงปรากฏการณ์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ยังมีการอธิบายผ่านคำว่า Social network service หรือ SNS เป็นการเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ ซึ่งผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนแบ่งปันตามผลประโยชน์ กิจกรรม หรือความสนใจเฉพาะเรื่อง ซึ่งอาศัยระบบพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ทำให้มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้คน โดยแต่ละเว็บนั้นอาจมีการให้บริการที่ต่างกัน เช่น email กระดานข่าว และในยุคหลัง ๆ เป็นการแบ่งเป็นพื้นที่ให้สมาชิกได้เป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกัน และแบ่งปันข้อมูลระหว่าง โดยผู้คนสามารถสร้างเว็บเพจของตนเองโดยอาศัยระบบซอฟต์แวร์ที่เจ้าของเว็บให้บริการ

อิทธิพล ปรีดีประสงค์ (2552 : Online) ได้กล่าวว่าเครือข่ายสังคมหมายถึงเครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่ง ประกอบขึ้นด้วยความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งหมดที่บุคคลนั้นมีอยู่ในสังคมนับตั้งแต่ความสัมพันธ์ในครอบครัว ระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เป็นต้น ถ้ามองเครือข่ายสังคมให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา เครือข่ายสังคมเปรียบเสมือนรูปภาพของจุดต่าง ๆ ที่มีเส้นหลาย ๆ เส้น โยงมาระหว่างจุดต่าง ๆ เหล่านี้กับจุด ๆ หนึ่ง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลาง จุดศูนย์กลางเปรียบเสมือนบุคคลคนหนึ่งและจุดต่าง ๆ เป็นตัวแทนของบุคคลอื่น ๆ รอบ ๆ ข้างที่บุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนเส้นโยงหลาย ๆ เส้นนั้น หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมหลาย ๆ ความสัมพันธ์ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีต่อกันและกันพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางสังคมที่สำคัญ คือการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลอื่น ๆ การติดต่อสื่อสารอย่างเดียวยังไม่เพียงพอที่จะเรียกว่าเป็นเครือข่ายสังคมได้ จำเป็นต้องมีองค์ประกอบอย่างอื่นด้วย

อิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์ (2551 : Online) ได้อธิบายความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ว่า เป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต รวมถึงการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ยังมีการแบ่งหมวดหมู่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้จำแนกหมวดหมู่ หรือประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ในบทบาทของ Social Network ในอินเทอร์เน็ตยุค 2.0 โดยพิจารณา จากเป้าหมายของการเข้าเป็นสมาชิกใน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้เป็น 5 กลุ่มใหญ่ ๆ กล่าวคือ 1. กลุ่มเพื่อน ๆ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะเป็นใครๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. Density Network คือการแสดงตัวตนและภาพลักษณ์ของตน เช่น <http://www.hi5.com/>, <http://www.facebook.com/>
2. Interested Network เป็นการรวมตัวกันโดยอาศัย “ความสนใจ” ตรงกัน เช่น [Digg.com](http://www.digg.com/), [del.icio.us](http://www.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) กล่าวว่า สังคมออนไลน์ หมายถึงพื้นที่สาธารณะที่คนจากทั่วโลกสามารถมาติดต่อสื่อสาร และแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายประเภท ได้แก่ เว็บบล็อก เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์สำหรับแบ่งปันวิดีโอ ไมโครบล็อก วิกี และโลกเสมือน เป็นต้น การเติบโตอย่างมหาศาล และรวดเร็วของเครือข่ายสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่สำคัญในระดับโลกหลายอย่าง เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นกิจกรรมบนเว็บที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่ง เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันคือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์กลายเป็นเครื่องมือส่งข้อความสั้นระหว่างสมาชิกและเครื่องมือรายงานข่าวที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ยูทูบกลายเป็นแหล่งเผยแพร่และแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอที่ใหญ่ที่สุด เกมออนไลน์กลายเป็นแหล่งบันเทิงที่สร้างความบันเทิงและรายได้ทางธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล เครือข่ายสังคมออนไลน์มีทั้งประโยชน์และโทษ ประเด็นที่สังคมให้ความสำคัญคือ เรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัว มารยาท และจริยธรรมในการใช้งาน การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ถูกต้อง มีมารยาท และจริยธรรมคือใช้อย่างพอดี คิดก่อนเขียน ถูกต้อง เหมาะสม และสร้างสรรค์

จากที่บุคคลต่าง ๆ ได้ให้นิยามความหมายของคำว่าเครือข่ายสังคมเอาไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ดังนี้ เครือข่ายสังคมออนไลน์คือพื้นที่สาธารณะในอินเทอร์เน็ต ผู้คนต่าง ๆ สามารถเข้ามาติดต่อสื่อสารพูดคุย แลกเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่บุคคลใช้ระบุความเป็นตัวตนลงในโลกอินเทอร์เน็ตอีกด้วย

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มหรือเครือข่าย

### 2.3.1 ธรรมชาติของกลุ่ม

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

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

จากคานิยามของกลุ่มกับองค์การจะเห็นได้ว่าจะมีความคล้ายกันอยู่มาก นักวิชาการอย่างเช่น Schein จึงพยายามอธิบายความแตกต่างระหว่างกลุ่มกับองค์การว่า การที่องค์การมีสมาชิกเป็นจำนวนมากอยู่ร่วมกันอาจจะทำให้ไม่สามารถที่จะมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างทั่วถึง ไม่รู้จักกันแม้จะทำงานในบริษัทเดียวกัน ไม่รับรู้การขึ้นต่อกันและกัน ทำให้กลุ่มคนจำนวนมากเหล่านี้เป็นองค์การแต่ไม่ใช่กลุ่มในความหมายของนักจิตวิทยา อย่างไรก็ตาม กลุ่มแบบไม่เป็นทางการในองค์การ ถือได้ว่าเป็นกลุ่ม เพราะมีคุณสมบัติตามคานิยามของกลุ่มทุกประการ

กลุ่มนั้นอาจจะแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทเช่นกัน ประเภทแรก คือ กลุ่มอย่างเป็นทางการ (Format Group) หมายถึงกลุ่มที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากผู้มีอำนาจ และมีกฎระเบียบรองรับอย่างถูกต้อง เช่น ภาควิชา คณะวิชา คณะกรรมการต่าง ๆ ประเภทที่สอง คือ กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal Group) หมายถึงกลุ่มคนที่มีการรวมกลุ่มกันขึ้นมาตามธรรมชาติของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น กลุ่มเพื่อนที่จบจากสถาบันเดียวกัน กลุ่มที่ชอบเล่นกีฬาชนิดเดียวกัน กลุ่มสังสรรค์เล็ก ๆ ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้มักจะเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกเป็นจำนวนไม่มาก มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดติดต่อกันบ่อยและง่าย

กลุ่มที่ไม่เป็นทางการมีความสำคัญมาก เพราะว่าการเป็นสมรชิกกลุ่มประเภทนี้ เป็นการตอบสนองความต้องการของคนเราหลายอย่าง เป็นต้นว่า ความต้องการมิตรภาพ ความรัก ความห่วงใย เป็นต้น กลุ่มชนิดนี้สามารถควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มให้คล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มได้ เช่น ถ้ากลุ่มกำหนดว่าต้องทำงานให้ได้ปริมาณหนึ่ง สมาชิกของกลุ่มที่ทำงานเกินปริมาณที่กลุ่มกำหนดให้จะได้รับการเตือนให้ลดความเร็ว เหตุที่ว่าผู้ใดฝ่าฝืนบรรทัดฐานของกลุ่มจะต้องถูกสมาชิกคนอื่นตำหนิหรือคว่ำบาตร หรือการลงโทษในรูปแบบอื่นอันเกิดจากการได้รับการยอมรับจากสมาชิกคนอื่นในกลุ่ม จึงกล่าวได้ว่าองค์การจะทำงานได้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการจัดการที่เหมาะสมกับกลุ่มที่ไม่เป็นทางการด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.2 โครงสร้างของกลุ่ม

โครงสร้างของกลุ่มที่สำคัญประกอบไปด้วย พันธกิจของกลุ่ม สถานภาพและบทบาท บรรทัดฐานสำหรับควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกของกลุ่มเพื่อที่จะทำให้สมาชิกอยู่ร่วมกันอย่างราบรื่น และกลุ่มมีความมั่นคงในการดำรงอยู่จนสามารถทำงานตามพันธกิจได้สำเร็จ

พันธกิจของกลุ่ม คือ วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการดำรงอยู่ของกลุ่มที่กลุ่มจะต้องพยายามทำให้บรรลุให้ได้ ถ้ากลุ่มคือครอบครัว พันธกิจของครอบครัวคือการดูแลให้สมาชิกในครอบครัวทุกคนอยู่รอดและเติบโตเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม ถ้ากลุ่มคือกลุ่มทำรายงานส่งอาจารย์ พันธกิจ คือทำรายงานส่งอาจารย์ให้เสร็จ ถ้ากลุ่มคือชมรมพุทธศาสนา พันธกิจ คือวัตถุประสงค์ที่ตั้งชมรมนี้ ถ้ากลุ่มคือบริษัททำธุรกิจ พันธกิจคือบริษัทตั้งใจทำธุรกิจอะไร เพื่ออะไร ซึ่งบริษัทมักประกาศพันธกิจของตน (Company Mission) ในหนังสือรายงานประจำปี

เพื่อให้บรรลุพันธกิจที่ต้องการ กลุ่มต้องใช้วิธีแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) สมาชิกกลุ่มจะได้รับงานตามที่แบ่งไปทำ ตำแหน่ง (Position) จึงเกิดขึ้นตามตัวงานที่ได้รับไป เรียกได้ว่าเกิดสถานภาพ (Status) ของคนขึ้นมาในกลุ่มแล้ว ใครได้ทำงานอะไรก็จะได้ตำแหน่งตามนั้น เช่น เป็นพ่อ แม่ พี่ หัวหน้ากลุ่ม ฝ่ายชาย ฝ่ายบัญชี สมาชิกชมรม กรรมการสมาคม เป็นต้น การมีสถานภาพหรือตำแหน่งในกลุ่มนั้นเพื่อที่จะให้สมาชิกรู้ว่าใครจะต้องทำงานอะไร ส่วนไหนของพันธกิจของกลุ่ม จะได้ทำให้เกิดความเป็นระบบและง่ายต่อการหาสมาชิกผู้ที่มีความชำนาญและถนัดในงานเหล่านั้นเข้ามาทำ เมื่อสมาชิกเข้ารับตำแหน่งที่กลุ่มมอบหมายให้แล้ว เขาก็มีสถานภาพนั้นทันที สิ่งที่จะติดตามมาโดยอัตโนมัติคือ บทบาทตามสถานภาพที่เขาได้รับ บทบาทเป็นพฤติกรรมประจำสถานภาพ สมาชิกกลุ่มคนอื่นจะคาดหวังต่อเขาว่าเขาจะต้องแสดงพฤติกรรมอย่างเหมาะสมตามตำแหน่งนั้นเรียกว่าสมาชิกคนอื่นได้มีความคาดหวังในบทบาทของเขา (Role Expectation) เช่น คาดว่าคนที่จะมาดำรงตำแหน่งพ่อ ควรแสดงพฤติกรรมประจำตำแหน่งพ่ออย่างไร คนที่จะมารับตำแหน่งผู้จัดการ หัวหน้า แม่ หรือครู ควรแสดงพฤติกรรมประจำตำแหน่งนั้นอย่างไร นอกจากสมาชิกคนอื่นในกลุ่มจะคาดหวังกับบทบาทประจำตำแหน่งนั้น ๆ แล้ว ตัวผู้ดำรงตำแหน่งเองก็มีความคาดหวังในบทบาทที่เขาครอบครองด้วยเช่นกัน ความสับสนจึงมักเกิดขึ้นเสมอเมื่อสมาชิกกลุ่มคนอื่นกับตัวผู้ดำรงตำแหน่งมีความคาดหวังในบทบาทของเขาไม่ตรงกัน เช่น ในกลุ่มครอบครัวอาจมีการหย่าร้างได้ ถ้าหากว่าสามีมีความคาดหวังในบทบาทของภรรยา และตัวภรรยาเองก็มีความคาดหวังในบทบาทของสามีเช่นกัน แต่ความคาดหวังในบทบาทของทั้ง / คนต่างกัน อาจเกิดความไม่เข้าใจกัน อันนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งและการหย่าร้างในที่สุด ซึ่งหมายถึงการแตกสลายของกลุ่มนั่นเอง

นอกจากนั้นโครงสร้างที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของกลุ่มคือ บรรทัดฐาน (Group Norms) ซึ่งเป็นมาตรฐานกำกับพฤติกรรมโดยทั่วไปของสมาชิกกลุ่มว่าพฤติกรรมแบบใดเหมาะสมพึงทำได้ ทำแล้วสมาชิกคนอื่นในกลุ่มจะให้การยอมรับ แบบใดไม่เหมาะสมไม่ควรกระทำ ทำแล้วสมาชิกกลุ่มคนอื่นจะไม่ให้การยอมรับ โดยปกติกลุ่มมักจะส่งเสริมให้กระทำพฤติกรรมที่เอื้อต่อการบรรลุพันธกิจของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่ม และห้ามการกระทำที่ขัดขวางทำให้กลุ่มไม่สามารถบรรลุพันธกิจได้ (สิทธิโชค วรรณสันติกุล. 2546 : 211)

### 2.3.3 สาเหตุของการเข้าร่วมกลุ่ม

การที่บุคคลต้องไปเข้าร่วมกลุ่มกันนั้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะธรรมชาติของมนุษย์เองดังที่ Plato (อ้างในถวิล ธาราโกชน. 2532 : 102) กล่าวว่า มนุษย์ไม่สามารถที่จะอยู่คนเดียวได้ ต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เนื่องจากมนุษย์แต่ละคนมีจุดมุ่งหมายและความต้องการที่จำเป็นต้องอาศัยความช่วยเหลือจากบุคคลอื่น การเข้าไปรวมกลุ่มกันนั้น ถ้าจะพิจารณาถึงสาเหตุจากสังคมในปัจจุบันจะมีอยู่มากมายหลายสาเหตุ เช่น การเข้าร่วมกลุ่มเพราะต้องการเผยแพร่ความคิด ต้องการแสวงหาความรู้ ต้องการพักผ่อน ต้องการพบปะกับบุคคลที่สนใจคล้ายกับตัวเราต้องการพบปะเพื่อนต่างเพศและอื่น ๆ อีกหลายประการ แต่จาก Engle and Snellgrove (1974 ; อ้างในถวิล ธาราโกชน. 2532 : 102) กล่าวว่า สาเหตุที่บุคคลเข้าร่วมกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มขนาดเล็กหรือกลุ่มย่อย (Small Group) จะอยู่ 4 ประการ

2.3.3.1 มีความพึงพอใจในกิจกรรมนั้น (Pleasure From Activities) กลุ่มไม่ว่าจะกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ก็ตาม ย่อมจะต้องมีกิจกรรมที่เป็นลักษณะเด่นประจำกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่โตนักจะมีกิจกรรมเฉพาะอย่าง เช่น กลุ่มเลี้ยงนกเขา กลุ่มเลี้ยงกล้วยไม้ กลุ่มนกกอล์ฟ กลุ่มชมรมจิตวิทยา กลุ่มวิชาการคณิตศาสตร์ เป็นต้น คนบางคนมีนิสัยรักธรรมชาติ มีความสุขอยู่กับต้นไม้ ดอกไม้ ก็อาจจะเข้าร่วมกลุ่มกับกลุ่มเลี้ยงกล้วยไม้ ซึ่งจะทำให้เขาเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะเนื่องจากจะรักในต้นไม้อยู่แล้ว เขายังมีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เกี่ยวกับวิธีเลี้ยงกล้วยไม้ ชนิดของกล้วยไม้ การขยายพันธุ์ การบำรุงรักษา ระยะเวลาของการให้พอก หรือบางคนอาจจะสนใจการเล่นเทนนิสก็อาจจะสมัคร เข้าร่วมกลุ่มกับผู้ที่สนใจกีฬาเทนนิส เขาจะมีความสุขที่ได้เข้าร่วมกลุ่มจะได้ศึกษาถึงวิธีการเล่น เทคนิคการตีลูก การเสิร์ฟลูกและที่สำคัญก็คือกลุ่มพวกนี้ต้องการออกกำลังกายทำให้มีสุขภาพสมบูรณ์ และหลังจากเลิกเล่นก็อาจจับกลุ่มคุยกันถึงเรื่องแหมมเปี้ยนโลกของเทนนิส การชิงชนะเลิศเทนนิสแห่งประเทศไทย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้เขาเกิดความเพลิดเพลินสนุกสนาน และเกิดความพึงพอใจ การเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มดังกล่าว ไม่เพียงแต่จะให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานเท่านั้น แต่ในบางครั้งอาจนำไปสู่อาชีพก็ได้ อย่างเช่นเลี้ยงกล้วยไม้ เมื่อเกิดความชำนาญ อาจขยายกิจการ ทำเป็นอาชีพไปเลย หรือเล่นเทนนิสก็เหมือนกัน ถ้าสามารถเล่นได้เก่งฝีมือเข้าขั้นถึงระดับแชมป์โลก อาจเป็นนักเทนนิสมืออาชีพลงแข่งขันแต่ครั้งอาจได้รางวัลมากมายยิ่งกว่าอาชีพอื่น ๆ เสียอีก

2.3.3.2 มีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย (A Feeling of Security) หมายความว่า เมื่อเราได้เข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มแล้ว จะทำให้เกิดความอบอุ่นใจที่มีที่ยึดเหนี่ยว ทำให้เกิดความรู้สึกว่ามีความมั่นคงปลอดภัย อันอาจได้แก่ด้านกำลังใจ ความเชื่อมั่นในตนเอง การร่วมกันทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นความต้องการอันสำคัญยิ่งที่จะทำให้มนุษย์กล้าที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น เราอาจถูกเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มอบหมายให้ไปสำรวจความต้องการของคนในตำบลหนึ่ง ว่าต้องการจะให้สร้างสะพานข้ามแม่น้ำในตำบลนั้นหรือไม่ และจะสร้างตรงจุดไหน งานอันนี้จะเห็นได้ว่าถ้าเราจะทำคนเดียวก็ทำได้ แต่หาว่าประสิทธิภาพที่ได้อาจไม่ดีทำให้เกิดความรู้สึกว่ามั่นคง ดังนั้นเราจำเป็นต้องหาเพื่อนมาช่วยอีกสัก 2-3 คน ช่วยกันวางแผนสำรวจ ร่วมกันไปยังตำบลนั้น เพื่อดูสถานที่ที่จะสร้างสะพาน ถ้าประชาชนตำบลนั้นต้องการ นั่นคือเมื่อเขามีกลุ่มที่จะร่วมทำงานขึ้นนี้ ความรู้สึกว่ามี ความมั่นคงปลอดภัยเกิดขึ้น ทำให้มีกำลังใจที่จะทำงาน มีความเชื่อมั่นว่าผลงานที่ได้จะต้องมีประสิทธิภาพดี

2.3.3.3 เพื่อส่งเสริมสถานภาพของตนเอง (Enhancement of Status) โดยปกติคนที่เข้าร่วมอยู่ในกลุ่มเดียวกันนั้นจะมีอยู่หลายระดับ บางคนเป็นคนมีฐานะเศรษฐกิจดี บางคนมีความรู้ดี บางคนมีการศึกษาสูง บางคนเป็นคนที่เด่นมีชื่อเสียงในสังคม ฉะนั้นเมื่อเราเข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ก็เท่ากับว่าเป็นการยกสถานภาพของตนเอง กล่าวคือได้รู้จักกับบุคคล ต่าง ๆ เหล่านั้น ทำให้เรามีสังคมกว้างมากยิ่งขึ้น ทั้ง ๆ เราอาจเป็นผู้มีการศึกษาต่ำ และยังถ้าเรามีผลงานดีเด่นจนเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ก็ยิ่งทำให้สถานภาพของตนเองสูงยิ่งขึ้น การรวมกลุ่มเพื่อส่งเสริมสถานภาพของตนเองนี้ ในสังคมปัจจุบันพฤติกรรมทางสังคมในด้านนี้บุคคลจะทำกันมาก ซึ่งถือว่าเป็นความภาคภูมิใจของตนเอง (Self-Esteem) อันเป็นลักษณะความต้องการทางพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ทั้ง ๆ ที่กลุ่มนั้นบางครั้งเป็นกลุ่มใหญ่จนกระทั่งสมาชิกไม่สามารถจะรู้จักกันได้ทั่วถึง แม้แต่หัวหน้ากลุ่มยังไม่รู้จักหน้าตาสมาชิกในกลุ่มของตนเลย

2.3.3.4 เพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ (For Purposes of Business) ดังได้กล่าวมาแล้วว่าบุคคลที่เข้าร่วมกลุ่มนั้นจะมีอยู่หลายระดับ นอกจากนี้กลุ่มบางกลุ่มจะเหมาะกับบุคคลบางประเภทเท่านั้น เช่น กลุ่มนักกอล์ฟ กลุ่มพวกนี้ในสังคมไทยส่วนมากจะเป็นพวกข้าราชการชั้นผู้ใหญ่หรือพวกที่มีฐานะเศรษฐกิจร่ำรวย การเข้าร่วมกลุ่มนอกจากจะเป็นการนันทนาการแล้ว มีบ่อยครั้งที่คนในกลุ่มจะมุ่งหวังผลทางธุรกิจ เช่น พวกที่มีฐานะเศรษฐกิจร่ำรวยเมื่อเขามาเล่นกอล์ฟก็จะทำให้รู้จักกับข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ เมื่อตนเองจะทำการค้าขายหรือจะเปิดดำเนินการเป็นไปได้ง่ายขึ้น และในทางกลับกันข้าราชการบางระดับก็อาจเข้าไปมีส่วนร่วมในการเป็นกรรมการดำเนินการเป็นที่ปรึกษา เป็นต้น (ถวิล ธาราโกชน. 2532 : 102)

### 2.3.3 การสื่อสารภายในกลุ่ม (Communication)

เป็นองค์ประกอบอีกอันหนึ่งที่จะทำให้กลุ่มเกิดความมั่นคงมากน้อยเพียงใด การสื่อสารกันภายในกลุ่มทั่วไปมักจะเป็นการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (One-Way Communication) อันเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความขัดแย้งกันขึ้นภายในกลุ่มอยู่เสมอ เพราะมนุษย์เรามักจะแปลพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ได้รับมาเข้าข้างตนเอง ตัวอย่างเช่น ในการทำงานขึ้นหนึ่ง สมาชิกแต่ละคนในกลุ่มได้รับมอบหมายให้ทำงานคนละอย่าง มีคำสั่งว่าทุกคนต้องทำให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนดเพื่อนำงานนั้นมารวมกันเป็นชิ้นหนึ่ง นาย ก. เป็นสมาชิกคนหนึ่งของกลุ่มมีความจำเป็นต้องไปธุระต่างจังหวัดก่อนวันกำหนดส่งงานถึง 3 วัน และต้องกลับหลังจากวันกำหนดส่งงาน ดังนั้น เขาจึงรีบทำงานนั้นให้เสร็จ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก่อนที่จะไปต่างจังหวัด เมื่อทำเสร็จจึงนำมาฝากนาย ข. เองก็เคยส่งงานล่าช้าไป 2-3 ครั้งด้วยกัน จากเหตุการณ์ดังกล่าว อาจทำให้เกิดประสิทธิภาพของกลุ่มด้อยลงไป เช่น นาย ข. อาจจะทำประชดเสียหาย โดยส่งงานช้ากว่ากำหนดหรือไม่เมื่อมีการทำงานอื่น ๆ อีกถ้ามีนาย ก. ร่วมด้วย นาย ข. ก็จะทำอย่างเสียมิได้ เป็นต้น เมื่อเป็นดังนี้ในฐานะต้องเป็นสมาชิกกลุ่มอยู่เสมอ ไม่กลุ่มใดก็กลุ่มหนึ่งจึงต้องมีวิธีการที่จะทำให้การสื่อสารเกิดความเข้าใจตรงกัน เพราะผู้พูดอาจไม่คิดอย่างที่เราคิดก็ได้ (ฉวิลธราโภชน. 2532 : 111)

## 2.4 บริการต่าง ๆ ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

### 2.4.1 เฟซบุ๊ก (facebook)

เฟซบุ๊ก คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตประเภทหนึ่งที่เราสามารถติดต่อสื่อสาร ไปตลอดจนทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ หรือกลุ่มเพื่อน หรือบุคคลอื่นๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โปสต์รูปภาพ โปสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก แชทออนไลน์ เล่นเกมแบบเป็นกลุ่ม ตลอดจนสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่มากมาย ซึ่งยังคงมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน และเกม เพื่อตอบสนองผู้ใช้อย่างต่อเนื่อง วัตถุประสงค์ที่มีเฟซบุ๊ก ก็คือ เพื่อเปิดโอกาสให้เราสามารถพบปะสังสรรค์กับเพื่อนๆ ทั้งเพื่อนซี้ เพื่อนเก่า เพื่อนร่วมชั้นเรียนในอดีต ไปจนเพื่อนของเพื่อน เพื่อนที่ทำงานเดียวกัน เพื่อนร่วมจังหวัด เพื่อนร่วมประเทศ เพื่อนคอเดียวกัน แล้วพัฒนาความสัมพันธ์กันต่อไปได้เรื่อยๆ ตามแต่ใจปรารถนา

เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง หนังสือรุ่น ซึ่งจะเก็บรายชื่อนักศึกษาพร้อมรูปและข้อมูลพื้นฐาน

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเครื่องมือทางสังคมที่ทำให้คนสามารถแบ่งปันข้อมูลกับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ (Webmaster – BlogGeng) (2553) [Online]

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมสำหรับติดต่อ แลกข้อมูลข่าวสาร เปิดใช้งานเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 โดย มาร์ก ซูเคอร์เบิร์ก นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ในช่วงแรกนั้นเฟซบุ๊กเปิดให้ใช้งานเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ต่อมาได้ขยายตัวออกไปสำหรับมหาวิทยาลัยทั่วสหรัฐอเมริกา และตั้งแต่วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2549 ได้ขยายมาสำหรับผู้ใช้ทั่วไปทุกคนเหมือนในปัจจุบันเว็บไซต์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อตั้งที่เมืองเคมบริดจ์ รัฐแมสซาชูเซตส์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่แพโลแอลโท รัฐแคลิฟอร์เนีย มีผู้ลงทะเบียนกว่า 500 ล้านชื่อ และเป็นเว็บไซต์ ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 รองจากกูเกิ้ล

นายซุเคอร์เบิร์ก เกิดเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม ปี ค.ศ. 1984 เป็นโปรแกรมเมอร์ และเจ้าของธุรกิจชาวอเมริกัน ในขณะที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้สร้างสรรค์เว็บไซต์ที่เป็นที่

รู้จักกับโลกของสังคมออนไลน์ในชื่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมกันกับเพื่อนทั้งสองที่ได้ร่วมการค้าไม่ว่ากรรมใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นเรียนวิทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์ และพักห้องเดียวกันกับซูเคอร์เบิร์ก คือ ดัสติน มอสโควิกส และ คริส ฮิวล์ ปัจจุบันพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ เว็บไซต์ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง มาร์ก ซูเคอร์เบิร์ก รับตำแหน่งซีอีโอของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาทหลักในการสร้างสรรค์จุดเริ่มต้นของธุรกิจและความมั่งคั่งของตนเอง ในปี 2008 ไทม์แม็กกาซีนได้จัดให้ซูเคอร์เบิร์ก เป็นผู้หนึ่งในโลกซึ่งมีอิทธิพลต่อชาวโลก ถูกจัดให้อยู่ในลำดับที่ 52 จาก 101 บุคคลในหมวดหมู่ของนักคิดและนักวิทยาศาสตร์จากปรากฏการณ์ผลงานเว็บไซต์ที่ชื่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ชาติชาย วิเรขรัตน์. 2553 : 17) และจากการจัดอันดับจากนิตยสาร Forbes มาร์ก ซูเคอร์เบิร์ก เป็นมหาเศรษฐีอันดับที่ 25 ด้วยทรัพย์สิน 6,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เว็บไซต์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างสูงในเวลาอันรวดเร็ว เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใหญ่อันดับ 3 ของโลก และอันดับ 5 ที่คนทั่วโลกเข้าใช้มากที่สุด นอกจากเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเข้าถึงง่ายแล้ว ยังมีโปรแกรมเสริมประเภทเกมที่ออกแบบง่าย ๆ สมาชิกทุกคนสามารถเข้ามา มีส่วนร่วมได้อย่างอิสระเสรี และสามารถเชื่อมต่อการสื่อสารเข้ากับโทรศัพท์มือถือเพื่อตอบสนองความต้องการของโลกยุค 3G พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเสมือนสังคม ๆ หนึ่ง ซึ่งอยู่ในลักษณะของสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกว่า “Social Network” สังคมออนไลน์นี้เป็นสังคมที่รวมกลุ่มคนที่มีความชอบ ความสนใจในสิ่งเดียวกันเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งกลุ่มที่อยู่ในเว็บไซต์เดียวกันหรืออยู่นอกเว็บไซต์ แต่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ สามารถสื่อสาร ส่งต่อ หรือแบ่งปันให้กันได้ จากจุดเริ่มต้นที่คนหนึ่งคนส่งหาเพื่อนอีกคน แล้วมีการส่งต่อกระจายกันออกไปเรื่อย ๆ จนกลายเป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ โดยที่คนในสังคมจะคอยแบ่งปันข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน จนทำให้สังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายที่กว้างขวาง และเข้มข้นมาก เฟซบุ๊กก็เป็นสังคมออนไลน์แห่งหนึ่งที่มีคนใช้งานมากที่สุดในขณะนี้ของโลก ในการสมัครเข้าใช้งานก็สามารถทำได้ง่าย เพราะใคร ๆ ก็สามารถลงทะเบียนเข้าใช้งานพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และใช้งานโต้ตอบกับกลุ่มคนในสังคมออนไลน์ที่พวกเขารู้จักได้ ภายในเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ถูกออกแบบมาให้ง่ายต่อการใช้งาน ประโยชน์ของเฟซบุ๊ก คือ เป็นแล้วรวมกลุ่มเพื่อน และเพื่อนของเพื่อน นั่นจะทำให้ได้รู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ และอาจจะได้พบกับเพื่อนเก่าสมัยเรียน เพื่อนที่ทำงาน ใช้ในการติดตามอ่านข่าวสารของบุคคลที่เราสนใจหรือดารานักร้อง คนดังที่เราชื่นชอบ ซึ่งนิยมอัปเดตความเป็นไป ผ่านทางพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้งานด้านการเรียนการสอน การศึกษา รวมถึงสามารถใช้งานในทางธุรกิจการค้า อย่าง e Bay Auction ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันหนึ่งที่ใช้บริการเฟซบุ๊ก หรือจะใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับองค์กรหรือบริษัท

#### 2.4.2 ไลน์ (LINE)

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2557 : 4-5) ได้อธิบายการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในคู่มือการใช้งาน LINE Application เพื่อการสื่อสาร ดังนี้ ไลน์ (LINE) คือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แอปพลิเคชันที่ผสมผสานบริการ Messaging และ Voice Over IP นำมาผนวกเข้าด้วยกัน จึงทำให้เกิดเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถแชท สร้างกลุ่ม ส่งข้อความ โพสต์รูปต่าง ๆ หรือจะโทรคุยกันแบบเสียงก็ได้ โดยข้อมูลทั้งหมดไม่ต้องเสียเงิน หากเราใช้งานโทรศัพท์ที่มีแพคเกจอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว แอप्ยังสามารถใช้งานร่วมกันระหว่าง iOS และ Android รวมทั้งระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ได้อีกด้วย การทำงานของ LINE นั้น มีลักษณะคล้าย ๆ กับ WhatsApp ที่ต้องใช้เบอร์โทรศัพท์เพื่อยืนยันการใช้งาน แต่ LINE ได้เพิ่มลูกเล่นอื่นๆ เข้ามา ทำให้ LINE มีจุดเด่นที่เหนือกว่า WhatsApp มาดูคุณสมบัติเด่นๆ ที่น่าสนใจของ LINE กัน

จุดเด่นอย่างหนึ่งของ LINE นั่นก็คือบริการ Free Voice Calls ที่ให้ผู้ใช้สามารถโทรหาผู้ใช้ LINE ด้วยกัน โดยใช้งานผ่านเครือข่าย 3G และ Wi-Fi เพื่อส่งข้อมูลรูปแบบเสียง โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ

นอกจากการแชทด้วยการส่งข้อความแบบปกติแล้ว LINE ยังสามารถอัดภาพวิดีโอหรือเสียงแล้วส่งไปให้เพื่อน ๆ ได้อีกด้วย โดยสามารถส่งได้เป็นคลิปวิดีโอหรือเสียงในแบบสั้น ๆ ความยาวไม่กี่วินาที

อีกหนึ่งความสนุกของแอปฯ แชททั่วไปที่ขาดไม่ได้ก็คืออีโมติคอนน่ารัก ๆ ที่ช่วยเพิ่มสีสันให้การแชทสนุกสนานยิ่งขึ้น และสำหรับ LINE มีทั้ง Stickers และ Emoticons รูปแบบต่าง ๆ และยังสามารถดาวน์โหลดเพิ่มเติมได้อีกด้วย ทำให้ผู้ใช้หลายคนติดอกติดใจกับ Stickers และ Emoticons น่ารัก ๆ ของ LINE

ไลน์ (LINE) สามารถเปลี่ยน Wallpaper ในหน้าต่างแชทได้ โดยแอปฯ จะมีภาพ Wallpaper มาให้ทั้งหมด 23 แบบ และสามารถเพิ่ม Wallpaper ที่ต้องการ โดยนำรูปที่อยู่ในโทรศัพท์มือถือมาใช้งานเป็น Wallpaper ได้

ไลน์ (LINE) สามารถสร้างกลุ่มเพื่อพูดคุยกันได้ หากมีเพื่อนสนิท ต้องการความเป็นส่วนตัว อยากรู้อยากเห็นเฉพาะกลุ่ม LINE เราก็สามารถสร้างกลุ่มเอาไว้พูดคุยได้

ไลน์ (LINE) มีความเป็นโซเชียลเน็ตเวิร์กในตัว มี Timeline ให้สามารถอัปเดตสเตตัส, โพสต์รูป, คอมเมนต์ หรือกดไลค์ได้เหมือนกับเฟซบุ๊กเลยทีเดียว

ไลน์ (LINE) มีเกมในเครื่องให้ดาวน์โหลดมาเล่นได้มากมาย ซึ่งจะใช้บัญชีของ ไลน์ (LINE) ในการเล่นที่สามารถเล่นแข่งขันกับเพื่อน ๆ ใน LINE ได้อย่างสนุกสนาน

อีกหนึ่งลูกเล่นที่ทำให้ไลน์ (LINE) แตกต่างจาก WhatsApp นั่นก็คือการเพิ่ม Contacts ที่เลือกได้ 4 รูปแบบ

1. เพิ่ม Contacts จากรายชื่อในโทรศัพท์หากมีเพื่อนคนไหนใช้แอปฯ นี้อยู่ จะมีสัญลักษณ์ LINE แสดงให้เห็นและสามารถเพิ่มเป็นเพื่อนได้ทันที

2. QR Code สามารถสแกน QR Code ของเพื่อนเราเพื่อเพิ่มเป็นเพื่อน และสามารถสร้าง QR Code ของเราเอง เพื่อใช้สำหรับให้เพื่อน ๆ คนอื่นมาสแกน QR Code เพื่อเพิ่มเพื่อนใน

แอปพลิเคชัน LINE เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Shake it! เขย่าโทรศัพท์มือถือ เป็นวิธีการแอดเพื่อนที่เจ๋งสุด ๆ ของ LINE ใช้ในกรณี ที่ทั้งสองโทรศัพท์สองเครื่องอยู่ด้วยกัน เมื่อเขย่าเครื่องพร้อม ๆ กัน ก็สามารถเพิ่มเป็นเพื่อนกันได้

4. Search by ID คือ เราสามารถค้นหาเพื่อนได้จาก ID (คล้าย ๆ กับ PIN ของ BB) โดยการพิมพ์ ID ของเพื่อนที่ต้องการ

สรุปแล้ว LINE เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกสำหรับแอปพลิเคชันสำหรับแชท ส่งข้อความ, เสียง และรูปภาพ ด้วยลูกเล่นของแอปฯ ที่มีเสน่ห์การใช้งานที่ทำให้ผู้ใช้ชื่นชอบ แกรมทำงานได้อย่างดีเยี่ยม ถ้าหากเราอยู่ในพื้นที่ที่อินเทอร์เน็ตครอบคลุม สามารถใช้ LINE คู่กันแทนโทรศัพท์ได้เลยทีเดียว อีกทั้งยังเป็นแอปฯ ที่แจกฟรี สามารถใช้งานได้บน iOS, Android และระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ถ้าพร้อมแล้วมาดาวน์โหลด LINE ไปลองใช้งานกัน ขอเตือนไว้ก่อนระวังจะติดอกติดใจจนไม่ยอมวาง โทรศัพท์

### 2.4.3 Google+

Google+ (Google Plus) คือโครงการของ Google ที่มีความพยายามมานานหลังจากมีการออกมาอรับก่อนหน้านั้นว่า Google ขยับตัวเข้าไปในเรื่องนี้แถมยังมีข้อเสนอพิเศษให้กับพนักงานที่สามารถคิดโครงการ Social Networks ให้ออกมาประสบความสำเร็จอีกด้วย โดยก่อนหน้านี้เราคงเห็นปุ่ม Google + ที่เปิดตัวกันไปก่อนหน้านี้แล้วซึ่งหลายคนก็ยังมีข้อสงสัยกันอยู่ว่ากดไปแล้วมันจะได้อะไรแหล่งปลายทางของข้อมูลที่กด Google+ นั้นจะไปอยู่ที่ไหน วันนี้ทาง Google เปิดตัว Social Networks ของตัวเองแล้วโดยใช้ชื่อว่า Google+ นั่นเองโดยเข้าไปเล่นกันได้ที่ <https://plus.google.com> Google+ ใช้ชื่อ Tagline เอาไว้ว่า “Real-life sharing, rethought for the web” ซึ่งแน่นอนนี่คือคำเฉลยของข้อมูลจากปุ่ม Google+ ที่ออกมาก่อนหน้านี้

จะเห็นว่าใน Google + นั้นมีการใช้คำว่า +Circles คือระบบเพื่อนนั่นเองที่จะสามารถสร้างกลุ่มเพื่อนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ และสามารถกำหนดเป็นกลุ่มๆได้ อย่างเช่น “เพื่อน” “ครอบครัว” และกำหนดจำนวนคนในกลุ่มได้มากกว่า 100 คนเพื่อใช้พูดคุยกันบนโลกออนไลน์ได้ ต่อจากนั้นก็เป็นเรื่องของการพูดคุยกันใน Google + โดยจะที่ใช้ชื่อว่า +Sparks ที่มันจะคอยทำหน้าที่กำหนดสิ่งที่เราสนใจต่างๆเพื่อเข้าไปแชร์ ดูข้อมูลหรือสนทนาได้ (แบบกลุ่ม) ยกตัวอย่างเช่น เราสนใจเรื่อง “รถยนต์” “การ์ตูน” “แฟชั่น” เป็นต้น ซึ่งเราสามารถระบุสิ่งที่ชื่นชอบเหล่านั้นได้แล้ว ก็จะมีข้อมูล feed เข้ามาให้เราได้ดูคล้ายหลักการการเป็น Fan ของ Facebook นั่นเองที่เรากด Like แล้วเมื่อต้นทางมีการอัปเดตข้อมูลเราก็จะเห็นด้วย แต่ +Sparks จะดึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่มากกว่าผ่านปุ่ม Google+ เข้ามาแสดงผลด้วยซึ่งมันรองรับภาษาถึง 40 ภาษาในช่วงการเปิดตัวนี้เลย

พีเจอร์ต่อไปนี่ถือว่าหลายคนคงชื่นชอบนั่นคือ +Hangouts เพราะมันเป็นการกำหนดอนาคตว่าเราต้องการจะไปปาร์ตี้ (ไปทำอะไรก็แล้วแต่) โดยเพื่อนๆสามารถเห็นว่าเรา “ว่าง” พร้อมทั้งจะออกไปสนุกสนานเรียกให้เพื่อนๆเข้ามาสนุกกับเราด้วย หรือจะเรียกว่ามันคือพีเจอร์นัดพบก็ว่าได้ แต่มันก็ไม่จำเป็นแค่เพื่อนเท่านั้นที่จะมาเจอกัน เพื่อนของเพื่อนหรือจะใครต่อใครก็ได้เช่นกัน ขาดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ได้เลยในยุคนี้คือ Chat และแน่นอน Google ให้ความสำคัญกับพีเจอรันี่พอสมควรโดยใช้ชื่อพีเจอรันี่ว่า +Huddle ซึ่งมันสามารถทำการพูดคุยกันเป็นกลุ่มๆได้ด้วยเหมาะสำหรับการทำเป็น Gang ซึ่งถ้าหลายคนเคยใช้งาน BlackBerry Messenger คงคุ้นกับการสนทนาเป็น Group messaging นี้ดี และเพื่อให้ Google+ สมบูรณ์แบบก็จะต้องมีบนมือถือด้วยโดย Google+ พร้อมให้ดาวน์โหลดไปใช้บนมือถือที่เรียกว่า +Mobile โดยมีพีเจอรันี่ต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นครบสมบูรณ์บนมือถือกันเลย

#### 2.4.4 อินสตาแกรม (Instagram)

อินสตาแกรม (Instagram) คือ แอปพลิเคชันถ่ายภาพและแต่งภาพบนสมาร์ตโฟน ที่มาพร้อมกับลูกเล่นการแต่งเติมสีสันให้กับรูปภาพด้วย Filters (ฟิลเตอร์) ต่าง ๆ ที่ให้เราสามารถเลือกปรับภาพได้หลากหลายและสวยงาม แนวอาร์ต ๆ ได้ตามใจชอบทั้งในเรื่องของ สี แสง เรียกได้ว่าสามารถปรับอารมณ์ของรูปภาพได้ตามต้องการ และสามารถแชร์รูปภาพสวย ๆ วิวเพื่อน ๆ ที่อยู่ใกล้ในสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่น Twitter Facebook Tumblr และ Foursquare เป็นต้น และในตัวอินสตาแกรม (Instagram) เองก็เป็นสังคมออนไลน์การแบ่งปันภาพถ่าย (Social Photo Sharing) เพราะ อินสตาแกรม (Instagram) มีระบบ Followers และ Following ให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกติดตามชมรูปภาพ ความเคลื่อนไหวการใช้งานของเพื่อน ๆ ที่ใช้งานแอปพลิเคชันหากถูกใจ ชอบรูปภาพไหน สามารถกด Like รวมไปถึง Comment รูปภาพนั้นได้

พฤติกรรมคนใช้อินสตาแกรม (Instagram) ในประเทศไทย ในช่วงระหว่างปี 2012-2013 คนไทยใช้งาน อินสตาแกรม (Instagram) เติบโตมาก ถึง 546% นับว่าเป็น social media ที่เติบโตสูงที่สุดเมื่อเทียบกับตัวอื่นๆ โดยในปี 2013 ที่ผ่านมามีคนไทยโพสต์ภาพขึ้น อินสตาแกรม (Instagram) มากถึง 36,443,398 ภาพ โดยเป็นวิดีโอ มากถึง 1,370,272 วิดีโอ ที่เหลือเป็นรูปภาพกว่า 96.24%คนไทยโพสต์ภาพขึ้น อินสตาแกรม (Instagram) มากขึ้น และนิยมถ่าย Selfie มากขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2013 ช่วงเวลาที่คนทั่วไปอัปโหลดภาพขึ้น อินสตาแกรม (Instagram) มากสุดคือ 5 ทุ่ม ช่วงเวลาที่เหล่าดารารออัปโหลดภาพขึ้น Instagram มากสุดคือ 3 ทุ่ม และกลุ่มที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก อัปโหลดภาพประมาณ 6 โมงเช้า

พีเจอรันี่เด่น ๆ ของ อินสตาแกรม (Instagram)

- ถ่ายภาพและแต่งภาพด้วยด้วย Filters (ฟิลเตอร์) หลากสีสัน 20 แบบ
- ถ่ายภาพพร้อมเลือกฟิลเตอร์แบบเรียลไทม์ (Live Filter เลือกฟิลเตอร์ได้ขณะกำลังถ่ายภาพ ไม่ต้องใส่ทีหลัง)
- เครื่องมือแต่งภาพ เช่น หมุนภาพ, ใส่กรอบภาพ, เพิ่มแสงให้กับภาพและเบลอภาพ (Tilt-Shift) เฉพาะส่วนที่ต้องการได้
- แชร์รูปภาพไปยังเว็บสังคมออนไลน์ได้ เช่น Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr และ Foursquare

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีระบบ Followers และ Following เลือกติดตามบุคคลที่ต้องการได้
- สามารถ Comment และกด Like รูปภาพที่ชื่นชอบได้
- ระบุตำแหน่งที่ถ่ายภาพและแสดงบนแผนที่ (Photo Maps)

#### 2.4.5 ทวิตเตอร์ (twitter)

ทวิตเตอร์ (twitter) เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ จูไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2553 : Online)

ทวิตเตอร์ (twitter) มาจากรากศัพท์คำว่า tweet ที่แปลว่า เสียงนกร้อง ทวิตเตอร์ก่อตั้งโดยบริษัท Obvious Corp เมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 2006 ที่เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ข้อความอัปเดตที่ส่งเข้าไปยังทวิตเตอร์จะแสดงอยู่บนเว็บเพจของผู้ใช้คนนั้นบนเว็บไซต์ และผู้ใช้คนอื่นสามารถเลือกรับข้อความเหล่านี้ทางเว็บไซต์ทวิตเตอร์ อีเมล เอสเอ็มเอส เมสเซ็นเจอร์ (IM) RSS หรือผ่านโปรแกรมเฉพาะอย่าง Twitterific Twihirt 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 นำเอาทวิตเตอร์ขึ้นปกเป็นเรื่องเด่นประจำฉบับ และบทบรรณาธิการกล่าวถึงการเปลี่ยนการนำเสนอข่าวที่มีที่มาจากเทคโนโลยีใหม่อย่าง ทวิตเตอร์

ทวิตเตอร์เป็นเว็บไซต์ที่ก่อตั้งขึ้นโดย แจ็ค คอร์ชีย์, บิช สโตน และอิวาน วิลเยมส์ เมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 2006 (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี 2553: Online) เครือข่ายสังคมออนไลน์น้องใหม่ล่าสุดที่กำลังมาแรงแข่งรุ่นพี่อย่างเฟซบุ๊ก จนเฟซบุ๊กต้องขอซื้อทวิตเตอร์ในราคาเกือบ 18,000 ล้านบาท แต่ก็ได้รับการปฏิเสธ ปัจจุบันทวิตเตอร์แม้จะเป็นสิ่งที่น่าตื่นเต้นในเวลาสั้น แต่นักวิจารณ์รวมถึงชาวทวิตเตอร์ในยุคต้น ๆ ก็กล่าวว่า ตอนนี้มีแต่ “ข้อมูลขยะ” เช่น คนกำลังดูรายการอะไรหรือกำลังทำอะไรกัน บางคนก็บอกว่ามันเป็นแค่เรื่องของการหลงใหลตัวเอง แต่บรรดาแฟนพันธุ์แท้โต้แย้งว่า ทวิตเตอร์ช่วยให้คนได้รับรู้ข่าวสาร หรือเหตุการณ์ใหญ่ ๆ หลายเรื่องได้อย่างรวดเร็วกว่าสื่อกระแสหลัก แต่การรายงานข่าวผ่านทวิตเตอร์ก็มีจุดอ่อน เมื่อมีผู้ส่งข้อความประมาณ 80 ข้อความ รายงานข่าวการวางระเบิดที่มูมไบหลายข้อความทำให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับขนาดของความเสียหายและจำนวนผู้เสียชีวิต

ประเทศไทยใช้ twitter มากเป็นอันดับ 17 ของโลก (4.5 ล้านราย) แต่คนไทยเกินกว่า 61% สมัคร แต่ไม่ได้ใช้ twitter ข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2557 งาน Thailand Zocial Awards 2014 ซึ่งเป็นงานประกาศมอบรางวัลแก่ธุรกิจและ บุคคลต้นแบบโลกออนไลน์ จัดโดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่นับญาติเห็นาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Zocialinc เว็บไซต์วิเคราะห์สถิติต่างๆบนโลกออนไลน์ เพื่อได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน Social Media ต่างๆ ทั้ง Facebook, Twitter, Instagram ของคนไทยด้วย

## 2.5 ผลของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จูลีรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2552: Online) กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์มีประโยชน์ต่อมนุษย์ หลายด้านดังนี้

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

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

3. ด้านการเมืองดังตัวอย่างการใช้สื่อสมัยใหม่ในแข่งขันการเลือกตั้งที่มีส่วนทำให้โอบามาชนะการเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนที่ 44 ซึ่ง Micah Sifry ผู้ร่วมก่อตั้งบล็อกการเมืองออนไลน์ของสหรัฐฯ นาม techpresident.com พูดถึงเรื่องนี้ว่า ทั้งหมดเป็นผลมาจากโอบามาให้ความสนใจเรื่องพลังแห่งเครือข่าย ที่เขาสร้างมาเพื่อสนับสนุนแคมเปญของตัวเอง โดยมองว่าโอบามาเข้าใจเรื่องการดึงพลังขององค์กรอิสระที่จะสามารถสนับสนุนแคมเปญของเขาเองด้วย นอกจากนี้ David Almaycy ซึ่งเป็นหนึ่งในทีมให้บริการอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ในทำเนียบขาวตั้งแต่เดือนมีนาคม 2005 ถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2007 มองว่า โอบามาเข้าใจแนวคิดการสื่อสารระหว่างชุมชนออนไลน์ตั้งแต่แรกเริ่ม ทำให้โอบามาเน้นการส่งข้อความ Twitter แทนที่จะตรวจหน้า Facebook อย่างเดียวทุกวัน และความเข้าใจพลังเรื่องการสื่อสารระหว่างคนหลายชุมชนนี้เองที่ทำให้โอบามาทำแคมเปญได้ดีกว่าแม้คู่แข่งจะใช้กลยุทธ์หาเสียงออนไลน์เช่นเดียวกัน และข้อเสีย

เอกของกิจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่นักการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 เสียเวลาในการทำกิจกรรมอื่น ถ้ารู้จักเล่นให้เป็นเวลา ก็จะมีประโยชน์ แต่ถ้าใช้เวลาในการออนไลน์มากเกินไป ก็จะทำให้เสียเวลาในการทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ พูดคุยกับคนในครอบครัว หากใช้เวลาในสังคมออนไลน์มากเกินไป สังคมอื่นอาจจะหายไปเนื่องจากพบแต่ผู้คนในโลกอินเทอร์เน็ต

3.2 เสียสุขภาพจิต เมื่อเข้าชั้นเสพติดแล้วก็ยากที่จะแก้ไข และจะส่งผลกระทบต่อร่างกายอาจเป็นแหล่งมั่วสุมของวัยรุ่น นำไปใช้ในทางที่ผิดจนเกิดผลเสียทั้งตัวเองและคนอื่น ๆ วัยรุ่นอาจจะหมกมุ่นอยู่กับเว็บเหล่านี้จนขาดความสนใจที่จะออกไปเล่นกีฬา หรืองานอดิเรกอย่างอื่นที่มีประโยชน์และสร้างสรรค์ หากใช้เวลาเล่นเว็บเหล่านี้มากจนเกิด “อาการติด” (facebook addict) ย่อมมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน เพราะแต่ละวันวัยรุ่นจะเข้าไปเสพ หรือแสวงหาความสุขในเวปไซต์เหล่านั้น จนลืมโลกของความจริงไปก็อาจจะรู้สึกเศร้า เหงา โดดเดี่ยว เพราะไม่มีเพื่อนในชีวิตจริง ไม่กล้าเผชิญหน้ากับคนอื่น ขาดทักษะในทักษะการเข้าสังคม

3.3 อาจถูกล่อลวงได้ เห็นได้ตามหน้าข่าวหนังสือพิมพ์ที่มีข่าวการหลอกลวง โดยใช้ทั้งการสนทนาออนไลน์ และการติดต่อผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งช่องทางเหล่านี้ก็เหมือนเป็นประตูสำหรับเหล่ามิจฉาชีพ หรือผู้ไม่ประสงค์ดีให้มาทำความรู้จักกับเราได้ และหากผู้ใช้รู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือขาดวิจรรย์ญาณ อาจโดนหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการนัดเจอกันเพื่อจุดประสงค์ร้าย

3.4 ข้อมูลส่วนตัวอาจถูกเปิดเผย เรื่องความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลบางคนให้ข้อมูลที่เป็นความจริงหมดทุกอย่าง เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ หรือข้อมูลที่สำคัญให้บุคคลอื่นรู้ อาจทำให้คนมาเห็นข้อมูลเราได้มากขึ้น ความเป็นส่วนตัวจะน้อยลงไปหรืออาจถูกล่อลวงจากมิจฉาชีพ หรือผู้ไม่หวังดี

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554: 12) กล่าวว่า ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีอายุระหว่าง 19-21 ปี มีการศึกษาอยู่ในระหว่างปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีอัตราการใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ ในการใช้แต่ละครั้งใช้เวลา 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และมีประสบการณ์ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี โดยส่วนใหญ่เคยใช้บริการหรือกิจกรรมต่างๆที่มีใน Facebook ซึ่งประกอบไปด้วยการโต้ตอบบนกระดานสนทนา การเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ การเล่นเกม การตอบคำถาม (Quiz) การแบ่งปันรูปภาพ การแบ่งปันวิดีโอ การค้นหาเพื่อนเก่า การส่งข้อความ การร่วมแสดงความคิดเห็น การชอบ (Like) และพบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีความเพลิดเพลินในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้เกิดความรู้สึกชอบ และสนุกสนาน รวมถึงเป็นการทำตามกระแสนิยมจึงทำให้อัตราในการใช้เพิ่มมากขึ้นจนเกิดเป็นการติดการใช้งาน และอาจทำให้เกิดความรู้สึกกังวลหรือหมกมุ่นว่า จะต้องเข้าไปใช้งานอีกจนกลายเป็นความหลงใหลจนผิดปกติ อย่างไรก็ตาม การรับรู้ถึงความเสี่ยงจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Perceived Risk) ไม่มีความสัมพันธ์หรือทำให้พฤติกรรมความหลงใหล และการติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และจะไม่ใช้งานถ้าตัวเองได้รับความเสี่ยง

ภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ประกอบอาชีพ พนักงาน บริษัท/ห้างร้านเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ส่วนตัวมากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) มีการเข้าใช้บริการช่วงเวลา 18.01-22.00 น. มีความถี่ในการเข้าใช้ 7 วัน/สัปดาห์ ใช้เวลาในการเข้าเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย 90 นาที เปิดเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้าน/หอพัก โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์มากที่สุด กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำมากที่สุด 3 อันดับแรกเมื่อเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือสนทนากับเพื่อน Chat อัพเดท สถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ และหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลจำนวน 190 คน รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ตามแนวทางการศึกษาของบริษัท Roper Strch Worldwide ได้แบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็น 6 แบบ ได้แก่ กลุ่มฐานะดีมีรสนิยม (Creative) กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน (Strivers) กลุ่มคนหัวเก่า (Devours) และกลุ่มคนที่อุทิศตนเพื่อสังคม (Altruists) พบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว (Intimate) ซึ่งหมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว อาทิ กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรม ความสนใจ และความเห็นด้วยต่อการให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว การใช้เวลาว่างกับครอบครัว เป็นต้น

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพและรายได้แตกต่างกัน มีช่วงเวลาในการใช้สังคมออนไลน์แตกต่างกัน รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 6 รูปแบบซึ่งได้แก่ กลุ่มฐานะดี มีรสนิยม (Creative) กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seekers) กลุ่มรักครอบครัว (Intimate) กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน (Strivers) กลุ่มคนหัวเก่า (Devouuts) และกลุ่มคนที่อุทิศตนเพื่อสังคม (Altruists) ไม่มีความสัมพันธ์กับเวลาที่เข้าใช้สังคมออนไลน์รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seekers) มีความสัมพันธ์กับความถี่ (วัน/สัปดาห์) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มรักครอบครัว (Intimate) มีความสัมพันธ์กับระยะเวลา (นาที) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ชนากิตต์ ราชพิบูลย์ (2553 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากที่สุดคือ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 49.0 ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุดคือ hi5 ร้อยละ 39.7 ส่วนใหญ่ใช้

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ผ่านการณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบัน และเพื่อนเก่าร้อยละ 39.9 มีความถี่ในการใช้มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ 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 กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เพราะได้รับข่าวสารใหม่ ๆ สะดวก รวดเร็ว และช่วยผ่อนคลายความเครียด นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะให้ใช้วิจารณญาณในการเล่นอีกด้วย

ฤดีพร ผ่องสุภาพ (2551 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสังคมออนไลน์ 2. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ 4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ 5. การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

แอนนิตรา นิราช (2552 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com ผลการวิจัยพบว่า การใช้งานของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ตามลักษณะของกลุ่มผู้ใช้งาน 5 กลุ่ม คือ กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ กลุ่มชอบแสดงออก กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัวอิทธิพล 4 ประการ ได้แก่ อิทธิพลต่อพฤติกรรม的开เผยตัวตน อิทธิพลต่อความสนใจในเรื่องต่าง ๆ อิทธิพลต่อการพฤติกรรมการใช้เวลา และอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ บทบาทในการสร้างตัวตนและความเป็นตัวของตัวเอง บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ในสังคม บทบาทในการให้ความบันเทิง และบทบาทในการให้ข้อมูล การแนะนำผู้ใช้งานมี 5 ลักษณะ คือ ลักษณะการให้ข้อมูลใหม่ ลักษณะการยืนยันข้อมูล ลักษณะการแนะนำทางแก้ไขปัญหา

เอกลักษณ์การช่วยตัดสินใจและลักษณะการตั้งเงื่อนไขกระบวนการแนะนำ การดำเนินชีวิตและการปรับ  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งานมี 5 กระบวนการคือ การเลือกผู้ใช้งานที่น่าสนใจ การสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย การปรับตนเองให้ทันเหตุการณ์ การเลือกเปิดรับและการนำไปปรับใช้แนะแนวทางการดำเนินชีวิต

นฤมล อนุศาสนนันท์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ชุมชนออนไลน์ของเยาวชน : กรณีศึกษา WWW.DEK-D.COM มีผลวิจัยดังนี้ ชุมชนดังกล่าวก่อตัวจากเยาวชนที่ต้องการมีพื้นที่บนอินเทอร์เน็ตสำหรับกลุ่มเยาวชนได้เข้ามาแลกเปลี่ยนกันในเรื่องต่าง ๆ ทั้งสาระและความบันเทิง ผู้จัดทำเว็บไซต์เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน โดยไม่มีการจำกัดความหลากหลายของทัศนคติและข้อมูลข่าวสารที่เยาวชนสนใจ และเปิดให้ผู้ใช้งานเข้าใช้เว็บไซต์ได้อย่างอิสระ ภายใต้กฎและกำกับดูแลร่วมกัน เนื้อหาที่ผลิตโดยผู้ใช้งานทำให้อีเวนต์มีความน่าสนใจและทันสมัย ผู้ผลิตเว็บไซต์มีบทบาท คือให้บริการตามความสนใจของเยาวชน และควบคุมทิศทางเนื้อหาให้ไปในทิศทางที่เหมาะสม ถึงแม้ในปัจจุบันเว็บไซต์เข้าสู่สังคมผู้ประกอบการ แต่ทีมงานผู้ผลิตเว็บไซต์ยังมีการกลั่นกรองโฆษณาบนเว็บไซต์มิให้กระทบต่อวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ สิ่งเหล่านี้ทำให้เว็บไซต์เป็นเว็บไซต์ชุมชนที่มีคุณภาพเหมาะสมกับเยาวชน

สำหรับการทำหน้าที่ของพื้นที่สาธารณะ พบว่า เว็บไซต์แสดงออกถึงคุณลักษณะของพื้นที่สาธารณะสำหรับเยาวชนในเรื่องของการเป็นพื้นที่การเคลื่อนไหวทางสังคมเรื่องแอดมิชชัน ปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การเคลื่อนไหวคือการเผชิญปัญหาาร่วมกัน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และบทบาทของผู้นำความคิด ถึงแม้การเคลื่อนไหวของเยาวชนไม่ได้นำไปสู่การแก้ไขปัญหาในระดับนโยบาย แต่สามารถกล่าวได้ว่าเว็บไซต์นี้สามารถเป็นพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องสิทธิของเยาวชนได้

มุกิตา นนทรี (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการทางระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในระบบอุดมศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา คือ อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ตัวเว็บไซต์ต้องมีความเร็วในการเชื่อมโยงเข้าสู่เว็บไซต์

มุกิตา เดชะศวนาล (2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บบอร์ด ฟันทิปคาเฟ่ ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บบอร์ดฟันทิปคาเฟ่ ที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 25-34 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นที่บ้าน และมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 5 ปีขึ้นไป

2. ทัศนคติของผู้ใช้บริการด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสารและด้านฟังก์ชันการใช้อยู่ในระดับดี ส่วนทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์และด้านการใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับดีมาก

3. พฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดฟันทิปคาเฟ่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ความถี่ในการใช้บริการเว็บบอร์ดฟันทิปคาเฟ่ของกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉลี่ยประมาณ 3.55 วันต่อสัปดาห์ หรือโดยเฉลี่ยประมาณ 1.48 ครั้งต่อวัน ระยะเวลาการใช้บริการโดยเฉลี่ย 1.31 ชั่วโมงหรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่ายหรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อผู้จัดทำเอกสาร

คิดเป็น 1 ชั่วโมง 18 นาที การเลือกใช้ห้องสนทนา ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด ได้แก่ ห้องเฉลิมไทย ช่วงเวลาในการใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ พบว่าช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. สถานการณ์ใช้งาน มีสถานะเป็นข่าจร (ไม่ได้เป็นสมาชิก และไม่โต้ตอบ) และ ลักษณะการใช้งานส่วนใหญ่อ่านกระทู้เพียงอย่างเดียว

4. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ ด้านความถี่ในการใช้บริการเว็บบอร์ด ต่อสัปดาห์ และต่อวันในการเข้าใช้บริการเว็บบอร์ดแตกต่างกัน

5. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง ในการเข้าใช้บริการเว็บบอร์ดต่างกัน

6. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ ประกอบด้วย อายุระดับการศึกษา อาชีพ และสถานที่ใช้บริการเว็บบอร์ด มีผลต่อช่วงเวลาในการใช้บริการเว็บบอร์ด

7. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ ประกอบด้วย เพศและประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีผลต่อสถานการณ์ใช้บริการเว็บบอร์ด

8. ทศนคติที่มีต่อเว็บบอร์ด ด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ด้านความถี่ (วันต่อสัปดาห์) ในการเข้ามาใช้บริการเว็บบอร์ด

9. ทศนคติที่มีต่อเว็บบอร์ด ด้านเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งาน ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านประโยชน์ที่ได้รับ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ ด้านความถี่ (ครั้งต่อวัน)

10. ทศนคติที่มีต่อเว็บบอร์ด ด้านประโยชน์ที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง ในการเข้ามาใช้บริการเว็บบอร์ด แต่ทศนคติที่มีต่อเว็บบอร์ด ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งาน และด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ ด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ามาใช้บริการเว็บบอร์ด

สุพรรณษา เกษสี่แก้ว (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงด้วยโปรแกรม MSN เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารที่บ้าน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักสังคมออนไลน์เวลาจริงจากเพื่อนด้านประโยชน์ของสังคมออนไลน์เวลาจริงที่พอใจมากที่สุดคือสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทันที และที่พอใจน้อยที่สุดคือการมีเพื่อนใหม่ ในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. ด้วยค่าใช้จ่าย 501-700 บาท/เดือน และอุปกรณ์ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงมากที่สุดคือ Desktop/PC โดยพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยวัตถุประสงค์ที่มีพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์มากที่สุดคือใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงในด้านระดับการปฏิบัติในเรื่องพูดคุยผ่าน

เอกสารนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องมือสื่อสารการติดต่อกับเพื่อนใหม่ คณะและรายได้มีความสัมพันธ์กันในด้านวัตถุประสงค์ วันที่ใช้งาน บุคคลที่ร่วมใช้งาน เว็บไซต์สังคมออนไลน์เวลาจริง การใช้กล้องวิดีโอและไมโครโฟน ภาษาในการสนทนา และกิจกรรมหลังการใช้งานสังคมออนไลน์เวลาจริง

Anderson (2009 : 56) ได้ทำการสำรวจการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนอเมริกัน แยกตามกลุ่มอายุต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่ม Generation Z คือกลุ่มที่มีอายุ 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 และกลุ่ม Generation Y นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของแต่ละกลุ่มอายุ คือต้องการติดต่อกับเพื่อนเพื่อความสุขและติดต่อกับคนในครอบครัว หรือใช้เพราะได้รับเชิญจากบุคคลที่ตนเองรู้จัก กลุ่มที่มีอายุน้อยให้ความสนใจการติดต่อกับเพื่อน ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากขึ้นจะให้ความสนใจกับการติดต่อบุคคลในครอบครัว และกลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เช่น การขาย การหางาน การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจค่อนข้างน้อย

ศิริวิช จันทนาสุภานุรักษ์ (2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำการค้นคว้าอิสระเรื่องทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 413 คน ผลการศึกษาพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักศึกษาที่เปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 21 ปี ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจและวิศวกรรมศาสตร์มากที่สุด และอยู่ในระดับชั้นปีการศึกษาที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คือเลือกใช้งานที่บ้าน/หอพัก ระยะเวลาในการใช้งาน 4 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน ช่วงเวลา 16.01-22.00 น. โดยใช้งานมากกว่า 6 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ โดยมีจุดประสงค์หลักในการใช้งานด้านดนตรี ภาพยนตร์ และกีฬา ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ ด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือ ด้านการกระทำ มีค่าเฉลี่ย 4.09 และด้านความคิด มีค่าเฉลี่ย 4.04 ผลสรุปการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านความคิด เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามคณะ พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านความคิด เมื่อจำแนกตามระดับชั้นปีการศึกษา พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านความรู้สึก เมื่อจำแนกตามสถานที่ในการใช้งาน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการใช้งาน พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านการกระทำ เมื่อจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้งาน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้งาน พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านการกระทำ เมื่อจำแนกตามจุดประสงค์หลักในการใช้งาน และ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานประจำ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ (2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่า 1) เอกสารที่ส่งมาเรื่อยๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก 2) พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายออนไลน์ของนักศึกษา ปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้วยตนเอง มีวัตถุประสงค์ในการใช้งาน เพื่อความบันเทิง ใช้งานในด้านการสื่อสาร และใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเภทเผยแพร่ตัวตน (identify network) จำนวนมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในมหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่า เพศ การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว คะแนนเฉลี่ย และรายได้ผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน ส่วนที่ตั้งสถาบันการศึกษาและระดับชั้นปีที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกัน

ประเวทย์ ประเวศไพโรสนธิ (2556 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์พบว่าผู้ใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปีมีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ (ตำแหน่งที่ไม่มีลูกน้อง) และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 - 29,999 บาท มีการใช้บริการคนละ 2 บัญชี และเครือข่ายที่เขาใช้งานบ่อยที่สุดคือ เฟซบุ๊ก โดยส่วนใหญ่เขาใช้บริการเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่และสื่อสารกับเพื่อนปัจจุบัน โดยใช้บริการผ่านช่องทาง โทรศัพท์มือถือพีดีเอและสามารถโทรโฟน มากที่สุด โดยช่วงเวลาที่เขาใช้บริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่ กับเวลาว่าง ความถี่ของระยะเวลาที่ใช้งานใน 1 วัน ใช้บริการไม่เกิน 3 ชั่วโมงต่อวัน

2. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ด้านความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ และด้านความต้องการใฝ่สมาคม อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และด้านความต้องการใฝ่อำนาจอยู่ในระดับมาก

3. พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการทำงานในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการทำงานในระดับมากที่สุด ในด้านความสามารถในการปฏิบัติงานและความสามารถในการปฏิสัมพันธ์ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการทำงานในระดับมากในด้านความสามารถในการสรรหาและรักษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุการศึกษา รายได้แตกต่างกันมีการแสดงพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอาชีพแตกต่างกัน มีการแสดงพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยภาพรวม พบว่าการใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จิตยา ปิยภณช์ (2556 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 31.7 มีสมาร์ทโฟน (31.7%) สื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นหลักคือ เฟซบุ๊ก (27.8%) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คือ ใช้ทุกวัน (81.9%) และระยะเวลาที่ใช้โดยรวมในแต่ละวันคือมากกว่า 3 ชั่วโมง (47.7%) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คือ สื่อสารพูดคุยกับเครือข่าย คนรู้จัก (19.2%) ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมดิจิทัลด้านเสรีภาพ ความซื่อสัตย์โปร่งใส การประสานความร่วมมือ ความบันเทิง และนวัตกรรมในระดับมาก แต่มีค่านิยมดิจิทัลด้านการคำนึงถึงตัวเองเป็นหลักในระดับปานกลาง ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนของเด็กและเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การใช้สื่อออนไลน์อย่างเข้มข้นต่อเนื่องได้เปิดพื้นที่การเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน จากการแสดงออก การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การร่วมมือร่วมใจ และ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ผ่านการสื่อสารเครือข่าย ทำให้สามารถบ่มเพาะค่านิยมใหม่ๆ ที่คล้ายคลึงกับเด็กๆ และเยาวชนในตะวันตก อย่างไรก็ตาม จากสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและการเลี้ยงดูในครอบครัวของสังคมไทย ก็มีส่งผลให้เด็กและเยาวชนไทยยังคงรักษาลักษณะเชิงคุณค่าบางประการไว้ได้และไม่ได้ถูกผสมกลมกลืนไปโดยสมบูรณ์ ในการสังเคราะห์ขั้นสุดท้าย ผลจากการวิจัยสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับสังคมที่มีภาพอันซ้อนทับระหว่างเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด กับ สังคมหล่อหลอมเทคโนโลยี โดยคุณลักษณะทางเทคโนโลยีของสื่อออนไลน์และการสื่อสารผ่านเครือข่ายได้ปลดปล่อยศักยภาพและสร้างเงื่อนไขใหม่สู่การเรียนรู้ทางสังคม หากการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีเครือข่ายก็ถูกกล่อมเกลียดด้วยปัจจัยแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมไปด้วย

ศรัณยา หวังเจริญตระกูล (2553 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมในการใช้แรงจูงใจ และการรับรู้ปัญหาจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นจะใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ใช้นเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน และทำในสิ่งที่ทำไม่ได้ในชีวิตจริงหรือทำในชีวิตจริงได้ยาก ส่วนพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ดังกล่าวของเด็กกลุ่มนี้จะไม่ค่อยมีผลกระทบต่อสังคม นักเรียนกลุ่มนี้จะใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อสนองความต้องการของตัวเอง

และสนองความต้องการทางสังคม รูปแบบของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมีผลต่อการเลือกใช้อินเทอร์เน็ต  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังกล่าวของผู้ใช้กลุ่มนี้ สำหรับพฤติกรรมที่เด็กกลุ่มนี้มีต่อคนแปลกหน้าในโลกของความเป็นจริงจะต่างจากโลกของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม และยังพบว่ามึนักเรียนที่อายุต่ำกว่า 13 ปีถึงร้อยละ 18 ได้ฝ่าฝืนเงื่อนไขในการสมัครใช้เว็บไซต์ ดังกล่าว

มะลิสซา ไชยวิเศษ ฉันทนา วิริยเวชกุล และไพฑูรย์ พิมพ์ (2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องเจตคติและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สถาบันอาชีวศึกษา จังหวัดยโสธร ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษามีเจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นโทษอยู่ในระดับน้อย 2) นักศึกษาเพศต่างกัณมีเจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นโทษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) นักศึกษาที่มีประเภทสถานศึกษาต่างกัณมีเจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นประโยชน์และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นโทษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 4) นักศึกษาที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัณมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นประโยชน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทิพย์วรรณ รัตนธำรงพรรณ (2557 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียน-นักศึกษา วิทยาลัยเทคนิคจุฬารามณ์ (ลาดขวาง) ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียน-นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง 3) นักเรียน-นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกัณมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความบันเทิง ด้านการสื่อสาร และภาพรวม แตกต่างกัณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) นักเรียน-นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกัณ มีผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้งภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการใช้สังคมออนไลน์ประเภทพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับนักศึกษาปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อให้ทราบถึงสภาพการใช้งานในปัจจุบันของนักศึกษาปริญญาตรีของสถาบัน และสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงวางแผนส่งเสริมสร้างและความเข้มแข็งให้กับนักศึกษาซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญของสถาบันและประเทศชาติต่อไป ในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและการสื่อสารอย่างรู้เท่าทัน เพื่อพัฒนาตนเองให้กลายเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

# วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนดังนี้

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

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 ชั้นปีที่ 1 จำนวน 20,157 คน จากทั้งหมด 7 คณะ 4 วิทยาลัย (สำนักทะเบียนและประมวลผล. 2557 : Online)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 จำนวนทั้งสิ้น 377 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (อ้างใน พรธณี ลีกิจวัฒน์. 2555 : 147) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามคณะ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. แบ่งกลุ่มนักศึกษา โดยใช้เกณฑ์การแบ่งตามคณะที่นักศึกษาสังกัด ได้จำนวน 11 คณะ/วิทยาลัยที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 และลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557
2. คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขาวิชาจากการเทียบสัดส่วน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางที่ 3.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตามคณะ/วิทยาลัย

| คณะ/วิทยาลัย                                  | ประชากร (คน) | กลุ่มตัวอย่าง (คน) |
|---|--------------|--------------------|
| (1) คณะวิศวกรรมศาสตร์                         | 5,637        | 105                |
| (2) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์                      | 2,458        | 46                 |
| (3) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม                    | 2,238        | 42                 |
| (4) คณะเทคโนโลยีการเกษตร                      | 2,434        | 46                 |
| (5) คณะวิทยาศาสตร์                            | 4,835        | 91                 |
| (6) คณะอุตสาหกรรมเกษตร                        | 793          | 15                 |
| (7) คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ                      | 505          | 9                  |
| (8) วิทยาลัยนานาชาติ                          | 123          | 2                  |
| (9) วิทยาลัยนาโนเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง | 170          | 3                  |
| (10) วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการข้อมูล          | 133          | 2                  |
| (11) วิทยาลัยการบริหารและจัดการ               | 831          | 16                 |
| รวม   | 20,157       | 377                |

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ประกอบด้วย

- |                 |              |
|-----------------|--------------|
| 1. ด้านอารมณ์   | จำนวน 10 ข้อ |
| 2. ด้านสังคม    | จำนวน 10 ข้อ |
| 3. ด้านการเรียน | จำนวน 10 ข้อ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

| ระดับความคิดเห็น     | คะแนน |
|----------------------|-------|
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง    | 5     |
| เห็นด้วย             | 4     |
| ไม่แน่ใจ             | 3     |
| ไม่เห็นด้วย          | 2     |
| ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 1     |

โดยเกณฑ์การแปลความหมายตอนที่ 3 ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 100)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับมาก

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับน้อย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

### 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 นำไปเสนอผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษา และแสดงความคิดเห็นของแบบสอบถาม รายงานผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ประกอบด้วยบุคคลดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี ปัตทวิคองคา อาจารย์ประจำวิทยาลัยบริหารและการจัดการ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัลลภ นิมนานนท์ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
3. นางสาวณฤมล ชีระศักดิ์ นักประชาสัมพันธ์ ชำนาญการ 8  
ส่วนสารนิเทศและประชาสัมพันธ์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อความกับนิยามศัพท์เฉพาะที่กำหนดไว้หรือไม่ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน +1 สำหรับข้อความที่แน่ใจว่าสอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

คะแนน 0 สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

คะแนน -1 สำหรับข้อความที่แน่ใจว่าไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

บันทึกผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละข้อ นำไปหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับนิยามศัพท์ที่ระบุไว้ โดยกำหนดเกณฑ์ว่าผลรวมของคะแนนความคิดเห็นตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าข้อความนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ (ไชยยศ เรื่องสุวรรณ. 2553 : 138) ดังนี้

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

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับนิยามศัพท์เฉพาะ

$\sum R$  แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นในแต่ละข้อของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัยเกี่ยวกับการใช้สังคมออนไลน์ของทุกข้อความ แสดงในภาคผนวก ข.1

6. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อพิจารณาขั้นสุดท้าย แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

8. นำข้อมูลของแบบสอบถาม มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach (พรรณี ลีกิจวัฒน์. 2552 : 158)

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|       |              |     |                                       |
|-------|--------------|-----|---------------------------------------|
| เมื่อ | $\alpha$     | แทน | สัมประสิทธิ์แอลฟา                     |
|       | k            | แทน | จำนวนข้อของแบบวัด                     |
|       | $\sum S_i^2$ | แทน | ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ |
|       | $S_t^2$      | แทน | ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ        |

ผลการหาค่าความเชื่อมั่น และผู้วิจัยทำการสรุปค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละส่วน แสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม

| รายการ              | จำนวนข้อ | ค่าความเที่ยงตรง | ค่าความเชื่อมั่น |
|---------------------|----------|------------------|------------------|
| 3.1 ด้านอารมณ์      | 10       | 0.67-1.00        | 0.63             |
| 3.2 ด้านสังคม       | 10       | 0.67-1.00        | 0.66             |
| 3.3 ด้านการเรียนรู้ | 10       | 0.67-1.00        | 0.65             |
| รวมตอนที่ 3         | 30       | 0.67-1.00        | 0.85             |

9. จัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามที่พัฒนาแสดงในภาคผนวก ค
10. นำแบบสอบถามที่มีคุณภาพไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ขออนุญาตจากคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้วิจัยนำส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งแจ้งกำหนดวันรับแบบสอบถามคืน
3. ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับคืน ตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งหมด จำนวน 377 ฉบับ ได้รับกลับแบบสอบถามคืนกลับจำนวน 377 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาความถี่ และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )

และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S)

การหาค่าเฉลี่ยมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (พรณี สิกิจวัฒน์. 2552 : 135)

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

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนนในชุดข้อมูล

n แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ซึ่งเกิดการแปลความหมายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จากค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

| ค่าเฉลี่ยของคะแนน | ระดับความคิดเห็น |
|-------------------|------------------|
| 4.50-5.00         | มากที่สุด        |
| 3.50-4.49         | มาก              |
| 2.50-3.49         | ปานกลาง          |
| 1.50-2.49         | น้อย             |
| 1.00-1.49         | น้อยที่สุด       |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีสูตรในการคำนวณดังนี้ (พรณี ลีกิจวัฒน์. 2552 : 140)

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

|           |     |   |
|-----------|-----|---|
| เมื่อ S   | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน                       |
| $\Sigma$  | แทน | ผลรวม                                     |
| X         | แทน | คะแนนแต่ละตัวในชุดข้อมูล                  |
| $\bar{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของคะแนนในชุดข้อมูล              |
| n         | แทน | จำนวนข้อมูลทั้งหมด (ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง) |

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรีจำแนกตาม เพศ และกลุ่มคณะต่างกัน โดยการทดสอบ t-test Independent Group (พรณี ลีกิจวัฒน์. 2555 : 274) ดังนี้

ในกรณีเป็นกลุ่มตัวอย่างมีขนาดไม่เท่ากันหรือความแปรปรวน 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ให้ใช้การทดสอบแบบ Separated variance t-test

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1}\right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{n_2 - 1}}$$

|             |     |                            |
|-------------|-----|----------------------------|
| เมื่อ t     | แทน | ค่าสถิติ t                 |
| $\bar{X}_1$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของคะแนนกลุ่ม 1   |
| $\bar{X}_2$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของคะแนนกลุ่ม 2   |
| $S_1^2$     | แทน | ความแปรปรวนของคะแนนกลุ่ม 1 |
| $S_2^2$     | แทน | ความแปรปรวนของคะแนนกลุ่ม 2 |
| $n_1$       | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 1     |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$n_2$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 2

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

4. การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffé



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนที่กำหนดไว้และทำการวิเคราะห์ผลการวิจัย ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอในรูปแบบของตาราง โดยแบ่งเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 377 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และสาขาวิชา ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวน ค่าร้อยละ และลำดับที่ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

| ข้อมูลทั่วไป  | จำนวน      | ร้อยละ     | ลำดับที่ |
|---------------|------------|------------|----------|
| <b>เพศ</b>    |            |            |          |
| ชาย           | 177        | 46.95      | 2        |
| หญิง          | 200        | 53.05      | 1        |
| <b>รวม</b>    | <b>377</b> | <b>100</b> |          |
| <b>อายุ</b>   |            |            |          |
| ต่ำกว่า 19 ปี | 31         | 8.22       | 4        |
| 19-20 ปี      | 157        | 41.60      | 1        |
| 21-22 ปี      | 115        | 30.50      | 2        |
| 23 ปีขึ้นไป   | 74         | 19.60      | 3        |
| <b>รวม</b>    | <b>377</b> | <b>100</b> |          |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป                              | จำนวน      | ร้อยละ     | ลำดับที่ |
|---|------------|------------|----------|
| <b>คณะ/วิทยาลัย</b>                       |            |            |          |
| คณะวิศวกรรมศาสตร์                         | 105        | 27.85      | 1        |
| คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์                      | 46         | 12.20      | 3        |
| คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม                    | 42         | 11.14      | 5        |
| คณะเทคโนโลยีการเกษตร                      | 46         | 12.20      | 3        |
| คณะวิทยาศาสตร์                            | 91         | 24.14      | 2        |
| คณะอุตสาหกรรมเกษตร                        | 15         | 3.98       | 7        |
| คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ                      | 9          | 2.39       | 8        |
| วิทยาลัยนานาชาติ                          | 2          | 0.53       | 10       |
| วิทยาลัยนาโนเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง | 3          | 0.80       | 9        |
| วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการข้อมูล           | 2          | 0.53       | 10       |
| วิทยาลัยการบริหารและจัดการ                | 16         | 4.24       | 6        |
| <b>รวม</b>                                | <b>377</b> | <b>100</b> |          |

จากตารางที่ 4.1 พบว่านักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.05 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.95 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 19-20 ปีมากที่สุด คือ 157 คน คิดเป็นร้อยละ 41.64 รองลงมา คือช่วง 21-22 ปี มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 อายุ 23 ปีขึ้นไป มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.63 และน้อยที่สุดคืออายุต่ำกว่า 19 ปี มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22

กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชา คณะวิศวกรรมศาสตร์มากที่สุด คือ มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.85 คณะวิทยาศาสตร์มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 24.13 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และคณะเทคโนโลยีการเกษตรมีจำนวนนักศึกษาเท่ากัน คือ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.14 วิทยาลัยการบริหารและจัดการ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.24 คณะอุตสาหกรรมเกษตร มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.98 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.39 วิทยาลัยนาโนเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 และน้อยที่สุดคือวิทยาลัยนานาชาติและวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการข้อมูลมีจำนวนนักศึกษาเท่ากัน คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.2 ผลการวิเคราะห์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 377 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ ระยะเวลาเฉลี่ย สถานที่ ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ แสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของนักศึกษาจำแนกตามช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

| ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ | จำนวน      | ร้อยละ        | ลำดับที่ |
|------------------------------------|------------|---------------|----------|
| 08.01-12.00 น.                     | 31         | 8.22          | 4        |
| 12.01-16.00 น.                     | 75         | 19.89         | 3        |
| 16.01-20.00 น.                     | 117        | 31.03         | 2        |
| 20.01-00.00 น.                     | 135        | 35.81         | 1        |
| 00.01-04.00 น.                     | 12         | 3.18          | 5        |
| 04.01-08.00 น.                     | 7          | 1.86          | 6        |
| <b>รวม</b>                         | <b>377</b> | <b>100.00</b> |          |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ช่วงเวลาที่นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ช่วง 20.01-00.00 น. มีจำนวน 135 คิดเป็นร้อยละ 35.81 รองลงมา คือ ช่วง 16.01 - 20.00 น. มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.03 ช่วง 12.01-16.00 น. มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.89 08.01-12.00 น. มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22 00.01-04.00 น. มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18 และช่วง 04.01-08.00 น. มีน้อยที่สุด คือ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.86

ตารางที่ 4.3 จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

| ความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ | จำนวน      | ร้อยละ        | ลำดับที่ |
|--|------------|---------------|----------|
| 1 ครั้งต่อวัน                            | 27         | 7.16          | 4        |
| 2-3 ครั้งต่อวัน                          | 74         | 19.63         | 3        |
| 4-5 ครั้งต่อวัน                          | 124        | 32.89         | 2        |
| มากกว่า 5 ครั้งต่อวัน                    | 152        | 40.32         | 1        |
| <b>รวม</b>                               | <b>377</b> | <b>100.00</b> |          |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักศึกษามีความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยมากกว่า 5 ครั้งต่อวันมากที่สุด มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 40.32 รองลงมา คือ 4-5 ครั้งต่อวัน มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.89 และ 2-3 ครั้งต่อวัน มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.61 และความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด คือ 1 ครั้งต่อวัน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.16

ตารางที่ 4.4 จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของนักศึกษาจำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้ง

| ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้ง | จำนวน | ร้อยละ | ลำดับที่ |
|---|-------|--------|----------|
| น้อยกว่า 1 ชั่วโมง  | 76    | 20.16  | 4        |
| 1-2 ชั่วโมง   | 124   | 32.89  | 1        |
| 3-5 ชั่วโมง   | 80    | 21.22  | 3        |
| มากกว่า 5 ชั่วโมง   | 97    | 25.73  | 2        |
| รวม   | 377   | 100.00 |          |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวันในแต่ละครั้งมากที่สุด คือ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.89 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.73 และใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวันในแต่ละครั้งน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 20.16

ตารางที่ 4.5 จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของนักศึกษาจำแนกตามสถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

| สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ | จำนวน | ร้อยละ | ลำดับที่ |
|-------------------------------|-------|--------|----------|
| ที่บ้าน/ที่พักอาศัย           | 168   | 44.56  | 1        |
| ที่ทำงาน                      | 41    | 10.88  | 3        |
| ที่คณะ/สถาบัน                 | 127   | 33.69  | 2        |
| ที่ร้านอินเทอร์เน็ต           | 41    | 10.88  | 3        |
| รวม                           | 377   | 100.00 |          |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักศึกษาใช้ที่บ้าน/ที่พักอาศัยมากที่สุด คือ 168 คน คิดเป็นร้อยละ 44.56 รองลงมา คือ ที่คณะ/สถาบัน มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 33.69 และใช้บริการที่ทำงานและที่ร้านอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.88

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของนักศึกษาจำแนกตามการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

| สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเข้าใช้ | จำนวน | ร้อยละ | ลำดับที่ |
|---------------------------------|-------|--------|----------|
| Facebook                        | 286   | 75.86  | 1        |
| Line                            | 274   | 72.68  | 2        |
| Google+                         | 183   | 48.54  | 3        |
| Instagram                       | 121   | 32.10  | 4        |
| Twitter                         | 66    | 17.51  | 5        |

\*เป็นจำนวนรวมของคำถามเนื่องจากเป็นคำถามที่ให้เลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.6 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษามีการเข้าใช้งานมีดังนี้ คือ Facebook มีจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 75.86 รองลงมา คือ Line มีจำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 72.68 Google+ มีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 48.54 และ Instagram มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 มีน้อยที่สุด คือ Twitter มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.51

ตารางที่ 4.7 จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของนักศึกษาจำแนกตามการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด

| สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเข้าใช้ | จำนวน | ร้อยละ | ลำดับที่ |
|---------------------------------|-------|--------|----------|
| Facebook                        | 215   | 57.03  | 1        |
| Line                            | 89    | 23.61  | 2        |
| Google+                         | 48    | 12.73  | 3        |
| Instagram                       | 15    | 3.98   | 4        |
| Twitter                         | 10    | 2.65   | 5        |
| รวม                             | 377   | 100.00 |          |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษานิยมใช้มากที่สุด คือ Facebook มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 57.03 รองลงมา คือ Line มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.61 Google+ มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 และ Instagram มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.98 มีน้อยที่สุด คือ Twitter มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของนักศึกษาจำแนกตามเหตุผลที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

| เหตุผลที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์  | จำนวน | ร้อยละ | ลำดับที่ |
|---|-------|--------|----------|
| ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก   | 268   | 71.09  | 1        |
| ค้นหาเพื่อนใหม่   | 164   | 43.50  | 4        |
| อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ  | 217   | 57.56  | 2        |
| เล่นเกม   | 129   | 34.22  | 5        |
| หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล   | 216   | 57.29  | 3        |
| ติดตามข่าวสารศิลปิน/ดารา/บุคคลมีชื่อเสียง                                   | 120   | 31.83  | 7        |
| ติดตามข่าวสารของสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่าง ๆ                           | 121   | 32.10  | 6        |
| เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมสมาชิกกลุ่ม                                      | 51    | 13.53  | 9        |
| เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองจัดขึ้นหรือที่หน่วยงานอื่นจัดขึ้น | 37    | 9.81   | 10       |
| ร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ   | 81    | 21.49  | 8        |

\*เป็นจำนวนรวมของคำตอบที่ถูกเลือกเนื่องจากเป็นคำถามที่ให้เลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อบุคคลที่รู้จักมากที่สุด มีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 71.09 รองลงมา คือ ค้นหาเพื่อนใหม่ มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ มีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 57.56 หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล มีจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 57.29 เล่นเกม มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 34.22 ติดตามข่าวสารของสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่าง ๆ มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 ติดตามข่าวสารศิลปิน/ดารา/บุคคลมีชื่อเสียง มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.83 ร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.49 และเชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมสมาชิกกลุ่ม มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.53 และเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุด คือ เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองจัดขึ้นหรือที่หน่วยงานอื่นจัดขึ้น มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.81

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 377 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

| ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ | $\bar{X}$ | S    | ระดับ |
|--|-----------|------|-------|
| ด้านอารมณ์   | 3.82      | 0.58 | มาก   |
| ด้านสังคม  | 3.72      | 0.63 | มาก   |
| ด้านการเรียน                                       | 3.92      | 0.92 | มาก   |
| รวม  | 3.82      | 0.49 | มาก   |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82, S = 0.49$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการเรียน ( $\bar{X} = 3.92, S = 0.92$ ) ด้านอารมณ์ ( $\bar{X} = 3.82, S = 0.58$ ) และด้านสังคม ( $\bar{X} = 3.72, S = 0.63$ )

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านอารมณ์ จำแนกเป็นรายข้อ

| ด้านอารมณ์  | $\bar{X}$ | S    | ระดับ |
|---|-----------|------|-------|
| 1. เวลาที่ท่านรู้สึกโดดเดี่ยวหรืออยู่คนเดียว จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุย | 4.01      | 0.89 | มาก   |
| 2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยทำให้ท่านผ่านคลายความเครียด                                 | 3.96      | 0.72 | มาก   |
| 3. ท่านรู้สึกอยากทราบความเคลื่อนไหวในเครือข่ายสังคมออนไลน์                              | 3.77      | 0.85 | มาก   |
| 4. ท่านต้องการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกครั้งที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต         | 3.95      | 0.80 | มาก   |
| 5. ท่านมักบอกความรู้สึกของท่านผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์                                 | 3.67      | 0.95 | มาก   |
| 6. ท่านจะรู้สึกโกรธ เมื่อเห็นข้อความในเชิงลบเกี่ยวกับตัวเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์      | 3.78      | 0.85 | มาก   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| ด้านอารมณ์   | $\bar{X}$ | S    | ระดับ |
|--|-----------|------|-------|
| 7. เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านรู้สึกหดหู่                       | 3.73      | 0.85 | มาก   |
| 8. ข้อความจากเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีผลกระทบต่อความรู้สึกของท่าน                               | 3.73      | 0.83 | มาก   |
| 9. ท่านรู้สึกดีใจเมื่อมีเพื่อนมาทักทายในหน้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน                               | 3.91      | 0.80 | มาก   |
| 10. เมื่อรู้สึกผิดหวังหรือเสียใจท่านจะเข้าไประบายความรู้สึกในเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้รู้สึกดีขึ้น | 4.01      | 0.89 | มาก   |
| รวม  | 3.82      | 0.58 | มาก   |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านอารมณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82, S = 0.58$ ) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ลำดับที่ 1 ได้แก่ เวลาที่ท่านรู้สึกโดดเดี่ยวหรืออยู่คนเดียว จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุย และท่านรู้สึกดีใจเมื่อมีเพื่อนมาทักทายในหน้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01, S = 0.89$ ) รองลงมาเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยทำให้ท่านผ่านคลายความเครียด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96, S = 0.72$ ) รองลงมาท่านต้องการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกครั้งที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95, S = 0.80$ ) ลำดับสุดท้ายคือท่านมักบอกความรู้สึกของท่านผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67, S = 0.95$ )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษา ด้านสังคม จำแนกเป็นรายข้อ

| ด้านสังคม  | $\bar{X}$ | S    | ระดับ |
|--|-----------|------|-------|
| 1. หากท่านไม่เข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ท่านจะไม่ได้รับรู้เรื่องราวของเพื่อนๆ  | 3.71      | 0.91 | มาก   |
| 2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านได้พบกับเพื่อนเก่า  | 3.80      | 0.78 | มาก   |
| 3. บุคคลในครอบครัวของท่านพอใจเมื่อท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์   | 3.87      | 0.85 | มาก   |
| 4. ท่านรู้สึกว่าจะไม่สามารถเข้ากลุ่มกับเพื่อนได้ หากไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์                                       | 3.77      | 0.96 | มาก   |
| 5. ท่านต้องคอยปิดบังเพื่อนหรือคนในครอบครัวเมื่อต้องเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์  | 3.81      | 0.99 | มาก   |
| 6. ท่านปิดบังข้อมูลที่แท้จริงของตนเอง เพื่อให้เป็นที่สนใจและยอมรับจากเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์                      | 3.75      | 1.10 | มาก   |
| 7. การเขียนข้อความในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน ทำให้เกิดการเข้าใจผิดจนเป็นสาเหตุให้ท่านทะเลาะกับเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด | 3.62      | 0.95 | มาก   |
| 8. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโอกาสต่าง ๆ เช่น การทำงาน การเรียน                  | 3.56      | 1.03 | มาก   |
| 9. ท่านรู้สึกปลอดภัยในการติดต่อกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าการติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน                          | 3.67      | 0.90 | มาก   |
| 10. ท่านมีเวลาพูดคุยและทำกิจกรรมกับคนในครอบครัวน้อยลง เนื่องจากใช้เวลาส่วนใหญ่ในการเล่นเครือข่ายสังคมออนไลน์             | 3.67      | 1.02 | มาก   |
| รวม  | 3.72      | 0.63 | มาก   |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ,  $S = 0.63$ ) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ลำดับที่ 1 ได้แก่ บุคคลในครอบครัวของท่านพอใจเมื่อท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ ,  $S = 0.85$ ) รองลงมาท่านต้องคอยปิดบังเพื่อนหรือคนในครอบครัวเมื่อต้องเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ,  $S = 0.99$ ) รองลงมาเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านได้พบกับเพื่อนเก่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$ ,  $S = 0.78$ ) ลำดับสุดท้ายคือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโอกาสต่าง ๆ เช่น การทำงาน การเรียน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ ,  $S = 1.03$ )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านการเรียน จำแนกเป็นรายข้อ

| ด้านการเรียน   | $\bar{X}$ | S    | ระดับ |
|--|-----------|------|-------|
| 1. ถ้ามีเวลาร่างท่านจะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ก่อนที่จะใช้เวลาร่างทำกิจกรรมอื่น                 | 3.81      | 0.83 | มาก   |
| 2. ท่านสร้างกลุ่มเฉพาะ (Group) สำหรับเพื่อนที่เรียนด้วยกันในสังคมออนไลน์                         | 3.89      | 0.77 | มาก   |
| 3. ท่านเคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเวลาเรียน  | 3.88      | 0.75 | มาก   |
| 4. ท่านแบ่งปันข้อมูล ความรู้ทางการเรียนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์                                 | 3.90      | 0.81 | มาก   |
| 5. ท่านเคยติดต่อกับอาจารย์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์  | 3.85      | 0.80 | มาก   |
| 6. ท่านมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นานกว่าที่ตั้งใจไว้เป็นประจำ                                   | 3.98      | 0.78 | มาก   |
| 7. ท่านเคยติดตามข่าวสารของสถาบันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์  | 3.93      | 0.76 | มาก   |
| 8. เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยท่านในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียน                                   | 3.98      | 0.76 | มาก   |
| 9. ท่านได้รับการนัดแนะ หรือเตือนความจำในเรื่องสำคัญ ๆ จากเพื่อนร่วมชั้นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ | 4.00      | 0.81 | มาก   |
| 10. หากท่านไม่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อาจทำให้พลาดข้อมูลสำคัญๆ ที่เพื่อนมาโพสต์ไว้           | 4.00      | 0.80 | มาก   |
| รวม  | 3.92      | 0.92 | มาก   |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านการเรียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ ,  $S = 0.92$ ) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ลำดับที่ 1 ได้แก่ หากท่านไม่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อาจทำให้พลาดข้อมูลสำคัญๆ ที่เพื่อนมาโพสต์ไว้ ระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ,  $S = 0.80$ ) รองลงมาท่านได้รับการนัดแนะ หรือเตือนความจำในเรื่องสำคัญ ๆ จากเพื่อนร่วมชั้นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ,  $S = 0.80$ ) รองลงมาเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยท่านในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ,  $S = 0.76$ ) ลำดับสุดท้ายคือ ถ้ามีเวลาร่างท่านจะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ก่อนที่จะใช้เวลาร่างทำกิจกรรมอื่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ,  $S = 0.83$ )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

##### 4.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามเพศและกลุ่มคณะ

จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 377 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำแนกตามเพศ แสดงดังตารางที่ 4.13 กลุ่มคณะแสดงดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน

| ความคิดเห็น  | เพศชาย (n=177) |      | เพศหญิง (n=200) |      | t     | Sig  |
|--------------|----------------|------|-----------------|------|-------|------|
|              | $\bar{X}$      | S    | $\bar{X}$       | S    |       |      |
| ด้านอารมณ์   | 3.74           | 0.63 | 3.90            | 0.52 | 2.63* | 0.00 |
| ด้านสังคม    | 3.68           | 0.66 | 3.76            | 0.61 | 1.14  | 0.13 |
| ด้านการเรียน | 3.90           | 0.57 | 3.94            | 0.54 | 0.61  | 0.27 |
| รวม          | 3.78           | 0.53 | 3.86            | 0.46 | 1.73* | 0.04 |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามกลุ่มคณะ

| ความคิดเห็น  | กลุ่มคณะด้าน<br>วิทยาศาสตร์ (n=1) |      | กลุ่มคณะด้าน<br>สังคมศาสตร์ (n=104) |      | t     | Sig  |
|--------------|-----------------------------------|------|-------------------------------------|------|-------|------|
|              | $\bar{X}$                         | S    | $\bar{X}$                           | S    |       |      |
| ด้านอารมณ์   | 3.85                              | 0.54 | 3.76                                | 0.66 | 1.27  | 0.10 |
| ด้านสังคม    | 3.77                              | 0.60 | 3.60                                | 0.68 | 2.22* | 0.01 |
| ด้านการเรียน | 3.92                              | 0.55 | 3.93                                | 0.57 | 0.25  | 0.40 |
| รวม          | 3.84                              | 0.48 | 3.76                                | 0.51 | 1.44  | 0.07 |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักศึกษาสังกัดกลุ่มคณะต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาสังกัดกลุ่มคณะต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตามช่วงเวลา ความถี่ ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ซึ่งหากพบว่ามี ความแตกต่างกันจะใช้วิธีทดสอบเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison Test) เพื่อให้ทราบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffé ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

| ความคิดเห็น  | แหล่งความแปรปรวน | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig  |
|--------------|------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| ด้านอารมณ์   | ระหว่างกลุ่ม     | 1.62           | 5   | 0.32        | 0.98  | 0.43 |
|              | ภายในกลุ่ม       | 122.97         | 371 | 0.33        |       |      |
|              | รวม              | 124.59         | 376 |             |       |      |
| ด้านสังคม    | ระหว่างกลุ่ม     | 5.33           | 5   | 1.07        | 2.74* | 0.02 |
|              | ภายในกลุ่ม       | 144.53         | 371 | 0.39        |       |      |
|              | รวม              | 149.87         | 376 |             |       |      |
| ด้านการเรียน | ระหว่างกลุ่ม     | 6.96           | 5   | 1.39        | 4.78* | 0.00 |
|              | ภายในกลุ่ม       | 108.01         | 371 | 0.29        |       |      |
|              | รวม              | 114.97         | 376 |             |       |      |
| ภาพรวม       | ระหว่างกลุ่ม     | 2.91           | 5   | 0.58        | 2.45* | 0.03 |
|              | ภายในกลุ่ม       | 88.33          | 371 | 0.24        |       |      |
|              | รวม              | 91.24          | 376 |             |       |      |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักศึกษาที่มีช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านสังคม ด้านการเรียน และภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffé

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามช่วงเวลา ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

| ความคิดเห็น          |                |     |           | ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ |               |               |               |               |               |
|----------------------|----------------|-----|-----------|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                      |                |     |           | 08.01-12.00น.                          | 12.01-16.00น. | 16.01-20.00น. | 20.01-00.00น. | 00.01-04.00น. | 04.01-08.00น. |
| ด้านสังคม            |                | n   | $\bar{X}$ |  |               |               |               |               |               |
|                      | 08.01-12.00 น. | 31  | 3.77      |  | -0.36         | -0.13         | -0.14         | 0.05          | -0.52         |
|                      | 12.01-16.00 น. | 75  | 3.90      |  |               | 0.23          | 0.22          | 0.41          | -0.16         |
|                      | 16.01-20.00 น. | 117 | 3.80      |  |               |               | -0.01         | 0.18          | -0.39         |
|                      | 20.01-00.00 น. | 135 | 3.84      |  |               |               |               | 0.19          | -0.38         |
|                      | 00.01-04.00 น. | 12  | 3.57      |  |               |               |               |               | -0.57         |
|                      | 04.01-08.00 น. | 7   | 3.66      |  |               |               |               |               |               |
| ด้าน<br>การ<br>เรียน |                | n   | $\bar{X}$ |  |               |               |               |               |               |
|                      | 08.01-12.00 น. | 31  | 3.63      |  | -0.30         | -0.24         | -0.42*        | 0.07          | -0.41         |
|                      | 12.01-16.00 น. | 75  | 3.93      |  |               | 0.07          | -0.12         | 0.37          | -0.11         |
|                      | 16.01-20.00 น. | 117 | 3.87      |  |               |               | -0.19         | 0.30          | -0.18         |
|                      | 20.01-00.00 น. | 135 | 4.05      |  |               |               |               | 0.49          | 0.01          |
|                      | 00.01-04.00 น. | 12  | 3.57      |  |               |               |               |               | -0.48         |
|                      | 04.01-08.00 น. | 7   | 4.04      |  |               |               |               |               |               |
| ภาพ<br>รวม           |                | n   | $\bar{X}$ |  |               |               |               |               |               |
|                      | 08.01-12.00 น. | 31  | 3.65      |  | -0.26         | -0.13         | -0.21         | 0.11          | -0.27         |
|                      | 12.01-16.00 น. | 75  | 3.92      |  |               | 0.13          | 0.06          | 0.37          | -0.01         |
|                      | 16.01-20.00 น. | 117 | 3.78      |  |               |               | -0.08         | 0.24          | -0.14         |
|                      | 20.01-00.00 น. | 135 | 3.86      |  |               |               |               | 0.32          | -0.06         |
|                      | 00.01-04.00 น. | 12  | 3.54      |  |               |               |               |               | -0.38         |
|                      | 04.01-08.00 น. | 7   | 3.92      |  |               |               |               |               |               |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 นักศึกษาที่มีช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือ ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่างช่วงเวลา 08.01-12.00 น. สูงกว่าระหว่างช่วงเวลา 20.01-00.00 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสังคม และ ภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามความถี่ ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

| ความคิดเห็น  | แหล่งความแปรปรวน | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig  |
|--------------|------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| ด้านอารมณ์   | ระหว่างกลุ่ม     | 1.01           | 3   | 0.34        | 1.02  | 0.38 |
|              | ภายในกลุ่ม       | 123.58         | 373 | 0.33        |       |      |
|              | รวม              | 124.59         | 376 |             |       |      |
| ด้านสังคม    | ระหว่างกลุ่ม     | 9.77           | 3   | 3.26        | 8.67* | 0.00 |
|              | ภายในกลุ่ม       | 140.10         | 373 | 0.38        |       |      |
|              | รวม              | 149.87         | 376 |             |       |      |
| ด้านการเรียน | ระหว่างกลุ่ม     | 1.62           | 3   | 0.54        | 1.78  | 0.15 |
|              | ภายในกลุ่ม       | 113.35         | 373 | 0.30        |       |      |
|              | รวม              | 114.97         | 376 |             |       |      |
| ภาพรวม       | ระหว่างกลุ่ม     | 2.91           | 3   | 0.97        | 4.09* | 0.00 |
|              | ภายในกลุ่ม       | 88.33          | 373 | 0.24        |       |      |
|              | รวม              | 91.24          | 376 |             |       |      |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักศึกษาที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านสังคม และภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffé

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

| ความคิดเห็น |                       |     |           | ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ |                 |                 |                       |
|-------------|-----------------------|-----|-----------|--|-----------------|-----------------|-----------------------|
|             |                       |     |           | 1 ครั้งต่อวัน                          | 2-3 ครั้งต่อวัน | 4-5 ครั้งต่อวัน | มากกว่า 5 ครั้งต่อวัน |
| ด้านสังคม   |                       | n   | $\bar{X}$ |  |                 |                 |                       |
|             | 1 ครั้งต่อวัน         | 27  | 3.66      |  | -0.32           | -0.12           | 0.11                  |
|             | 2-3 ครั้งต่อวัน       | 74  | 3.98      |  |                 | 0.20            | 0.43*                 |
|             | 4-5 ครั้งต่อวัน       | 124 | 3.78      |  |                 |                 | 0.23*                 |
|             | มากกว่า 5 ครั้งต่อวัน | 152 | 3.56      |  |                 |                 |                       |
| ภาพรวม      |                       | n   | $\bar{X}$ |  |                 |                 |                       |
|             | 1 ครั้งต่อวัน         | 27  | 3.73      |  | -0.25           | -0.11           | -0.01                 |
|             | 2-3 ครั้งต่อวัน       | 74  | 3.98      |  |                 | 0.14            | 0.23*                 |
|             | 4-5 ครั้งต่อวัน       | 124 | 3.84      |  |                 |                 | 0.09                  |
|             | มากกว่า 5 ครั้งต่อวัน | 152 | 3.75      |  |                 |                 |                       |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 นักศึกษาที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านสังคมและภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ คือ 1) ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่าง 2-3 ครั้งต่อวัน สูงกว่าระหว่างมากกว่า 5 ครั้งต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่าง 4-5 ครั้งต่อวันสูงกว่าระหว่างมากกว่า 5 ครั้งต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่าง 2-3 ครั้งต่อวันสูงกว่าระหว่างมากกว่า 5 ครั้งต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีวัตถุประสงค์การวิจัยสมมติฐานการวิจัย วิธีดำเนินงานวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

#### 5.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำแนกตามเพศ กลุ่มคณะ ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

#### 5.1.2 สมมติฐานการวิจัย

นักศึกษาที่มีเพศ กลุ่มคณะ ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

#### 5.1.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2557 ชั้นปีที่ 1 จำนวน 20,157 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล. 2557 : Online) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 377 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan ที่ระดับเชื่อมั่น 95% (พรณี ลีกิจวัฒน์. 2555 : 147) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)

#### 5.1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดและมีความนิยมมากที่สุด และเหตุผลสำคัญที่เข้าใช้ คือ ใช้เพื่อติดต่อบุคคลที่รู้จัก จากผลการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่านักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ถี่มาก แต่เป็นระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง ซึ่งถ้าคิดเป็นระยะเวลาสะสมจะเป็นระยะเวลาที่มาก และส่วนใหญ่เป็นการใช้บริการ Facebook ด้วยเหตุผลเพื่อการติดต่อบุคคลอื่น ซึ่งเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553 : 4) ที่พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ใช้บริการเว็บไซต์ facebook ใช้เวลาในการเข้าเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย 90 นาที จากที่บ้าน/หอพัก อีกทั้งชานากิตต์ ราชพิบูลย์ (2553 : บทคัดย่อ) พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากที่สุดคือ 1-3 ชั่วโมง และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบัน และเพื่อนเก่า อีกทั้งงานวิจัยของประเวศ ไพรสนธิ (2556 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เครือข่ายที่เขาใช้งานบ่อยที่สุดคือ เฟซบุ๊ก โดยส่วนใหญ่เขาใช้บริการเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่และสื่อสารกับเพื่อนปัจจุบัน ความถี่ของระยะเวลาที่ใช้ในงานใน 1 วัน ใช้บริการไม่เกิน 3 ชั่วโมงต่อวัน อีกทั้งงานวิจัยของมูทิศา เตชะศวนาถ (2554 : บทคัดย่อ) พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บบอร์ด ฟันทิปคาเฟ่ จะใช้บริการมากที่สุด ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. อีกทั้งงานวิจัยของจิตยา ปิยภักดิ์ (2556 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า สื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นหลักคือ เฟซบุ๊ก มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คือ สื่อสารพูดคุยกับเครือข่ายคนรู้จัก และพรรษา เกษสี่แก้ว (2543 : บทคัดย่อ) ที่พบว่านักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จะใช้สังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. โดยวัตถุประสงค์มากที่สุดคือใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก ดังนั้นควรมีการส่งเสริมให้นักศึกษาใช้สื่อออนไลน์ในทางที่เป็นประโยชน์เกี่ยวข้องกับการศึกษามากขึ้น เช่น ห้องสนทนาด้านการเรียน บทเรียนเสริมบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ทบทวนผ่านเครือข่าย เป็นต้น

2. จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ (2554 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าพฤติกรรมการใช้เครือข่ายออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์วรรณ รัตนธำรงพรรณ (2557 : บทคัดย่อ) ที่พบว่านักเรียน-นักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคจุฬารณณ์ (ลาดขวาง) มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก และเมื่อทำการเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้ดังนี้ ด้านการเรียน ด้านอารมณ์ และด้านสังคม จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านอารมณ์

ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ลำดับที่ 1 ได้แก่ เวลาที่ท่านรู้สึกโดดเดี่ยว  
ไม่ว่าการณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรืออยู่คนเดียว จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุย และท่านรู้สึกดีใจเมื่อมีเพื่อนมาทักทาย ในหน้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน รองลงมาเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านผ่านคลาย ความเครียด ท่านต้องการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกครั้งที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ลำดับ สุดท้ายคือ ท่านมักบอกความรู้สึกของท่านผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่านักศึกษา ระดับปริญญาตรี อยู่ในช่วงอายุวัยเรียน หรือวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งมีวุฒิภาวะความเป็นผู้ใหญ่อยู่ใน ระดับหนึ่ง จึงไม่ค่อยมีความกระตือรือร้นด้านสังคมจากการใช้บริการสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของชนากิตติ ราชพิบูลย์ (2553: 89) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาที่รู้สึกเหงา โดด เดี่ยว ต้องการหาเพื่อนคุย จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ นักศึกษา ด้านสังคม ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ลำดับที่ 1 ได้แก่ บุคคลในครอบครัวของท่านพอใจเมื่อท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ รองลงมาท่านต้องคอยปิดบัง เพื่อนหรือคนในครอบครัวเมื่อต้องเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านได้ พบกับเพื่อนเก่า ลำดับสุดท้ายคือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านส่งผลต่อความสัมพันธ์ทาง สังคมหรือโอกาสต่าง ๆ เช่น การทำงาน การเรียน ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่านักศึกษา ระดับปริญญาตรีมีกลุ่มเพื่อนที่อยู่ในแวดวงการทำงาน หรือกลุ่มเพื่อนที่เรียนด้วยกัน ติดต่อกันในโลก ของสังคมจริงมากกว่าสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแอนนิรา นิราช (2552 : 5) ที่ได้ทำ การวิจัยเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com พบว่าอิทธิพลของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานคือ ความรู้สึก ปลอดภัยที่ไม่ได้ติดต่อกันแบบเผชิญหน้า และเว็บไซต์ hi5.com มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดเผย ตัวตน

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ด้านการ เรียน ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ลำดับที่ 1 ได้แก่ หากท่านไม่เข้าใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์อาจทำให้พลาดข้อมูล สำคัญๆ ที่เพื่อนมาโพสต์ไว้ รองลงมาท่านได้รับการนัด นัด หรือเตือนความจำในเรื่องสำคัญ ๆ จากเพื่อนร่วมชั้นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่าย สังคมออนไลน์ช่วยท่านในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียน ลำดับสุดท้ายคือ ถ้ามีเวลาว่างท่านจะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ก่อนที่จะใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอื่น ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีอยู่ในวัยรุ่นตอนปลายมีความรับผิดชอบในการเรียนมากขึ้นสังคมออนไลน์ จึงมีส่วนช่วยในช่องทางการเรียนรู้ที่หลากหลาย อีกทั้งนักศึกษาในระดับปริญญาตรีจะมีความ กระตือรือร้นในการติดตามข่าวสารด้านการเรียนค่อนข้างสูง แต่ก็มีภาระงานด้านการเรียนผ่าน ทางเครือข่ายสังคมด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล อนุศาสนนันท์ (2551 : 5) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ชุมชนออนไลน์ของเยาวชน: กรณีศึกษา [www.dek-d.com](http://www.dek-d.com) พบว่ามีการใช้พื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาธารถดั่งกล่าวเพื่อแลกเปลี่ยนกันในเรื่องต่าง ๆ รวมถึงเป็นพื้นที่เคลื่อนไหวด้านการเรียนในเรื่อง แอดมิชชั่น

3. จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็น เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ พบว่า นักศึกษาเพศชายมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่ำกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเพศชายมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ต่ำกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าด้วยลักษณะโดยทั่วไปของเพศหญิง อาจจะมีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวม โดยเฉพาะด้านอารมณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ทักษะคิดต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านความคิด อีกทั้งงานวิจัยของประเวศ iverse ไพโรสนธิ (2556 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการแสดงพฤติกรรม การเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และงานวิจัยของมะลิสา ไชยวิเศษ ฉันทนา วิริยเวชกุล และไพฑูริย์ พิมพ์ (2554 : บทคัดย่อ) ที่พบว่านักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สถาบันอาชีวศึกษา จังหวัดยโสธร เพศต่างกัมีเจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นโทษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามกลุ่มคณะ พบว่า นักศึกษาคณะด้านวิทยาศาสตร์มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านสังคมสูงกว่ากลุ่มคณะด้านสังคมศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มคณะด้านวิทยาศาสตร์มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์สูงกว่ากลุ่มคณะด้านสังคมศาสตร์ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มคณะด้านวิทยาศาสตร์มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการเรียนต่ำกว่ากลุ่มคณะด้านสังคมศาสตร์ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ทักษะคิดต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เมื่อจำแนกตามคณะ พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านความคิด และงานวิจัยของมะลิสา ไชยวิเศษ ฉันทนา วิริยเวชกุล และไพฑูริย์ พิมพ์ (2554 : บทคัดย่อ) ที่พบว่านักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สถาบันอาชีวศึกษา จังหวัดยโสธรนักศึกษามีประเภทสถานศึกษาต่างกัมีเจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นประโยชน์และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นโทษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านสังคม ด้าน

เอกส... ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเรียนรู้ และภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการเรียน ของนักศึกษา ที่มีช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่างช่วงเวลา 08.01-12.00 น. สูงกว่าระหว่างช่วงเวลา 20.01-00.00 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชิตยา ปิยภัณฑ (2556 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนของเด็กและเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญ กล่าวคือ การใช้สื่อออนไลน์อย่างเข้มข้นต่อเนื่องได้เปิดพื้นที่การเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน จากการแสดงออก การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การร่วมมือร่วมใจ และ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ผ่านการสื่อสารเครือข่าย ทำให้สามารถบ่มเพาะค่านิยมใหม่ๆ

เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านสังคม และภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านสังคมของนักศึกษา ที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่าง 2-3 ครั้งต่อวันสูงกว่าระหว่างมากกว่า 5 ครั้งต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านสังคมของนักศึกษา ที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่าง 4-5 ครั้งต่อวันสูงกว่าระหว่างมากกว่า 5 ครั้งต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมของนักศึกษา ที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่าง 2-3 ครั้งต่อวันสูงกว่าระหว่างมากกว่า 5 ครั้งต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ทักษะคิดต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำแนกตามความถี่ในการใช้งาน พบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านการกระทำ อีกทั้งงานวิจัยของชิตยา ปิยภัณฑ (2556 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย สะท้อนมุมมองเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับสังคมที่คุณลักษณะทางเทคโนโลยีของสื่อออนไลน์และการสื่อสารผ่านเครือข่ายได้ปลดปล่อยศักยภาพและสร้างเงื่อนไขใหม่สู่การเรียนรู้ทางสังคม หากการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีเครือข่ายก็ถูกกล่อมเกลาด้วยปัจจัยแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมไปด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลวิจัยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่าช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือช่วงกลางคืน สถาบันการศึกษาจึงควรมีการส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนโดยนำเอาสื่อสังคมออนไลน์มาผสมผสานกับการจัดการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมศักยภาพของนักศึกษาให้มากขึ้น

2. ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ที่บ้าน/ที่พักอาศัย แสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมาก กล่าวคือในช่วงเวลาพักผ่อนนักศึกษาเลือกที่จะพักผ่อนด้วยการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นวิธีการที่อาจจะมีผลกระทบต่อสุขภาพ หรือสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล เป็นต้น ดังนั้นจึงควรมีการรณรงค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสม เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน

3. จากการศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษา และเป็นแนวทางในการบริหารหลักสูตร ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มนักศึกษา ซึ่งถ้าหากมีการจัดการหลักสูตรการศึกษาที่ดี จะส่งผลให้นักศึกษามีเจตคติและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นไปในทางที่ดี และเป็นประโยชน์ขึ้น

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ในสถาบันการศึกษาอื่นๆ ได้แก่ นักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักเรียนระดับมัธยมศึกษา และนักเรียนระดับประถมศึกษา เพราะกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันอาจทำให้พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์แตกต่างกันด้วย

2. ควรทำการวิจัยพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแง่มุมอื่น ๆ เช่น การเล่นเกมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การสนทนาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพราะการใช้งานลักษณะที่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นเป็นอย่างมาก ซึ่งการศึกษากาการใช้งานสังคมออนไลน์ในแง่มุมอื่น ๆ ที่แตกต่างกันอาจทำให้ได้พฤติกรรมแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

กตিকা สายเสนีย์. 2551. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online social network) คืออะไร.

[Online]. Available : <http://stbuschool.wordpress.com/201>.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7.

กรุงเทพฯ. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม .2554. [Online]. Available :

<http://www.indeed.kmitl.ac.th/Home/>

จุไรรัตน์ ทอคำชื่นวิวัฒน์. 2552. บทความเกี่ยวกับ Social Network. [Online]. Available :

<http://everythingblog.exteen.com/20100905/social-network>

ฉันทนา วิริยเวชกุล. 2554. การศึกษาการศึกษาสังคมออนไลน์ภายในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง รายงานการวิจัยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ชนากิตต์ ราชพิบูลย์. 2553. “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และผลกระทบต่อ  
นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี. บัณฑิตวิทยาลัย,  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ชาติชาย วิเรชรัตน์. 2553. Facebook ทูทุม. กรุงเทพฯ : จูปีตส์.

โชติวุฒิ อินนัตดา. 2542. เครือข่ายบริการออกแบบ. [Online]. Available :

<http://sites.google.com/a/thaibds.net/bdsn/download>

จิตยา ปิยภันท์. 2556. “ค่านิยมดิจิทัลกับพฤติกรรมด้านการสื่อสารออนไลน์ของเด็กและเยาวชน  
ไทย.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐยานันท์ ช่วยธานี. 2550. “ปัจจัยคัดสรรที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะของเด็กวัยรุ่นตอนต้นที่ติด  
อินเทอร์เน็ต.” วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพยาบาลศาสตร์.  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ถวิล ธาราโภชน. 2532. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์

ทิพย์วรรณ รัตนธำรงพรรณ. 2557. “การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคม  
ออนไลน์ของนักเรียน-นักศึกษา วิทยาลัยเทคนิคจุฬารักษ์ (ลาดขวาง).” วิทยานิพนธ์  
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ (คอมพิวเตอร์). คณะครุ

ศาสตร์อุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่สามารถนำ  
ไปทำซ้ำหรือเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีข้อผิดพลาดประการใด  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- นฤมล อนุศาสนนันท์. 2551. “ชุมชนออนไลน์ของเยาวชน กรณีศึกษา WWW.DEK-D.COM”  
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวารสารสนเทศ. คณะนิเทศศาสตร์,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2545. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประเวทย์ ประเวสไพโรสนธิ. 2556. "การใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับ  
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร."  
สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรี  
นครินทรวิโรฒ.
- พรทิพย์ รุ่งนุ้ม. 2550. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับ  
ประถมศึกษา โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครปฐม เขต 2.”  
วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย,  
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรรณิ ลีกิจวัฒน์. 2555. การวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์  
อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. 2553. “รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์  
ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลของนักศึกษา  
ปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ภาณุวัฒน์ กองราช. 2554. “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ  
บริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มะลิสสา ไชยวิเศษ ฉันทนา วิริยเวชกุล และไพฑูริย์ พิมพ์ดี. 2554. “เจตคติและพฤติกรรมการใช้  
อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สถาบันอาชีวศึกษา จังหวัด  
ยโสธร.” วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม. 10(1) : 135-143.
- มุกิตา เตชะศิวนาถ. 2554. “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บบอร์ด ฟันทิปคาเฟ่.” สาร  
นิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนคริน  
ทรวิโรฒ.
- มุกิตา นนทรี. 2543. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการทางระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิต  
นักศึกษาในระดับอุดมศึกษา.” วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระ  
จอมเกล้าธนบุรี.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- รัชฎาภรณ์ รังสีประเสริฐ. 2552. “ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเว็บประเภท Social Network Hi5 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต.” สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัตขกร พูลทวี. 2554. “พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนวัดบางวัว (สายเสริมวิทย์) จังหวัดฉะเชิงเทรา.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ฤทธิพร ผ่องสุภาพ. 2551. “การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนิสิตนักศึกษา.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์. บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลาวัญญ์ แก่นจันทร์ ศิริกานต์ ภาบุญชู สุขุมภู อนันตสูง และอนุพงศ์ พานชัย. 2553. “พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.” คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2553. เฟซบุ๊ก [Online]. Available : <http://th.wikipedia.org>
- วิลลสิทธิ์ ทรายงกูร. 2537. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อมมูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบวางแผน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัณยา หวังเจริญตระกูล. 2553. “พฤติกรรมในการใช้ แรงจูงใจ และการรับรู้ปัญหาจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสารสนเทศ. คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศราวุฒิ นิลสุก. 2557. “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษานิเทศศาสตร์ วิทยาลัยเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ (คอมพิวเตอร์). คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ศิวิชัย จันทนาสุภรณ์. 2554. “ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาระบบสารสนเทศ. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. 2553. การสำรวจออนไลน์กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 2553. [Online]. Available : <http://www.nectec.or.th/index.php>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. 2557. “คู่มือการใช้งาน LINE Application เพื่อการสื่อสาร.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://special.obec.go.th/Upload/Document/FILE0000470001.pdf>

สำนักทะเบียนและประมวลผล. 2554. จำนวนนักศึกษาลงทะเบียน. [Online]. Available :

<http://www.reg.kmitl.ac.th/public/index.php>

สิทธิโชค วรานุสันติกุล. 2546. จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น

สุพรรณณี ลีอ่ำ. 2549. “พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษม

บัณฑิต” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์

(คอมพิวเตอร์). บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง.

อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์. 2554. “พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุ

ศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ.” การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตร

มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อิทธิพล ปรีดีประสงค์. 2552. ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์. [Online]. Available :

<http://stbuschool.wordpress.com/2010/>

แอนนิรา นิราช. 2552. “เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานใน

เว็บไซต์ hi5.com.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Anderson Analytics. 2009. **Social Media.** [Online]. Available:

<http://www.andersonanalytics.com>.

Boyd, D.M. and Ellison, J.B. “**Social Network Sites : Definition, History, and**

**Scholarship.**” [Online]. Available : <http://www.jcmc.indiana.edu>. 2008

OKNATION. 2551. “เว็บไซต์ Hi5.” [Online]. Available:

<http://www.oknation.net/blog/print.php?id=365887>

Webmaster-BlogGang. 2551. “เพิ่มระบบจัดการรูป เพื่อการใช้งานบล็อกได้อย่างคุ้มค่า.”

[Online]. Available : <http://www.bloggang.com/viewdiary.php>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำสั่งคณะกรรมการคุศศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ที่ ๒๒ / 2557

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและ  
เค้าโครงวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบสำรอง ของนางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ

เพื่อให้การเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ของ นางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ รหัสประจำตัว 56603054  
หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีการศึกษา  
เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อปรึกษาและพิจารณาหัวข้อและเค้า  
โครงวิทยานิพนธ์ ดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
 

|               |             |                                 |
|---------------|-------------|---------------------------------|
| รศ.ดร.ฉันทนา  | วิริยเวชกุล | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์     |
| ผศ.ดร.ไพฑูรย์ | พิมพ์ดี     | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม |
2. คณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์
 

|                 |             |                         |
|-----------------|-------------|-------------------------|
| ผศ.ดร.ศิริรัตน์ | เพชรแสงศรี  | ประธานกรรมการ           |
| รศ.ดร.ฉันทนา    | วิริยเวชกุล | กรรมการ                 |
| ผศ.ดร.ไพฑูรย์   | พิมพ์ดี     | กรรมการ                 |
| รศ.อรรณพร       | ฤทธิเกิด    | กรรมการ                 |
| ดร.ราชันย์      | บุญธิดา     | กรรมการ (กรรมการภายนอก) |
3. คณะกรรมการสอบสำรอง
 

|                 |              |         |                      |
|-----------------|--------------|---------|----------------------|
| รศ.ดร.สุพิทย์   | กาญจนพันธ์   | กรรมการ | (อาจารย์บัณฑิตพิเศษ) |
| ผศ.ดร.ทองศักดิ์ | โสวจิตต์สกุล | กรรมการ | (อาจารย์บัณฑิตประจำ) |

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2557

(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)  
คณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประกาศคณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการอุตสาหกรรม โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม มหบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตรอุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 ให้ดำเนินการดังนี้

นางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ รหัสประจำตัว 56603054 ให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (Behaviors in Using Social Media of Undergraduate Students at King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang)” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูริย์ พิมพ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประกาศ ณ วันที่ ๕๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)  
คณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692  
ที่ ศธ 0524.04 / 1936 วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.สุภาวดี ปัตทวิคองคา

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อ  
สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง”  
โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูรย์ พิมพ์ดี เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้  
ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่า  
มีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาว  
สาครรัตน์ เภาประเสริฐ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสอบถามด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1936

วันที่ 25 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน นางสาวนฤมล ชีระศักดิ์

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อ  
สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง”  
โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูรย์ พิมพ์ เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้  
ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่า  
มีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาว  
สาครรัตน์ เกาประเสริฐ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสอบถามด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692  
ที่ ศธ 0524.04 / 1988 วันที่ 28 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี คณะวิศวกรรมศาสตร์

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูริย์ พิมพ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1988

วันที่ ๕๕ พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูรย์ พิมดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1988

วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี คณะวิทยาศาสตร์

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระ  
จอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ  
นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.  
ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูริย์ พิมพ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์  
เภาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับ  
ปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครง  
วิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1988

วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย.

เรียน คณบดี คณะเทคโนโลยีการเกษตร

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูรย์ พิมติ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1988

วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูริย์ พิมพ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692  
ที่ ศธ 0524.04 / 1988 วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูรย์ พิมดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1988

วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี คณะอุตสาหกรรมเกษตร

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูรย์ พิมพ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1988

วันที่ ๒๖ พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอบขออนุญาตให้นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี วิทยาลัยนานาชาติ

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูริย์ พิมดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1988

วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการข้อมูล

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูริย์ พิมพ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 1988

วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี วิทยาลัยนาโนเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูริย์ พิมพ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์ เกาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศร 0524.04 / 1988

วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์นักศึกษาทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี วิทยาลัยบริหารและการจัดการ

ด้วยนางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิชาเอกเทคโนโลยีทางการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมี รศ.ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ไพฑูรย์ พิมิตี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวสาครรัตน์ เภาประเสริฐ ทดลองเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีภายในคณะของท่านได้ พร้อมกันนี้ได้แนบประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับและแบบสอบถามเพื่อการวิจัยมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามกับนิยามศัพท์

ตารางที่ ข.1 ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามกับนิยามศัพท์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์

| ข้อ                   | ผู้ทรงคุณวุฒิ |    |    | $\Sigma X$ | IOC  | ความหมาย  |
|-----------------------|---------------|----|----|------------|------|-----------|
|                       | 1             | 2  | 3  |            |      |           |
| <b>3.1 ด้านอารมณ์</b> |               |    |    |            |      |           |
| *1.                   | 1             | 1  | 0  | 2          | 0.67 | ใช้ได้    |
| 2.                    | -1            | 1  | 1  | 1          | 0.33 | ใช้ไม่ได้ |
| *3.                   | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *4.                   | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *5.                   | 1             | 0  | 1  | 2          | 0.67 | ใช้ได้    |
| *6.                   | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *7.                   | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *8.                   | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *9.                   | 0             | 1  | 1  | 2          | 0.67 | ใช้ได้    |
| 10.                   | 1             | 1  | 0  | 0          | 0    | ใช้ไม่ได้ |
| 11.                   | 1             | 1  | -1 | 1          | 0.33 | ใช้ไม่ได้ |
| *12.                  | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *13.                  | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| <b>3.2 ด้านสังคม</b>  |               |    |    |            |      |           |
| *14.                  | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *15.                  | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *16.                  | 0             | 1  | 1  | 2          | 0.67 | ใช้ได้    |
| *17.                  | 1             | 0  | 1  | 2          | 0.67 | ใช้ได้    |
| *18.                  | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *19.                  | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| 20.                   | 1             | 0  | -1 | 0          | 0    | ใช้ไม่ได้ |
| 21.                   | 1             | -1 | 0  | 0          | 0    | ใช้ไม่ได้ |
| 22.                   | 1             | 1  | 1  | 3          | 0.33 | ใช้ไม่ได้ |
| *23.                  | 1             | 0  | 1  | 2          | 0.67 | ใช้ได้    |
| *24.                  | 1             | 1  | 1  | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| 25.                   | 1             | 1  | -1 | 1          | 0.33 | ใช้ไม่ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อ  | ผู้ทรงคุณวุฒิ |    |   | $\Sigma x$ | IOC  | ความหมาย  |
|------|---------------|----|---|------------|------|-----------|
|      | 1             | 2  | 3 |            |      |           |
| 26.  | 0             | -1 | 1 | 0          | 0    | ใช้ไม่ได้ |
| *27. | 1             | 1  | 1 | 3          | 1    | ใช้ได้    |
| *28. | 0             | 1  | 1 | 2          | 0.67 | ใช้ได้    |

### 3.3 ด้านการเรียน

|      |   |   |    |   |      |           |
|------|---|---|----|---|------|-----------|
| *29. | 1 | 1 | 1  | 3 | 1    | ใช้ได้    |
| *30. | 1 | 1 | 1  | 3 | 1    | ใช้ได้    |
| *31  | 1 | 1 | 1  | 3 | 1    | ใช้ได้    |
| 32   | 1 | 1 | -1 | 1 | 0.33 | ใช้ไม่ได้ |
| *33  | 1 | 1 | 1  | 3 | 1    | ใช้ได้    |
| *34  | 0 | 1 | 1  | 2 | 0.67 | ใช้ได้    |
| 35   | 1 | 0 | -1 | 0 | 0    | ใช้ไม่ได้ |
| *36  | 1 | 1 | 1  | 3 | 1    | ใช้ได้    |
| *37  | 1 | 1 | 1  | 3 | 1    | ใช้ได้    |
| *38  | 1 | 1 | 1  | 3 | 1    | ใช้ได้    |
| *39  | 1 | 0 | 1  | 2 | 0.67 | ใช้ได้    |
| *40  | 1 | 1 | 1  | 3 | 1    | ใช้ได้    |

หมายเหตุ : ข้อที่มีเครื่องหมาย \* เป็นข้อที่เลือกไปใช้ในงานวิจัย

จากตารางที่ ข.1 แสดงผลการประเมินความสอดคล้องของข้อสอบกับผลการเรียนรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิ (IOC) พบว่า ได้แบบทดสอบที่ผ่านเกณฑ์ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยแจกแจงจำนวนข้อที่ผ่านเกณฑ์และค่าความเที่ยงตรงของแต่ละส่วนในแบบสอบถาม ดังตารางที่ ข.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าหรือการทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องสังคมออนไลน์ต่อไป จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตรงความเป็นจริงมากที่สุด

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความที่เป็นจริงและกรอกข้อความในช่องว่างที่กำหนด

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง

2. อายุ.....ปี

ต่ำกว่า 19 ปี

19 – 20 ปี

21-22 ปี

23 ปีขึ้นไป

3. คณะที่กำลังศึกษา

คณะวิศวกรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

คณะวิทยาศาสตร์

คณะอุตสาหกรรมเกษตร

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

วิทยาลัยนานาชาติ

วิทยาลัยนานาชาติเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการข้อมูล

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

4. ความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ของท่านบ่อยแค่ไหน
- 1 ครั้งต่อวัน                       2-3 ครั้งต่อวัน
- 4-5 ครั้งต่อวัน                       มากกว่า 5 ครั้งต่อวัน
5. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้งของท่าน
- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง                       1-2 ชั่วโมง
- 3-5 ชั่วโมง                       มากกว่า 5 ชั่วโมง
6. สถานที่ที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด
- ที่บ้าน/ที่พักอาศัย                       ที่ทำงาน
- ที่คณะ/สถาบัน                       ที่ร้านอินเทอร์เน็ต
7. ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 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.                       04.01-08.00 น.
8. ท่านเข้าใช้บริการเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- Facebook                       Line
- Google+                       Instagram
- Twitter
9. ท่านเข้าใช้บริการเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ใด มากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)
- Facebook                       Line
- Google+                       Instagram
- Twitter
10. เหตุผลที่ท่านเข้าใช้เว็บไซต์สังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก
- เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่
- อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ
- เล่นเกม
- หาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล
- ติดตามข่าวสารศิลปิน/ดารา/บุคคลมีชื่อเสียง
- ติดตามข่าวสารของสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่าง ๆ
- เชิญชวนให้บุคคลอื่น เข้าร่วมสมาชิกกลุ่ม
- เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองจัดขึ้นหรือที่หน่วยงานอื่นจัดขึ้น
- ร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น อ่านและแสดงความคิดเห็นร่วมเป็นแฟนเพจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์

**คำชี้แจง** ท่านมีความคิดเห็นต่อข้อความนี้อย่างไร กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

| ข้อ                   | คำถาม   | ระดับความคิดเห็น |        |                |             |                   |
|-----------------------|---|------------------|--------|----------------|-------------|-------------------|
|                       |   | มากที่สุด<br>(5) | มาก(4) | ปานกลาง<br>(3) | น้อย<br>(2) | น้อยที่สุด<br>(1) |
| <b>3.1 ด้านอารมณ์</b> |   |                  |        |                |             |                   |
| 1.                    | เวลาที่ท่านรู้สึกโดดเดี่ยวหรืออยู่คนเดียว จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุย                |                  |        |                |             |                   |
| 2.                    | เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยทำให้ท่านผ่านคลายความเครียด  |                  |        |                |             |                   |
| 3.                    | ท่านรู้สึกอยากทราบความเคลื่อนไหวในเครือข่ายสังคมออนไลน์   |                  |        |                |             |                   |
| 4.                    | ท่านต้องการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทุกครั้งที่มีการเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต                      |                  |        |                |             |                   |
| 5.                    | ท่านมักบอกความรู้สึกของท่านผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์  |                  |        |                |             |                   |
| 6.                    | ท่านจะรู้สึกโกรธ เมื่อเห็นข้อความในเชิงลบเกี่ยวกับตัวเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์                     |                  |        |                |             |                   |
| 7.                    | เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านรู้สึกหดหู่                       |                  |        |                |             |                   |
| 8.                    | ข้อความจากเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีผลกระทบต่อความรู้สึกของท่าน                               |                  |        |                |             |                   |
| 9.                    | ท่านรู้สึกดีใจเมื่อมีเพื่อนมาทักทายในหน้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน                               |                  |        |                |             |                   |
| 10.                   | เมื่อรู้สึกผิดหวังหรือเสียใจท่านจะเข้าไประบายความรู้สึกในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อให้รู้สึกดีขึ้น |                  |        |                |             |                   |
| <b>3.2 ด้านสังคม</b>  |   |                  |        |                |             |                   |
| 11.                   | หากท่านไม่เข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ท่าน จะไม่ได้รับรู้เรื่องราวของเพื่อนๆ                           |                  |        |                |             |                   |
| 12.                   | เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านได้พบกับเพื่อนเก่า  |                  |        |                |             |                   |
| 13.                   | บุคคลในครอบครัวของท่านไม่พอใจเมื่อท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์                                      |                  |        |                |             |                   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อ | คำถาม   | ระดับความคิดเห็น |        |                    |             |                   |
|-----|---|------------------|--------|--------------------|-------------|-------------------|
|     |   | มากที่สุด<br>(5) | มาก(4) | ปาน<br>กลาง<br>(3) | น้อย<br>(2) | น้อยที่สุด<br>(1) |
| 14. | ท่านรู้สึกว่าคุณไม่สามารถเข้ากับกลุ่มเพื่อนได้ หากไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์                                      |                  |        |                    |             |                   |
| 15. | ท่านต้องคอยปิดบังเพื่อนหรือคนในครอบครัวเมื่อต้องเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์  |                  |        |                    |             |                   |
| 16. | ท่านปิดบังข้อมูลที่แท้จริงของตนเอง เพื่อให้เป็นที่สนใจและยอมรับจากเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์                      |                  |        |                    |             |                   |
| 17. | การเขียนข้อความในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่าน ทำให้เกิดการเข้าใจผิดจนเป็นสาเหตุให้ท่านทะเลาะกับเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด |                  |        |                    |             |                   |
| 18. | การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของท่านส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโอกาสต่าง ๆ เช่น การทำงาน การเรียน                  |                  |        |                    |             |                   |
| 19. | ท่านรู้สึกปลอดภัยในการติดต่อกับเพื่อนทางเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าการติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน                          |                  |        |                    |             |                   |
| 20. | ท่านมีเวลาพูดคุยและทำกิจกรรมกับคนในครอบครัวน้อยลง เนื่องจากใช้เวลาส่วนใหญ่ในการเล่นเครือข่ายสังคมออนไลน์              |                  |        |                    |             |                   |

### 3.3 ด้านการเรียน

|     |   |  |  |  |  |  |
|-----|---|--|--|--|--|--|
| 21. | ถ้ามีเวลาว่างท่านจะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ก่อนที่จะใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอื่น |  |  |  |  |  |
| 22. | ท่านสร้างกลุ่มเฉพาะ (Group) สำหรับเพื่อนที่เรียนด้วยกันในสังคมออนไลน์         |  |  |  |  |  |
| 23. | ท่านเคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเวลาเรียน                                    |  |  |  |  |  |
| 24. | ท่านแบ่งปันข้อมูล ความรู้ทางการเรียนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์                 |  |  |  |  |  |
| 25. | ท่านเคยติดต่อกับอาจารย์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์                                |  |  |  |  |  |
| 26. | ท่านมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นานกว่าที่ตั้งใจไว้เป็นประจำ                   |  |  |  |  |  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อ | คำถาม   | ระดับความคิดเห็น |        |                |             |                   |
|-----|---|------------------|--------|----------------|-------------|-------------------|
|     |   | มากที่สุด<br>(5) | มาก(4) | ปานกลาง<br>(3) | น้อย<br>(2) | น้อยที่สุด<br>(1) |
| 27. | ท่านเคยติดตามข่าวสารของสถาบันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์  |                  |        |                |             |                   |
| 28. | เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยท่านในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียน                                   |                  |        |                |             |                   |
| 29. | ท่านได้รับการนัดแนะ หรือเตือนความจำในเรื่องสำคัญ ๆ จากเพื่อนร่วมชั้นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ |                  |        |                |             |                   |
| 30. | หากท่านไม่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อาจทำให้พลาดข้อมูล สำคัญๆ ที่เพื่อนมาโพสต์ไว้          |                  |        |                |             |                   |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

|                     |  |
|---------------------|--|
| ชื่อ - สกุล         | สาครรัตน์ เกาประเสริฐ  |
| วัน เดือน ปี เกิด   | 14 พฤศจิกายน 2522  |
| สถานที่เกิด         | กรุงเทพมหานคร  |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน | 40/4 หมู่ 8 แขวงลำผักชี เขตหนองจอก<br>กรุงเทพฯ 105230  |
| สถานที่ทำงาน        | ส่วนสารสนเทศและประชาสัมพันธ์<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง<br>ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520<br>ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป   |
| ประวัติการศึกษา     | ปีการศึกษา 2545<br>สำเร็จการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต<br>แขนงวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจ<br>สถาบันราชภัฏพระนคร<br>ปีการศึกษา 2557<br>สำเร็จการศึกษาปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต<br>สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม (เทคโนโลยีการศึกษา)<br>คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้