



รายงานการวิจัย

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

The Using of Online Social Networks for Learning of Rajamangala
University of Technology Srivijaya,
Songkhla Students

จิรภัทร ภู่วัฒทอง
จุฑาภรณ์ ภารพบ
เวคิน หนูนาวงศ์

คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
งบประมาณเงินรายได้ประจำปี พ.ศ.2561

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญโดยมอบทุนสนับสนุนงานวิจัยงบประมาณ ๒๕๖๑ และขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศทิวส ยอดล้ำ รองศาสตราจารย์ผกากรอง เทพรัักษ์ และดร.จิรวิทย์ พรรณรัตน์ ที่ให้คำแนะนำ ปรึกษา ปรับปรุง และพัฒนากระบวนการเพื่อให้การทำวิจัยในครั้งนี้มีความกระชับ และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น งานวิจัยฉบับนี้จะไม่สามารถดำเนินการให้เสร็จลุล่วงได้ด้วยดีโดยปราศจากความร่วมมือในการให้ข้อมูลของนักศึกษาจากคณะศิลปศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

จิรภัทร ภู่วัฒทอง
จุฑาภรณ์ ภารพ
เวคิน หนูนาวังค์
คณะผู้วิจัย

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สงขลา

จิรภัทร ภู่วัฒนทอง^{1*} จุฑาภรณ์ ภารพบ² และเวคิน หนูนาวงค์¹

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ รวมถึงเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จำนวน 383 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) โดยการสุ่มแบบชั้นภูมิ แล้วสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่าพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาพบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งด้านการศึกษา ด้านการสื่อสาร และด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านมือถือ ที่บ้าน/หอพัก เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนและคนรู้จักทุกวัน มากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน ในช่วงเวลา 20.00 – 00.00 น. ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ Facebook และยังเป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุดด้วย ในส่วนของความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่มีช่องทางการใช้บริการ ระยะเวลา ช่วงเวลา และบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเรียนรู้ นักศึกษา

¹ สาขาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตำบลบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

² สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตำบลบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

The Using of Online Social Networks for Learning of Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla Students

Jirapat Phookwantong^{1*} Jutaporn Parapob² Vakin Nunumvong¹

Abstract

The purposes of this research were divided into 3 issues: to study behaviors in using online social networks for learning, to study students' behaviors to accept information on social networks online and to compare behaviors in using online social networks for learning based on behaviors to accept information of Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla students. A survey research was used in the study. The sample group was 383 students which was selected by using probability sampling and stratified sampling. Data were collected through a questionnaire which was divided into three parts: personal information, students' behavior in using online social network and open ended question. The obtained data were analyzed by using frequency distribution, percentage (%), mean ($\bar{X}$) and standard deviation (S.D.).

The results showed that the overall picture of the students' behaviors in using online social networks for learning was at a high level, in terms of education, communication and entertainment. The sample group had the behaviors for receiving information on social networks by using social networks on their mobile phones at homes or dormitories. They used social networks every day for chatting, exchanging information and news with friends for more than 5 hours per day during 20.00 - 00.00 p.m. Facebook is an online social networks in which sample groups often used it for learning. In terms of different behaviors in using online social networks for learning, classified by students' behaviors to accept information on social networks online found that the sample group with different frequency of using social networks had different behaviors of using online social networks for learning with significantly at the level of 0.05. The sample group who seldom used social networks (1-2 days / week) had the highest behavior of using online social networks for learning. And the sample group who had different frequency in using social networks in terms of channel for using the service, length of time and period of time, the result show that they did not have different behavior of using online social networks for learning.

Keywords : Social Network, Learning, Students

¹ Department of General Education, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Boyang Sub-district, Muang

² Department of Foreign Languages, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Boyang Sub-district, Muang District, Songkhla 90000, Thailand

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทบทวนวรรณกรรม	5
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	16
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	17
3.3 การทดสอบเครื่องมือ	18
3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	22
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา	26
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	29

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อ การเรียนรู้จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคม ออนไลน์ของนักศึกษา	32
ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคม ออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา	36
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	37
5.2 อภิปรายผล	38
5.3 ข้อเสนอแนะของการวิจัย	40
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	40
บรรณานุกรม	41
ภาคผนวก	44

สารบัญตาราง

ตารางที่

2.1	เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างสื่อแบบทางการและสื่อเชิงสังคม	10
3.1	จำนวนประชากร	16
3.2	สรุปจำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	17
4.1	แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
4.2	แสดงจำนวน และร้อยละช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา	22
4.3	แสดงจำนวน และร้อยละสถานที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด	22
4.4	แสดงจำนวน และร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	23
4.5	แสดงจำนวน และร้อยละความถี่ที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์	23
4.6	แสดงจำนวน และร้อยละระยะเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน	24
4.7	แสดงจำนวน และร้อยละช่วงเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด	24
4.8	แสดงจำนวน บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งาน	25
4.9	แสดงจำนวน และร้อยละบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด	25
4.10	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านการสื่อสาร	26
4.11	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านการศึกษา	27
4.12	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านความบันเทิง	28
4.13	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยภาพรวม	29
4.14	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามเพศ	29
4.15	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามคณะ	30
4.16	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามคณะ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD	30
4.17	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามระดับการศึกษาในปัจจุบัน	31
4.18	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	31

จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	
4.19 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน	32
4.20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	32
4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	33
4.22 วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD	34
4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน	34
4.24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด	35
4.25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด	36
4.26 แสดงจำนวน ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา	36

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โลกของเรามีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารซึ่งเป็นแรงผลักดันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เป็นอุปกรณ์ (Hard ware) และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Software) เช่น คอมพิวเตอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่ และการบริการอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงขึ้นที่ผู้ใช้ส่วนมากเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก และเข้าสู่ยุคของอินเทอร์เน็ตซึ่งมีการพัฒนารูปแบบในการติดต่อสื่อสารมาแล้ว 2 ยุค นั่นคือ ยุคเว็บ 1.0 เป็นการสื่อสารระหว่างผู้สร้างเว็บ (Webmaster) กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการบนเว็บนั้น ๆ ซึ่งเป็นลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ที่ผู้ใช้เว็บไม่สามารถตอบโต้หรือแก้ไขข้อมูลต่าง ๆ ได้ซึ่งรูปแบบหรือเนื้อหาที่สื่อสารถึงกันนั้นจะมีลักษณะเป็นการรับ-ส่งอีเมล (E-Mail) เข้าแชทรูม (Chat Room) ดาวน์โหลดภาพและเสียง หรือไม่ก็ใช้การค้นหาผ่านเว็บ Search Engine เพื่อหาข้อมูลหรือรายงานรวมทั้งการใช้ Web board เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น Instant Messaging Program หรือ IM อาทิ MSN, Yahoo Messenger, Google Talk, Chat และ ICQ และยุคเว็บ 2.0 เป็นการสื่อสารระหว่างผู้สร้างเว็บกับผู้ใช้เว็บแบบตอบโต้กันได้ไปมาได้เรียกว่าการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ซึ่งเนื้อหาบนเว็บนั้นนอกจากผู้สร้างเว็บจะเป็นคนนำเสนอข้อมูลแล้วผู้ที่เข้ามาอ่านก็สามารถสร้างเนื้อหาหรือตอบโต้กันเองได้ และมีการสื่อสารกันเป็นจำนวนมากจาก 1 ไปเป็น 2 เป็น 3 จนกลายเป็นสังคมเครือข่าย (Social Networking) ซึ่งลักษณะของการสื่อสารกันนั้นจะเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน การแบ่งปันสิ่งที่ตนเองมีในลักษณะของการร่วมกันผลิตเนื้อหาและข้อมูลภายในเว็บ การร่วมกันสร้างสรรค์ (Co-Creation) ขยาย (Extend) และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Connect) ระหว่างผู้ใช้ด้วยกันอีกทั้งยังมุ่งเน้นให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว และเป็นรูปแบบที่มีความเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล เช่น Wikipedia, Weblog, Facebook, Hi5, YouTube, Myspace, Twitter เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงการสื่อสารในปัจจุบันในสองมิติคือ มิติแรกได้แก่รูปแบบการสื่อสาร (Communication Platform) ที่ค่อย ๆ เปลี่ยนจากการสนทนาแบบจุดต่อจุด (Point-to-point) และแบบสองทาง (Two-way) ไปสู่การสื่อสารระหว่างผู้ใช้หลายคน (Many-to-many) มากขึ้น และมีการใช้ Link, VDO, ภาพถ่าย และเนื้อหาที่มีเดียมากขึ้น โดยการขับเคลื่อนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้รูปแบบการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป และมิติที่ 2 การควบคุมการสื่อสาร (Communication Control) การเปลี่ยนบทบาทของผู้ให้บริการโทรคมนาคมจากที่เคยเป็นผู้ควบคุม และออกแบบแพลตฟอร์มแบบปิด (Web 1.0) ไปสู่ผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มเปิดบนอินเทอร์เน็ต (Web 2.0) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ดีขึ้นและมีราคาถูกลง รวมถึงการใช้บรอดแบนด์และเครือข่ายไร้สาย (Wireless) เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้แพลตฟอร์มแบบเปิดอย่างเว็บไซต์สังคมออนไลน์กลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพ

มากขึ้นสำหรับบริการสื่อสารและผู้บริโภคตอบสนองต่อแนวโน้มนี้อย่างกว้างขวาง (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. 2554: เว็บไซต์)

การเรียนรู้ในปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในการจัดการความรู้ การแสวงหา การเข้าถึง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การคิดต่อยอด และการใช้ความรู้ (ยีน ภู่วรรณ. 2554: เว็บไซต์) เป็นแต่เพียงเครื่องมือจะไม่เกิดประโยชน์หากไม่รู้จักใช้ ครูต้องรู้วิธีนำสื่อ ICT มาใช้จัดการเรียนรู้ ข้อพึงระวังการใช้ ICT เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ ครูต้องเน้นการจดจำเนื้อหา การรู้อย่างเข้าใจ และมีสติในการเลือกรับสื่อที่เป็นประโยชน์ การสร้างระบบการเรียนการสอนด้วยสื่อสังคมเป็นวิธีที่สามารถตอบโจทย์ของกรอบการเรียนรู้ และมาตรฐานผลการเรียนรู้ได้อย่างครบถ้วนอย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่นำมาใช้ประกอบการเรียนการสอนที่มีคุณสมบัติเป็นสื่อสังคมประกอบด้วย Social Software ในชุด Web 2.0 เช่น Blogs, Wiki, Forum, Online Chat, Syndication, Tagging และ Folksonomy รวมทั้ง เทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น Podcasting, VDO และ Webinar อาจารย์จะเป็นผู้ออกแบบกระบวนการเรียน การสอน และการทำกิจกรรมของแต่ละวิชา โดยเลือกเครื่องมือข้างต้นผสมผสานกันตามความเหมาะสม (มนู ורתี ดลเชษฐ์. 2554: เว็บไซต์) เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง รัฐบาลจึงกำหนดไว้ให้เพิ่มสัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ต่อประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 45 และเพิ่มสัดส่วนประชากรที่สามารถเข้าถึงโครงข่ายคมนาคมและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ได้ร้อยละ 80 ของประชากรทั่วประเทศ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทั้งในเรื่องการศึกษา ทักษะการทำงาน และการดำเนินชีวิตเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันสำคัญในการดำรงชีวิต และปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคศตวรรษที่ 21 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554: 43) รัฐบาลจึงมีความพยายามที่จะพัฒนาโครงข่ายสื่อสารความเร็วสูงให้ครอบคลุม ทั้งถึง เพียงพอ มีคุณภาพ ด้วยราคาที่เหมาะสมเป็นธรรม ขยายเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสาธารณะ (Wi-Fi) ในสถานการศึกษานำร่อง และพื้นที่ที่กำหนดโดยไม่คิดค่าบริการ และส่งเสริมการเข้าถึงการใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสาธารณะโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในพื้นที่สาธารณะ และสถานที่ราชการที่มีการใช้งานตามความเหมาะสม (อนุดิษฐ์ นาครทรรพ. 2554: 2) และมีการกำหนดสมรรถนะของนักเรียนให้มีความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ และมีทักษะกระบวนการทางเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาตนเองและสังคม ในด้านการเรียนรู้ การสื่อสาร การทำงาน การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ถูกต้องเหมาะสม และมีคุณธรรม (กระทรวงศึกษาธิการ. 2551 : 4)

จากการสำรวจกิจกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2558 เป็นดังนี้ อันดับแรกได้แก่ Social Network (Facebook, Twitter, LINE, Instagram) ร้อยละ 88.6 รองลงมาคือ ใช้ในการดาวน์โหลด รูปภาพ/หนังสือ/วิดีโอ/เพลง/เกมส์ เล่นเกมส์ ดูหนัง ฟังเพลง วิทย์ ร้อยละ 87.4 ใช้ในการอัปโหลดข้อมูล รูปภาพ/ถ่ายภาพ วิดีโอ เพลง software เพื่อแบ่งปัน (share) บนเว็บไซต์ ร้อยละ 59.1 และรับส่งอีเมล ร้อยละ 44.6 (สำรวจการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนปี 2558. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2558: 6) การขยายตัวของเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นไปอย่างรวดเร็วแบบเท่าทวีคูณ เช่น Facebook มีคนไทยใช้บริการจำนวน 38 ล้านคน

โดยมีจำนวนเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกันเป็นกลุ่มนักเรียน นิสิต และนักศึกษา อายุ 13 – 29 ปี จำนวน 22.8 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมาก และมีพลังในการขับเคลื่อนเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งแรงจูงใจที่ทำให้คนเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นมีด้วยกัน 4 ประการ คือ 1. ความคาดหวังจากการให้และรับ (Anticipated Reciprocity) 2. ความต้องการมีชื่อเสียงและเป็นที่จดจำ (Increased Recognition) 3. ความภาคภูมิใจ (Sense of efficacy) 4. การมีอารมณ์หรือความรู้สึกร่วมกัน (Sense of Community) (Kollock. 1999: 220–239) และปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา คือ การเรียนรู้ด้วยตนเอง ปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา ได้แก่ การยอมรับนวัตกรรมคอมพิวเตอร์แรงจูงใจในการทำงาน และความพึงพอใจในการทำงาน (ภาวิณี จักรไชย. 2553 : 149) นอกจากนี้พบว่า การยอมรับของสังคมวัฒนธรรมในมหาวิทยาลัย การเห็นคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจกับชีวิตในมหาวิทยาลัย และความสามารถในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook (Angela and others. 2010: 1494-1503) เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมมีการอยู่ร่วมกันและมีปฏิสัมพันธ์กัน เกิดการเรียนรู้ต่าง ๆ จากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกลุ่มคนในสังคม มนุษย์ได้ประโยชน์หลายอย่างจากการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมเช่น ความรู้สึกปลอดภัย ความรู้สึกมีคุณค่าจากการยอมรับของสังคม การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ก็เป็นการสะท้อนลักษณะการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมของมนุษย์ เพียงแต่เปลี่ยนจากโลกจริงไปสู่โลกแห่งเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความสะดวกรวดเร็วสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา

จากเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา เพราะนักศึกษาเป็นวัยรุ่นที่มีความกระตือรือร้นอยากรู้อยากลองสิ่งใหม่ ๆ ที่มีความท้าทาย เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการแนะนำส่งเสริมการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และกิจกรรมอื่น ๆ ที่จะทำให้นักเรียนใช้ประโยชน์ในทางสร้างสรรค์จากอินเทอร์เน็ต และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยม มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้มากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
- 1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
- 1.2.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

- 1.3.1 การวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาโดยการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 383 คน
- 1.3.2 การวิจัยในครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2561

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ทำให้ทราบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ อย่างไร
- 1.4.2 เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ อาจารย์ ผู้ปกครอง ผู้บริหารมหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เห็นความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการเรียนรู้
- 1.4.3 สามารถนำผลการวิจัยหรือข้อค้นพบที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการพัฒนา ปรับปรุง กระบวนการจัดการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมที่เหมาะสม
- 1.4.4 เพื่อพัฒนา plugged in ให้เด็ก และเยาวชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านบวกได้อย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง เว็บไซต์ที่ให้บริการให้ผู้ใช้ได้สร้างเนื้อหาที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคล (Profile) ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือสื่ออื่น ๆ มีปฏิสัมพันธ์กัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำความรู้จักเพื่อนที่รู้จักกันมาก่อน และเพื่อนที่ไม่เคยรู้จักกันในโลกความจริง รวมตัวเป็นกลุ่มความสนใจในสินค้า บริการ หรือการศึกษา และอาจมีการนัดทำกิจกรรมต่าง ๆ ในโลกของความจริงด้วย เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่รู้จัก และมีผู้ใช้งานมากในประเทศไทย เช่น Facebook, Hi5, Youtube, Twitter, Slideshare, Wikipedia และ Weblog ต่าง ๆ

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตและ การใช้ เว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์ของนักศึกษา เช่น Facebook, Twitter, Youtube, Hi5, Slideshare, Wikipedia และ Weblog ต่าง ๆ ช่วยในการทำการบ้าน ทำรายงาน และค้นคว้า การสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน และระหว่างผู้เรียนด้วยกันเอง

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง การกระทำในการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์โดยผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยพิจารณาจากพฤติกรรมการใช้งานระยะเวลาในการใช้งาน และช่วงเวลาในการใช้งาน เป็นต้น

พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ความสนใจของนักศึกษา ในการเปิดใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างออกไปตามประเภทของการใช้งาน ความรู้ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ที่ใช้งาน วัตถุประสงค์ที่ใช้ ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ

นักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ทั้งหมด 5 คณะ ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของนักศึกษา ประกอบด้วย เพศ คณะ ระดับการศึกษาในปัจจุบัน ชั้นปีที่กำลังศึกษา และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทบทวนวรรณกรรม

สื่อสังคมออนไลน์

ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

ยีน ภู่วรรณ (2554: เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ว่าเป็นสื่อที่ใช้เทคโนโลยีออนไลน์ และวิธีการทำให้ผู้คนแบ่งปันข้อมูล ความคิดเห็น ทศนคติ ประสบการณ์มุมมอง และสื่อข้อมูลของตน สามารถเขียนแก้ไขด้วยตนเอง สนทนาระหว่างกัน มีการกระจายตัวเร็ว มีการบันทึก และจัดเก็บไว้ได้

สถาบันคอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2554: เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายของ Social Media ว่าหมายถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารหรือเขียนเล่าเนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเองทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางเว็บไซต์ Social network ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2553: 22-24) ได้อธิบายว่า Social Media มี 3 องค์ประกอบ คือ (1) เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม (2) เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิมที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (one-to-many) เป็นแบบการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลาย ๆ คน (many-to-many) (3) เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา

วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ (2554: 17) ได้ให้ความหมายของ Social Media ว่าหมายถึง พาหะในการนำสารจากผู้ส่งสารผ่านช่องทางไปยังผู้รับสารปลายทางโดยอาศัยผู้คนในสังคมเป็นกลจักรสำคัญ

สรุปได้ว่า Social Media หมายถึงสื่อหรือเนื้อหาต่าง ๆ ที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยอาจอยู่ในรูปข้อความ (text) รูปภาพ วิดีโอ โดยผู้ใช้ (user) เป็นผู้สร้างเนื้อหาดังกล่าว โดยอาจสร้างด้วยตนเอง นำข้อมูลจากบุคคลอื่นมานำเสนอหรือเผยแพร่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แสดงความคิดเห็นต่อสื่อเหล่านั้น มีการกระจายตัวในวงกว้างและรวดเร็ว เป็นการสื่อสารแบบสองทางระหว่างบุคคลหลายคน (many to many) หลายกลุ่ม ทำให้การนำเสนอเนื้อหาหรือสื่อต่าง ๆ เป็นไปอย่างเสรีและรวดเร็ว ซึ่งมีทั้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์และข้อมูลที่ไม่เหมาะสมกับนักเรียน

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

1. ความหมายของ Social Network

สถาบันคอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2554: เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายของ Social Networking คือ เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกัน

จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2554: เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายของ Social Network ว่าเป็นบริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตนเองผ่านเน็ตเวิร์คอินเทอร์เน็ต รวมทั้งเชื่อมโยงบริการต่าง ๆ อย่างเมลล์ เมสเซ็นเจอร์ เว็บบอร์ด บล็อก ฯลฯ เข้าด้วยกันตั้งแต่ Hi5, MySpace, Facebook, Bebo, LinkedIn, Multiply, Ning และอื่น ๆ

เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ (2554: เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายของ Social Networking ว่าเป็นสังคม หรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มคนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏตัวบนโลกออนไลน์หรือทางอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ (Community Online) ซึ่งมีลักษณะเป็นสังคมเสมือน (Virtual Community) สังคมประเภทนี้จะเป็นการให้ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิด แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน และเชื่อมโยงกันในทิศทางใด ทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านการติดต่อสื่อสารกันอย่างเป็นเครือข่าย (Network) เช่น เว็บไซต์ Hi5, Facebook, Myspace, YouTube, Twitter เป็นต้น

อิทธิพล ปรีดิประสงค์ (2552: เว็บไซต์) กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต และยังหมายรวมถึงการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าด้วยกัน เป็นการเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ซึ่งผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยน แบ่งปันตามผลประโยชน์กิจกรรมหรือความสนใจเฉพาะเรื่อง ซึ่งอาศัยระบบพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ทำให้มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้คนโดยแต่ละเว็บนั้น อาจมีการให้บริการที่ต่างกัน เช่น email กระดานข่าว และในยุคหลัง ๆ มา นี้เป็นการแบ่งปันพื้นที่ให้สมาชิกเป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกัน และแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน โดยผู้คนสามารถสร้างเว็บเพจของตนเองโดยอาศัยระบบซอฟต์แวร์ที่เจ้าของเว็บให้บริการ

พงษ์ศักดิ์ บุญภักดี (2553: เว็บไซต์) ได้กล่าวว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) หมายถึงกลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของเว็บไซต์มีการแผ่ขยายออกไปเรื่อย ๆ เป็นรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้เครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเป็นสังคมขึ้นมา การสร้างชุมชนใหม่บนอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเพื่อการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง

สรุปได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึงเว็บไซต์ที่ให้บริการ ให้ผู้ใช้ได้สร้างเนื้อหาที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคล (Profile) ข้อความ (Text) รูปภาพ วิดีโอ หรือสื่ออื่น ๆ มีปฏิสัมพันธ์กัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นทำความรู้จักเพื่อนที่รู้จักกันมาก่อน และเพื่อนที่ไม่เคยรู้จักกันในโลกความจริงรวมตัวเป็นกลุ่มความสนใจในสินค้า บริการ หรือการศึกษา และอาจมีการนัดทำกิจกรรมต่าง ๆ ในโลกของความจริงด้วยเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่รู้จัก และมีผู้ใช้งานจำนวนมากในประเทศไทย เช่น Facebook, Hi5, Youtube, Twitter, Slideshare และ Weblog ต่างๆ

2. ประเภทของ Social Networking

สำหรับประเภทของ Social Networking อาจมีผู้เชี่ยวชาญในแขนงต่าง ๆ ได้จัดแบ่งไว้ ซึ่งมีความแตกต่างกันไว้ 7 ประเภท ดังนี้ (เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ. 2554: เว็บไซต์)

1) การเขียนบทความ (Weblog) เป็นระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS) รูปแบบหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความที่เรียกว่าโพสต์ (Post) และทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย

เป็นการเปิดโอกาสให้คนที่มีความสามารถในด้านต่าง ๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนได้อย่างเสรีซึ่งอาจจะถูกนำมาใช้ได้ 3 รูปแบบ คือ (1) Blog ที่จัดทำโดยบริษัท (Corporate Blog) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพูดจาสื่อสารกับลูกค้า เช่น Starbucks Gossip (2) Microblog มีลักษณะเป็นการโพสต์ข้อความสั้น ๆ ไม่เกิน 140 ตัวอักษร และสามารถที่จะส่งข้อความสั้น ๆ ไปยังโทรศัพท์มือถือได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องเปิดอินเทอร์เน็ตเข้าอ่านเหมือน Blog ทั่วไป ซึ่งก็คือข้อความที่จะบอกว่า “ตอนนี้คุณทำอะไรอยู่” เช่น Twitter (3) Blog ที่เขียนจาก Blogger อีกระบบที่มีความสามารถเขียนเรื่องที่ตนถนัด และมีผู้ติดตามจำนวนมาก ซึ่ง Blog ในรูปแบบหลังนี้ปัจจุบันนักการตลาดนิยมให้ Blogger ได้เข้ามาทดลองใช้สินค้า (Testimonial) แทนการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็น ฟรีเซ็นเตอร์แล้วให้ Blogger เขียนข้อความในลักษณะสนับสนุนหรือแนะนำสินค้าจนกลายเป็นกลยุทธ์ Marketing Influencer

2) แหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/ Knowledge) เป็นเว็บที่รวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ในลักษณะเนื้อหาอิสระ ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สินค้า หรือบริการ โดยมุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เหล่านั้นเป็นผู้เข้ามาเขียนหรือแนะนำไว้ ส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพ หรือผู้เชี่ยวชาญที่เห็นได้ชัดเจน เช่น Wikipedia ที่เป็นสารานุกรมออนไลน์หลายภาษา Google earth เว็บดูแผนที่ได้ทุกมุมโลกให้ความรู้ทางภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว การเดินทาง การจราจร หรือที่พัก dig หรือ diggZy Favorites Online เป็นเว็บทำหน้าที่เก็บ URL ของเว็บไซต์ที่ชื่นชอบไว้ดูภายหลัง เป็นต้น

3) ประเภทเกมออนไลน์ (Online Games) เป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่ง รวบรวมเกมไว้มากมาย จะมีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่เล่นบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเกมออนไลน์นี้ผู้เล่นสามารถที่จะสนทนา เล่น แลกเปลี่ยน items ในเกมกับบุคคลอื่น ๆ ในเกมได้ และสาเหตุที่มีผู้นิยมมากเนื่องจากผู้เล่นได้เข้าสังคม จึงรู้สึกสนุกที่จะมีเพื่อนเล่นเกมไปด้วยกันมากกว่าการเล่นคนเดียว อีกทั้งมีกราฟิกที่สวยงามและมีกิจกรรมต่าง ๆ เพิ่ม เช่น อาวุธ เครื่องแต่งตัวใหม่ ๆ ที่สำคัญสามารถที่จะเล่นกับเพื่อน ๆ แบบออนไลน์ได้ทันที เช่น SecondLife, Audition, Ragnarok, Pangya เป็นต้น

4) ประเภทชุมชนออนไลน์ (Community) เป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่ หรือการตามหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้เจอกันมานาน การสร้าง Profile ของตนเอง โดยการใส่รูปภาพ กราฟฟิกที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของเรา (Identity) ให้เพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายได้รู้จักเรามากยิ่งขึ้น และยังมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรื่องราว ถ่ายทอดประสบการณ์ต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น Hi5, Facebook, MySpace, MyFriend เป็นต้น

5) ประเภทฝากรูปภาพ (Photo management) เว็บที่เน้นฝากเฉพาะรูปภาพ (Photo) โดยไม่เปลืองฮาร์ดดิสก์ส่วนตัว โดยการ Upload รูปภาพจากกล้องถ่ายรูป หรือ โทรศัพท์มือถือไปเก็บไว้บนเว็บ ซึ่งสามารถแชร์ภาพหรือซื้อขายภาพกันได้อย่างง่ายดาย เช่น Flickr, Photoshop Express, Photobucket เป็นต้น

6) ประเภทสื่อ (Media) เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน (Sharing) ไฟล์ประเภท Multimedia อย่างคลิป์วิดีโอ ภาพยนตร์เพลง ฯลฯ โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็น Multimedia เช่น YouTube, imeem, Bebo, Yahoo Video, Ustream.tv เป็นต้น

7) ประเภทซื้อ-ขาย (Business/commerce) เป็นเว็บที่ทำธุรกิจออนไลน์ที่เน้น การซื้อ-ขาย สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ (E-commerce) เช่น การซื้อ-ขายรถยนต์ หนังสือ หรือที่พักอาศัย ซึ่งเป็นเว็บที่ได้รับความนิยมมาก เช่น Amazon, eBay, Tarad, Pramool ฯลฯ แต่เว็บไซต์ประเภทนี้ยังไม่ถือว่าเป็น Social Network ที่แท้จริง เนื่องจากมิได้เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการแชร์ข้อมูลกันได้หลากหลาย นอกจาก เน้นการสั่งซื้อและแนะนำสินค้าเป็นส่วนใหญ่

โดยสรุป การแบ่งประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังไม่มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอน แต่จะแบ่งตามลักษณะกิจกรรมที่ทำร่วมกันของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น การแลกเปลี่ยน ประสบการณ์การหาเพื่อน การติดต่อสื่อสาร การแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความ (Blog) การค้าขายธุรกิจ และเกมออนไลน์

3. ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีรูปแบบการใช้ต่าง ๆ ดังนี้

1) ใช้โซเชียลมีเดียให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของตน เว็บโซเชียลมีเดียที่มีกันอยู่ หลากหลายนั้นต่างมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน เช่น เฟซบุ๊ก (facebook.com) นั้นก็สามารถเขียนได้ทั้งแบบตัวอักษรและรูปภาพต่าง ๆ หรือบริการบล็อกสั้น ๆ อย่างทวิตเตอร์นั้นใส่ได้เฉพาะตัวอักษรแต่หากมองกันดี ๆ แล้วทวิตเตอร์จะไม่สูญพลังงานของเรามากเท่าเฟซบุ๊ก เป็นต้น

2) ใช้ช่วยเหลือผู้อื่น ลองใช้ความสามารถความรู้หรือประสบการณ์ของคุณที่มีอยู่นำไปตอบคำถามของเพื่อน ๆ หรือบางครั้งตอบให้กับคนที่ไม่รู้จักบ้างก็ได้ ซึ่งการทำแบบนี้ก็จะทำให้เราได้รู้สึกว่าคุณสามารถช่วยเหลือคนอื่นที่บางทีอาจไม่ถนัดในเรื่องเหล่านี้ได้ บางทีการช่วยเหลือผู้อื่น อาจไม่ใช่แค่การตอบคำถามแต่อาจเป็นการช่วยบอกต่อข้อความที่มีผู้ขอความช่วยเหลือได้เช่นกัน เป็นการช่วยเพิ่มโอกาสให้คนเห็นข้อความที่ต้องการความช่วยเหลือนั้นมากขึ้น

3) ใช้สอบถามความคิดเห็น บางทีหากอยากทำอะไรบางอย่าง แต่ยังตัดสินใจไม่ถูกว่าจะเลือกทางไหนดีให้ลองเขียนลงบนเฟซบุ๊กหรือทวิตเตอร์เพื่อถามไปยังเพื่อน ๆ ของเราที่อยู่ ในโซเชียลเน็ตเวิร์คเหล่านั้น บางครั้งก็จะได้คำตอบที่ดีเกินคาดเลยทีเดียว

4) ใช้ระบบส่งข้อความแบบส่วนตัวเพื่อสื่อสารเรื่องธุรกิจ ลองหันมาใช้ direct message ในทวิตเตอร์หรือส่งข้อความส่วนตัวไปบนเฟซบุ๊ก บางทีเพื่อน ๆ หรือคนที่ติดตามอ่านเฟซบุ๊กของเราอยู่ก็อาจจะอยากรู้ว่าคุณทำธุรกิจอะไร ทำงานที่ไหน เป็นต้น บางทีผู้อ่านท่านนั้น อาจจะกำลังมองหาคู่ค้าทางธุรกิจที่ท่านถนัดอยู่พอดีซึ่งหากได้ติดต่อสื่อสารกันไปได้สักระยะ ก็จะทำให้สนิทกันมากขึ้น และที่สำคัญก็คือ เมื่อสนิทกันแล้วยังสามารถต่อยอดไปยังธุรกิจจริง ๆ ได้อีกด้วย

5) ใช้เพื่อให้มีเพื่อนคอยปรึกษา หลายครั้งที่เราเกิดความเครียดจากการทำงานหรือการเรียนอยากพูดออกมาให้ใครได้ฟัง หากไม่มีเพื่อนนั่งอยู่ข้างกายในตอนนั้นอาจใช้ทวิตเตอร์เพื่อหาเพื่อนคุยไปด้วย แต่ต้องระวังว่าอย่าเผลอไปใช้ข้อความที่หยาบคายหรือฟังดูแรง เพราะสิ่งเหล่านั้นอาจจะย้อนมาทำร้ายตัวเราได้ในอนาคต เช่นตอนสมัครงานเดี๋ยวนี้บางบริษัทมีการแอบไปอ่านเฟซบุ๊กของคนที่จะมาสัมภาษณ์งานก่อนล่วงหน้าเสียอีก ทั้งนี้เพื่อเรียนรู้ตัวตนของผู้สมัครที่บางครั้งอาจไม่สามารถสอบถามได้หมดในระยะเวลาสัมภาษณ์นัดไว้เป็นต้น

6) ใช้เพื่อหาเพื่อนใหม่ ได้รู้จักเพื่อนใหม่ ๆ หลายคน ผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งเพื่อนเหล่านี้ก็สนใจในเรื่องราวเดียวกัน การพบเจอเพื่อนใหม่ไม่ได้จำเป็นที่จะต้องออกไปพบเจอกันตามสถานที่ต่าง ๆ เสมอไป แต่บางทีการรู้จักการผ่านรูปภาพและตัวอักษรก็ทำให้เราได้เพื่อนใหม่ง่ายมากยิ่งขึ้น

7) ใช้เพื่อหาข้อมูลความรู้ใหม่ มักจะใช้ฟังก์ชันบุ๊กมาร์คหรือ Add Favorite ของทวิตเตอร์อยู่บ่อย ๆ เพราะเมื่อเราพบเห็นข้อความที่ดี ๆ หรือเป็นข้อมูลที่น่าสนใจก็จะรีบบุ๊กมาร์ค เก็บไว้ก่อน แล้วค่อยมาอ่านในภายหลังหากในขณะนั้นเรายังไม่ว่าง ซึ่งได้ข้อมูลในการทำงานหลายครั้ง จากความพยายามที่จะ Add Favorite ข้อความที่น่าสนใจอยู่ตลอดเวลา (กตিকা สายเสนีย์. 2554)

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา ปัจจุบันหลาย ๆ ประเทศรวมทั้งประเทศไทย ต่างได้นำอินเทอร์เน็ตไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการเรียนการสอน จนถึงได้ว่าอินเทอร์เน็ตกลายเป็นเทคโนโลยีการศึกษาของยุคปัจจุบันไปแล้ว ซึ่งคุณค่าทางการศึกษาในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งถนอมพร เลหาจรัสแสง (2541) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตทางการศึกษาไว้ดังนี้

1. การใช้กิจกรรมบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ช่วยทำให้นักเรียนได้เรียนรู้เกี่ยวกับสังคมวัฒนธรรมและโลกมากขึ้น เนื่องจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอนุญาตให้นักเรียนสามารถสื่อสารกับผู้คนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว และสามารถสืบค้นหรือเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศจากทั่วโลกได้เช่นกัน

2. เป็นแหล่งความรู้ขนาดใหญ่สำหรับนักเรียน โดยที่สื่อประเภทอื่น ๆ ไม่สามารถทำได้ กล่าวคือ นักเรียนสามารถค้นหาข้อมูลในลักษณะใด ๆ ก็ได้ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือในรูปแบบของสื่อประสม โดยการสืบค้นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่โยงใยกับแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

3. การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดผลกระทบต่อนักเรียนในด้านทักษะการคิดอย่างมีระบบ (High-order Thinking Skills) โดยเฉพาะทำให้ทักษะการวิเคราะห์สืบค้น (Inquiry-based Analytical Skill) การคิดเชิงวิเคราะห์ (Critical Thinking) การวิเคราะห์ข้อมูล การแก้ปัญหา และการคิดอย่างอิสระ ทั้งนี้เนื่องจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นแหล่งรวมข้อมูลมากมายมหาศาล นักเรียนจึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ที่อยู่เสมอเพื่อแยกแยะข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และไม่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง

4. สนับสนุนการสื่อสารและการร่วมมือกันของนักเรียน ไม่ว่าจะในลักษณะของนักเรียนร่วมห้อง หรือนักเรียนต่างห้องเรียนบนเครือข่ายด้วยกัน เช่น การที่นักเรียนห้องหนึ่งต้องการที่จะเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับการถ่ายภาพเพื่อส่งไปให้อีกห้องเรียนหนึ่งนั้น นักเรียนในห้องแรกจะต้องช่วยกันตัดสินใจทีละขั้นตอนในวิธีการที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และการเตรียมข้อมูลอย่างไร เพื่อส่งข้อมูลเรื่องการถ่ายภาพนี้ไปให้นักเรียนอีกห้องหนึ่ง โดยที่นักเรียนต่างห้องสามารถเข้าใจได้โดยง่าย

5. สนับสนุนกระบวนการสหสาขาวิชาการ (interdisciplinary) กล่าวคือ ในการนำ เครือข่ายมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมการเรียนการสอนนั้น นักการศึกษาสามารถที่จะบูรณาการเรียนการสอนในวิชาต่าง ๆ เช่น คณิตศาสตร์ ภูมิศาสตร์ สังคม ภาษา วิทยาศาสตร์ ฯลฯ เข้าด้วยกัน

6. ช่วยขยายขอบเขตของห้องเรียนออกไป เพราะนักเรียนสามารถใช้เครือข่ายในการสำรวจปัญหาต่าง ๆ ที่นักเรียนมีความสนใจ นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งอาจมีความคิดเห็นแตกต่างกันออกไปทำให้มุมมองของตนเองกว้างขึ้น

7. การที่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตอนุญาตให้นักเรียนสามารถเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ที่ให้คำปรึกษาได้ และการที่นักเรียนมีความอิสระในการเลือกศึกษาสิ่งที่ตนเองสนใจ ถือเป็นแรงจูงใจสำคัญอย่างหนึ่งในการเรียนรู้ของนักเรียน

8. ผลพลอยได้จากการที่นักเรียนทำโครงการบนเครือข่ายต่าง ๆ นี้ทำให้นักเรียนมีโอกาสที่จะทำความคุ้นเคยกับโปรแกรมประยุกต์ต่าง ๆ บนคอมพิวเตอร์ไปด้วยในตัว เช่น โปรแกรมประมวลผลคำ เป็นต้น

สรุปได้ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ทำให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ สืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้ทั่วโลก สามารถสื่อสารกับผู้คนได้ทั่วโลก ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ที่ให้คำปรึกษาได้ง่าย และมีความอิสระในการเลือกศึกษาสิ่งที่ตนเองสนใจ ในด้านการเรียนการสอนผู้เรียนสามารถส่งข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูล แสดงความคิดเห็น สำรวจปัญหา ได้เห็นมุมมองในต่างต่าง ๆ กว้างขึ้น และส่งเสริมการทำงานร่วมกัน และสามารถจะบูรณาการการสอนในวิชาต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้

Social Networking มีจุดเริ่มต้นจากเว็บไซต์ Classmates.com (1995) และเว็บไซต์SixDegrees.com (1997) ซึ่งเป็นเว็บที่จำกัดการใช้งานเฉพาะนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเดียวกัน เพื่อสร้างประวัติข้อมูล ติดต่อสื่อสาร ส่งข้อความ และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สนใจร่วมกันระหว่างเพื่อนในลิสต์เท่านั้น ต่อมาเว็บไซต์Epinions.com (1999) ซึ่งเกิดขึ้นจากการพัฒนาของ Jonathan Bishop โดยได้เพิ่มในส่วนของการที่ผู้ใช้สามารถควบคุมเนื้อหาและติดต่อถึงกันได้ไม่เพียงแต่เพื่อนใน ลิสต์เท่านั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของ Social Networkingทั้งหลายที่ก่อกำเนิดต่อมาในยุค ปัจจุบัน (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. 2554 : เว็บไซต์)

สำหรับในประเทศไทยได้มีการตื่นตัวกับการใช้อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ สำนักเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ จึงได้จัดทำโครงการนำร่องการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและส่งเสริมการใช้ Social Media ในการจัดการเรียนรู้ในปี 2553 โดยเปิดโอกาสให้ครูในสังกัด สพฐ. จำนวน 200 คน เข้าร่วมโครงการหลังจากการอบรม พบว่าครูสามารถนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบต่าง ๆ ผ่านบล็อก/เครื่องมือออนไลน์ต่าง ๆ ของตนเอง สามารถนำพานักเรียนของตนเองและทั่วโลกเข้าสู่สื่อสังคมออนไลน์ เกิดกิจกรรมและปฏิสัมพันธ์กับนักเรียนเป็นองค์ความรู้ขนาดใหญ่สามารถใช้เป็นช่องทางสื่อสารแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้ทั่วถึง เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งกับตนเองและนักเรียนทั่วประเทศ และในปี 2554 ก็ดำเนินโครงการ “ก้าวใหม่ของครูไทย ก้าวไกลด้วย Social Media” โดยมุ่งหวัง

เพื่อพัฒนาครูให้ใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้แบบ Anyone Anytime Anywhere ให้เกิดประสิทธิผล
อย่างเป็นรูปธรรม

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จะมีความแตกต่างจากสื่อแบบเป็นทางการ (Conventional Media) ตรงที่ว่าการได้มาซึ่งแหล่งข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหาสาระของสื่อแบบ ทางการต้องถูกตรวจสอบเพื่อ
ความถูกต้องต่อการนำไปใช้ในขณะที่สื่อออนไลน์จะเน้นในเนื้อหาสาระ แบบสะดวกใช้ประหยัด และเปิดกว้าง
สามารถเข้าถึงผู้ใช้ทุกคนไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเล็กหรือ กลุ่มใหญ่ก็ตาม มีข้อเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่าง
ระหว่างสื่อทางการ และสื่อสังคมดังแสดงให้เห็นจากตาราง 1 (Tiryakioglu and Erzurum. 2011: 137)

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างสื่อแบบทางการและสื่อเชิงสังคม

คุณสมบัติ	สื่อแบบทางการ (Conventional)	สื่อเชิงสังคม (Social Media)
Access (การเข้าถึง)	เข้าถึงได้ทุกกลุ่ม	เข้าถึงได้ทุกกลุ่ม
Accessibility (ความสามารถ ในการเข้าถึง)	การผลิตสื่อแบบเป็นทางการจะนำไปใช้ กับองค์การเอกชน บริษัทเอกชนหรือ องค์การภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ต้องมีระบบ การผลิตที่มีต้นทุนสูง	เป็นสื่อที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ ประโยชน์ได้ในต้นทุนราคาต่ำหรือไม่มี ค่าใช้จ่ายแต่ประการใด
Availability (สมรรถนะการใช้)	การผลิตสื่อแบบทางการต้องอาศัย ทักษะเฉพาะ และต้องผ่านกระบวนการ ฝึกอบรมในการผลิต	การผลิตสื่อเชิงสังคมไม่จำเป็นต้องใช้ ทักษะความรู้ในการผลิตมากนัก ทุกคน สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง
Novelty (ความแปลกใหม่)	เป็นสื่อที่ถูกจำกัดในด้านเวลาในการ นำเสนอ อาจเป็นวัน/สัปดาห์/เดือน ที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้	ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา สามารถจัด กระทำหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ๆได้ ตามความต้องการในการสื่อสาร แต่ละครั้ง
Permanence (ความคงทน)	สื่อแบบทางการไม่สามารถปรับแต่งได้ หลังจากผ่านกระบวนการผลิตแล้ว ในแต่ละครั้ง	สื่อเชิงสังคมสามารถปรับแต่งได้ทันที หรือเสนอแนะได้ทันทีหลังจาก มีการนำเสนอ

กลุ่มเครือข่ายสังคมในสภาพแวดล้อมทางการศึกษา (Social Network in Educational Environment) กล่าวได้ว่า กลุ่มเครือข่ายทางสังคมเป็นกลุ่มชนกลุ่มใหญ่ที่มีศักยภาพ ในการติดต่อสื่อสารของ
มนุษย์ในโลกแห่งสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ในปัจจุบัน ซึ่งกลุ่มเครือข่ายทางสังคมนี้สามารถ
นำมาใช้ประโยชน์ในขอบข่ายด้านการศึกษาเรียนรู้ได้ ซึ่งนักศึกษาน่าจะนำเอาศักยภาพของสื่อเครือข่าย
ทางสังคมนี้มาใช้เป็นเครื่องมือทางการศึกษาอันทรงประสิทธิภาพได้หลากหลายรูปแบบ และหลากหลาย

แนวทาง อาทิเช่น การใช้ประโยชน์ในการสร้าง โปรแกรมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้การสร้างและ จัดหาทุนเพื่อการศึกษา การจัดระบบของการประชุมทางไกลทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ หรือ แม้แต่การนำมาใช้ประโยชน์ของโปรแกรมด้านวารสารศาสตร์และการพิมพ์รวมทั้งการประชาสัมพันธ์สำหรับ ผู้เรียน หรือผู้ใช้สื่อเหล่านี้ เป็นต้น (Seguin and Seguin. 1995)

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวัน และเป็น ข้อมูลข่าวสารในการวางแผนประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (The Information Society) และเรากำลังอยู่ในยุคข่าวสาร (The Information Age) (ศรีหญิง ศรีศุข 2544:16)

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร กระบวนการถ่ายทอดสารจาก บุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสารไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้รับสารโดยผ่านสื่อ (ศรีหญิง ศรีศุข 2544:16) ทั้งนี้สื่อที่อาจเป็นสื่อมวลชนหรือสื่อส่วนบุคคลก็ได้ โดยแอทกิน (Atkin, 1973 : 208) ได้กล่าวว่า บุคคลที่ เปิดรับข่าวสารมากยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่มีทัศนคติที่เหตุการณ์ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เหตุหรือแรงจูงใจใน “การเปิดรับสื่อมวลชน” ของบุคคล ได้มีนักการสื่อสารหลายท่านกล่าวถึงไว้ต่าง ๆ กัน เช่น ในปี 1979 แม็คคอมและแบ็คเคอร์ (McCombs and Becker 1979 : 51-52) ได้ให้ความเห็นว่า บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวันการ เปิดรับข่าวสาร ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่างๆรอบตัว
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะ นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (participation) เพื่อการรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไป ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบๆตัว

สำหรับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารที่นำมาใช้ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือก รับสาร (Selective Process) ในการสื่อสารนั้นการเลือกของเรามี 4 ลักษณะ ซึ่งแต่ละลักษณะจะมีความ เกี่ยวข้อง (ศรีหญิง ศรีศุข 2544:17) ดังนี้

1. การเลือกรับและการเลือกใช้ (Selective Exposure) ในชีวิตประจำวันของคนเรา มีโอกาสที่จะรับ สารจากแหล่งหรือผู้ส่งสาร (Source) ต่างๆ จำนวนมากมาย แต่เรามีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการรับ สารจากแหล่งต่างๆ หรือเรามีความพึงพอใจหรือไม่พอใจต่อแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ แตกต่างกันไป ดังนั้น เรา จึงมักจะเลือกรับหรือเลือกใช้สารจากแหล่งที่เสนอความคิดและทัศนคติที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติ ของเรา

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) มนุษย์นั้นจะเลือกให้ความสนใจต่อสารเท่าที่สมองของคนเราที่รับสารนั้นได้ ดังนั้น ในการอ่านหนังสือพิมพ์หรือในสถานการณ์ที่มีการสื่อสารมากกว่า 1 อย่างเช่น ขณะดูทีวีก็มีเสียงกรรยาพูดด้วย เป็นต้น เราจึงต้องเลือกรับสารใดสารหนึ่งและโดยปกติเรามักจะเลือกรับสารที่น่าสนใจ หนังสือพิมพ์รายวันจะมีประมาณ 20 - 25 หน้า เรามักจะเลือกอ่านเพียงหน้า บางข่าว บางคอลัมน์ เราอาจจะอ่านเพียง 1 หน้า เพียงบางข่าว อ่านหน้าสังคม อ่านหน้าบันเทิง และหน้ากีฬา เพียงบางข่าว จะเห็นได้ว่านอกจากเราจะเลือกสารโดยอาศัยความสนใจที่เรามีต่อสารแล้ว เรายังเลือกสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของเรา และหลีกเลี่ยงที่จะรับสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของเราด้วย

3. การเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากที่เราเลือกรับสาร หรือเลือกใช้สารของผู้ส่งสารรายใดรายหนึ่ง เลือกให้ความสนใจต่อสารใดสารหนึ่งแล้ว เราเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายของสารตามประสบการณ์ของเรา เนื่องจากคนแต่ละคนมีประสบการณ์ต่างกัน ดังนั้น การรับรู้และการตีความหมายของคนต่อสิ่งเดียวกันจึงไม่เหมือนกัน อุปสรรคหรือความหมายของการสื่อสารอันเนื่องมาจากการรับรู้ และการเลือกตีความหมายของคนอยู่ตรงที่ว่าเรามักจะไม่ค่อยรู้ตัวว่าคนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน ดังนั้น การรับรู้หรือการตีความของสิ่งที่เราได้พบจึงมีความแตกต่างกันไปด้วย ความหมายร่วมกัน (Common Meaning) หรือความเข้าใจร่วมกัน (Common understanding) ซึ่งเป็นหัวใจของการสื่อสารจึงไม่เกิดขึ้น และเกิดขึ้นน้อย ทำให้การสื่อสารผิดพลาดหรือล้มเหลว

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) นอกจากการเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมายของสารแล้ว เรายังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารเข้าไว้เป็นประสบการณ์ของเรา เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปด้วย ผลการวิจัยที่ผ่านมาเสนอให้เห็นว่า คนเราจะสามารถที่จะจำในเรื่องที่สอดคล้องกันหรือสนับสนุนความคิดเห็นของเราได้ดีกว่าเรื่องที่ขัดแย้ง หรือต่อต้านความคิดเห็นของเรา

ดังจะเห็นได้ว่า ตัวแปรสำคัญในทฤษฎีการเลือกรับข่าวสารนั้น ก็คือทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ความคิดเห็นและประสบการณ์ดั้งเดิมของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันไป ดังปรากฏในงานของ แคลปเปอร์ (Klapper 1969 : 19) ซึ่งให้ข้อสรุปที่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไรท์ (Wright 1927:109) ว่าโดยส่วนใหญ่คนเรามีแนวโน้มในการเลือกสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่ตนมีอยู่ และจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสารที่ได้รับสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเดิมที่มี ในขณะที่เดียวกันก็จะหลีกเลี่ยงเนื้อหาสาระที่มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความสนใจของคน โดยปกติแล้วคนเรามักจะมีนิสัยชอบเลือก เลือกที่จะคิด เลือกที่จะเชื่อ ตามที่ใจเราปรารถนา เราเลือกของที่สวยงาม ของที่ดี ของที่เราชอบ ของที่เราต้องการ นิสัยในการชอบเลือกนี้เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ในชีวิตของเรา ในการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน ในสถานการณ์ของการสื่อสารแต่ละสถานการณ์ เราจะทำการเลือกที่เราควรจะทำ การสื่อสารอย่างไร ตามความรู้สึกและความต้องการของเรา ซึ่งความต้องการข่าวสารจะเพิ่มขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจ หรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งๆได้มีการเลือกรับสื่อนั้นเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ (Defleur 1996, อ้างถึงใน ศรีหญิง ศรีक्षा 2544 : 16-17) ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการการเลือกรับข่าวสาร เลือกรับรู้ตามทัศนคติและประสบการณ์เดิมของตน

2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

สอดคล้องกับงานของ ออร์พินท์ ศักดิ์เอี้ยว (2537 : 25) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนของผู้รับสาร ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ปัจจัยด้านนี้เกิดจากแนวคิดที่ว่า คนเรามีโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่มีความเฉพาะตัวและมีความแตกต่างกันอย่างมาก ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่ต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน และจะส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ และกระบวนการเรียนรู้ การรับรู้และความเข้าใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ในการอยู่ร่วมกันในสังคม คนเราจะยึดติดกับกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ที่ตนสังกัดอยู่ ดังนั้น จึงตัดสินใจแสดงพฤติกรรมใดๆ ที่สอดคล้องกับความคิดทัศนคติ และพฤติกรรมอันเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงกันในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร รวมทั้งการตอบสนองต่อเนื้อหาสารดังกล่าว

สำหรับตัวแปรด้าน “เพศ” นั้น Brooks (1971, อ้างถึงใน ศรีหญิง ศรีक्षा 2544 : 19) ได้ศึกษาไว้ โดยกล่าวถึงลักษณะเฉพาะ ทางจิตวิทยาระหว่างเพศชายและเพศหญิง ซึ่งให้เกิดความแตกต่างในการเลือกรับข่าวสารไว้ว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักมีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน ผู้หญิงมักจะโทษตัวเอง เมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษผู้อื่นหรืออุปสรรคอื่นๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

การเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนอกจากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาก็คือ “สื่อ” เพราะสื่อเป็นพาหนะที่นำข่าวสารจากผู้ส่งสารมายังผู้รับสาร ด้วยคุณลักษณะและความหลากหลายในรูปแบบของสื่อ ผู้ส่งสารจึงมีโอกาเลือกที่จะใช้ได้มาก ดังนั้น ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ (ศรีหญิง ศรีक्षा 2544 : 19-20) ดังนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้น จะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้ยากมากๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนัก มักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสิ่งที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ตัวอย่างเช่น ในชนบทประชากรส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุได้มากกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน ตัวอย่างเช่น นิสิตนักศึกษาและนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่นๆ เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสาร สารความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน เป็นต้น

3. เลือกซื้อที่สะดวกสบาย (Convenience) ในปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่สะดวกสบาย เช่น บางคนนิยมรับฟังข่าวทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ แต่บางคนนิยมรับข่าวสารด้วยการชมโทรทัศน์ เป็นต้น

4. เลือกซื้อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่อายุมาก

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 ข้อข้างต้นนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กับเป็นคุณลักษณะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ลักษณะของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสาร ข้อมูลรายละเอียดดีกว่า ราคาถูกกว่า และสามารถนำติดตัวไปทุกหนแห่ง เป็นต้น

จึงอาจกล่าวโดยสรุปว่า การที่บุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารนั้นตามทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น ก็ขึ้นอยู่กับความสอดคล้องของเนื้อหา ค่านิยม ปัจจัยทางสังคม และรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล ซึ่งมีปัจจัยมาจากทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและจิตวิทยาของแต่ละบุคคล ปัจจัยทางด้านสังคมและสภาพแวดล้อมด้วย ซึ่งตัวแปรสำคัญตามทฤษฎีในงานวิจัยชิ้นนี้ ที่จะสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือปัจจัยส่วนบุคคลและจิตวิทยา คือปัจจัยด้านเพศที่จะส่งผลต่อการเลือกรับข่าวสาร รวมทั้งรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล ประโยชน์และความถี่ในการใช้งานในแต่ละกิจกรรมของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ผู้วิจัยจะนำมาศึกษาในงานวิจัยชิ้นต่อไป

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธีรุตย์ กนกธร (2553: 149 - 152) ได้ศึกษาการรับรู้สื่อดิจิทัลของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในมุมมองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 6 ในภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 6 ในภาคตะวันออก จำนวน 399 คน พบว่าระดับความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์ (Social Network) ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์ (Social Network) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในข้อชุมชนออนไลน์สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสาร และชุมชนออนไลน์สามารถช่วยค้นหาข้อมูลได้รวดเร็ว ระดับความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์ (Social Network) อยู่ในระดับเห็นด้วย ในข้อได้รับประโยชน์จากชุมชนออนไลน์ ชุมชนออนไลน์สามารถสื่อสารกับบุคคลอื่น ชุมชนออนไลน์สามารถเผยแพร่ข่าวสาร สามารถแสดงความคิดเห็นในชุมชนออนไลน์ ชุมชนออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้บริการ ชุมชนออนไลน์ทำให้ท่านมีเพื่อนเพิ่มขึ้น ได้พบเพื่อนใหม่จากชุมชนออนไลน์ และชุมชนออนไลน์สามารถสื่อสารอารมณ์เป็นรูปภาพได้ ส่วนการรับรู้สื่อดิจิทัลของสถาบันอุดมศึกษา เอกชนประเภทไฮไฟฟ์ เพชบุ๊ค บล็อก อีเมลวินโดวส์ไลฟ์ และเอสเอ็มเอส โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง

กุลชัย กุลตวนิช และคณะ (2554: 367-373) ได้ศึกษา FACEBOOK: การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานตามแนวคิดโซเซียลคอนสตรัคติวิสต์พบว่า การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดโซเซียลคอนสตรัคติวิสต์

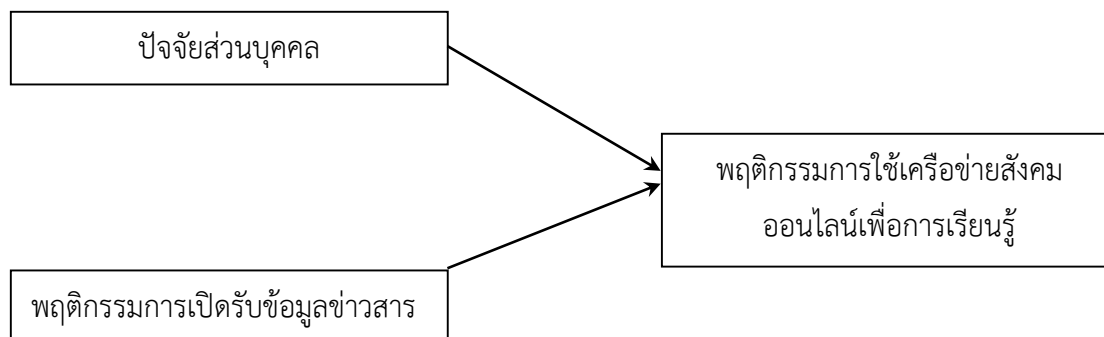
สามารถที่จะนำเอาการเรียนรู้บนออนไลน์เข้ามาใช้ในการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างการเรียนรู้ในชั้นเรียนจริงกับการทำกิจกรรมบนออนไลน์ซึ่ง Facebook เป็นหนึ่งในทางเลือกที่จะนำเข้ามาช่วยสนับสนุนการสื่อสารในกิจกรรมการเรียนรู้ให้สะดวกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยม ทำให้ผู้สอนอาจใช้โอกาสนี้ในการนำมาประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้ ทั้งนี้ผู้สอนควรเลือกรูปแบบการบูรณาการที่สอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานของโซเซียลคอนสตรัคติวิสต์ เช่น การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นหลัก ซึ่งรูปแบบการสอนเหล่านี้ล้วนมุ่งเน้นการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้จากสังคม ตลอดจนการทำให้ผู้เรียนสัมผัสกับงานที่ใกล้เคียงกับชีวิตจริงโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนรอบข้าง และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนค้นคว้าด้วยตนเองจนสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างมีความหมายขึ้น ทั้งนี้ผู้สอนมีหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ เช่น การจัดเตรียมเอกสารและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง การให้คำปรึกษาระหว่างดำเนินงาน และการให้ข้อมูลป้อนกลับไปยังผู้เรียน

กมลรัตน์ อาบทิพย์วัฒนากุล (2549: 55-57) ได้ศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวรวิทย์จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 275 คน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและใช้คอมพิวเตอร์ในการเล่นเกมนานที่สุด รองลงมาคือ ดูหนัง ฟังเพลง และใช้พิมพ์เอกสาร นักเรียนสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการในอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือมีความสามารถในระดับมาก นักเรียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตในชั่วโมงคอมพิวเตอร์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ใช้ในชั่วโมงเรียนวิชานั้น ๆ และนอกเวลาเรียนตามลำดับ เว็บไซต์ที่นักเรียนนิยมเปิดใช้บริการโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ www.google.com รองลงมาได้แก่ www.kapook.com, www.sanook.com และ www.wachirawit.ac.th ความคิดเห็นของนักเรียนในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้นั้นเห็นว่า อินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ต่อการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในโลกปัจจุบันอย่างกว้างขวาง รองลงมาใช้ประโยชน์ในด้านความบันเทิง อีกทั้งเห็นว่า อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนห้องสมุดโลก และอินเทอร์เน็ตให้ประโยชน์ในด้านการศึกษา ประโยชน์ที่นักเรียนได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ในระดับมากคือ นักเรียนได้รับความรู้เพิ่มเติมจากการค้นคว้า รองลงมาคือ ได้พัฒนาทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และสองลำดับสุดท้ายคือ ได้ข้อมูลตรงตามความต้องการ และได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น ตามลำดับ นักเรียนให้ข้อเสนอแนะต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้กล่าวคือ อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่ให้ความรู้ต่าง ๆ มากมาย แต่การใช้อินเทอร์เน็ตมีทั้งข้อดีและข้อเสีย และข้อมูลควรเป็นข้อมูลที่เป็นจริง เชื่อถือได้ และมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ซึ่งนักเรียนควรใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอเพื่อค้นหาความรู้เพิ่มเติม และใช้อย่างถูกวิธีเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับเว็บไซต์ที่ให้บริการควรเป็นเว็บไซต์ที่ให้ความรู้มากกว่าความบันเทิง และป้องกันเว็บไซต์ลามกอนาจาร และอัตราค่าบริการควรลดลงกว่านี้ และเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ในด้านการรับ - ส่งสัญญาณ

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และรายงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มีผลต่อ

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
สงขลา ดังภาพประกอบ 2.1



ภาพประกอบ 2.1 กรอบแนวคิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้วางแผนวิธีการดำเนินการวิจัยเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์เป็นขั้นตอนต่าง ๆ อันได้แก่ ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการ การทดสอบเครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 9,152 คน แบ่งเป็น 5 คณะ ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยมีจำนวนประชากรในแต่ละคณะดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากร

คณะ	จำนวนประชากร
1. คณะศิลปศาสตร์	1,467
2. คณะวิศวกรรมศาสตร์	2,732
3. คณะบริหารธุรกิจ	3,246
4. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	723
5. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	984
รวม	9,152

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) โดยใช้การคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย

n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างหรือจำนวนตัวอย่าง
N	คือ	ขนาดของประชากร
e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิด (0.05)

โดยสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{9,152}{1 + 9152 (0.05)^2}$$

$$= 382.93 \quad \text{หรือประมาณ } 383 \text{ คน}$$

จากการคำนวณตามสูตรข้างต้น ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 383 คน และได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบเป็นสัดส่วน ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 5 คณะ หลังจากได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละคณะดังรายละเอียดในตารางที่ 3.2 แล้ว ขั้นตอนต่อไปดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จนได้ตัวอย่างจนครบตามที่กำหนดไว้

ตารางที่ 3.2 สรุปจำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

คณะ	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
1. คณะศิลปศาสตร์	1,467	62
2. คณะวิศวกรรมศาสตร์	2,732	114
3. คณะบริหารธุรกิจ	3,246	136
4. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	723	30
5. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	984	41
รวม	9,152	383

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามที่สอดคล้องกับประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องการทราบ โดยใช้ตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งจากหลักการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษาได้แก่ เพศ คณะ ระดับการศึกษา ชั้นปี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นลักษณะคำถามปลายปิดที่มีคำตอบไว้ให้เลือกตอบ (Check List) เตรียมไว้โดยการเลือกคำตอบจากหลายคำตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา เป็นแบบสอบถามให้เลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยใช้ค่าเฉลี่ยในการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ โดยใช้มาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert Scale) กำหนดมาตรวัดเป็น 5 ชั้น ตามลำดับความสำคัญ

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

หลังจากได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความสำคัญของแต่ละปัจจัยแล้ว การวิเคราะห์จะนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ย สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายได้กำหนดเป็นช่วงคะแนน เริ่มตั้งแต่ 1.00 ถึง 5.00 โดยแบ่งช่วงคะแนนสำหรับแต่ละระดับไว้เท่า ๆ กันโดยให้มีอันตรภาคขั้นเท่ากัน คือ 0.8 ซึ่งคำนวณมาจากค่าพิสัย

ช่วงคะแนน	ระดับความสำคัญ
1.00-1.80	น้อยที่สุด
1.81-2.60	น้อย
2.61-3.40	ปานกลาง
3.41-4.20	มาก
4.21-5.00	มากที่สุด

3.3 การทดสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity)

นำเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญ ๓ ท่าน คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ ซึ่งมีประสบการณ์สอนสถิติเป็นเวลา ๒๐ ปี ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย ซึ่งมีประสบการณ์สอนด้านภาษาไทยและการศึกษาวิจัยเป็นเวลา ๒๕ ปี และผู้เชี่ยวชาญด้านระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพวัฒนธรรม และสังคม มีประสบการณ์สอน ๗ ปี เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ความถูกต้องครอบคลุมของเนื้อหาตลอดจนการสื่อความหมาย จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านก่อนนำไปใช้ จากนั้นรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนี

ความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ ๐.๙๕๕ ซึ่งหมายความว่าข้อคำถามนั้นตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Analysis)

เพื่อให้แน่ใจว่าข้อคำถามมีความน่าเชื่อถือทางสถิติ วิธีการทดสอบกระทำโดยนำแบบสอบถามที่ทดลองทำจำนวน 30 ชุด ไปตรวจสอบคำตอบ โดยทำการทดสอบความน่าเชื่อถือในครั้งนี้ ใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α) จากการทดสอบ ได้ค่า α มีค่าเท่ากับ 0.900 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 383 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้ข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ บทความและบทวิเคราะห์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งได้จากหนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดตามสถาบันการศึกษา และองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ได้นำแบบสอบถามที่ได้รวบรวมมาแล้วนั้น มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ อีกครั้ง ก่อนที่จะนำข้อมูลที่ได้มาไปเข้ารหัสลงสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS/ PC+) ซึ่งประกอบด้วยค่าสถิติดังต่อไปนี้ ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ คณะ ระดับการศึกษา ชั้นปีที่กำลังศึกษา รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ
2. พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา เป็นการทดสอบสมมติฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยสถิติที่ใช้ทดสอบในการศึกษาครั้งนี้ คือ t-test และ F-test (one way ANOVA) หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ซึ่งประกอบด้วยการนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

$\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

F แทน ค่าสถิติทดสอบ F

t แทน ค่าสถิติทดสอบ t

Sig แทน ค่าความน่าจะเป็น

* แทน ค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเสนอเป็น 6 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้

จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n=383)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	153	39.9
หญิง	230	60.1
คณะ		
คณะศิลปศาสตร์	62	16.2
คณะวิศวกรรมศาสตร์	114	29.8
คณะบริหารธุรกิจ	136	35.5
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	41	10.7
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	30	7.8
ระดับการศึกษาในปัจจุบัน		
ปริญญาตรี ภาคปกติ	371	96.9
ปริญญาตรี ภาคสมทบ	10	2.6
ปริญญาโท	2	0.5
ชั้นปีที่กำลังศึกษา		
ปี 1	126	32.9
ปี 2	105	27.4
ปี 3	68	17.8
ปี 4	59	15.4
มากกว่า 4 ปี	25	6.5
รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	217	56.7

5,001 – 10,000 บาท	123	32.1
10,001 – 15,000 บาท	23	6.0
15,001 – 20,000 บาท	7	1.8
20,001 – 25,000 บาท	6	1.6
25,001 บาทขึ้นไป	7	1.8

จากตารางที่ 4.1 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.1 และเพศชาย ร้อยละ 39.9
2. คณะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 29.8 คณะศิลปศาสตร์ ร้อยละ 16.2 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ร้อยละ 10.7 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ร้อยละ 7.8 ตามลำดับ
3. ระดับการศึกษาในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ร้อยละ 96.9 รองลงมาคือ ปริญญาตรี ภาคสมทบ ร้อยละ 2.6 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือ ปริญญาโท ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ
4. ชั้นปีที่กำลังศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 32.9 รองลงมาคือ กำลังศึกษาระดับชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 27.4 กำลังศึกษาระดับชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 17.8 กำลังศึกษาระดับชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 15.4 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือ กำลังศึกษามากกว่า 4 ปี ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ
5. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 56.7 รองลงมา มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 32.1 มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 6.0 มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท และมีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาท ร้อยละ 1.8 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด มีรายได้มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ	358	93.5
แท็บเล็ต	4	1.0
คอมพิวเตอร์	21	5.5
รวม	383	100.0

จากตารางที่ 4.2 ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านมือถือ ร้อยละ 93.5 รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 5.5 และช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการน้อยที่สุดคือ แท็บเล็ต ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละสถานที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด

สถานที่ใช้บริการ เครือข่ายสังคม ออนไลน์บ่อยที่สุด	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/หอพัก	335	87.5	36	9.4	10	2.6	381	33.2
มหาวิทยาลัย	38	9.9	270	70.5	54	14.1	362	31.5
ที่ทำงาน	1	0.3	11	2.9	18	4.7	30	2.6
ร้านกาแฟ/ร้านอาหาร	1	0.3	22	5.7	134	35.0	157	13.7
ระหว่างเดินทาง	4	1.0	25	6.5	119	31.1	148	12.9
ร้านอินเทอร์เน็ต	4	1.0	19	5.0	48	12.5	71	6.2

จากตารางที่ 4.3 สถานที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดของนักศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้าน/หอพัก เป็นอันดับ 1 381 คะแนน รองลงมาคือ มหาวิทยาลัย 362 คะแนน และอันดับ 3 คือ ร้านกาแฟ/ร้านอาหาร 157 คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์หลักในการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนและคนรู้จัก	229	59.8	57	14.9	42	11.0
อัปเดตข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ	22	5.7	57	14.9	46	12.0
เพื่อ Like (ถูกใจ) หรือ แสดงความคิดเห็น	39	10.2	65	17.0	64	16.7
เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารสินค้าผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่าง ๆ	7	1.8	29	7.6	31	8.1
เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารจากศิลปินดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง	13	3.4	19	5.0	27	7.0

เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร/สอบถามข้อมูล ข่าวสารทั่วไป	35	9.1	74	19.3	61	15.9
เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร/สอบถามข้อมูล ข่าวสารด้านการศึกษา	23	6.0	43	11.2	63	16.4
เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร/สอบถามข้อมูล ข่าวสารจากอาจารย์ผู้สอน	15	3.9	39	10.2	49	12.8

จากตารางที่ 4.4 วัตถุประสงค์หลักในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนและคนรู้จัก เป็นอันดับ 1 305 คะแนน รองลงมาคือ เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร/สอบถามข้อมูลข่าวสารทั่วไป 170 คะแนน และอันดับ 3 คือ เพื่อ Like (ถูกใจ) หรือ แสดงความคิดเห็น 168 คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละความถี่ที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์

ความถี่ที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
นานๆครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์)	14	3.7
ใช้งานบ้าง (3-4 วัน/สัปดาห์)	19	5.0
ค่อนข้างบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์)	46	12.0
ใช้ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)	304	79.3
รวม	383	100.0

จากตารางที่ 4.5 ความถี่ที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 79.3 รองลงมาคือ ค่อนข้างบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 12.0 ใช้งานบ้าง (3-4 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 5.0 และความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการน้อยที่สุดคือนาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละระยะเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน

ระยะเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	7	1.8
1-2 ชั่วโมง	27	7.0
2-3 ชั่วโมง	51	13.3
3-4 ชั่วโมง	63	16.4

4-5 ชั่วโมง	48	12.5
มากกว่า 5 ชั่วโมง	187	48.8
รวม	383	100.0

จากตารางที่ 4.6 ระยะเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันมากกว่า 5 ชั่วโมง ร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 16.4 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 13.3 4-5 ชั่วโมง ร้อยละ 12.5 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 7.0 และระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการน้อยที่สุดต่อวันคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน และร้อยละช่วงเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด

ช่วงเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
06.00-11.00 น.	14	3.7
11.00-16.00 น.	40	10.4
16.00-20.00 น.	108	28.2
20.00-00.00 น.	213	55.6
00.00-06.00 น.	8	2.1
รวม	383	100.0

จากตารางที่ 4.7 ช่วงเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงเวลา 20.00 – 00.00 น. ร้อยละ 55.6 รองลงมา คือ 16.00 – 20.00 น. ร้อยละ 28.2 ช่วงเวลา 11.00 – 16.00 น. ร้อยละ 10.4 ช่วงเวลา 06.00 – 11.00 น. ร้อยละ 3.7 และช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการน้อยที่สุด คือ 00.00 – 06.00 น. ร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งาน

บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งาน	จำนวน
Facebook	359
Line	199
Twitter	82
Instagram	237

Youtube	297
google plus	92

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.8 บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ Facebook มากที่สุด 359 คะแนน รองลงมา คือ Youtube 297 คะแนน และอันดับ 3 คือ Instagram 237 คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน และร้อยละบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด

บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
Facebook	156	40.7
Line	7	1.8
Twitter	8	2.1
Instagram	11	2.9
Youtube	114	29.8
google plus	87	22.7
รวม	383	100.0

จากตารางที่ 4.9 บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ Facebook เพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด ร้อยละ 40.7 รองลงมา คือ Youtube ร้อยละ 29.8 และอันดับ 3 คือ google plus ร้อยละ 22.7 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านการสื่อสาร

ด้านการสื่อสาร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลการเรียนการสอน	4.14	0.798	มาก
2. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของทางมหาวิทยาลัย	4.06	0.800	มาก
3. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับอาจารย์	3.54	0.986	มาก
4. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งการบ้าน รายงานในรูปแบบแฟ้มข้อมูลให้กับอาจารย์	3.62	0.938	มาก
5. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือความคิดเห็นทางวิชาการ	3.60	0.962	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79	0.897	มาก

จากตารางที่ 4.10 สรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านการสื่อสาร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ด้านการสื่อสาร รายข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา คือ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของทางมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.06 นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งการบ้าน รายงานในรูปแบบแฟ้มข้อมูลให้กับอาจารย์ มีค่าเฉลี่ย 3.62 นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือความคิดเห็นทางวิชาการ มีค่าเฉลี่ย 3.60 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ มีค่าเฉลี่ย 3.54

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านการศึกษา

ด้านการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดาวน์โหลดข้อมูลต่าง ๆ สำหรับทำการบ้าน หรือเตรียมตัวสอบ	4.14	.801	มาก
2. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือความคิดเห็นด้านการเรียน	3.78	.883	มาก
3. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม	4.11	.810	มาก
4. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูคะแนนสอบ หรือผลการเรียน	4.20	.805	มาก
5. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสั่งซื้อตำราวิชาการ	3.11	1.192	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87	0.898	มาก

จากตารางที่ 4.11 สรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านการศึกษา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มี 4 ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ด้านการศึกษา อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูคะแนนสอบ หรือผลการเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา คือ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดาวน์โหลดข้อมูลต่าง ๆ สำหรับทำการบ้าน หรือเตรียมตัวสอบ มีค่าเฉลี่ย 4.14 นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย 4.11 และนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือความคิดเห็นด้านการเรียน มีค่าเฉลี่ย 3.78 โดยมี 1 ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ด้านการศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสั่งซื้อตำราวิชาการ มีค่าเฉลี่ย 3.11

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านความบันเทิง

ด้านความบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูคลิปวิดีโอแนะนำเสนอการเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการ	3.91	.872	มาก
2. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูแพร่ภาพสดนำเสนอการเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการ	3.48	1.028	มาก
3. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์แพร่ภาพสดในการทบทวนเนื้อหาที่เรียนในกลุ่มเพื่อนเพื่อเตรียมตัวสอบ	3.34	1.218	ปานกลาง
4. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งคลิปวิดีโอแนะนำเสนอการเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการในกลุ่มเพื่อน	3.56	1.076	มาก
5. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูสื่อบันเทิงของต่างประเทศ เพื่อพัฒนาทักษะทางด้านภาษา	3.80	1.047	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	1.048	มาก

จากตารางที่ 4.12 สรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา ด้านความบันเทิง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มี 4 ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ด้านความบันเทิง อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูคลิปวิดีโอแนะนำเสนอการเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการ มีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมา คือ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูสื่อบันเทิงของต่างประเทศ เพื่อพัฒนาทักษะทางด้านภาษา มีค่าเฉลี่ย 3.80 นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งคลิปวิดีโอแนะนำเสนอ

การเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการในกลุ่มเพื่อน มีค่าเฉลี่ย 3.56 และนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูแพร่ภาพสดนำเสนอการเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการ มีค่าเฉลี่ย 3.48 โดยมี 1 ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ด้านความบันเทิง อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์แพร่ภาพสดในการทบทวนเนื้อหาที่เรียนในกลุ่มเพื่อนเพื่อเตรียมตัวสอบ มีค่าเฉลี่ย 3.34

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยภาพรวม

พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านการสื่อสาร	3.79	0.897	มาก
ด้านการศึกษา	3.87	0.898	มาก
ด้านความบันเทิง	3.62	1.048	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76	0.619	มาก

จากตารางที่ 4.13 สรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ ด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 3.79 และด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้
จำแนกตามเพศ

	เพศ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	Sig
พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	ชาย	3.60	0.610	4.298	0.000*
	หญิง	3.87	0.602		

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ สูงกว่าเพศชาย อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามเพศ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้
จำแนกตามคณะ

	คณะ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig
พฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการเรียนรู้	คณะศิลปศาสตร์	3.82	0.506	11.247	0.000*
	คณะวิศวกรรมศาสตร์	3.51	0.611		
	คณะบริหารธุรกิจ	3.88	0.606		
	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเทคโนโลยี	4.11	0.482		
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	3.52	0.701		

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามคณะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามคณะ โดยใช้สถิติ F-test พบว่า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามคณะ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังรายละเอียดในตาราง 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามคณะ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

คณะ	คณะศิลปศาสตร์	คณะวิศวกรรมศาสตร์	คณะบริหารธุรกิจ	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
คณะศิลปศาสตร์		0.300*	0.062	0.289*	0.298*
คณะวิศวกรรมศาสตร์			0.362*	0.589*	0.001
คณะบริหารธุรกิจ				0.227*	0.361*
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี					0.588*
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์					

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้จำแนกตามคณะเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05พบว่า คู่ที่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้แตกต่างกันมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.589 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.588

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้

จำแนกตามระดับการศึกษาในปัจจุบัน

	ระดับการศึกษาในปัจจุบัน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig
พฤติกรรมการใช้เครือข่าย	ปริญญาตรี ภาคปกติ	3.76	0.622	0.067	0.935
สังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	ปริญญาตรี ภาคสมทบ	3.71	0.576		
	ปริญญาโท	3.87	0.189		

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามระดับการศึกษาในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ภาคสมทบ มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามระดับการศึกษาในปัจจุบัน โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้
จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา

	ชั้นปีที่กำลังศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig
พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม	ปี 1	3.72	0.628	1.328	0.259
ออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	ปี 2	3.86	0.620		
	ปี 3	3.77	0.609		
	ปี 4	3.65	0.527		
	มากกว่า 4 ปี	3.76	0.765		

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้
จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

	รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig
พฤติกรรมการใช้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.77	0.653	1.898	0.094
เครือข่ายสังคมออนไลน์	5,001 – 10,000 บาท	3.74	0.548		
เพื่อการเรียนรู้	10,001 – 15,000 บาท	3.66	0.606		
	15,001 – 20,000 บาท	3.50	0.534		
	20,001 – 25,000 บาท	4.40	0.495		
	25,001 บาทขึ้นไป	3.52	0.677		

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 – 25,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้
จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้
จำแนกตามช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

	ช่องทางการใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig
พฤติกรรมการใช้เครือข่าย	โทรศัพท์มือถือ	3.76	0.625	1.063	0.347
สังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	แท็บเล็ต	3.32	0.595		
	คอมพิวเตอร์	3.79	0.497		

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านแท็บเล็ต มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้
จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

	ความถี่ในการใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig
พฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการเรียนรู้	นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์)	4.25	0.421	3.710	0.012*
	ใช้งานบ้าง (3-4 วัน/สัปดาห์)	3.93	0.569		
	ค่อนข้างบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์)	3.71	0.566		
	ใช้ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)	3.74	0.628		

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ค่อนข้างบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์) มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้สถิติ F-test พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังรายละเอียดในตาราง 4.22

ตาราง 4.22 วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

ความถี่ในการใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์	นานๆครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์)	ใช้งานบ้าง (3-4 วัน/สัปดาห์)	ค่อนข้างบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์)	ใช้ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)
นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์)		0.321	0.541*	0.512*
ใช้งานบ้าง (3-4 วัน/สัปดาห์)			0.220	0.191
ค่อนข้างบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์)				0.029
ใช้ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)				

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า คู่ที่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้แตกต่างกันมากที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ นานๆครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) กับ ค่อนข้างบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์) โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.541 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) กับ ใช้ทุกวัน (7วัน/สัปดาห์) โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.512

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน

	ระยะเวลาที่ใช้บริการเครือข่าย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	F	Sig
	สังคมออนไลน์ต่อวัน		มาตรฐาน		
พฤติกรรมการใช้เครือข่าย	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	4.07	0.965	1.783	0.115
สังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	1 – 2 ชั่วโมง	3.70	0.470		
	2 – 3 ชั่วโมง	3.79	0.569		
	3 – 4 ชั่วโมง	3.93	0.580		
	4 – 5 ชั่วโมง	3.68	0.499		
	มากกว่า 5 ชั่วโมง	3.71	0.668		

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ 4 – 5 ชั่วโมง/วัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด

	ช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่าย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	F	Sig
	สังคมออนไลน์บ่อยที่สุด		มาตรฐาน		
พฤติกรรมการใช้เครือข่าย	06.00 – 11.00 น.	4.16	0.499	1.758	0.137
สังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	11.00 – 16.00 น.	3.68	0.674		
	16.00 – 20.00 น.	3.73	0.560		
	20.00 – 00.00 น.	3.77	0.643		
	00.00 – 06.00 น.	3.66	0.456		

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วง 06.00 – 11.00 น. มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วง 00.00 – 06.00 น. มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม

ออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้
จำแนกตามบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ้อยที่สุด

	บริการเครือข่ายสังคม ออนไลน์ที่เลือกใช้งาน เพื่อการเรียนรู้บ้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig
พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	Facebook	3.80	0.688	1.479	0.196
	Line	3.87	0.701		
	Twitter	3.73	0.450		
	Instagram	3.77	0.656		
	Youtube	3.74	0.667		
	google plus	3.71	0.643		

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้จำแนกตาม บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ้อยที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ Line บ้อยที่สุด มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่

ใช้บริการ google plus บ่อยที่สุด มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
ควรปรับปรุงสัญญาณฯ อินเทอร์เน็ตในมหาวิทยาลัย เพื่อความสะดวกในการใช้งาน	16
ควรใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในทางสร้างสรรค์ และเพื่อการศึกษา	13
ควรแบ่งเวลาในการใช้งานบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เหมาะสม	10
ควรเพิ่มช่องทางข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงง่ายมากกว่านี้ และอัปเดตข่าวสารบ่อย ๆ	4

จากตารางที่ 4.26 สามารถสรุปผลได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสนอแนะว่าควรปรับปรุงสัญญาณฯ อินเทอร์เน็ตในมหาวิทยาลัย เพื่อความสะดวกในการใช้งาน จำนวน 16 คะแนน รองลงมาคือ ควรใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในทางสร้างสรรค์ และเพื่อการศึกษา จำนวน 13 คะแนน ควรแบ่งเวลาในการใช้งานบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เหมาะสม จำนวน 10 คะแนน และควรเพิ่มช่องทางข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงง่ายมากกว่านี้ และอัปเดตข่าวสารบ่อย ๆ จำนวน 4 คะแนน ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา และ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ คอ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 383 คน โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาค้างนี้ใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้ข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ บทความ และบทวิเคราะห์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งได้จากหนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดตามสถาบันการศึกษา และองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่แล้วนำมาแปลงค่าเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เป็นการทดสอบสมมติฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยสถิติที่ใช้ทดสอบในการศึกษาค้างนี้ คือ t-test/F-test (one way ANOVA) หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD เพื่อทำการวิเคราะห์ว่าพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งจำนวน 1 ใน 3 ศึกษาขณะบริหารธุรกิจ โดยเกือบทั้งหมดศึกษาในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ กำลังศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 และเกินกว่าครึ่งมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านมือถือ โดยส่วนใหญ่ใช้ที่บ้าน/หอพัก เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนและคนรู้จัก ซึ่งจำนวน 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) โดยส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน และช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 20.00 – 00.00 น. ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ Facebook มากที่สุด รองลงมา Youtube และอันดับ 3 คือ Instagram ตามลำดับ โดยบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุดคือ Facebook รองลงมาคือ Youtube และอันดับ 3 คือ google plus ตามลำดับ

3. พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาพบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ ด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 3.79 และด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

4.1 นักศึกษาที่มีเพศ และคณะต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 นักศึกษาที่มีระดับการศึกษา ชั้นปี และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ไม่แตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า

5.1 นักศึกษาที่มีความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 นักศึกษาที่มีช่องทางการใช้บริการ ระยะเวลา ช่วงเวลา และบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งจำนวน 1 ใน 3 ศึกษาขณะบริหารธุรกิจ โดยเกือบทั้งหมดศึกษาในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ กำลังศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 และเกินกว่า

ครึ่ง มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รัชฎาภรณ์ รังสีประเสริฐ (2552) ที่ได้ศึกษาถึงทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเว็บประเภท Social Network ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5000 บาท/เดือน

2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านมือถือ โดยส่วนใหญ่ใช้ที่บ้าน/หอพัก เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนและคนรู้จัก ซึ่งจำนวน 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) โดยส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน และช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 20.00 – 00.00 น. ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ Facebook มากที่สุด โดยบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด คือ Facebook ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นุชรินทร์ ชอบดำรงธรรม (2553) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภท Facebook บ่อยที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้งานคือ ต้องการติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 20.01-00.00 น. และความถี่การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ ทุกวัน

3. พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาพบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการศึกษา ด้านการสื่อสาร และด้านความบันเทิง มีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ในระดับมาก ทั้ง 3 ด้าน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีบทบาท และเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาการศึกษาที่ต่อไปต้องคำนึงถึงการจัดระบบการเรียนการสอนที่ต้องใช้ระบบออนไลน์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ (2554) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมการใช้สังคมเครือข่ายออนไลน์ ของ นักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ ผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการศึกษابันเทิง และด้านการศึกษา ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

4.1 นักศึกษาที่มีเพศ และคณะต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิง และคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อธิบายได้ว่า เพศหญิงมีความกระตือรือร้นที่จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้มากกว่าเพศชาย อาจจะเป็นเพราะว่าเพศหญิงมักจะใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชาย และสำหรับคณะที่ต่างกัน นั้นอาจจะเป็นเพราะว่า ในแต่ละคณะทางอาจารย์อาจจะมีให้นักศึกษาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ หรือค้นคว้าหาความรู้ในระดับที่ไม่เท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พabrik แยมฉิม (2551)

ศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พบว่า นักศึกษาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 นักศึกษาที่มีระดับการศึกษา ชั้นปี และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ (2554) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมการใช้สังคมเครือข่ายออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ ผลวิจัยพบว่า นักศึกษาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า

5.1 นักศึกษาที่มีความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มากที่สุด ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อธิบายได้ว่า นักศึกษาที่มีความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อย ๆ ส่วนใหญ่อาจจะใช้เพื่อความบันเทิงหรือติดตามข่าวสารด้านอื่น ๆ มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุพรรณิกา อีรพงศ์กร (2551) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษาอุดมศึกษาของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 นักศึกษาที่มีช่องทางการใช้บริการ ระยะเวลา ช่วงเวลา และบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ (2554) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมการใช้สังคมเครือข่ายออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ ผลวิจัยพบว่า นักศึกษาที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะของการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง ดังนี้

1. จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ส่วนใหญ่ใช้ในด้านการศึกษา เพื่อดูคะแนนสอบ หรือผลการเรียน เพื่อดาวน์โหลดข้อมูลต่าง ๆ สำหรับทำการบ้าน หรือเตรียมตัว

สอบ และเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม ดังนั้นควรทำการศึกษาถึงความต้องการ เช่นในด้านเนื้อหา และข้อมูลที่นักศึกษาต้องการอย่างละเอียด และจัดกิจกรรมการศึกษาให้สอดคล้องกับการเรียนการสอน

2. จากพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาส่วนใหญ่เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนและคนรู้จัก และเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร/สอบถามข้อมูลข่าวสารทั่วไป จึงควรสนับสนุนการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อนำไปใช้ในการเรียนรู้ เพื่อตอบสนองความจำเป็นต่อการเรียนการสอนในอนาคต

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษารั้งต่อไป ควรเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงการรับรู้ ความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ รวมถึงความต้องการในการใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ด้วย เพื่อนำมาเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักศึกษาในแต่ละมหาวิทยาลัย ว่ามีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ต่างกันหรือไม่อย่างไร

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ อาบทิพย์วัฒนากุล. 2549. การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนนวมิยวชิรวิทย์ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ศษ.ม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่
- กระทรวงศึกษาธิการ. 2551. หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย, กรุงเทพฯ.
- กุลชัย กุลตวนิช และคณะ. 2554. FACEBOOK: การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานตามแนวคิดโซเซียลคอนสตรัคติวิสต์. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. 2554. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network). แหล่งที่มา: <http://ngnforum.ntc.or.th>, 16 สิงหาคม 2554.
- ถนอมพร เลหาจรัสแสง. 2541. คอมพิวเตอร์ช่วยสอน. ภาคโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นุจรินทร์ ขอบดำรงธรรม. 2553. อิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค. ปริญญานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ธีรุตย์ กนกธร. 2553. การรับรู้สื่อดิจิทัลของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในมุมมองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 6 ในภาคตะวันออก. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, กรุงเทพฯ.
- พงษ์ศักดิ์ บุญภักดี. 2554. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networking). แหล่งที่มา: <http://www.slideshare.net/boonphakdee/ss-9417834>, 24 พฤศจิกายน 2554.
- พชรกัญญา แยมฉิม. 2551. พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพฯ.
- ภาวนี จักรไชย. 2553. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาของพนักงานครูสังกัดโรงเรียนเทศบาล กลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 10. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. 2553. Social Network Marketing 107: กรณีศึกษาโรงแรมเมโทรพอยท์. นิตยสารผู้จัดการ 360 องศา. 2(17): 3 พฤษภาคม 2553.
- ยีน ภู่วรรณ. 2554. Social Media กับการศึกษายุค ไอซีที. แหล่งที่มา: [http://www.ku.ac.th/icted2010/download/Social Media กับการศึกษายุคไอซีที.pdf](http://www.ku.ac.th/icted2010/download/Social%20Media%20กับการศึกษายุคไอซีที.pdf), 9 กันยายน 2554.
- รัชฎาภรณ์ รังสีประเสริฐ. 2552. ทักษะและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเว็บประเภท Social Network Hi5

ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ และคณะ. 2554. Imarketing 10.0. ซีเอ็ดยูเคชั่น, กรุงเทพฯ.

ศรีหญิง ศรีศุข. 2544. การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. 2554. เครือข่ายสังคม (Social Networking). แหล่งที่มา: <http://www.vcharkarn.com/varticle/40698>, 7 กันยายน 2554.

สถาบันคอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2554. Social Media. แหล่งที่มา: <http://www.fis.ru.ac.th/twitter/twitter.pdf>, 18 กันยายน 2554.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559). สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, กรุงเทพฯ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สรุปผลการสำรวจที่สำคัญของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา: <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/download/files/ictHRep52.pdf>, 7 กันยายน 2559.

สุพรรณิกา อีรพงศ์. 2551. พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษาอุดมศึกษา ของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อนุดิษฐ์ นาคทรพ. 2554. นโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ. แหล่งที่มา: http://www.mict.go.th/download/article/article_20110826155742.pdf, 9 กันยายน 2554.

อรพินท์ ศักดิ์เอี้ยว. 2537. การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่เด็กได้จากการชมรายการโทรทัศน์ สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์. 2554. พฤติกรรมการใช้สังคมเครือข่ายออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยของรัฐ. สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยี การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อิทธิพล ปรีดิประสงค์. 2554. ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์. แหล่งที่มา:

<http://gotoknow.org/blog/virtualcommunitymanagement/288469>, 19 กันยายน 2554.

Angela, Yan Yu and others. 2010. Can Learning be Virtually Boosted? An of Online Social Networking Impacts. Computers & Education. 55(4): 1494-1503.

Afkin, CK. 1973. New Model for Mass Commusnication Research. The Free Press, New York.

Kollock, Peter. 1999. The Economic of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace in Smith, Marc: p.45-49. London: Routledge.

Klapper, Joseph T. 1969. The Effect of Mass Communication. 10th ed. New York: The Free Press.

McCombs, Maxwell E, and Becker, Lee B. 1979. Using Mase Communications Theory. In Perspectives in mass commuication. Prentice Hail, New Jersey.

Seguin, A. and C. Seguin. 1995 “Window to the World,” Vocational Education Journal. 70 (2): 30-33.

Tiryakioglu. F and Erzurum. F. 2011. “Use of Social Networks as an Education Tool,” Contemporary Educational Technology. 2(2) : 135-150.

Wright, Charle R. 1927. Mass Communication : A Sociological Perspedtive. Random House, New York.

Yamane, Taro. 1970. Statistics: An Introductory Analysis. New York: Harper and Row Publication.

ภาคผนวก



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1) แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือสำหรับการทำโครงการวิจัยงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมที่เหมาะสม จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความจริง หรือตามความคิดเห็นที่แท้จริงของท่าน เพื่อความถูกต้อง และสมบูรณ์ของงานวิจัย ซึ่งการตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใด ๆ กับตัวท่าน ข้อมูลที่ได้จะใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยเท่านั้น

2) แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบพร้อมกรอกข้อมูลตามความจริง

1) เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2) คณะที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

☐ คณะศิลปศาสตร์

☐ คณะวิศวกรรมศาสตร์

☐ คณะบริหารธุรกิจ

☐ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

☐ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

3) ระดับการศึกษาในปัจจุบัน

☐ ปริญญาตรี ภาคปกติ

☐ ปริญญาตรี ภาคสมทบ

☐ ปริญญาโท

4) ชั้นปีที่กำลังศึกษา

☐ ปีที่ 1

☐ ปีที่ 2

☐ ปีที่ 3

☐ ปีที่ 4

☐ มากกว่า 4 ปี

5) รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน (เป็นรายได้จากผู้ปกครองหรือรายได้จากการทำงาน)

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท

☐ 5,001 – 10,000 บาท

☐ 10,001 – 15,000 บาท

☐ 15,001 – 20,000 บาท

☐ 20,001 – 25,000 บาท

☐ 25,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบพร้อมกรอกข้อมูลตามความจริง

1) นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางใดเป็นส่วนใหญ่

☐ โทรศัพท์มือถือ

☐ แท็บเล็ต

☐ คอมพิวเตอร์

2) นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใดมากที่สุด 3 อันดับแรก (อันดับที่ 1 ใช้บริการมากที่สุด

อันดับที่ 2 ใช้บริการมากที่สุดเป็นอันดับรอง อันดับที่ 3 ใช้บริการมากที่สุดรองจากอันดับหนึ่งและ

สอง)

___ บ้าน/หอพัก

___ มหาวิทยาลัย

___ ที่ทำงาน

___ ร้านกาแฟ/ร้านอาหาร

___ ระหว่างเดินทาง

___ ร้านอินเทอร์เน็ต

3) นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อกิจกรรมใดมากที่สุด 3 อันดับแรก (อันดับที่ 1 ใช้

บริการมากที่สุด อันดับที่ 2 ใช้บริการมากที่สุดเป็นอันดับรอง อันดับที่ 3 ใช้บริการมากที่สุดรองจาก

อันดับหนึ่งและสอง)

___ สนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนและคนรู้จัก

___ อัปเดตข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ

___ เพื่อ Like (ถูกใจ) หรือ แสดงความคิดเห็น

___ เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารสินค้าผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่าง ๆ

___ เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารจากศิลปิน ดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง

___ เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร/สอบถามข้อมูลข่าวสารทั่วไป

___ เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร/สอบถามข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา

___ เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร/สอบถามข้อมูลข่าวสารจากอาจารย์ผู้สอน

4) ความถี่ที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์

- ☐ นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) ☐ ใช้งานบ้าง (3-4 วัน/สัปดาห์)
- ☐ ค่อนข้างบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์) ☐ ใช้ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)

5) ระยะเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน

- ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ☐ 1 – 2 ชั่วโมง
- ☐ 2 – 3 ชั่วโมง ☐ 3 – 4 ชั่วโมง
- ☐ 4 – 5 ชั่วโมง ☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

6) ช่วงเวลาที่นักศึกษาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด

- ☐ 06.00 – 11.00 น. ☐ 11.00 – 16.00 น.
- ☐ 16.00 – 20.00 น. ☐ 20.00 – 00.00 น.
- ☐ 00.00 – 06.00 น.

7) บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ Facebook ☐ Line
- ☐ Twitter ☐ Instagram
- ☐ Youtube ☐ google plus
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8) บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้งานเพื่อการเรียนรู้บ่อยที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- ☐ Facebook ☐ Line
- ☐ Twitter ☐ Instagram
- ☐ Youtube ☐ google plus
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับพฤติกรรม หรือระดับความคิดเห็นของนักศึกษาเพียงระดับเดียว

พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	ระดับพฤติกรรม				
	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
ด้านการสื่อสาร (Communication)					
1. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลการเรียนการสอน					
2. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของทางมหาวิทยาลัย					
3. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับอาจารย์					
4. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งการบ้าน รายงาน ในรูปแบบข้อมูลให้กับอาจารย์					
5. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือความคิดเห็นทางวิชาการ					
ด้านการศึกษา (Education)					
6. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดาวน์โหลดข้อมูลต่าง ๆ สำหรับทำการบ้าน หรือเตรียมตัวสอบ					
7. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือความคิดเห็นด้านการเรียน					
8. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม					
9. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูคะแนนสอบ หรือผลการเรียน					
10. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสั่งซื้อตำราวิชาการ					
ด้านความบันเทิง (Edutainment)					
11. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูคลิปวิดีโอแนะนำการเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการ					

พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่าย สังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	ระดับพฤติกรรม				
	เป็นประจำ	บ่อย ครั้ง	บาง ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย เลย
12. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูแพร่ภาพสดนำเสนอ การเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการ					
13. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์แพร่ภาพสดในการทบทวน เนื้อหาที่เรียนในกลุ่มเพื่อนเพื่อเตรียมตัวสอบ					
14. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งคลิปวิดีโอแนะนำเสนอการ เรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการในกลุ่มเพื่อน					
15. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูสื่อบันเทิงของ ต่างประเทศ เพื่อพัฒนาทักษะทางด้านภาษา					

ตอนที่ 4 ข้อแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคม
ออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

.....

.....

.....

.....

.....

ตารางวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิต่อแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	ประมาณค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	แปลผล
พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	1	2	3		
ด้านการสื่อสาร (Communication)					
1. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลการเรียนการสอน	1	1	1	1	ใช้ได้
2. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของทางมหาวิทยาลัย	1	1	1	1	ใช้ได้
3. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับอาจารย์	1	1	1	1	ใช้ได้
4. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งการบ้าน รายงาน ในรูปแบบข้อมูลให้กับอาจารย์	1	1	1	1	ใช้ได้
5. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือความคิดเห็นทางวิชาการ	1	1	1	1	ใช้ได้
ด้านการศึกษา (Education)					
6. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดาวน์โหลดข้อมูลต่าง ๆ สำหรับทำการบ้าน หรือเตรียมตัวสอบ	1	1	1	1	ใช้ได้
7. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือความคิดเห็นด้านการเรียน	1	1	1	1	ใช้ได้
8. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม	1	1	1	1	ใช้ได้
9. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูคะแนนสอบ หรือผลการเรียน	1	1	1	1	ใช้ได้
10. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสั่งซื้อตำราวิชาการ	1	1	1	1	ใช้ได้
ด้านความบันเทิง (Edutainment)					
11. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูคลิปวิดีโอแนะนำการเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการ	1	1	1	1	ใช้ได้
12. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อดูแพร่ภาพสดนำเสนอการเรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการ	1	1	1	1	ใช้ได้

13. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์แพร่ภาพสดในการ ทบทวนเนื้อหาที่เรียนในกลุ่มเพื่อนเพื่อเตรียมตัวสอบ	1	1	1	1	ใช้ได้
14. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งคลิปวิดีโอแนะนำเสนอการ เรียนการสอน หรือข้อมูลทางวิชาการในกลุ่มเพื่อน	1	1	1	1	ใช้ได้
15. นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูล กิจกรรมทาง วิชาการที่สนใจ	1	1	-1	0.33	ปรับปรุง

ค่า IOC เท่ากับ 0.955 สรุปว่าใช้ได้