

รูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

The use of online media of Nakhon Sawan Rajabhat University students.

รติบตี สิทธิปัญญา¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของปัจจัยด้านบุคลากรกับพฤติกรรมเครือข่ายทางสังคมที่ใช้ การศึกษาเปรียบเทียบผลกระทบของแรงจูงใจกับพฤติกรรมของเครือข่ายทางสังคมที่ใช้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์จำนวน 400 คน แบบสอบถามที่ใช้คืออุปกรณ์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS: ร้อยละและคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าโคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ใช้บริการ facebook & twitter และเลือกใช้ Smart phone และ tablet PC เพื่อใช้ในการพูดคุยกับเพื่อนเก่าเพื่อนใหม่และหาแฟน และมีอิสระในการใช้สื่อออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวันในช่วงเวลา 19.00- 24.00 น. กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะทำน้อยที่สุด นั่นคือการเชิญชวนให้บุคคลอื่น ซื้อสินค้า หรือบริการ และเชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองจัดขึ้น หรือหน่วยงานอื่นจัดขึ้น อาจวิเคราะห์ได้ตามแนวคิดของเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะประเภทสังคมออนไลน์ ที่เป็นเครือข่ายสังคมที่สร้างขึ้นเพื่อจัดสรรพื้นที่ที่ทำให้บุคคลเกิดการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนข้อมูล เรื่องราวส่วนตัว หรือเรื่องราวที่สนใจร่วมกัน ในรูปแบบการดำเนินที่แตกต่างกัน มากกว่าการแลกเปลี่ยนทางธุรกิจ การชักชวนสมาชิกในเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เป็นสมาชิกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จึงเกิดจากพื้นฐานความสนใจที่มีร่วมกัน และบุคคลต้องยินยอมที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง สำหรับสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางหน่วยงานจัดขึ้นอาจไม่สามารถ ทำให้คนที่อยู่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ สนใจเหมือน ๆ กันทั้งหมดได้

คำสำคัญ : รูปแบบการใช้สื่อออนไลน์

¹ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

Abstract

This research aims to study the online media usage model of Nakhon Sawan Rajabhat University students. This study was related to the impact of personnel factors on social network behavior. A comparative study of the effects of motivation on the behavior of social networks. The samples used in this research were 400 students from Nakhon Sawan Rajabhat University. The SPSS program was used for data analysis: percentage and mean value and chi-square. The research found that Use facebook & twitter and use smart phone and tablet PC to talk to old friends, new friends and fans. And free to use online media. The sample used online media in daily life during 19.00 - 24.00 hrs. Activities selected by the sample were minimal. It is inviting people to buy a product or service and invites others to participate in their own activities. Or other agencies. It can be analyzed based on the concept of social networking. Especially online social category. A social network is created to allocate space that people share. And exchange information. Personal story Or a story of mutual interest. In different execution styles. More than business exchanges. Involve members of your social network as a member. It is based on common interests. And the person must agree to join the group by themselves. For a variety of products and services. And activities organized by the agency may not be able to make people on social networks like all the same.

Keyword: The use of online media

1. บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีอัตราการใช้งานที่สูงและมีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างมาก โดยมีแนวโน้มว่าในอนาคตความต้องการสื่อสารสารสนเทศจะเพิ่มมากยิ่งขึ้น ทำให้การแลกเปลี่ยน ข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วเมื่อผสานกับเทคโนโลยีสื่อสารในปัจจุบัน ส่งผลให้การแลกเปลี่ยน ข้อมูลสารสนเทศนั้นมีความรวดเร็ว หลากหลาย และเข้าถึงประชาชนได้มากยิ่งขึ้นทั้งในระบบสาย และระบบไร้สาย ซึ่งเรียกกันว่า อินเทอร์เน็ต (สุวิมล ปฐมมินต์. 2554 : 1)

อินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย สามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว

ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่ไม่มีที่สิ้นสุดในปัจจุบัน และทุก ๆ วันเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสบายให้กับมนุษย์เรา จากการส่งข่าวสารด้วยสัญญาณ และรูปแบบต่าง ๆ เข้าสู่การใช้เทคโนโลยีตามลำดับถึงยุคศตวรรษที่ 21 การลำเลียงข้อมูลข่าวสารเป็นไปได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว การจัดส่งเอกสารผ่านช่องทางใหม่โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางติดต่อสื่อสารกันด้วยเครื่องมือสื่อสารที่มีความรวดเร็วและไร้ขีดจำกัด เทคโนโลยีเหล่านี้จึงกลายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนในยุคนี้

เครือข่ายทางสังคมออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทในการหล่อหลอมการเรียนรู้และพฤติกรรมต่าง ๆ ของเด็กเพราะเด็กส่วนใหญ่ใช้ในกิจกรรมประจำวันมากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยคุณประโยชน์ของเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ที่มีต่อศึกษานั้นมีมากมาย ทำให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารกับผู้คนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว และสามารถ สืบค้นหรือเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศจากทั่วโลกได้ เครือข่ายทางสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นแหล่งความรู้ขนาดใหญ่สำหรับผู้เรียน ซึ่งการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายทางสังคมออนไลน์นี้ยังเป็นการเพิ่มทักษะ การคิดอย่างมีระบบ โดยเฉพาะทักษะการวิเคราะห์สืบค้น การคิดเชิงวิเคราะห์ การวิเคราะห์ข้อมูล การแก้ปัญหา และการคิดอย่างอิสระให้แก่ผู้เรียนอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากเครือข่ายทางสังคมออนไลน์เป็นแหล่งรวมข้อมูลมากมายมหาศาล ผู้เรียนจึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์อยู่เสมอ เพื่อแยกแยะข้อมูลที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง (ถนอมพร เลาหจรัสแสง, 2541)

เมื่อพฤติกรรมของผู้คนเปลี่ยนไปเครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนมากขึ้น ทำให้นักพัฒนาหรือนักธุรกิจที่หันมาสร้างหรือเปิดบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อรองรับตลาดที่กำลังเติบโตขึ้น ซึ่งโซเชียลเน็ตเวิร์คแต่ละประเภทนั้นจะมีการบริการ ที่มีรูปแบบแตกต่างกันโดยผู้ที่จะเลือกใช้ตามพฤติกรรมหรือทัศนคติที่ตรงกับตนเอง

เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือกลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมและ มีการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเครือข่ายสังคมออนไลน์มักปรากฏให้เห็นในลักษณะของการนำมาใช้เพื่อดำเนินงานหรือ กิจกรรมต่าง ๆ โดยมีตัวบุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกันแลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ แต่ปัจจุบันคำว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ จะหมายถึง ระบบเครือข่ายบนโลกออนไลน์หรือการติดต่อสื่อสารถึงกันผ่านอินเทอร์เน็ต โดยที่ Wikipedia ให้ความหมายเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่าเป็นโครงสร้างสังคมที่ประกอบด้วยโหนด (Node) ต่าง ๆ เชื่อมต่อกัน ซึ่งแต่ละโหนดที่เชื่อมโยงกันก็อาจมีความสัมพันธ์กับโหนดอื่น ๆ ด้วย โดยอาจมีระดับของความสัมพันธ์กัน มีความซับซ้อน มีเป้าหมาย (“การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์”, 2557) ดังนั้นเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงหมายถึง

การที่มนุษย์สามารถเชื่อมโยงถึงกันทำความรู้จักกัน สื่อสารถึงกันได้ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็นเว็บเครือข่ายสังคม ออนไลน์ก็คือเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนที่เข้ามา รู้จักกัน มีการให้พื้นที่บริการเครื่องมือต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย สร้างเนื้อหาตาม ความสนใจของผู้ใช้ ปัจจุบันมีเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์เกิดขึ้นจำนวนมากทั้งที่มีเป้าหมายเชิงพาณิชย์และไม่แสวงหากำไร เช่น Wikipedia 10 อันดับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ยอดนิยม คือ mySpace.com, faceBook.com, orkut.com, hi5.com, vkontakte.ru, Friendster.com, SkyRock.com, PerfSpot.com, bebo.com และ studivz.ne (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2551)

ความต้องการใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบโจทย์ของชีวิตในการเรียนรู้ เครื่องมือสื่อสารอย่าง โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน ผู้ผลิตเครื่องมือสื่อสารต่างแข่งขันกันนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใส่ในสินค้าของตนเอง สร้างรูปแบบใหม่ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ นอกจากโทรศัพท์มือถือจะเป็นเครื่องมือสื่อสารแล้วยังสร้างความบันเทิงให้กับผู้ใช้ ไม่ว่าจะเป็น ดูหนัง ฟังเพลง เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เล่นเกม ถ่ายรูป ถ่ายวิดีโอ ค้นคว้าข้อมูล กลุ่มเป้าหมายหลักของเทคโนโลยีชนิดนี้คือ กลุ่มวัยรุ่นที่ยังคงอยู่ในวัยเรียน ฟังก์ชันเยอะ รูปลักษณ์สวยงามดูล้ำสมัย พร้อมด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ราคานั้นมีความแตกต่างกันไม่มากเหมือนในอดีต ทำให้การเข้าถึงจึงเป็นเรื่องง่ายมากยิ่งขึ้น ด้วยเทคโนโลยีก้าวไปไม่หยุดยั้ง รวมถึงมีการแข่งขันกันมากหลากหลายยี่ห้อ และมีบางกลุ่มที่เน้นราคาแพงๆ โทรศัพท์กลายเป็นเครื่องแสดงฐานะทั้งที่ปัจจุบันแต่ละยี่ห้อแทบจะไม่ต่างกัน เรื่องรูปแบบและฟังก์ชัน โทรศัพท์กลายเป็นเครื่องสร้างความเสื่อมในสังคมเพราะการใช้เทคโนโลยีที่ไม่ถูกต้อง ไม่สมควรของกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยเรียน (จักรกฤษณ์ มะสะพันธุ์, 2551) อย่างไรก็ตามการใช้โทรศัพท์มือถือให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้นต้องคำนึงถึงความจำเป็น ใช้แต่พอเพียงเท่านั้นเพื่อไม่ให้ตกเป็นทาสของมือถือ หากนำไปใช้ในทางที่ผิดหรือใช้ไม่เป็นทำให้เกิดโรคใหม่ ๆ ตามมาหลายโรคที่เกิดจากการใช้โทรศัพท์มือถือที่มีผลกระทบในเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตคนไทย

ปัจจุบัน พบว่าเยาวชน นิสิต นักศึกษามีค่านิยมและมีพฤติกรรมบริโภคสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภท สื่อออนไลน์ สื่ออินเทอร์เน็ต เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ผลการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคสื่อ ออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นไทยพบว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดมีอายุระหว่าง 20-25 ปี เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นคนกลุ่มใหญ่ที่นิยมกิจกรรมออนไลน์ประเภทการสนทนา การเล่นเกม การอ่านหรือเขียน บล็อก เว็บบอร์ด พฤติกรรมการดาวน์โหลดเพลงออนไลน์ ได้รับความนิยมสูงเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน (วาระแห่งชาติ, 2550, หน้า 9) จากการสำรวจพบว่าร้อยละ 94 ของกลุ่มวัยรุ่นไทยในเมือง ที่มีอายุ 15-24 ปี ใช้โทรศัพท์มือถือ และใช้เวลา

เฉลี่ยวันละ 21 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ในการเข้าใช้อินเทอร์เน็ต ครอบครัวของ วัยรุ่นร้อยละ 84 มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ และเมื่อดูกิจกรรมออนไลน์พบว่านอกจากใช้เพื่อค้นหาข้อมูลติดต่อสื่อสารแล้ว เกือบ 3 ส่วน ใช้เพื่อการดาวน์โหลดเพลง (เจาะพฤติกรรม, 2551) พฤติกรรมการบริโภคสื่อสามารถเป็นตัวชี้วัดคุณภาพการบริโภคได้ โดยการประเมินประโยชน์ที่ได้รับว่า “ประเทือง สติปัญญา” หรือ “เสริมสร้างภูมิปัญญา” เพียงใด

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อ การสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูล ตามประโยชน์ กิจกรรม หรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและกัน จนในปัจจุบัน นักการตลาดได้มองเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อใหม่ประเภทหนึ่ง โดยพวกเขาเปลี่ยนจากการเรียกเครือข่ายสังคมออนไลน์มาเป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เป็นที่นิยมมากจนกลายเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน เพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนเป็นบริการพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถแสดงตนให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป โดยการสร้างหน้าตาหรือเว็บไซต์ (Web Page) ของตัวเอง และอนุญาตให้ผู้อื่นที่ใช้บริการเครือข่ายเดียวกัน เข้ามาร่วมแบ่งปันประสบการณ์กับผู้ใช้นั้น ๆ ได้

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เนื่องจากกลุ่มนักศึกษามีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวันผู้วิจัยจึงมีความสนใจเลือกกลุ่มคนดังกล่าวในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ และสร้างรูปแบบสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับการเรียนการสอนซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาด นักโฆษณา นักการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ สำหรับการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการสื่อสาร ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด และตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการใช้สื่อออนไลน์ที่เหมาะสมและได้มาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

1.1 การวิจัยจากเอกสาร (Document Research) โดยจัดเก็บรวบรวม ข้อมูล เอกสาร หรือหลักฐานต่าง ๆ โดยให้นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เป็นพื้นที่เป้าหมาย ตอบคำถามต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบการใช้สื่อออนไลน์

1.2 การวิจัยจากกลุ่มตัวอย่าง (Sample Survey Research) โดยจัดเก็บ ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์ ที่ตอบคำถามตามแบบสอบถาม ซึ่ง เกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ รูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ให้สอดคล้องเหมาะสม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย

การวิจัยครั้งนี้ ได้จำแนกตามกลุ่มเป้าหมายดังนี้

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ประจำปีการศึกษา 2560 จำนวน 5 คณะ ประกอบด้วย คณะวิทยาการจัดการ คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะ เทคโนโลยีการเกษตรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง จำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการใช้สื่อออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านข้อมูลทั่วไป การศึกษากลุ่มนักศึกษาที่ใช้สื่อออนไลน์ใน มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คนคิดเป็นร้อยละ 61.00 และเพศชาย จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 จากจำนวนกลุ่มนักศึกษาทั้งหมดที่ทำการสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 20 ปี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่คณะ วิทยาการจัดการ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ส่วนใหญ่ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ ในช่วงกลางคืน 19.01 – 24.00 น. จำนวน 224 คน คิด

เป็นร้อยละ 56.00 ใช้สื่อออนไลน์ มากกว่า 22 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 ใช้สื่อออนไลน์ ระยะเวลา 1-3 ชม./ครั้ง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ใช้สื่อออนไลน์ มากกว่า 4 ปี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 ใช้สื่อออนไลน์ ที่บ้าน จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.25 โดยใช้โทรศัพท์มือถือ จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.75 ใช้ Facebook จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25

สำหรับการศึกษาการศึกษารูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ พบว่า มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.49$) อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 39.25 ค้นหาข้อมูลข่าวสารสินค้าและบริการ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.85$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 50.75 ติดต่อสื่อสารและพบปะสังสรรค์ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 4.09$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 45.75 อัปเดตข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสนิยม โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 4.06$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 45.50 ส่งต่อความรู้ต่างๆ ไปยังเพื่อนๆ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 4.02$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 48.25 โพสต์ข้อความ เรื่องราวที่น่าสนใจ และคอมเมนต์บนข้อความที่น่าสนใจ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.89$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 40.75 กด Like (ถูกใจ) หรือแสดงความพึงพอใจ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 4.03$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 42.25 อัปเดตสถานะส่วนตัว/รูปภาพ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.77$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 40.50 ดูหนังและฟังเพลงออนไลน์ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 4.22$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 42.00 ติดตามข่าวสาร/ดารา/บุคคลที่มีชื่อเสียง/บุคคลที่ชื่นชอบ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.65$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 35.50 เพื่อความบันเทิง ในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร/รูปภาพ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.81$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 46.25 แสดงตัวตนของตนเอง/การมีพื้นที่ของตัวเองในการแสดงความคิดเห็นและร่วมแสดงความคิดเห็นกับคนอื่น โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.63$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 40.50 การใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.25$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 32.75 ศึกษา หาความรู้วิชาที่เรียน โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.89$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 45.50 ให้นำเสนองานส่งอาจารย์ โดยรวม พบว่า ($\bar{X} = 3.82$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 44.25 ใช้แอปพลิเคชันสำหรับการเรียนในห้องเรียน โดยรวม พบว่า

$\bar{X} = 3.63$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 39.75 เล่นเกมโดยรวม พบว่า

$\bar{X} = 3.56$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 30.75 สั่งซื้อสินค้าโดยรวม พบว่า

$\bar{X} = 3.25$) อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ มีผลปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.00

การศึกษารูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษา โดยการจัดลำดับของกิจกรรมในการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษา ที่ได้รับการตอบสนองความต้องการจากกลุ่มนักศึกษา มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการดูหนังและฟังเพลงออนไลน์ ($\bar{X} = 4.22$, S.D.=0.76) มีความพึงพอใจในระดับมาก อันดับสอง คือการติดต่อสื่อสารและพบปะสังสรรค์ ($\bar{X} = 4.09$, S.D.=0.80) มีความพึงพอใจในระดับมาก อันดับสาม คือการอัพเดทข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสนิยม ($\bar{X} = 3.25$, S.D.=1.07) มีความพึงพอใจในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ($\bar{X} = 4.22$, S.D.=0.76) มีความพึงพอใจในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมุติฐาน

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มีความแตกต่างกันในด้านสาขาวิชาและชั้นปีที่กำลังศึกษามีพฤติกรรมและการใช้รูปแบบสื่อออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันในการทดสอบสมมุติฐาน ข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะการใช้สื่อออนไลน์ ของกลุ่มนักศึกษา สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ดังนี้ คือ

1. เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ ประสิทธิภาพในการใช้สื่อออนไลน์ ช่วงเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ และสถานที่ในการใช้สื่อออนไลน์ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ ประสิทธิภาพในการใช้สื่อออนไลน์ ช่วงเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ และสถานที่ในการใช้สื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน

2. อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ ประสิทธิภาพในการใช้สื่อออนไลน์ ช่วงเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ และ สถานที่ในการใช้สื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ ประสิทธิภาพในการใช้สื่อออนไลน์ ช่วงเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ และสถานที่ในการใช้สื่อออนไลน์

3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ ประสิทธิภาพในการใช้สื่อออนไลน์ ช่วงเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ และสถานที่ในการใช้สื่อออนไลน์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ ระยะเวลาใน
จากผลงานวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการใช้
สื่อสังคมออนไลน์คือ นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท facebook และtwitter เป็น หลักโดยมี
ช่วงเวลาในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว คือ ช่วงเย็น 16.00 น - 19.00 น. จนถึงช่วง
กลางคืน 19.00-24.00 น. ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยตนเองไม่มีใครเป็นผู้มี
อิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยมีจุดประสงค์หลักของการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์
คือ เพื่อพูดคุยกับเพื่อนในปัจจุบัน เพื่อนเก่า หาเพื่อนใหม่ และหาแฟน ซึ่งจากข้อมูลที่ได้ดังกล่าว
นี้เรา สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในเรื่องของการระมัดระวังในการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยการ
แบ่ง ออกเป็น 3 กลุ่มคนด้วยกันดังนี้

1. พ่อแม่ผู้ปกครอง จะได้ว่ารู้ว่ามีสื่อสังคมออนไลน์ชนิดไหนที่ลูกตนเองเราจะได้
เข้าไปใช้สื่อสังคม ออนไลน์ประเภทนั้นด้วยเพื่อจะได้เข้าไปสอดส่องดูแลและพฤติกรรมการใช้สื่อ
สังคมออนไลน์ของเข้า รวมถึงได้เข้าไปใช้ในช่วงเวลาให้ตรงกับที่เด็กใช้ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ยังต้อง
เป็นเวลาที่เรารู้สึกว่าต้อง ต้องให้ความสนใจเป็นอย่างมากเนื่องจากจุดประสงค์ของการเข้าใช้
สื่อสังคมออนไลน์ของเด็กนักเรียน ส่วนใหญ่ คือ มีการใช้เพื่อการหาแฟน ซึ่งก็มีข่าวบ่อย ๆ ว่ามี
การนัดเจอกันดังนั้นผู้ปกครองเองจึงต้องให้ความสำคัญในส่วนตรงนี้

2. ครูอาจารย์ จะได้ว่ารู้ว่ามีสื่อสังคมออนไลน์ประเภทไหนที่เด็กนักเรียนนักศึกษา
เข้าใช้มากจะได้เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทนั้นเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกระจาย
ข่าวสารต่าง ๆ กับเด็กนักเรียนนักศึกษารวมถึงการ คอยสอดส่องและดูแลและพฤติกรรมการใช้สื่อ
สังคมออนไลน์ให้เป็นไปอย่างปลอดภัย

3. เพื่อน ในส่วนของเพื่อนจะได้มีการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการ
ติดต่อสื่อสารไม่ว่าจะเป็นเรื่อง อะไรที่ตรงกันและเข้าใช้ได้ถูกช่วงเวลา

5. อภิปรายผล

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
(facebook) เป็นสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความนิยมในการเป็นสมาชิกมากที่สุด การที่กลุ่ม
ตัวอย่างนิยมเข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก(facebook) มากที่สุดนั้น เนื่องจากเฟซบุ๊ก
(facebook) เป็นลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทชุมชนออนไลน์ (Community)
ตามแนวคิดของเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ ที่ช่วยสร้างเครือข่ายเพื่อนเก่าและหาเพื่อนใหม่
สามารถส่งข้อความแลกเปลี่ยนความสนใจซึ่งกันและกัน โดยเฟซบุ๊ก (facebook) มีการจัดรูปแบบ
ให้สามารถสื่อสารกันได้อย่างใกล้ชิด มีฟังก์ชันในการกำหนดให้ระบุ รายละเอียดถึงผู้ที่เป็นสมาชิก

ที่ค่อนข้างตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด (Boyd & Ellison, 2007 อ้างถึงใน ธนัสส์ เกษมไชยานันท์, 2544) ทำให้เกิดเครือข่ายที่อยู่ในแวดวงหรือสังคมเดียวกัน ทำให้กลุ่มคนวัยทำงาน ให้ความสนใจ เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานและชีวิตประจำวันของตนเอง อีกทั้งจากการที่เข้าสู่ชีวิตการทำงานแล้วนั้นทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนในวัยเรียน เฟซบุ๊ก (facebook) เป็นอีกหนึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถเชื่อมต่อความสัมพันธ์เหล่านี้ได้ ในด้านกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำมากที่สุด คือการสนทนา (chat) ตามแนวคิดด้าน พฤติกรรมการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร การสนทนา เป็นลักษณะการสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์กัน คือเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน ดังเช่นกิจกรรมการสนทนากับเพื่อนที่เป็นลักษณะการสื่อสารแบบโต้ตอบกันบนโลกออนไลน์ ทั้งนี้ หากพิจารณาเพิ่มเติมตามแนวคิดของพฤติกรรมการสื่อสาร ยุคโลกาภิวัตน์ ในประเด็นของเทคโนโลยีกับพฤติกรรมการสื่อสาร จะเห็นว่าเครือข่ายคอมพิวเตอร์ มีความสามารถในการเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน จากการเกิดเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวแทนเสมือนกลุ่มทางสังคมขึ้นมา สามารถเชื่อมโยงและติดต่อสื่อสารถึงกันและกัน ผ่านเครือข่ายของคอมพิวเตอร์ได้โดยไม่มีข้อจำกัด เรื่องเวลาและสถานที่ ทำให้สื่อสารกันได้ที่ทั้งที่บ้าน ที่ทำงาน หรือแม้กระทั่งผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่ง เช่นเดียวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นเวทีให้มีการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ หรือ แม้แต่มีกิจกรรมร่วมกัน จึงทำให้การสื่อสารถึงกันกระทำได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึง ทำให้กลุ่มตัวอย่างการสนทนา (Chat) กับเพื่อนมากกว่ากิจกรรมอื่น สำหรับกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกทำเป็นอันดับรองลงมาคือ การอัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/ รูปภาพของตน เพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ ตามแนวคิดด้านพฤติกรรมการสื่อสาร การที่ปัจเจกบุคคลจะแสดง พฤติกรรมการสื่อสารนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยในหลาย ๆ ด้านความคิด ความรู้สึก หรืออยู่ในอารมณ์แบบ ไหน ไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายสังคมเดียวกันได้รับรู้ เป็นความต้องการ ทางด้านจิตวิทยา ที่อาจพิจารณาได้ในหลาย ๆ แง่มุม เช่น บุคคลดังกล่าวอาจต้องการการยอมรับจากสังคม ต้องการเป็นบุคคลที่มีความโดดเด่นและให้บุคคลอื่นสนใจในความรู้สึกนึกคิดของตนเอง เป็นต้น เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเปรียบเสมือนเวทีหรือพื้นที่ที่ทำให้พวกเขาได้แสดงออก เพื่อตอบสนองความต้องการจาก ภายในจิตใจเป็นที่น่าสนใจว่า จากผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะทำน้อยที่สุด นั่นคือ การเชิญชวนให้บุคคลอื่น ซื้อสินค้า หรือบริการ และเชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองจัดขึ้น หรือหน่วยงานอื่นจัดขึ้น อาจวิเคราะห์ได้ตามแนวคิดของเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะประเภทสังคมออนไลน์ (community) ที่เป็นเครือข่ายสังคมที่สร้างขึ้นเพื่อจัดสรรพื้นที่ที่ทำให้บุคคลเกิดการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนข้อมูล เรื่องราวส่วนตัว หรือเรื่องราวที่สนใจร่วมกัน ในรูปแบบการดำเนินที่แตกต่างกัน มากกว่าการแลกเปลี่ยนทางธุรกิจ การชักชวนสมาชิกในเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เป็นสมาชิกกลุ่มใดกลุ่ม หนึ่ง จึงเกิดจากพื้นฐานความ

สนใจที่มีร่วมกัน และบุคคลต้องยินยอมที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง สำหรับสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางหน่วยงานจัดขึ้นอาจไม่สามารถทำให้คนที่อยู่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ สนใจเหมือน ๆ กันทั้งหมดได้ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถเป็นแนวทางในการเลือกใช้รูปแบบในการสื่อสาร เพื่อให้ผู้ที่เป็สมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์เปิดรับและ ยอมรับได้มากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดขอบเขตการศึกษากลุ่มประชากรเฉพาะ นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์เท่านั้น เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ในด้านชนิดของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในการทำวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการขยายขอบเขตให้มีการใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาในระดับภูมิภาคเพื่อหาข้อมูลและความสัมพันธ์ในการใช้สื่อออนไลน์ที่สอดคล้องกันเพราะกลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในจำนวนมากเช่นกัน

บรรณานุกรม

- กิตติมา สุรสนธิ. (2541). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดารา ทิปะปาล. (2542). เอกสารคำสอนพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior). ภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- สุรางคนา ณ นคร. (2542). คอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการสื่อสาร การตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เกศรา ชั่งขวลิต. (2544). การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐธย จุลรักษา. (2548). บทบาทของเทคโนโลยีบรรทัดฐานสังคมไทย (กรณีศึกษา นักศึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ระดับอุดมศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ณัฐวุฒิ ศรีกัตัญญ. (2540). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- ธนิกานต์ มาฆะศิรินันท์. (2545). พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web Sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตภาควิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- นิภาภรณ์ ไผ่กระโทก. (2548). มณฑลสาธารณะในการสื่อสารเรื่องเพศศึกษาของวัยรุ่นผ่านทางเว็บไซต์ในเว็บไซต์จิตใจต่อทอม. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.**
- กิตติมา สุรสนธิ. (2548). การวางแผนการสื่อสาร: แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- จุไรรัตน์ทองคำชื่นวิวัฒน์. (2552). **เครือข่ายสังคมออนไลน์**. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2555, จาก http://ngnforum.ntc.or.th/index.php?option=com_content&task=view&id
- ขวัญวิทย์ ดาน้อย. (2553). พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ระดับ ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.**
- อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์. (2545). ความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตภาควิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- ณัฐพล บัวอุไร. (2554). **เครือข่ายสังคมออนไลน์**. สืบค้นจาก <http://www.nattapon.com/2011/12/social-network/>. **ไทยติดอันดับ 4 ใช้เวลาท่องโซเชียลเปิดเวิร์กมากที่สุดในโลก.** (2555). สืบค้นจาก <http://men.kapook.com/view53456.html>.
- Thailand Zocial Awards 2014 **เผยสถิติบนโลกออนไลน์และพฤติกรรมการใช้ Social Network ของไทย.** (2557). สืบค้นจาก <http://www.it24hrs.com/2014/thai-social-network-2014/>.
- สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2557). **ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557**. สืบค้นจาก internet-user-profile-2014