



# พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ กระจายข้อมูลในกลุ่มเยาวชน

## Information Dissemination Behavior in Online Social Networks of Teenagers

สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง<sup>1</sup>

Suwimon Vongsingthong

### บทคัดย่อ

สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลจำนวนมากที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ ยิ่งจำนวนผู้ใช้เพิ่มมากขึ้นเท่าไร ปริมาณข้อมูลที่หมุนเวียนในระบบก็เพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ ด้วยช่องทางหลักในการติดต่อเพื่อส่งผ่านข้อความไปยังผู้รับ ล้วนมาจาก การโพสต์ (post) การส่งต่อ หรือ การนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ไม่เพียงแสดงความสัมพันธ์ของคนในเครือข่าย แต่ยังมีบ่งชี้ให้เห็นถึงศักยภาพการส่งผ่านข้อมูลที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและทั่วถึง การศึกษาครั้งนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนในการเผยแพร่ข้อมูลของสถานศึกษาไปยังกลุ่มเป้าหมายที่สนใจศึกษาต่อ และบุคคลทั่วไป ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ข้อมูลพฤติกรรมแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่รวบรวมด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผลการทดสอบ พบว่า กลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีพฤติกรรมเผยแพร่ข้อมูลใน 4 รูปแบบหลัก คือ 1) กลุ่มชอบประชาสัมพันธ์ตัวเอง 2) กลุ่มบันเทิงรื่นเริง 3) กลุ่มนานาสาระ และ 4) กลุ่มรักสถาบัน โดยพบว่ากลุ่มที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ข้อมูลของสถาบันสูงสุด คือ กลุ่มรักสถาบัน อย่างไรก็ตามหากสามารถปรับเปลี่ยน

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก [suwimonv@yahoo.com]

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มอื่น การเพิ่มศักยภาพในการเผยแพร่ข้อมูลให้ครอบคลุมในวงกว้างย่อมเป็นเรื่องที่สามารถทำได้

**คำสำคัญ :** สื่อสังคมออนไลน์; พฤติกรรม; แบ่งปันข้อมูล; แพร่กระจาย

## Abstract

Social media is a collection of vast amount of data generated by human communication. As the number of users increase, the amount of information circulated is also increased exponentially. Main channels of data transmission are posing, forwarding, or presenting new ideas. This kind of data not only shows the relationships of people in the networks but also indicates their potentiality that data can be transmitted fast and thoroughly through this media. This study aims to present the analytical results of using online media to disseminate educational information to the target audiences which can be both people seeking further education, and any interested persons. Behavioral data and online sharing behavior was collected by questionnaire. The results demonstrated that social network users could be classified according to behavior in sharing or publishing as follows : 1) self-promotion flock 2) entertainment fan 3) material gang, and 4) institution squad. The group which provided highest beneficial data to the dissemination process of the institute was the institution squad. However, if the dissemination pattern of the institute could be enhanced to fit with the needs of other groups, broader coverage of dissemination could become possible.

**Keywords :** Behavior; Dissemination; Sharing; Social Media

## บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยความสะดวกสบายในการเข้าถึง ความรวดเร็ว การติดต่อที่ทำให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถติดต่อสื่อสารกันได้รวดเร็วแม้จะอยู่คนละซีกโลก ทั้งยังสามารถเข้าถึงระบบได้จากอุปกรณ์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ ไอแพด (ipad) และแท็บเล็ต (tablet) อีกนัยหนึ่งคือ อุปกรณ์ใดๆ ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต



ได้ล้วนสามารถเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์ได้ทั้งสิ้น ทั้งนี้ ร้อยละ 82 ของประชากรที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอายุ 18-29 ปี ซึ่งช่วงอายุดังกล่าว กว่าครึ่งเป็นนักเรียน และนักศึกษาที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน เมื่อจำแนกลงไปในรายละเอียดของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ ยังพบว่าในจำนวนประชากรดังกล่าว ประมาณร้อยละ 70 ใช้ Facebook ทุกวัน และร้อยละ 55 ใช้ Instagram ทุกวัน (Duggan, 2015) โดยมีการใช้งานหลักผ่านทางช่องทางของโทรศัพท์มือถือ (Lenhart, 2015)

ด้วยความสามารถของสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ได้จำกัดให้ผู้ใช้เป็นเพียงผู้เข้าถึงบริการ หรือข้อมูลที่สร้างต้องมาจากผู้ให้บริการเท่านั้น ทำให้ผู้ใช้ในระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ ได้รับสิทธิอย่างเต็มที่ในการสร้างและเผยแพร่ข้อมูลได้ตลอดเวลาตามต้องการโดยไม่จำกัดจำนวน ดังที่ปรากฏแล้วว่าข้อมูลเกือบทั้งหมดที่เผยแพร่อยู่บนสื่อสังคมออนไลน์ล้วนมาจากผู้ใช้แทบทั้งสิ้น ซึ่งปรากฏการณ์นี้ไม่เพียงดึงดูดให้คนเข้ามาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น แต่ยังเป็นสิ่งที่ทำให้บริษัท ห้างร้าน หรือพ่อค้า แม่ค้า ยุคใหม่หันมาทำธุรกิจบนสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากหากสามารถทำให้ข้อมูลที่นำเสนอมีความน่าสนใจได้มากขึ้นเพียงไร โอกาสที่ข้อมูลนั้นจะถูกแบ่งปัน เผยแพร่ และกระจายไปยังคนหมู่มากก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ด้วยเหตุดังกล่าวสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นช่องทางสำคัญในการติดต่อสื่อสารของคนในยุคอินเทอร์เน็ตที่ต้องการใช้ความสามารถในการส่งผ่านข้อมูลไปยังคนหมู่มาก ได้อย่างประหยัด รวดเร็ว และสามารถส่งผ่านไปยังกลุ่มคนใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีการติดต่อมาก่อน จึงนับเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านสร้างสังคม การมีส่วนร่วมในการทำธุรกิจ และการส่งผ่านข้อมูลด้านการศึกษา

โดยเฉพาะกับกลุ่มเยาวชนวัยเรียน ที่มีข้อจำกัดเรื่องค่าใช้จ่าย และมีเพื่อนในแวดวงที่จำกัด แต่ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มคนเหล่านี้สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนนอกกลุ่มสามารถเปิดเผยตัวตนต่อสังคม สื่อสารกับเพื่อน หาเพื่อนใหม่ ทำกิจกรรมใหม่ และรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ในวงกว้าง สื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับพวกเขา ด้วยเหตุนี้หากสถานศึกษา และองค์กรด้านการศึกษา สามารถนำข้อสังเกตนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแนวทางการสื่อสารข้อมูล ย่อมเป็นประโยชน์กับทั้งองค์กรของตน องค์กรในเครือข่าย และบุคคลทั่วไป

การนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการศึกษาให้เห็นในหลายรูปแบบ เป็นต้นว่า การสังเกตความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมที่ทำและประสิทธิภาพการเรียนของนักเรียนในโรงเรียนภาคเหนือของไทย และพบว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถ

เพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ให้นักเรียนได้มากกว่าการสอนในชั้นเรียนเพียงอย่างเดียว (Leelathakul & Chaipah, 2013) การศึกษาปัจจัยที่ทำให้นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการวิเคราะห์การเข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ของนักศึกษา และพบว่านักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมด้านการเรียนบนสื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มที่จะมีผลการเรียนที่ดีกว่าผู้ที่ไม่เข้ากลุ่ม และปัจจัยที่ทำให้คนส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะต้องการติดต่อกับคนในสังคมอย่างรวดเร็ว ทั้งยังพบว่า ลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีผลสืบเนื่องมาจากพฤติกรรมกลุ่ม (Cheung, Chiu, & Lee, 2011) การศึกษากระจายองค์ความรู้ในสถานศึกษา โดยการจัดทำ cyberspace ให้บริการองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัย โดยรวบรวมเอกสารการสอนให้สามารถไปหมุนเวียนใช้ (Du, Fu, Zhao, & Liu, 2012) และ การศึกษาผลกระทบของเกรดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่มีผลกระทบที่ชัดเจนต่อผลการเรียนของนักศึกษา และ พฤติกรรมการใช้ไม่สัมพันธ์กับเพศของผู้ใช้ (Jamil, Zehra, Naqvi, & Bhamani, 2013) นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของรายงานการสำรวจ พฤติกรรมของนักศึกษาในการแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าและบริการ ที่พบว่า นักศึกษามีการติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการทางสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าการซื้อโดยวิธีอื่นๆ (Tang, Hämmäläinen, Virolainen, & Makkonen, 2011)

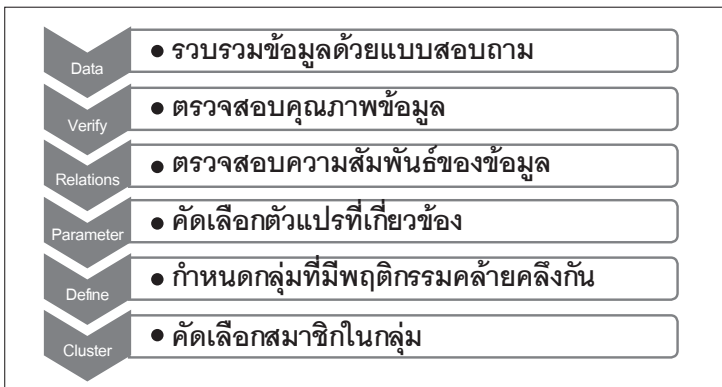
จะเห็นได้ว่าความพยายามที่จะศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยเรียนมีหลากหลายรูปแบบ และมีการศึกษากันอย่างต่อเนื่อง ด้วยวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน คือ พยายามวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานของคนในวัยเรียน เริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ในบริบทคล้ายๆ กัน เป็นต้นว่า ใช้อุปกรณ์ใดในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ แต่ละช่วงอายุมีการใช้แตกต่างกันอย่างไร ใช้สื่อสังคมออนไลน์อะไรบ้าง ใช้วันละกี่ชั่วโมง เพราะคงปฏิเสธไม่ได้ว่า หากต้องการนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ในการศึกษาให้สัมฤทธิ์ผล สถานศึกษาต้องสร้างความเข้าใจในพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนกลุ่มนี้ว่ามีลักษณะการใช้สื่ออย่างไร ความนิยมในสื่อนี้เกิดจากอะไร และหากต้องการเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วควรทำอย่างไร แต่ทว่าจนกระทั่งบัดนี้ ยังไม่มีการศึกษาใดที่เจาะลึกลงไปว่า ในจำนวนผู้ใช้เหล่านี้ มีผู้ใช้น้อยเพียงไรที่จะช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรไปยังกลุ่มคนวัยเรียนได้อย่างรวดเร็วและแพร่หลาย ดังนั้นการทำความเข้าใจในพฤติกรรมการใช้งานในเชิงลึก จึงเป็นสิ่งสำคัญ หากสถาบันการศึกษาต้องการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่เปิดสอน และข้อมูลการประชาสัมพันธ์องค์กร ไปยังแหล่งผู้เรียน และผู้สนใจได้อย่างมีคุณภาพ



การศึกษาครั้งนี้จึงจัดทำขึ้น เพื่อจำแนกพฤติกรรมของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนจากปัจจัยการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และวิเคราะห์พฤติกรรมต่อเนื่องจากการรับรู้ข้อมูล โดยใช้หลักเกณฑ์ที่ว่าการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ต้องใช้หลักเกณฑ์ของโครงสร้างแนวความคิด โดยรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยแบบสอบถามจากนักเรียน นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมปลายและมหาวิทยาลัย มากกว่า 1,000 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบเหมืองข้อมูล ซึ่งพบว่านักศึกษามีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งต่อข้อมูล ดังนี้ 1) กลุ่มที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง 2) กลุ่มที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับความบันเทิง 3) กลุ่มที่เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และ 4) กลุ่มที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานศึกษา ซึ่งผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข้อมูลของสถาบันการศึกษา และพัฒนารูปแบบการนำเสนอข้อมูลต่อไปในอนาคต

### ระเบียบวิธีวิจัย

การจัดเก็บข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ ใช้ แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือ การวิจัยครั้งนี้จึงใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิเคราะห์เหมืองข้อมูล แบบจำแนกกลุ่ม (Cluster Analysis) เพื่อจัดการข้อมูลที่มีลักษณะเป็นข้อมูลหลายมิติ (Multivariate Variable) ที่ยากต่อการกำหนดสมมติฐาน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้วิธีจัดกลุ่มผู้ใช้ตามลักษณะการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อจำแนกกลุ่มที่มีลักษณะการแบ่งปันข้อมูลคล้ายคลึงกันไว้ด้วยกัน และแยกกลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างออกมา อันจะนำไปใช้ในการติดตามและใช้ประโยชน์จากพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันข้อมูลต่อไป



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดและกระบวนการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) ถูกสร้างขึ้นตามความหมายของนิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย โดยอาศัยการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่เลือกศึกษา คือ Facebook เพราะมีจำนวนผู้ใช้ในวัยเรียนมากที่สุดเมื่อเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ทั้งยังรองรับรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย สามารถใช้งานได้จากเครื่องมือหลายประเภท โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือ ทำให้ผู้วิจัยมีความมั่นใจว่าจะสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล และจัดเก็บข้อมูลได้เพียงพอต่อการวิเคราะห์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมปลาย และนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพฯ ที่มีความคุ้นเคยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และมีการใช้ Facebook อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง จำนวน 1,200 ราย การวิเคราะห์ที่ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และนำเสนอผลด้วยวิธีพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ซึ่งจะให้รายละเอียดที่ชัดเจนของการจำแนกกลุ่ม เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ บนพื้นฐานของข้อมูลสารสนเทศในรูปถ้อยคำหรือข้อความที่รวบรวมได้จากแหล่งข้อมูลในสถาบันการศึกษาหลายแห่ง

การสำรวจข้อมูลมีขึ้นระหว่าง ตุลาคม-พฤศจิกายน 2553 ด้วย แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้ Facebook ที่แบ่งข้อมูลออกเป็นสามกลุ่มหลัก คือ 1) ข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมการใช้ อันประกอบด้วย ระยะเวลาการใช้ วัตถุประสงค์ ลักษณะการแบ่งปันข้อมูล 3) ความถี่ในการทำกิจกรรม ได้แก่ การเล่นเกม การ post การปรับปรุง profile การส่งข้อความ การซื้อขายสินค้า การ comment ให้ผู้อื่น การรวบรวมข้อมูลใช้วิธีขอความร่วมมือจากอาจารย์ผู้สอนในรายวิชา เพื่อขอให้นักศึกษาตอบแบบสอบถามเป็นเวลา 10 นาทีก่อนเลิกเรียน แบบสอบถามใดที่นักศึกษาใช้เวลาตอบน้อยกว่าปกติ เช่น 1-2 นาที หรือตอบข้อเดียวกันทั้งหมด จะถูกคัดทิ้ง และเก็บข้อมูลใหม่ทดแทน โดยมีเป้าหมาย คือการหาชุดของพฤติกรรมการเผยแพร่ข้อมูลที่มักเกิดขึ้นคล้ายๆ กันในกลุ่มเดียวกัน

ข้อมูลที่รวบรวมได้มีลักษณะของเมทริกซ์ขนาด  $26 \times 3711$  สถิติที่ใช้ในการประมวลผลใช้วิธี การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทำ Cluster Analysis เพื่อจำแนกกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะเดียวกันไว้ในกลุ่มเดียวกัน



## แนวคิด ทฤษฎี

### สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

มีการให้นิยามสื่อสังคมออนไลน์ไว้อย่างมากมาย เป็นต้นว่า โครงสร้างทางสังคมระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือบุคคลกับองค์กร หรือ สถานที่ที่คนมาชุมนุมกันเพื่อค้นหาติดต่อเพื่อน หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและกัน หรือรูปแบบใหม่ของการติดต่อสื่อสารของคน กล่าวได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ ก็คือ บริการของ Web ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสร้างข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง แลกเปลี่ยนข้อมูลในเชิงสาธารณะ และติดต่อกับผู้อื่นได้ ตั้งแต่ระดับที่สนิทสนมกัน กระทั่งไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ผู้ใช้สามารถเผยแพร่ข้อมูล ไม่ว่าจะภาพถ่าย วิดีโอ ความคิดเห็น ทัศนคติ และมุมมองของตน สู่อายตาผู้อื่นได้ตามที่ต้องการ ทำให้เป็นช่องทางหนึ่งของการแสดงตัวตน การแสวงหาเพื่อนใหม่ และการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่า ที่ทำได้จากการ click เพียงครั้งเดียวเท่านั้น นอกจากนี้การใช้ในเชิงส่วนตัวที่กล่าวมา ยังสามารถนำไปใช้เพื่อการวิเคราะห์ในเชิงการศึกษา เช่น การสาธารณสุข (การแพร่กระจายของเชื้อโรคเช่น ไวรัส โรคเอดส์) การให้บริการ (บริการหาคู่ แนะนำกิจกรรมเฉพาะตามรสนิยมของผู้ใช้) การติดตามอาชญากรรม (การติดตามร่องรอยผู้ก่อการร้าย การออกกฎหมายรณรงค์การงดสูบบุหรี่) และอื่นๆ อีกมากมาย

### พฤติกรรมของเยาวชนในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ด้วยสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารหลักของเยาวชน การทำความเข้าใจถึงค่านิยมในการใช้ และทัศนคติอันมีผลต่อพฤติกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการนำผลไปประยุกต์ใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา ดังมีรายงานการศึกษาผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มเยาวชน เป็นต้นว่า การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน ที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมปลายพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท Facebook มากที่สุด และ ใช้เพื่อติดต่อเพื่อน และเรื่องการเรียน (เสาวภาคย์ แหลมเพชร, 2559) การศึกษาความแตกต่างในการแสดงตัวตนของเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สกับเจนเอเรชั่นวาย ที่พบว่าเจนเอเรชั่นวายหรือเยาวชนนิยมใช้ สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสื่อสารความรู้สึก และแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่นเพื่อแสดงความเป็นผู้ทันสมัยที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์ (ขวัญชนก กมลศุภจินดา, 2558) การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook ที่พบว่าวัยรุ่นอายุ 13-24 ปี นิยมใช้ Facebook และมักหลงใหลจนติดปกติ เนื่องจากพอใจในความเพลิดเพลิน และอิทธิพลจากสังคม จนทำให้เกิดช่องว่างที่นักการตลาดนำไปใช้ในทำการตลาดสินค้าหรือบริการของตนได้ในวงกว้าง (ขวัญชนก กองราช, 2554)

จากข้อสรุปดังกล่าว จะเห็นได้ว่าวัยรุ่นให้ความสำคัญในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ดังนั้นหากสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนในวัยนี้ ย่อมเป็นประโยชน์ต่อสถานศึกษาในการให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร สาร หรือประชาสัมพันธ์ต่อไปในอนาคต

## การวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network Analysis: SNA)

ในตลาดที่มีการแข่งขันมากมายเช่นทุกวันนี้ หากองค์กรไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลได้ก่อนองค์กรอื่น ย่อมยากที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจได้อย่างมีคุณภาพ ดังนั้นวิธีวิทยาการที่สามารถวิเคราะห์กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ด้วยกระบวนการสื่อสาร จะช่วยให้ทราบแนวทางการแพร่กระจายของข้อมูล และสามารถนำมาใช้อย่างเกิดประโยชน์ต่อการกำหนดโครงสร้างการส่งผ่านข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างประหยัด และรวดเร็ว ซึ่งวิธีการหนึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ คือ วิธีการ SNA ที่มีเป้าหมายหลัก คือ คัดแยกข้อมูลที่มีประโยชน์มาวิเคราะห์ให้เห็นกระบวนการสื่อสารของผู้ใช้อย่างโปร่งใส

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SNA ที่นิยม มี 3 วิธีหลัก คือ การใช้ทฤษฎีกราฟ การใช้วิธีสถิติขั้นสูง และ การทำเหมืองข้อมูล ซึ่งล้วนเป็นวิธีการทางคณิตศาสตร์ โดยวิธีที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เครือข่ายโดยใช้หลักการของกราฟในการนิยาม เช่น มองผู้ใช้เป็นเสมือน node ในเครือข่าย การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้เหมือนเส้นกราฟที่เชื่อมโยง node เข้าด้วยกัน ดังนั้นเมื่อมีผู้ใช้จำนวนมากขึ้น การติดต่อกันระหว่างผู้ใช้จำนวนมากย่อมมีความซับซ้อนเป็นเงาตามตัว (Russell, 2011) วิธีที่ 2 ใช้วิธีการวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เช่น bivariate, multivariate, t-test, ANOVA, mean, standard deviation หรือ regression และ วิธีสุดท้าย คือ การวิเคราะห์แบบเหมืองข้อมูล ประกอบด้วยวิธีการ เช่น cluster analysis, classification และ association rule ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีผสมผสานวิธีการทั้ง 3 วิธีเข้าด้วยกัน เพื่อให้สะดวกต่อการทำความเข้าใจและเห็นผลลัพธ์ได้อย่างชัดเจน

## Clustering & Outliers Analysis

ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ทั่วไปเป็นข้อมูลที่มีความซับซ้อน ด้วยปริมาณของข้อมูลที่มีเป็นจำนวนมากตามจำนวนผู้ใช้ที่เป็นหลักพันล้าน แม้ว่าในการศึกษาคั้งนี้





จะใช้ข้อมูลที่จัดเก็บมาจากแบบสอบถามที่อาจมีจำนวนไม่มากนัก ทว่าหากต้องการความแม่นยำสำหรับการอนุมานไปยังผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จริงๆ การประมวลผลต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดของข้อมูล ความซับซ้อน และ ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมหนึ่งต่อพฤติกรรมต่อเนื่อง ดังนั้นวิธีการประมวลผลที่เลือกใช้ควรจะสามารถครอบคลุมการวิเคราะห์ในทุกกรณี เพื่อให้ผลสามารถครอบคลุมประชากรทั้งหมดได้อย่างแท้จริง

ด้วยประเด็นที่กล่าวถึง ข้อมูลที่รวบรวมได้ จึงถูกนำมาลดขนาดด้วยวิธีจัดการกลุ่มในลักษณะของการทำเหมืองข้อมูล แบบ Partitioning โดยใช้อัลกอริทึมของ K-Means ด้วยจุดเด่นด้านความเหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากที่มีลักษณะเป็นตัวเลข (Berkhin, 2006) เช่น ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม การทำงานของอัลกอริทึมนี้ เริ่มด้วยการกำหนดจุดกึ่งกลางของกลุ่มที่ระบุ โดยกลุ่มประกอบด้วยผู้ใช้ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้  $G = (V, E)$  เมื่อ  $V$  คือผู้ใช้ (node) ในกลุ่ม โดย  $\{v_1, \dots, v_N\}$  และ  $E$  คือความสัมพันธ์กันของคนในกลุ่ม ซึ่ง K-means จะคำนวณระยะทางระหว่างกึ่งกลางของกลุ่มไปยัง node แต่ละ node  $\{m_1, \dots, m_K\}$  ของแต่ละกลุ่ม  $\{C_1, \dots, C_K\}$  แบบวนซ้ำ โดยการวนซ้ำแต่ละครั้ง K-means จะกำหนด node ที่ใกล้ที่สุดให้เป็นสมาชิกของกลุ่มนั้นๆ ดังนี้ หาก  $v_i$  มีระยะทางใกล้กับจุดกึ่งกลางของกลุ่ม  $C_j$  มากที่สุด  $v_i$  ก็จะถูกกำหนดให้อยู่ในกลุ่มนั้น หลังจากนั้น อัลกอริทึมจะคำนวณระยะทางไปยังจุดกึ่งกลางใหม่  $\{m_1, \dots, m_K\}$  จนกระทั่งระยะทางรวมของ node ทุก node ไปยังจุดกึ่งกลางมีค่าน้อยที่สุด (Lee & On, 2012) จากวิธีการนี้ไม่เพียง node ที่มีคุณสมบัติคล้ายๆ กันจะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน หากแต่กลุ่มของ node ประเภทเดียวกันยังมีค่าความเบี่ยงเบน (standard deviation, S.D.) น้อยกว่า ซึ่งการกำหนดจำนวนกลุ่มที่เหมาะสมที่สุดที่ทำให้กลุ่มแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน จนทำให้สามารถนำกลุ่มที่ได้มาวิเคราะห์พฤติกรรมในเชิงลึก แต่อย่างไรก็ตามในการจัดกลุ่มดังกล่าว node ที่มี S.D. ของค่า mean มากกว่า 3 เท่าจะถูกนำมาพิจารณาเป็น Outlier (Hawkins, 1980) โดยคัดแยกพฤติกรรมที่มีลักษณะแบบการใช้แบบ Extreme (Outlier) คือ ใช้มากที่สุด และ ใช้น้อยที่สุด ออกก่อนคำนวณค่าเฉลี่ย

## ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงลึกที่ผสมผสานวิธีการวิเคราะห์แบบเหมืองข้อมูลเข้ากับหลักการ SNA การวิเคราะห์ผลอาศัยจากการสร้างภาพกราฟิก

ที่จะช่วยให้เกิดความเข้าใจความเป็นไปของความสัมพันธ์ของผู้ใช้ในรูปแบบของเครือข่าย สำหรับความยุ่งยากในการจัดการกับเครือข่ายขนาดใหญ่ที่ซับซ้อน เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยจะใช้วิธีจัดกลุ่มผู้ใช้เป็นเครือข่ายย่อย โดยใช้เทคนิคการจัดกลุ่มแบบ Clustering มาใช้ เพราะเครือข่ายขนาดใหญ่โดยธรรมชาติแล้วจะเกิดจากการรวมกลุ่มกันของกลุ่มย่อยหลายๆ กลุ่ม ดังนั้นการศึกษาในระดับกลุ่มย่อยย่อมสะท้อนพฤติกรรมของกลุ่มใหญ่ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ก่อนวิเคราะห์เชิงลึก สิ่งที่เป็นสิ่งหนึ่งก็คือ การทำความเข้าใจในข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง อันจะนำไปสู่ พฤติกรรมการเผยแพร่ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงกับกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกันได้อย่างแม่นยำ

### ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

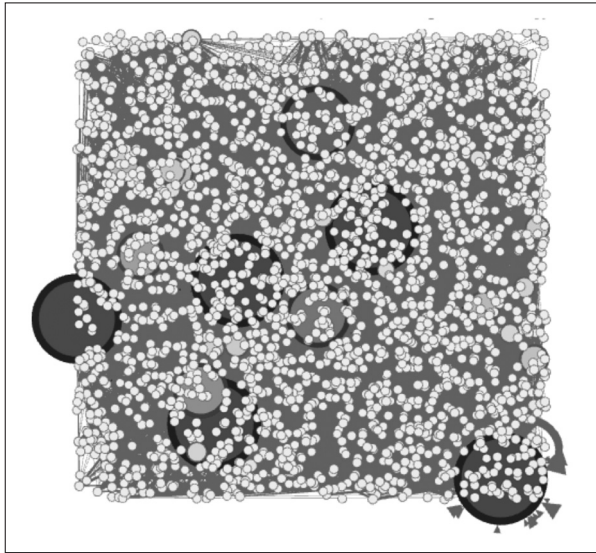
ข้อมูลเบื้องต้นที่แสดงในตารางที่ 1 ชี้ให้เห็นคุณลักษณะโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งทั้งหมดเป็นนักเรียน นักศึกษาในสถาบันการศึกษา โดยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และหญิง ไม่ต่างกันมากนัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 21-25 ปี และกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีแบบเต็มเวลา

ตารางที่ 1 สถิติผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภท		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	484	41.3
	หญิง	689	58.7
ช่วงอายุ	15-20	393	33.5
	21-25	663	56.5
	26-30	69	5.9
	31-40	40	3.4
	>40	8	0.7
	ระดับการศึกษา	มัธยมปลาย	213
ปวช. / ปวส.		96	8.2
ปริญญาตรี		837	71.4
ปริญญาโท		27	2.3
อาชีพ		นักเรียน/นักศึกษา	972
	ธุรกิจส่วนตัว	57	4.9
	รับราชการ	47	4.0
	พนักงานบริษัท	97	8.3
	รวม	1173	100



## ลักษณะเครือข่ายของนักเรียน นักศึกษา



รูปที่ 2 เครือข่ายความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง

รูปที่ 2 แสดงเครือข่ายความสัมพันธ์ของนักเรียน นักศึกษาจำนวน 1,173 คน ในสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ในรูปแบบของกราฟ จุด (node) แสดงถึงผู้ใช้ และเส้น (edge) ที่เชื่อมโยง node เข้าด้วยกัน คือเส้นทางการติดต่อสื่อสารของผู้ใช้ โดย ขนาดและสีของ node แสดงปริมาณการติดต่อสื่อสารของ node นั้นๆ กับ node อื่น ยิ่งขนาดของ node มีขนาดใหญ่ขึ้นเพียงไร ความสัมพันธ์ที่มีกับ node อื่น ก็มีมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น node ที่มีขนาดใหญ่จะมีความเป็นไปได้สูงที่จะเป็นศูนย์กลางในการแพร่กระจายข้อมูลในกลุ่ม อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า node ที่มีขนาดใหญ่ มีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับ node ที่มีขนาดเล็ก แสดงให้เห็นว่า แม้จำนวนประชากรที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์จะเพิ่มขึ้นมากมายเพียงใด โอกาสที่จะพบปัญหาเรื่องความเร็วในการสื่อสารผ่านระบบไม่ได้เพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากรอย่างที่คาดไว้ เพราะประชากรในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นมีจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรโดยรวม ดังนั้นแม้จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นทุกวัน แต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังคงมีน้อยมาก (Boccaletta, Latorab, Morenod, Chavezf, & Hwanga, 2006)

### การคัดเลือกตัวแปรที่เหมาะสม

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการจำแนกกลุ่มของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ คุณภาพของข้อมูลที่น่ามาใช้ กระบวนการที่ต้องดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถอธิบายผลได้ชัดเจน มีความถูกต้องสูงจึงมีความจำเป็นมาก ซึ่งวิธีการเลือกข้อมูล (Feature Extraction) ต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลด้วย ยิ่งข้อมูลมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงเพียงไร ความถูกต้องในการจัดกลุ่มจะเพิ่มขึ้น ซึ่งเมื่อตรวจสอบพบว่าจากตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมแบ่งปันข้อมูลมีจำนวน 16 ตัวแปร มีเพียง 13 ตัวแปรเท่านั้น ที่มีค่าความสัมพันธ์ในระดับปานกลางถึงสูง (.365-.794) ดังแสดงใน ตารางที่ 2 ดังนั้น เงื่อนไขในการจัดกลุ่มจะคำนึงถึงตัวแปรจำนวน 13 ตัวแปรนี้เท่านั้น เพราะเพียงพอต่อการยืนยันความแม่นยำของผลลัพธ์

**ตารางที่ 2** Correlation ของข้อมูลที่คัดแยกสำหรับการจัดกลุ่ม

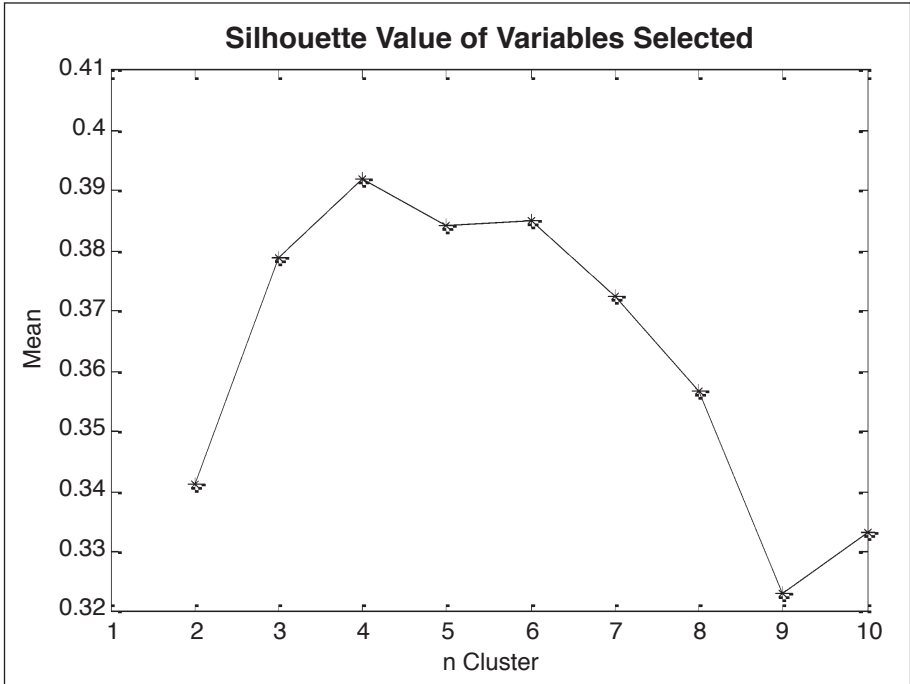
ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Share1	1												
Share2	.794	1											
Share3	.689	.772	1										
Share4	.603	.677	.813	1									
Share5	.682	.649	.644	.627	1								
Share6	.612	.616	.706	.678	.706	1							
Share7	.563	.567	.586	.575	.648	.689	1						
Share8	.587	.582	.611	.588	.664	.677	.793	1					
Share9	.419	.468	.420	.383	.365	.379	.484	.568	1				
Share10	.451	.494	.433	.419	.371	.366	.486	.457	.633	1			
Share11	.497	.484	.488	.444	.455	.439	.557	.521	.569	.661	1		
Share12	.550	.557	.594	.578	.539	.623	.587	.458	.453	.537	.765	1	
Share13	.449	.461	.496	.457	.462	.522	.437	.443	.493	.435	.507	.601	1

### กลุ่มที่เหมาะสม

ด้วยกระบวนการจัดกลุ่มด้วย K-means และวิธีอื่นๆ อีกหลายวิธี จะทำงานได้ก็ต่อเมื่อ มีการกำหนดจำนวนกลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งจำนวนที่ได้อาจจะมาจากการสังเกต หรือ เปรียบเทียบตามลักษณะผู้ใช้ ซึ่งวิธีการเหล่านี้ล้วนไม่มีเงื่อนไขที่แน่นอน จึงไม่มีสูตรสำเร็จที่จะสามารถนำมาใช้ได้ทันที ดังนั้น เพื่อให้การแยกส่วนของชุดข้อมูลออกมา มีความถูกต้องมากที่สุด วิธี Silhouette Plot จึงถูกนำมาใช้



กำหนดกลุ่ม โดยวิธีการนี้เป็นการแสดงผลการจัดกลุ่มในรูปแบบกราฟที่ทำให้เห็นความแตกต่างของระยะห่างระหว่างกลุ่ม จากค่าความเบี่ยงเบนของข้อมูล โดยผู้ใช้ที่อยู่ห่างจากศูนย์กลางของกลุ่มมากที่สุด จะถูกคัดแยกเป็นอีกกลุ่ม



รูปที่ 3 กลุ่มที่เหมาะสม

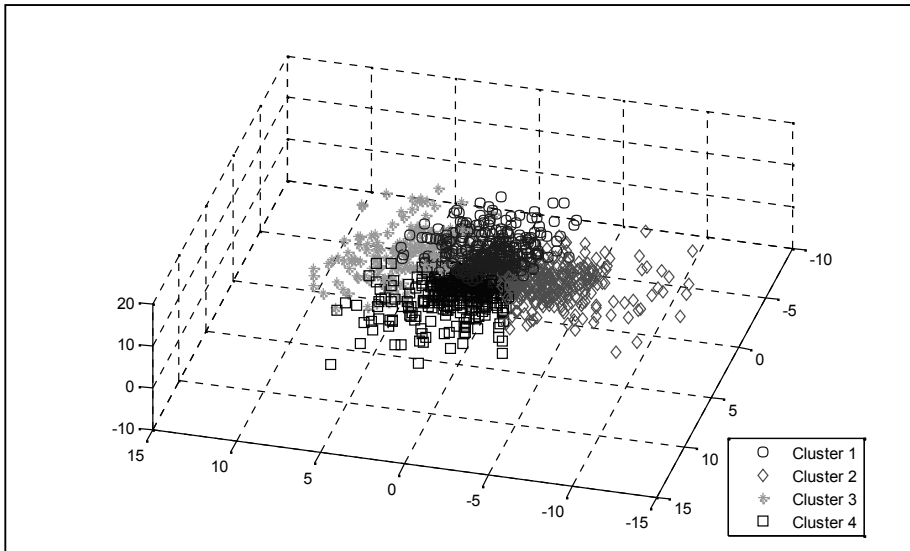
รูปที่ 3 แสดงการคำนวณการแยกกลุ่มด้วย Silhouette Plot ที่เปรียบเทียบการจัดกลุ่มที่เหมาะสมในช่วง 2-10 กลุ่ม โดยค่าเฉลี่ย (mean) สูงสุดปรากฏเมื่อจำนวนกลุ่มที่ใช้เท่ากับ 4 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ Silhouette เข้าใกล้ 1 มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าจำนวนกลุ่มที่เหมาะสมที่สามารถแสดงปรากฏการณ์การแบ่งปันข้อมูลได้แม่นยำที่สุด คือ 4 กลุ่ม ไม่เพียงจำนวนกลุ่มที่ได้แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมกระจายข้อมูลที่ต่างกัน แต่ยังเป็นการลดขนาดและความซับซ้อนของชุดข้อมูลที่ทำให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมกระจายข้อมูลรายกลุ่มได้ใกล้เคียงกับพฤติกรรมจริงของผู้ใช้

ด้วยวิธีการจัดกลุ่มเป็นกระบวนการการเรียนรู้แบบ Unsupervised Learning ที่ไม่สามารถกำหนดโครงสร้างของข้อมูลได้ล่วงหน้า การทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

ของการจัดกลุ่มจึงยังคงมีความจำเป็นสำหรับข้อมูลที่มีหลากหลายมิติ เช่น ข้อมูลผู้ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตรวจสอบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่ม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ทางเดียวของความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อประเมินความต่างของกลุ่มว่ามีนัยสำคัญเพียงพอที่จะนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาหรือไม่ ซึ่งพบว่าผลการทดสอบแบบ Multiple Comparison ด้วย Tukey HSD มีค่า Honest Significant Difference (HSD) เป็นไปตามเกณฑ์ ของ Tukey และแต่ละกลุ่ม มีระยะทางขั้นต่ำระหว่างสองกลุ่มมากพอที่จะแสดงความแตกต่างระหว่างกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมี  $p\text{-value} \leq 0.05$  จึงจัดได้ว่าจำนวนกลุ่มที่กำหนดมีความน่าเชื่อถือเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

### การจัดกลุ่มตามลักษณะการกระจายข้อมูล

แม้ได้กำหนดจำนวนกลุ่มด้วยวิธีการทางสถิติไว้แล้วก็ตาม แต่แนวคิดที่นำมาใช้ในการคัดเลือกสมาชิกเข้าสู่กลุ่มยังคงมีความสำคัญเช่นกัน ซึ่งวิธีที่นำมาใช้ควรสอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล ซึ่งในที่นี้ตัวแปรที่ใช้เป็นข้อมูลประเภทตัวเลข ดังนั้นการคัดแยกผู้ใช้เข้ากลุ่ม จะใช้อัลกอริทึมของ K-Means ที่ใช้วิธีจำแนกข้อมูลตามวิธีการที่อธิบายในข้างต้น



รูปที่ 4 ลักษณะการกระจายข้อมูลบนสื่อของสมาชิกในกลุ่ม



หลังจากจำแนกกลุ่มตามพฤติกรรมการส่งผ่านข้อมูลไปยังเพื่อนแล้ว สรุปได้ว่า

1. กลุ่มประชาสัมพันธ์ตัวเอง (Self-Promotion) คิดเป็นร้อยละ 31.2 ของประชากรทั้งหมด เป็นชายร้อยละ 61.2 หญิงร้อยละ 38.8 อายุเฉลี่ย 21.5 ปี ใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างน้อย 2 สื่อ และแต่ละสื่อมีจำนวนบัญชีผู้ใช้อย่างน้อย 2 บัญชี มีเพื่อนในสื่อออนไลน์เฉลี่ย 500-1,000 คน มีความถี่ในการเผยแพร่ข้อมูลเฉลี่ย วันละ 3-5 ครั้ง และมักตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทันทีที่ได้รับการแจ้งเตือนทางโทรศัพท์มือถือ พฤติกรรมเด่นของสมาชิกในกลุ่ม คือ ชื่นชอบการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเอง เป็นต้นว่า ไปเที่ยวสถานที่ที่ใด ไปรับประทานอาหารที่ใด ไปพบปะใคร พบเห็นหรือมีความพอใจกับกิจกรรมหรือข้อมูลใดเป็นส่วนตัว

2. กลุ่มบันเทิงรื่นเริง (Entertainment Fan) คิดเป็นร้อยละ 28.7 ของประชากรทั้งหมด เป็นชายร้อยละ 56.7 หญิงร้อยละ 43.3 อายุเฉลี่ย 18.2 ปี ใช้สื่ออย่างน้อย 3 สื่อ และ แต่ละสื่อมีจำนวนบัญชีผู้ใช้อย่างน้อย 1 บัญชี มีเพื่อนในสื่อออนไลน์เฉลี่ย 1,001-2,000 คน มีความถี่ในเผยแพร่ข้อมูลเฉลี่ย วันละ 1-4 ครั้ง และมักตรวจสอบข้อมูลจากสื่อทันทีที่ได้รับการแจ้งเตือนทางโทรศัพท์มือถือ พฤติกรรมเด่น คือ ชอบเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆเพื่อความบันเทิง เช่น ภาพยนตร์เรื่องใหม่ ละครที่สนใจ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ข่าวสารดารานักกร้อง สินค้าใหม่ โทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่

3. กลุ่มนานาสาระ (Material Gang) มีประชากรในกลุ่มร้อยละ 21.8 ของประชากรทั้งหมด เป็นชายร้อยละ 41.5 หญิงร้อยละ 58.5 อายุเฉลี่ย 21.4 ปี ใช้สื่อเฉลี่ย 1 สื่อ และแต่ละสื่อมีจำนวนบัญชีผู้ใช้อย่างน้อย 1 บัญชี มีเพื่อนสื่อเฉลี่ย 500-1,000 คน ความถี่ในการเผยแพร่ข้อมูลเฉลี่ย วันละ 1-2 ครั้ง และมักตรวจสอบข้อมูลจากสื่อทันทีที่ได้รับการแจ้งเตือนทางโทรศัพท์มือถือ พฤติกรรมเด่นของสมาชิกในกลุ่ม คือ ชอบเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีสาระ และความรู้ใหม่ ให้กับเพื่อนๆ

4. กลุ่มรักสถาบัน (Institute Squad) มีประชากรในกลุ่มร้อยละ 18.3 ของประชากรทั้งหมด เป็นชายร้อยละ 38.3 หญิงร้อยละ 61.7 อายุเฉลี่ย 22.4 ปี ใช้สื่อเฉลี่ย 1 สื่อ และ แต่ละสื่อมีจำนวนบัญชีผู้ใช้อย่างน้อย 1 บัญชี มีเพื่อนในสื่อเฉลี่ย 500-1,000 คน เผยแพร่ข้อมูลเฉลี่ย วันละ 0-1 ครั้ง ขึ้นอยู่กับความพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารนั้นๆ และมักตรวจสอบข้อมูลจากสื่อทันทีที่ได้รับการแจ้งเตือนทางโทรศัพท์มือถือ พฤติกรรมเด่นของสมาชิกในกลุ่ม คือ ชอบร่วมกิจกรรมของสถาบัน และมีความกระตือรือร้นที่จะ

เผยแพร่ข้อมูลด้านความเป็นไปและกิจกรรมของสถาบันที่ศึกษา ทว่ากลุ่มนี้มีส่วนมีสมาชิกจำนวนน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับทุกกลุ่ม

ตารางที่ 3 สรุปคุณสมบัติผู้ใช้รายกลุ่ม

กลุ่มที่	ชื่อกลุ่ม	คุณสมบัติกลุ่ม	สัดส่วน
1	กลุ่มประชาสัมพันธ์ตัวเอง	สัดส่วนประชากร	31.2%
		ชาย:หญิง	61.2:38.8
		อายุเฉลี่ย	21.5
		ความถี่ในการเผยแพร่ข้อมูล/วัน	3-5
		จำนวนสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้	2
		จำนวนบัญชีผู้ใช้ต่อสื่อ	2
		จำนวนเพื่อนในสื่อ	500-1,000
2	กลุ่มบันเทิงรื่นเริง	สัดส่วนประชากร	28.7%
		ชาย:หญิง	56.7:43.3
		อายุเฉลี่ย	18.2
		ความถี่ในการเผยแพร่ข้อมูล/วัน	1-4
		จำนวนสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้	3
		จำนวนบัญชีผู้ใช้ต่อสื่อ	1
		จำนวนเพื่อนในสื่อ	1001-2,000
3	กลุ่มนานาสาระ	สัดส่วนประชากร	21.8%
		ชาย:หญิง	41.5:58.5
		อายุเฉลี่ย	21.4
		ความถี่ในการเผยแพร่ข้อมูล/วัน	1-2
		จำนวนสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้	1
		จำนวนบัญชีผู้ใช้	1
		จำนวนเพื่อนในสื่อ	500-1,000
4	กลุ่มรักสถาบัน	สัดส่วนประชากร	18.3%
		ชาย:หญิง	38.3:61.7
		อายุเฉลี่ย	22.4
		ความถี่ในการเผยแพร่ข้อมูล/วัน	0-1
		จำนวนสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้	1
		จำนวนบัญชีผู้ใช้	1
		จำนวนเพื่อนในสื่อ	500-1,000





ผลที่สำคัญจากการวิจัยครั้งนี้ คือ การกำหนดเอกลักษณ์ของกลุ่มตามความเป็นไปได้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษาไปยังผู้รับ โดยพบว่ากลุ่มที่จำแนกทั้ง 4 กลุ่ม สามารถอธิบายความเหมือนและความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการกระจายข้อมูลของผู้ใช้ได้มากที่สุด แม้ว่าจากแนวปฏิบัติแล้วการจำแนกผู้ใช้เป็นรายบุคคลจะสามารถอธิบายพฤติกรรมได้ละเอียดมากกว่าก็ตาม แต่การจัดการกับข้อมูลจำนวนมากอาจใช้เวลามาก ใช้วิธีการประมวลผลที่ซับซ้อน และมีความผิดพลาดได้ง่าย จนไม่มีความคุ้มค่าในเชิงประจักษ์ ดังนั้นการจัดการกับข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกกลุ่ม จึงเป็นทางเลือกที่มีความเหมาะสม และเมื่อศึกษาถี่กลงไปในรายกลุ่ม พบว่าแต่ละกลุ่มมีลักษณะนิสัย และความชอบในการกระจายข่าวสารของสถานศึกษาที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มหลักที่จะเป็นประโยชน์ในการนำเสนอข่าวสารของมหาวิทยาลัย คือ กลุ่มรักสถาบัน ทว่ากลุ่มมีจำนวนประชากรเพียงหนึ่งในหก ของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในสถานศึกษา เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ทั้งผู้ใช้ในกลุ่มมีเพื่อนในสังคมออนไลน์ไม่มากนัก การเผยแพร่ข้อมูลจึงอาจทำไม่ได้รวดเร็วและทั่วถึงเท่าที่ควร

### สรุปและอภิปรายผล

การวิเคราะห์พฤติกรรมของมนุษย์จากความสัมพันธ์ทางสังคม โดยใช้มิติของมิตรภาพ ความไว้วางใจ และความสัมพันธ์ที่มาจากความรู้สึกของการเป็นกลุ่มก่อนเดี๋ยวก่อน มีความสำคัญต่อการพัฒนาการสื่อสารขององค์กร โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาซึ่งเป็นองค์กรที่มีการคิดค้น พัฒนานวัตกรรม หรือ หลักสูตรใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา การเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่ม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ย่อมเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ศักยภาพของตนเองต่อแวดวงผู้สนใจด้านการศึกษาได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงได้นำแนวคิดของการวิเคราะห์เครือข่ายสังคมมาใช้อธิบายปรากฏการณ์การเผยแพร่ข้อมูล อันเป็นกระบวนการสร้างการรับรู้ของคนในสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะในกรณีที่สถานศึกษาต้องการให้การส่งผ่านข้อมูลของสถาบันไปยังผู้รับได้อย่างรวดเร็ว ทั่วถึง และประหยัด

โดยอาศัยหลักการที่ว่า สมาชิกที่มีพฤติกรรม ค่านิยม และทัศนคติ ใกล้เคียงกัน มักจะรวมตัวกันทางสังคมออนไลน์ และการแสดงออกของคนหนึ่งๆ ก็จะส่งผลไปยังทัศนคติ และการรับรู้ของคนอื่นๆ ในกลุ่มเดียวกัน ทั้งนี้การแสดงออกของคนใดคนหนึ่งมาจากหลายปัจจัย เช่น ความรู้สึก เหตุการณ์ที่กระตุ้น เป็นสถานการณ์ที่มีความซับซ้อนไม่ถาวร จึงต้องใช้วิธีวิเคราะห์แบบผสมผสานระหว่างเชิงจิตวิทยา และเชิงสังคมวิทยา

เพราะการศึกษาการรับรู้ทำได้โดยการศึกษาบริบทของความสัมพันธ์จากโครงสร้างด้านจิตใจ ที่กำหนดให้เกิดพฤติกรรมนั้นๆ แม้การศึกษาจิตใจมนุษย์เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก อย่างไรก็ตามภาพรวมของจิตใจจะสะท้อนมาที่การแสดงออก อันหมายถึงพฤติกรรม ดังนั้นการทำความเข้าใจลักษณะความสัมพันธ์เช่นนี้ สามารถอธิบายได้จากหลักการของกราฟที่แสดงตัวตนของบุคคลแต่ละบุคคลในเครือข่ายในรูปแบบของจุด และเส้นที่เชื่อมโยงจุดหมายถึงความสัมพันธ์ของคนในสังคม ทั้งหลักการนี้ยังสามารถนำไปใช้ในการทำนายเหตุการณ์ในอนาคตได้ แม้ความถูกต้องอาจไม่เทียบเท่ากับการศึกษาเป็นรายคน แต่ผลรวมของสมาชิกย่อยในกลุ่มก็สามารถสะท้อนภาพรวมของคนกลุ่มได้เป็นอย่างดี

การคัดข้อมูลที่มีปริมาณเหมาะสมมาศึกษาจะช่วยเพิ่มความถูกต้องในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ซึ่งความสัมพันธ์นี้สามารถสะท้อนไปที่ภาพรวมของทั้งระบบได้ การประมวลผลจึงจัดทำขึ้นเพื่อจำแนกนักศึกษาที่มีพฤติกรรมคล้ายกัน มาอยู่ในกลุ่มเดียวกันด้วยการจัดกลุ่มข้อมูลตามความคล้ายคลึงกันของตัวแปรในกลุ่มข้อมูล ซึ่งพบว่ากลุ่มของผู้ใช้มี 4 ลักษณะ 1) กลุ่มที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง 2) กลุ่มที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับความสนุกสนาน 3) กลุ่มที่เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และ 4) กลุ่มที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานศึกษา แม้ข้อมูลตั้งต้นที่ใช้ในการวิเคราะห์อาจไม่ใช่ข้อมูลในปีปัจจุบัน แต่จากการสัมภาษณ์เยาวชนวัยเรียนเพิ่มเติมจำนวน 100 คน ในปี พ.ศ.2558 พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จึงสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ในการอนุมานกับประชากรในปัจจุบันได้

ผลจากการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้กลุ่มที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ชื่อเสียง และข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษาไปสู่สาธารณะหลักๆ คือ กลุ่มรักสถาบัน ด้วยเป็นกลุ่มที่มี Loyalty สูงกับสถาบัน และมีความเป็นไปได้สูงกว่าข้อมูลข่าวสารที่ส่งถึงกลุ่มนี้มีโอกาสที่จะกระจายไปยังเพื่อนๆ หรือเพื่อนของเพื่อนได้อย่างแพร่หลาย แต่สิ่งที่ควรคำนึง คือ กลุ่มนี้มีจำนวนน้อย เพียงประมาณหนึ่งในหกของนักศึกษา และสมาชิกในกลุ่มมีเพื่อนไม่มากนัก มีความถี่ในการเผยแพร่ข้อมูลน้อย ดังนั้นความรวดเร็วและความแพร่หลายในการกระจายข้อมูลอาจไม่สามารถสนองตอบวัตถุประสงค์ของสถานศึกษาได้อย่างครบถ้วน ดังนั้นการพุ่งเป้าไปที่ผู้ใช้กลุ่มนี้เพียงกลุ่มเดียวอาจไม่เพียงพอ จึงควรให้ความสนใจกับศึกษากลุ่มอื่นเพื่อขยายฐานการแพร่กระจายข้อมูล เพราะหากคัดเลือกเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ช่องทางการกระจายข้อมูลจะน้อยลง ย่อมไม่เกิดประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม ทั้งนี้การใช้สื่อสังคมออนไลน์



ในการเผยแพร่ข้อมูลของสถานศึกษาไม่เพียงเป็นประโยชน์ต่อกระจายข้อมูลข่าวสารเพียงภายในกลุ่มของนักศึกษาเท่านั้น แต่ยังสามารถกระจายไปยังเพื่อน และเพื่อนของเพื่อนอีกหลายลำดับชั้น โดยไม่จำเป็นต้องรู้จักกันโดยตรง ทั้งยังลดปัญหาจากการติดต่อสื่อสารแบบเดิมๆ ที่ใช้เวลา และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า

### ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอเสนอแนะกระบวนการที่ควรดำเนินการควบคู่ กับการจำแนกกลุ่ม เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถาบัน ดังนี้

1. ปรับแต่งข้อมูลที่ต้องการนำเสนอออกไปให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ในทุกลุ่ม แทนการเน้นไปที่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เป็นต้นว่า การนำเสนอข้อมูลของมหาวิทยาลัยในรูปแบบของการเพิ่มข้อมูลที่แฝงความสนุกสนาน มีรูปแบบที่ทันสมัย น่าติดตาม เพื่อให้เยาวชนเกิดความสนใจที่จะติดตาม หรืออาจมีการจัดทำเป็น ภาพยนตร์สั้น มีการปรับปรุงบ่อยๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มบันเทิงรื่นเริง ให้เข้ามาติดตามและกระจายข้อมูล เพราะกลุ่มนี้มีเพื่อนมากกว่ากลุ่มอื่น และมีสมาชิกในกลุ่มมากที่สุด หากดึงความสนใจจากกลุ่มนี้ได้ จะเป็นการขยายฐานผู้รับข้อมูลได้เร็วที่สุด นอกจากนี้ หากสามารถฟุ้งข้อมูลที่เป็นความรู้ทั่วไปย่อมสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มนานาสาระ ให้เข้ามาติดตามข้อมูลและเผยแพร่ไปยังเพื่อนๆ ในกลุ่มได้อีกด้วย

2. การจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาในกลุ่ม จะทำให้นักศึกษามีความผูกพันกันในกลุ่มมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้การติดต่อของคนในแต่ละกลุ่มมีมากขึ้น โอกาสการกระจายข้อมูลต่อของคนในกลุ่มก็มีมากขึ้น และเร็วขึ้น ยิ่งสมาชิกมีความใกล้ชิดกันมากเพียงไร ก็จะมีมีการติดต่อสื่อสารกันมากเป็นเงาตามตัว

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในรายละเอียดด้านพฤติกรรมอื่นๆ ของสมาชิกในกลุ่ม รวมถึงพฤติกรรมกลุ่ม เป็นต้นว่า พฤติกรรมเลียนแบบ พฤติกรรมการกระจายข้อมูลที่คล้ายๆ กันในกลุ่ม ด้วยสำหรับมหาวิทยาลัยแล้วการเข้าถึงข้อมูลในลักษณะนี้ไม่มีความซับซ้อน เพราะสามารถเรียกดูข้อมูลนักศึกษาได้ หรือหากใช้วิธีสอบถามจากนักศึกษาได้สะดวก ทำให้ทราบได้ว่าใครมีพฤติกรรมแบบใด ควรจัดอยู่ในกลุ่มไหน และใครเป็นผู้มีอิทธิพลในกลุ่ม เพราะบุคคลเหล่านั้นมีความเป็นไปได้สูงที่จะเป็นผู้กระจายข้อมูลในกลุ่ม ดังนั้นหากสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของนักศึกษาต่อการดำเนินกิจกรรมของสถานศึกษา การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถาบันไปยังกลุ่มเป้าหมายย่อมทำได้ไม่ยาก

## เอกสารอ้างอิง

- ขวัญชนก กมลศุภจินดา. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจนเนอเรชั่น : กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สและเจนเนอเรชั่นวาย. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), ม.ธรรมศาสตร์.
- เสาวภาคย์ แผลมเพ็ชร. (2559). พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี. *สุทธิปริทัศน์*, 30(93), 116-130.
- Berkhin, P. (2006). Survey of Clustering Data Mining Techniques. *IEEE*(Accrue Software, Inc.).
- Boccaletta, S., Latorab, V., Morenod, Y., Chavezf, M., & Hwanga, D.-U. (2006). Complex networks: Structure and dynamics. *Physics Reports*, (424), 175 – 308.
- Cheung, C. M. K., Chiu, P.-Y., & Lee, M. K. O. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, 27, 1337-1343.
- Du, Z., Fu, X., Zhao, C., & Liu, T. (2012). University Campus Social Network System for Knowledge Sharing. *IEEE*(International Conference on Systems and Informatics (ICSAI 2012)), 2505-2508.
- Duggan, M. (2015). *The Demographics of Social Media Users. Mobile Messaging and Social Media 2015*. 2015. สืบค้นจาก [www.pewinternet.org/2015/.../mobile-messaging-and-social-media-2015](http://www.pewinternet.org/2015/.../mobile-messaging-and-social-media-2015). สืบค้นเมื่อ 1/1/2016.
- Hawkins, D. M. (1980). *Identification of Outliers* : Chapman and Hall.
- Jamil, S., Zehra, F., Naqvi, R., & Bhamani, S. (2013). Impact of Facebook Intensity on Academic Grades of Private University Students. *IEEE*, 1-10.



- Lee, I., & On, B.-W. (2012). Community Detection for Large Scale Social Network Sites. *IEEE*.
- Leelathakul, N., & Chaipah, K. (2013). Quantitative Effects of using Facebook as a Learning Tool on Students' Performance. *IEEE(2013 10th International Joint Conference on Computer Science and Software Engineering (JCSSE))*, 87-72.
- Lenhart, A. (2015, April 9, 2015). *Teens, Social Media & Technology Overview 2015*. 2015. สืบค้นจาก [www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015](http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015) . สืบค้นเมื่อ 1/1/2016.
- Russell, M. A. (2011). *Mining the Social Web*. O'Reilly.
- Tang, T., Hämmäläinen, M., Virolainen, A., & Makkonen, J. (2011). Understanding User Behavior in a Local Social Media Platform by Social Network Analysis. *ACM(MindTrek'11 September 28-30, 2011, Tampere, Finland.)*, 183-188.