

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต  
ระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

The causal factors influencing the reliability of data from social media  
of undergraduate students Faculty of Education Burapha University

คำรัส อ่อนเฉวียง\*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์และสร้างแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 513 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster sampling) ผลการวิจัย พบว่า 1) แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา สามารถอธิบายค่าอิทธิพลเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยเกี่ยวกับสังคมออนไลน์ มีค่าขนาดอิทธิพล 0.75 ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์นิต มีค่าขนาดอิทธิพล 0.62 ปัจจัยเกี่ยวกับตัวสื่อ มีค่าขนาดอิทธิพล 0.28 ปัจจัยเกี่ยวกับผู้นำเสนอข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าขนาดอิทธิพล 0.19 ปัจจัยเกี่ยวกับนิต มีค่าขนาดอิทธิพล 0.2 ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.2 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 2) ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าไค-สแควร์มีค่าเท่ากับ 272.48 ที่ องศาอิสระเท่ากับ 143 และค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.001 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การวิเคราะห์ค่าดัชนีวัด ระดับความกลมกลืน(GFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับค่าแล้ว (AGFI) มีค่า เท่ากับ .90 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.047 และค่าดัชนีรากที่สองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.034 ซึ่งเข้าใกล้ ศูนย์ ซึ่งเป็นการสนับสนุนว่าแบบจำลองการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ : ปัจจัยเชิงสาเหตุ/ การเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์

Abstract

The purposes of this research were analyze causal factors influencing the reliability of data form social media. of the undergraduate students Faculty of Education Burapha University. The sample of this research was 513 students in the Faculty of Education, Burapha University, by cluster sampling. The research results found that: 1) The causal factors influencing the reliability of data from social media of undergraduate students Faculty of Education Burapha University Describe the influence values in descending order. The social dimension influence size 0.75,

\*อาจารย์ประจำภาควิชาวัฒนธรรมและเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Behavioral factors affect social media behavior with the influence size 0.62, Media factors influence size 0.28, The Contributor influence size 0.19, Student Factors influence size 0.2 and Data Source influence size 0.2 and p-Value =0.000. 2) The results confirm the consistency of causal models that influence the trust of social media. Of the undergraduate students Faculty of Education Burapha University Analyze the relationship between the variables. The data were analyzed. The model is consistent with the empirical data. Based on the statistics used to determine the The correlation between the model and the empirical data was 272.48 at an independent degree of 143 and p-Value =0.000, which indicates that at .05 significant level. The researcher was asked by the researcher. Chi-square test results Accept the hypothesis that the model The developed research is consistent with empirical data. This is consistent with the measurement results. The GFI was 0.94. The AGFI value was .90, which was close to 1. The RMSEA was 0.047 and The mean square root of the remainder (RMR) is 0.034 which approaches zero, which supports that the research model is consistent with the empirical data.

**Keywords :** causal factors influencing/ the reliability of data from social media

## บทนำ

สถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์การทางวิชาการที่สำคัญยิ่งในการผลิตและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณค่าต่อสังคมและประเทศชาติ สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ตามมาตรา 28 ที่ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยได้กำหนดว่า “การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นการศึกษาที่มีความมุ่งหมายเฉพาะที่จะพัฒนาวิชาการ วิชาชีพชั้นสูง และการค้นคว้าวิจัย เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และพัฒนาสังคม” (กระทรวงศึกษาธิการ, 2542) และสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยบูรพา (คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2549) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพของนิสิต มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพ “ในเชิงวิชาการ” ซึ่งครอบคลุมความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการประยุกต์ศาสตร์ที่ศึกษาในทางปฏิบัติให้เป็นที่ประจักษ์และเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ รวมทั้งความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์หลังจากสำเร็จการศึกษาให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานที่สังกัดหรือสังคมชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมและมีความเหมาะสมกับบริบทการพัฒนา และคุณภาพ “ในเชิงการเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคม” ครอบคลุมการดำรงตน การยึดมั่นในหลักคุณธรรมจริยธรรมที่ตงามตามขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมไทย รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะ กลยุทธ์ที่ 1.5 เน้นการเสริมสร้างพัฒนาทักษะทางสังคม และทักษะการใช้ชีวิตที่เหมาะสมกับบรรทัดฐานของสังคมไทยตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง และมีความสอดคล้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศไทย

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) - เนคเทค ได้ทำการเปรียบเทียบข้อมูลรายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในระยะเวลา 12 ปี พบว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันในระยะเวลาที่นานขึ้น ในปี 2544 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 18.7 เท่านั้น และได้เพิ่มเป็นร้อยละ 38.9 ในปี 2556 ในทำนองเดียวกัน ในปี 2544 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 53.6 แต่ในปี 2556 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เหลือเพียงแค่ 35.7 ทำให้ในภาพรวม พบว่าภายในระยะเวลา 12 ปีนับตั้งแต่ปี 2544 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนชั่วโมงการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 76.3 การใช้ระยะเวลาที่นานขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะมีการพัฒนา ในด้านอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่นอกจากจะใช้อินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะแล้ว ผู้ใช้มีแนวโน้มหันมาใช้อุปกรณ์ที่สามารถพกพาไปได้ทุกสถานที่มากขึ้น ทั้งสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตพีซี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2556) สอดคล้องกับ ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2556 แบ่งออกเป็น เพศหญิง ร้อยละ 56 เพศชาย ร้อยละ 43.1 และเพศที่สาม เพียงร้อยละ 1.3 เท่านั้น โดยสามารถแบ่งภาพรวมของ การสำรวจออกเป็นประเด็น ค่าเฉลี่ยของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นจากการใช้งานโดยเฉลี่ย 32.3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือประมาณ 4.6 ชั่วโมงต่อวัน ในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 50.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาประมาณ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน หรืออาจจะกล่าวได้ว่า ปัจจุบันนี้คนใช้เวลาเกือบ 1 ใน 3 ของวันเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มเพศที่สามมีจำนวนค่าเฉลี่ยชั่วโมง ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด อยู่ที่ 62.1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จากผลการสำรวจ แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อความบันเทิงและการสื่อสารเป็นหลัก โดย 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับ 1 การพูดคุยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ร้อยละ 78 อันดับ 2 อ่านข่าวหรือ e-book ร้อยละ 56 และอันดับ 3 ค้นหาข้อมูล ร้อยละ 56 และเครือข่ายสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันยอดนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ Facebook คิดเป็นร้อยละ 93.7 LINE คิดเป็นร้อยละ 86.8 และ Google คิดเป็นร้อยละ 34.6 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2556) และภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของวัยรุ่นในประเทศไทย กรณีศึกษา : facebook (เฟสบุ๊ก) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 19 -21 ปี ซึ่งอยู่ระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอัตราการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีการใช้เวลาประมาณ 1-3 ชั่วโมง ในการเข้าถึงแต่ละครั้ง โดยส่วนใหญ่ใช้ facebook (เฟสบุ๊ก) โต้ตอบในกระดานสนทนา การเข้าร่วมกลุ่มเพื่อเล่นเกมส์ และตอบคำถาม (Quiz) การแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร การแบ่งปันรูปภาพ การแบ่งปันคลิป วิดีทัศน์ และการร่วมแสดงความคิดเห็น โดยการกดปุ่มไลค์ (Like) เป็นต้น

การเชื่อถือข้อมูล หมายถึง สภาพการของบุคคลที่มั่นใจ หรือไว้วางใจ ว่า ข่าวสาร เอกสาร ข้อเท็จจริง ที่ได้รับรู้มานั้นเป็นจริง โดยผ่านกระบวนการรับรู้ การประเมินข้อมูล และการยอมรับข้อมูล จากข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะปัจจุบันของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนไทย แสดงให้เห็นว่าเด็กและเยาวชนไทยใช้เวลาจำนวนมากอยู่กับสื่อ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยให้เยาวชนสามารถเข้าถึง และนำเสนอข้อมูลหลายรูปแบบได้โดยง่าย ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว ถือเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน อย่างไรก็ตามสื่อ บางแหล่งนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสม มีประโยชน์ แต่บางสื่อก็นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม นำเสนอข้อมูลที่เกินจริง แต่งเติม สร้างภาพ หรือบิดเบือนความจริงไป เพื่อแสวงหาผลกำไร หรือผลประโยชน์ การนำเสนอผ่านสื่อจึงมีการแข่งขันกันเพื่อนำมาซึ่งประโยชน์ที่ลุ่มง่หว้าง (วิมลศรี ศุขิลวรรณ, 2555) ขณะที่เยาวชนไทย ในช่วงอายุ 18 - 22 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยเรียนระดับอุดมศึกษา ซึ่งมีความเป็นตัวของตัวเอง และพัฒนาความมั่นใจในตนเองในอัตราที่สูง แต่ยังคงขาดประสบการณ์ จึงมีความเสี่ยงในการเลือกรับ เชื่อถือ และนำเสนอข้อมูล ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอัตราที่สูงเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ (สุกัญญา บุรณเดชาชัย, 2552) ได้ศึกษาผลของการเปิดรับข่าวจากอินเทอร์เน็ต ที่มีผลต่อวิถีดำเนินชีวิตของนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ปัจจัยด้านทักษะมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่าด้านทักษะ และด้านความรู้มีน้ำหนักขององค์ประกอบทางสังคมมากที่สุด ส่วนด้านทัศนคติน้ำหนัก องค์ประกอบทางสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

จากสภาวะดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบของที่มีต่อเด็กและเยาวชนในระดับสูง เยาวชนจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้เกิดการเรียนรู้เท่าทันสื่อ กล่าวคือความสามารถป้องกันตนเองจากการถูกจู่โจมจากเนื้อหาของสื่อ สามารถวิเคราะห์เนื้อหาของสื่ออย่างมีวิจารณญาณ เพื่อให้สามารถควบคุมการตีความเนื้อหาของสื่อ ที่ดู ฟัง หรือมีปฏิสัมพันธ์ด้วย ดังนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะรู้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เพียงพอต่อความเข้าใจในพฤติกรรมกรการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการเชื่อถือข้อมูลจากแหล่งดังกล่าว ที่มีความละเอียดอ่อนในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย ประกอบการตัดสินใจที่นำไปสู่ข้อเสนอแนะและเป็นพื้นฐานในการออกแบบและพัฒนากระบวนการเรียนการสอนที่เหมาะสม ก่อให้เกิดการเรียนรู้ตามกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้ของเยาวชนที่ตรงตามต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์และสร้างแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

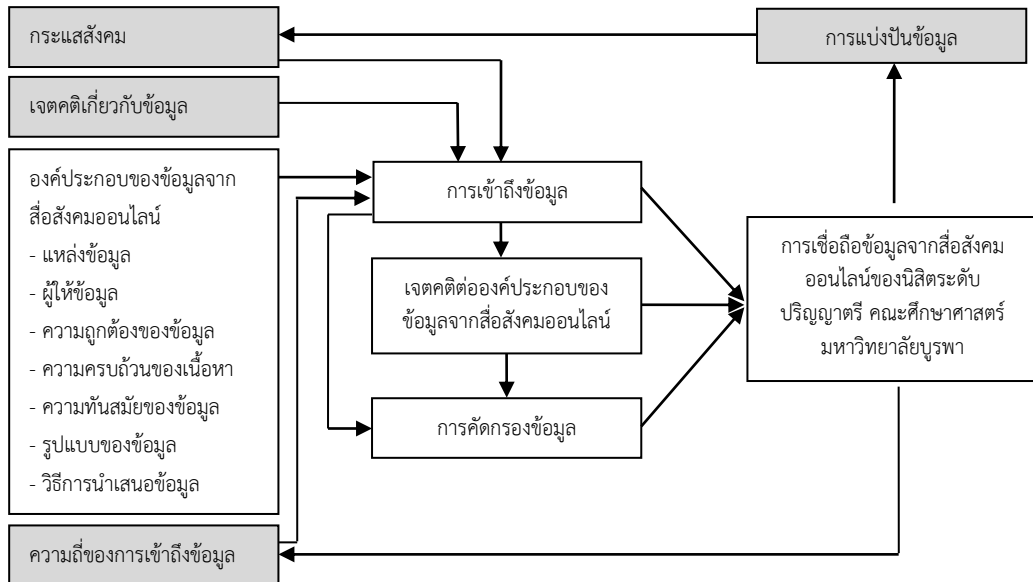
### ความสำคัญของงานวิจัย

แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จะเป็นแนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือให้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ และเป็นแนวทางในการใช้สื่อและรู้เท่าทันสังคมออนไลน์ให้ สำหรับครูอาจารย์ ผู้ปกครองและผู้ผลิตสื่อ ต่อไป

### คำถามในการวิจัย

1. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาปัญหามีลักษณะเป็นอย่างไร
2. แบบจำลองสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพามีลักษณะเป็นอย่างไร

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตไว้ ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 4,236 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 513 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster sampling)
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย
  - 3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ องค์ประกอบของข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์
  - 3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แนวคำถามสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้เชี่ยวชาญ
2. แบบประเมินแบบสำรวจการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน
3. แบบสำรวจการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
4. โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

2. สร้างแบบจำลอง (Model) ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์

3. สร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล

**การสร้างเครื่องมือเก็บบันทึกข้อมูล** ผู้วิจัยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาเครื่องมือเก็บบันทึกข้อมูลประกอบด้วย

1.1 แบบสำรวจการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์นิต

ตอนที่ 3 ปัจจัยเกี่ยวกับตัวสื่อ

ตอนที่ 4 ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล

ตอนที่ 5 ปัจจัยเกี่ยวกับผู้นำเสนอข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 6 ปัจจัยเกี่ยวกับสังคมออนไลน์

1.2 แบบประเมินแบบสำรวจการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน

1.3 แนวคำถามสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้เชี่ยวชาญ

1.4 โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป

2. การหาคุณภาพเครื่องมือ

2.1 ตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน แบบสำรวจการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิคนจำนวน 5 ท่านคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา (IC) ใช้เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป

2.3 หาค่าอำนาจจำแนก โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทุกข้อ (Item Total Correlation) โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทุกข้อ (Item Total Correlation) คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนก (r) ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป

2.4 หาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ดำเนินการโดยนำแบบสำรวจการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ที่ผ่านตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงเพื่อศึกษาว่ารายการของสิ่งที่ต้องการสำรวจเหล่านั้นสามารถสำรวจได้จริง โดยมีทำแบบสำรวจ จากนั้นนำผลการทำแบบสำรวจคำนวณหาค่าเชื่อมั่นด้วยวิธีของคาร์เวอร์ (Carver Method) (อ้างถึงใน ไพรัตน์ วงษ์นาม, 2543) (ไพรัตน์ วงษ์นาม, 2547) ซึ่งมีค่าเท่ากับ .88 ถือว่าเป็นไปตามเกณฑ์ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

3. เก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Discriptive

Research) มีแบบแผนการวิจัยกลุ่มตัวอย่างเดี่ยว ศึกษาสภาพการณ์โดยไม่มีการทดลอง (one shot, non-experimental, case study design)

3.2 การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยส่งแบบสำรวจไปยังกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 367 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม

#### 4. วิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) ด้วยโปรแกรม LISREL

4.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Goodness of Fit Measures) ดังนี้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

4.2.1 ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics)

4.2.2 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index : GFI)

4.2.3 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแล้ว (Adjusted Goodness-of-Fit Index : AGFI)

4.2.4 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA)

#### สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับเชื่อถือข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้มากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน รายละเอียดดังนี้

การใช้แอปพลิเคชันดังนี้ 1) แอปพลิเคชัน Facebook ร้อยละ 56.14 2) แอปพลิเคชัน YouTube ร้อยละ 18.13 3) แอปพลิเคชัน Line ร้อยละ 11.11 4) แอปพลิเคชัน Twitter ร้อยละ 4.09 5) แอปพลิเคชัน Instagram ร้อยละ 8.77 และ 6) แอปพลิเคชัน อื่นๆ ร้อยละ 1.75

จุดประสงค์การใช้ 1) รับข่าวสารร้อยละ 33.92 2) บันทึกร้อยละ 36.26 3) สังคมร้อยละ 21.05

4) ซื้อสินค้าร้อยละ 4.68 5) สืบค้นข้อมูลร้อยละ 3.51 และ 6) ท่องเที่ยว ร้อยละ 0.58

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์พร้อมสื่ออื่น 1) ใช้ระหว่างรอร้อยละ 53.80 2) ใช้ขณะนอนเล่น หรือก่อนนอน ร้อยละ 30.41 3) ใช้ระหว่างดูทีวีร้อยละ 3.51 4) ใช้ระหว่างประชุม หรือช่วงเวลาเรียนร้อยละ 1.95 5) ใช้ระหว่างทานอาหารร้อยละ 1.56 6) ใช้ระหว่างเดินทางร้อยละ 1.17 และ 7) ใช้ในขณะที่เข้าห้องน้ำร้อยละ 0.58

แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่นิสิตเชื่อถือข้อมูล 1) แอปพลิเคชัน Wiki ร้อยละ 50.87 2) แอปพลิเคชัน YouTube ร้อยละ 14.62 3) แอปพลิเคชัน Facebook ร้อยละ 12.87 4) แอปพลิเคชัน Twitter ร้อยละ 11.11 5) แอปพลิเคชัน Line ร้อยละ 7.60 และ 6) แอปพลิเคชัน Instagram ร้อยละ 2.92

ปัจจัยเกี่ยวกับข้อมูล พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมี ตัวแปรที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.93) ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.93) ความสอดคล้องกับข้อมูลจากหลายแหล่ง (ค่าเฉลี่ย 4.93) และข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการอ้างอิงหรือพิสูจน์ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.93) ตัวแปรที่มีค่าอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาตรงกับความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย 4.91) ตัวแปรที่มีค่าอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเร็วทันเวลาทันเหตุการณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) ความหลากหลายของการนำเสนอเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.23) ความต่อเนื่องของการนำเสนอเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.11) และความกระชับรัดกุมเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ หน้าเว็บเพจขององค์กรภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่



หน้าเว็บเพจขององค์กรที่ไม่หวังผลกำไร (ค่าเฉลี่ย 3.26) หน้าเว็บเพจขององค์กรเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.15) หน้าเว็บเพจส่วนบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.82) และตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยคือ หน้าเว็บเพจของร้านขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.49)

ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูลพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ หน้าเว็บเพจใดๆซึ่งนักวิชาการเฉพาะด้าน (ความเชี่ยวชาญ ตรงตามขอบข่ายของข้อมูล) เป็นผู้ให้ข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.93) และตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ เพื่อนของนิสิตเป็นผู้ให้ข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.91) บุคคลใกล้ชิดของนิสิตเป็นผู้ให้ข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.91) บุคคลผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ให้ข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.84) และตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยคือ บุคคลทรงอิทธิพลในอินเทอร์เน็ต (Net Idol) ผู้ให้ข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.47)

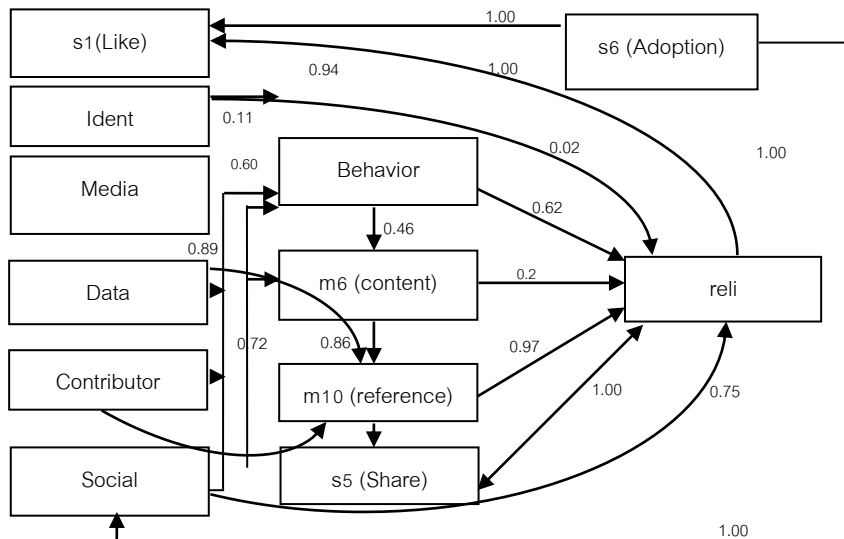
ปัจจัยเกี่ยวกับสังคมออนไลน์พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การนำข้อมูลนั้นมาใช้อย่างเปิดเผย (ค่าเฉลี่ย 4.94) กดแชร์ (Share) หรือนำข้อมูลนั้นเปิดเผย (ค่าเฉลี่ย 4.93) จำนวนการกดแชร์ (Share) ข้อมูลนั้นๆปริมาณสูงๆ(ค่าเฉลี่ย 4.92) จำนวนการกดไลค์ (Like) ข้อมูลนั้นๆปริมาณสูง (ค่าเฉลี่ย 4.92) ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือการอภิปรายเกี่ยวกับข้อมูลไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยคือ ข้อความพาดหัว(Topic) ชื่นำการเข้าถึงข้อมูลน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.73)

## 2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต(reli) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากตัวแปร จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปร ปัจจัยเกี่ยวกับนิสิต (Ident) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.2 ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์นิสิต (behav) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.62 ปัจจัยเกี่ยวกับตัวสื่อ (Media) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.28 ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล (Data) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.2 และความการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต ปัจจัยเกี่ยวกับผู้นำเสนอข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ (Contributor) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.19 ปัจจัยเกี่ยวกับสังคมออนไลน์ (Social) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.75 และยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากตัวแปร ปัจจัยเกี่ยวกับผู้นำเสนอข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ (Contributor) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.04 ปัจจัยเกี่ยวกับสังคมออนไลน์ (Social) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.06

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ (reli) พบว่า การเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิต ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยเกี่ยวกับสังคมออนไลน์ (Social) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.75 แสดงว่าเมื่อนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มีการรับรู้ข้อมูลจากสังคมออนไลน์ จะแสดงออกถึงพฤติกรรมการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์นิสิต (behav) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.62 อย่างไรก็ตามเมื่อนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ เข้าถึงข้อมูล และเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์แล้ว จะแสดงออกถึงการกดแชร์ (Share) (s5) ด้วยขนาดอิทธิพลทางบวกเท่ากับ 1.00 และการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (Adoption) (s6) ด้วยขนาดอิทธิพลทางบวกเท่ากับ 1.00





ภาพประกอบที่ 2 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างและค่าสัมประสิทธิ์

3. การตรวจสอบความตรงของแบบจำลอง ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิเคราะห์โดยกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนในการวัดสัมพันธ์กันได้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความ สอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์มีค่าเท่ากับ 272.48 ที่ องศาอิสระเท่ากับ 143 และค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าที่ระดับนัยสำคัญ ที่ .05 ตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด ผลการทดสอบค่าไค-สแควร์ ยอมรับสมมติฐานว่าแบบจำลองการ วิจัยที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัด ระดับความกลมกลืน(GFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับค่าแล้ว (AGFI) มีค่า เท่ากับ .90 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.047 และค่าดัชนีรากที่สองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.034 ซึ่งเข้าใกล้ ศูนย์ ซึ่งเป็นการสนับสนุนว่าแบบจำลองการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยได้เสนอแนะว่าปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เรียงลำดับจากค่าอิทธิพลจากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยเกี่ยวกับสังคมออนไลน์ (Social) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.75 ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์นิติต (behav) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.62 ปัจจัยเกี่ยวกับตัวสื่อ (Media) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.28 ปัจจัยเกี่ยวกับผู้นำเสนอข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ (Contributor) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.19 ปัจจัยเกี่ยวกับนิติต (Ident) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.2 ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล (Data) ด้วยค่าขนาดอิทธิพล 0.2 ดังนั้นจึงควรใช้ ผลการวิจัยนี้เป็นฐานในการกำหนดหนนนโยบายและวางแนวทางในการออกแบบบทเรียนโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ บุคลากร และคณาจารย์ ตระหนักถึงความสำคัญของอิทธิพลของการนำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการเชื่อถือข้อมูลของนิติตในสังคมได้อย่างมีคุณภาพและเอื้อประโยชน์ต่อสังคมต่อไป

1.2 ผลการวิจัยที่ได้ยืนยันถึงความเกี่ยวข้องระหว่างข้อมูล สังคมออนไลน์ พฤติกรรมการเข้าถึงแหล่งข้อมูล และการเชื่อถือข้อมูล ดังนั้นในการวางแผนหรือมาตรการใดๆที่จะส่งผลให้นิสิตได้มีทักษะการใช้แหล่งข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม หรือบูรณาการในกิจกรรมการเรียนการสอนสำหรับรายวิชาที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ และประเมินสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยลักษณะกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นลักษณะวิชาบรรยาย วิชาทฤษฎี

1.3 ข้อควรระวังในใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอข้อมูล ผู้สอนต้องชี้แนะแนว และควบคุมทางการพิจารณา ให้คุณค่าและประเมินข้อมูล ในแนวทางที่เหมาะสม โดยเฉพาะประเด็นผลกระทบจากข้อมูลที่จริงหรือกระแสสังคมออนไลน์เกี่ยวกับประเด็นที่ไม่เหมาะสม เพื่อให้ทัศนคติที่ดีต่อการเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่เหมาะสม

## 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยต่อไปควรมีการตรวจสอบความแข็งแกร่งและไม่แปรเปลี่ยนของรูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์การเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี กับกลุ่ม ประชากรนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อผลการวิจัยจะได้สามารถสรุป อ้างอิงได้กว้างขวางยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ช่วยผลิตสื่อหลายรูปแบบเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลให้ผู้เรียน ช่วยวิเคราะห์คัดกรองเนื้อหาเพื่อนำมาเสนอเนื้อหาให้ผู้เรียนรูปแบบต่างๆ ทั้งหมดนี้เป็นส่วนสำคัญมากในการใช้ระบบการจัดการเรียนการสอนสำหรับการศึกษายุค 4.0 ต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้เรียนกับผู้สอนที่เหมาะสมสำหรับระบบการจัดการเรียนการสอนผ่านสังคมออนไลน์

2.4 ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาแบบวัดความเชื่อถือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์

2.5 ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการแสดงพฤติกรรมในโลกออนไลน์ของนิสิต เพื่อให้ทราบพฤติกรรมของนิสิตเกี่ยวกับการรับข้อมูล และการตอบสนองต่อข้อมูลในสังคมออนไลน์ต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2)*

พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. (2549). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2559*. ชลบุรี :

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *การวิเคราะห์ทอภิมาน*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพรัตน์ วงษ์นาม. (2547). *หลักการวิจัยทางการศึกษา*. ชลบุรี : ภาควิชาวิจัยและวัดผลการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย*

กรณีศึกษา : facebook. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิมลศรี ศุภิลวรรณ. (2555). *การเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 เพลินพัฒนาโมเดล : ทั้งนี้ทั้งเรียนและครูพัฒนาทักษะ*

การเรียนรู้ด้วยตนเอง. กรุงเทพฯ: กรีน พรินท์.

สุกัญญา บุรณเดชาชัย. (2552). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวทางอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัย*

บูรพา. ชลบุรี: ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2556). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้*

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2556. กรุงเทพฯ.