

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

@thaitrend. *Top Followers - @thaitrend*. (2553). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

<http://www.lab.in.th/thaitrend/rank-follower.php> [2553, ธันวาคม 12]

Top 20 Facebook Fan Page ของไทย. (2553). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

<http://www.marketingoops.com/reports/metrix/top-20-facebook-fan-page-thai/>
[2553, ธันวาคม 12]

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. (2553). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

<http://internet.nectec.or.th/webstats/internetuser.iir?Sec=internetuser> [2553,
ธันวาคม 12]

ฉานภาณุ มงคลฤทธิ์. (2552). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดและการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผู้หญิงช่างฝอย ไม่น้อยกว่าชายมากกว่าแค่ 3%. (2551). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

http://news.sanook.com/technology/technology_155507.php [2554, เมษายน 14]

ภัทรพร เสนไกรกุล. (2551). *การเปิดรับ แรงจูงใจในการใช้สื่อ ทัศนคติและพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณาของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อดั้งเดิมและสื่อรูปแบบใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภนาฏ บัวบางพลู. (2546). *พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายภูมิภาคภาค*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Alstyne, M. V., and Brynjolfsson, E. (1996). *Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans?* Paper presented at the International Conference on Information.
- *Top Sites in Thailand*. (2010). [Online]. Available from :
<http://www.alexa.com/topsites/countries/TH> [2010, December]
 - boyd, d. (2004). Friendster and publicly articulated social networks. *Proceedings of ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1279-1282). New York: ACM Press.
 - boyd, d. (2006a). Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing community into being on social network sites. *First Monday*, 11 (12).
 - boyd, d. (2006b, March 21). Friendster lost steam. Is MySpace just a fad? *Apophenia Blog*. [Online]. Available from :
<http://www.danah.org/papers/FriendsterMySpaceEssay.html> [2010, December]
 - boyd, d. m., and Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-mediated communication*, 13(1), article 11.
 - boyd, d. m., and Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-mediated communication*, 13(1), article 11.
 - Biocca, F., & Harm, C. (2002). *Defining and measuring social presence: Contribution to the Networked Minds Theory and Measure*.
 - Biocca, F., Harms, C., & Burgoon, J. (submitted). *Criteria for a theory and measure of social presence*.
 - Brett Borders. *A Brief History Of Social Media*. [Online]. Available from :
<http://socialmediarockstar.com/history-of-social-media> [2010, December]
 - Caspi, A., & Blau, I. (2008). *Social presence in online discussion groups: testing three conceptions and their relations to perceived learning*.
 - Caspi, A., Chajut, E., Saporta, K., & Beyth-Marom, R. (2006). The influence of personality on social participation in learning environments. *Learning and Individual Differences*, 16(2), 129-144.

- Caspi, A., & Gorsky, P. (2005). Instructional media choice: Factors affecting the preferences of distance education coordinators. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 14(2), 169–198.
- Caspi, A., & Gorsky, P. (2006). Instructional dialogue: Distance education students' dialogic behavior. *Studies in Higher Education*, 31(6), 735–752.
- Caspi, A., Gorsky, P., & Chajut, E. (2003). The influence of group size on non-mandatory asynchronous instructional discussion groups. *The Internet and Higher Education*, 6(3), 227–240.
- Chafkin, M. (2007, June). How to kill a great idea! *Inc. Magazine*. [Online]. Available from : <http://www.inc.com/magazine/20070601/features-how-to-kill-a-great-idea.html> [2010, December]
- Chapman. (2008). *Social network marketing, Engagment marketing and brands*. [Online]. Available from : <http://www.socialnetworkmarketinguk.com/> [2010, December]
- Checkfacebook. (2009). *10 fastest growing over past week*. [Online]. Available from : <http://www.checkfacebook.com> [2010, January]
- Cohen, R. (2003). Livewire: Web sites try to make internet dating less creepy. *Reuters*. [Online]. Available from : <http://asia.reuters.com/newsArticle.jhtml?type=internetNewsandstoryID=3041934> [2010, December]
- Coyle, L. & Vaughn. (2008). Social networking: Communication revolution or evolution?. *Bell Labs Technical Journal*, 13(2), 13–18.
- Daft, R. L., and Lengel, R. H. (1984). Information richness: A new approach to managerial behavior and organizational design. In L. L. Cummings and B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior* (191-233). Homewood, IL: JAI Press.
- Daft, R. L., and Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554-571.
- Flew, Terry (2008) *New media : an introduction (3rd edition)*. Oxford University Press, Melbourne.
- Wertime, K., and Fenwick, I. (2008). *DigiMarketing: The essential guide to New media and digital marketing*. Singapore: John Wiley.

- Friendster Valued At Just \$26.4 Million In Sale*. [Online]. Available from :
<http://www.techcrunch.com/2009/12/15/friendster-valued-at-just-26-4-million-in-sale/> [2010, December]
- Gefen D., Straub D.W. Consumer trust in B2C e-Commerce and the importance of social presence: Experiments in e-Products and e-Services (2004) *Omega*, 32 (6), pp. 407-424.
- Goldberg, S. (2007, May 13). Analysis: Friendster is doing just fine. *Digital Media Wire*. [Online]. Available from :
<http://www.dmwmedia.com/news/2007/05/14/analysis-friendster-is-doing-just-fine> [2010, December]
- Gunawardena, C. N. (1995). Social presence theory and implications for interaction and collaborative learning in computer conferences. *International Journal of Educational Telecommunications*, 1(2/3), 147-166.
- Gunawardena, C. N., & Zittle, F. J. (1997). Social presence as a predictor of satisfaction within a computer-mediated conferencing environment. *The American Journal of Distance Education*, 11(3), 8-26.
- Graham, J. & Havlena, W. (2007). Finding the Missing Link: Advertising's impact on word of mouth, web searches and site visits. *Journal of Advertising Research*, 47(4), 427-435.
- Hargittai. (2008). Whose Space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 276-297.
- Hassanein, K., Head, M. (2005/6). "The Impact of Infusing Social Presence in the Web Interface: An Investigation Across Different Products". *International Journal of Electronic Commerce (IJEC)*, 10(2), Winter, 31-55.
- Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication, and Society*, 8 (2), 125-147.
- Herring, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet*, 4(1) . [Online]. Available from :
http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761/Faceted_Classification_Scheme_for_CMD.pdf [2010, December]

- Hiltz, S. R., and Turoff, M. (1993). *The network nation*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kehrwald, B. (2007). The ties that bind: Social presence, relations and productive collaboration in online learning environments. In ICT: Providing choices for learners and learning. *Proceedings ascilite Singapore 2007*.
<http://www.ascilite.org.au/conferences/singapore07/procs/kehrwald.pdf>
- Kemp, N. J., and Rutter, D. R. (1986). Social interaction in blind people: An experimental analysis. *Human Relations*, 39(3), 195-210.
- Kerr, E. and Hiltz, S (1982) *Computer-mediated communication Systems: Status and Evaluation*. New York: Academic Press.
- Kevin Kawamoto. (1997). *10 things you should know about New media: A user-friendly primer : released at the Seminar for Technology Educators*, The Freedom Forum Pacific Coast Center, San Francisco.
- Kockelkoren, Gilles Marcus Joseph. (2007). *Antecedents and Effects of Social Presence: a Video Communication Field Study in Nuenen*
- Kopytoff, V. (2004). Google's orkut puzzles experts. *San Francisco Chronicle*.
- Li. (2007) How consumer use social networks. *Forrester Research*. [Online]. Available from : <http://www.forrester.com> [2010, December]
- Li. (2007) Marketing on social networking sites. *Forrester Research*. [Online]. Available from : <http://www.forrester.com> [2010, December]
- Lowenthal, P. R. (in Press). Social presence. In P. Rogers, G. Berg, J. Boettcher, C. Howard, L. Justice, & K. Schenk (Eds.), *Encyclopedia of distance and online learning (2nd ed.)*. Information Science Reference.
- Lowenthal, P. R. (in Press). The Evolution and Influence of Social Presence Theory on Online Learning. To appear in T. T. Kidd (Ed.), *Online education and adult learning: New frontiers for teaching practices*. Hershey, PA: IGI Global.
- Lombard, M., & Ditton, T. (1997). At the heart of it all: The concept of presence.
- McQuail, Denis. (2005). *Mcquail's Mass Communication Theory. 5th ed*. London: SAGE Publications.
- Neilsen. (2009). *Social networking and blog sites capture more internet time and advertising*. [Online]. Available from :

- http://blog.nielsen.com/online_mobile/social-networking-and-blog-sites-capture-more-internet-time-and-advertising/ [2010, December]
- O'Shea, W. (2003, July 4-10). Six Degrees of sexual frustration: Connecting the dates with Friendster.com. *Village Voice*. [Online]. Available from : <http://www.villagevoice.com/news/0323,oshea,44576,1.html> [2010, December]
- Raacke & Bonds-Raccke. (2008). Myspace and facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyber Psychology & Behavior*, 11(2), 169-174.
- Reber, A. (1995). *The penguin dictionary of psychology*. England: Penguin Books.
- Rice, RE (1989). *Issues and concepts in research on Computer-mediated communication systems*. Communication Yearbook, 12.
- Rice, R. E. (1993). *Media appropriateness: using social presence theory to compare*.
- Riegner. (2007). Word of mouth on the web: The impace of web 2.0 on consumer purchase decision. *Journal of Advertising Research*, 47(4), 436-447.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior* (8th ed.) Upper Saddle River, NJ:Pearson/Prentice Hall.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication technology: The New media in society*. New York: Free Press.
- Rogers, P., & Lea, M. (2005). Social presence in distributed group environments: The role of social identity. *Behaviour & Information Technology*, 24(2), 151–158.
- Rourke, L., & Anderson, T. (2002). Exploring social interaction in computer conferencing. *Journal of Interactive Learning Research*, 13(3), 257–273.
- Rourke, L., Anderson, T., Garrison, D.R., & Archer, W. (1999). Assessing social presence in asynchronous, text-based computer conferencing. *Journal of Distance Education*, 14(3), 51–70.
- Rutter, D. R. (1984). *Looking and Seeing: The Role of Visual Communication in Social Interaction*. London: John Wiley.
- Rutter, D. R. (1987). *Communicating by Telephone*. Oxford: Pergamon Press.
- Rutter, D. R., Pennington, D. C., Dewey, M. E., and Swain, J. (1984). Eye-contact as a chance product of individual looking: Implications for the intimacy model of argyle and dean. *Journal of Nonverbal Behavior*, 8(4), 250-258.

- Schmidt, M. (2007). *Social presence: not as simple as it seems: study on moderators*
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior* (8th ed.) Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Short, J., Williams, E., and Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. London: John Wiley and Sons.
- Sundén, J. (2003). *Material Virtualities*. New York: Peter Lang.
- Thurlow, C., Lengel, L., and Tomic, A. (2004). *Computer mediated communication: Social interaction and the Internet*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tu, C.-H. (2000). On-line learning migration: From social learning theory to social presence theory in a CMC environment. *Journal of Network and Computer Applications*, 2, 27-37.
- Tu, C.-H. (2002a). *The impacts of text-based CMC on online social presence*. *The Journal of Interactive Online Learning*, 1(2) . [Online]. Available from : <http://www.ncolr.org/jiol/issues/PDF/1.2.6.pdf> [2010, December]
- Tu, C.-H. (2002b). The measurement of social presence in an online learning environment. *International Journal on E-Learning*, 1(2), 34-45.
- Tu, C.-H., & Corry, M. (2004). Online discussion durations impact online social presence. In C. Crawford. et al. (Ed.), *Proceedings of Society for Information Technology and Teacher Education International Conference 2004* (pp. 3073-3077). Chesapeake, VA: AACE.
- Tu, C.-H., & McIsaac, M. (2002). The relationship of social presence and interaction in online classes. *The American Journal of Distance Education*, 16(3), 131-150.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52-90.
- Walther, J. B. (1994). Anticipated ongoing interaction versus channel effects on relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research*, 20, 473-501.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.

- Walther, J. B., and Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in. In M. L. Knapp and J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (pp. 529-563). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Walther, J. B., Anderson, J. F., and Park, D. W. (1994). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A meta-analysis of social and antisocial communication. *Communication Research*, 21(4), 460-487.
- *What Americans Do Online: Social Media And Games Dominate Activity*. [Online]. Available from :
http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/what-americans-do-online-social-media-and-games-dominate-activity/ [2010, December]
- Williams, E. (1975). Medium or message: Communications medium as a determinant of interpersonal evaluation. *Sociometry*, 38(1), 119-130.
- Williams, E. (1977). Experimental comparisons of face-to-face and mediated communication: A review. *Psychological Bulletin*, 84(5), 963-976.
- Williams, E. (1978a). Teleconferencing: Social and psychological factors. *Journal of Communication*, 84, 125-131.
- Williams, E. (1978b). Visual interaction and speech patterns: An extension of previous results. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 17, 101-102.
- Wilson, C., and Williams, E. (1977). Watergate worlds: A naturalistic study of media and communication. *Communication Research*, 4(2), 169-178.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

ตารางประกอบบทที่ 1

ตารางที่ 1.1 แสดงการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งานในประเทศสหรัฐอเมริกา

RANK	Category	Share of Time June 2010	Share of Time June 2009	% Change in Share of Time
1	Social Networks	22.7%	15.8%	43%
2	Online Games	10.2%	9.3%	10%
3	E-mail	8.3%	11.5%	-28%
4	Portals	4.4%	5.5%	-19%
5	Instant Messaging	4.0%	4.7%	-15%
6	Videos/Movies	3.9%	3.5%	12%
7	Search	3.5%	3.4%	1%
8	Software Manufacturers	3.3%	3.3%	0%
9	Multi-category Entertainment	2.8%	3.0%	-7%
10	Classifieds/Auctions	2.7%	2.7%	-2%

ตารางที่ 1.2 แสดงอันดับอัตราการเติบโตของผู้ใช้ Facebook ทั่วโลกในเดือนมกราคม 2552 (checkfacebook.com, 2010)

Rank	Country	Rate of growth	Account
1	Poland	12.46%	137,900
2	Thailand	10.96%	161,300
3	Portugal	9.81%	80,040
4	South Africa	9.25%	189,080
5	Taiwan	7.82%	367,400
6	Romania	7.65%	28,060
7	Germany	7.54%	350,240
8	Malaysia	7.43%	236,840
9	Indonesia	6.84%	752,640
10	Iraq	6.72%	6,380

ตารางที่ 1.3 แสดงอันดับเว็บไซต์ยอดนิยม 50 อันดับแรกของไทย (Alexa.com, 2010)

อันดับ ที่	มิถุนายน 2552	มกราคม 2553	มีนาคม 2553	มิถุนายน 2553
1	Google.co.th	Google.co.th	Google.co.th	Google.co.th
2	Hi5.com	Live.com	Live.com	Kapook.com
3	Live.com	Pantip.com	Pantip.com	Live.com
4	Youtube.com	Google.com	Youtube.com	Google.com
5	Google.com	Hi5.com	Google.com	Youtube.com
6	Sanook.com	Youtube.com	Hi5.com	Sanook.com
7	MSN.com	Sanook.com	Sanook.com	Hi5.com
8	Pantip.com	Yahoo.com	Pantip.com	Yahoo.com
9	Yahoo.com	MSN.com	Yahoo.com	Blogger.com
10	Mthai.com	Pantip.com	MSN.com	MSN.com
11	Blogger.com	Blogger.com	Blogger.com	Pantip.com
12	Kapook.com	Mthai.com	Mthai.com	Mthai.com
13		Kapook.com	Kapook.com	Kapook.com
14	Exteen.com	Dek-d.com	Dek-d.com	Wikipedia.org
15	Dek-d.com	4shared.com	Manager.co.th	4shared.com
16	Manager.co.th	Mediafire.com	4shared.com	Manager.co.th
17	Teenee.com	Wikipedia.org	Mediafire.com	Dek-d.com
18	Wikipedia.org	Exteen.com	Wikipedia.org	Mediafire.com
19	Mediafire.com	Manager.co.th	Teenee.com	Teenee.com
20	4shared.com	Teenee.com	Exteen.com	Exteen.com
21	Bloggang.com	Bloggang.com	Microsoft.com	Amazon.com
22	Imeem.com	Microsoft.com	Travian.asia	Twitter.com
23	Microsoft.com	Linkbucks.com	Weloveshopping.com	Microsoft.com
24	Weloveshopping.com	Weloveshopping.com	Bloggang.com	Weloveshopping.com
25	Multiply.com	Amazon.com	Amazon.com	Bloggang.com
26	Ziddu.com	Multiply.com	Twitter.com	Wordpress.com

27	Clicksor.net	Twitter.com	Linkbucks.com	Travian.asia
28	Linkbucks.com	Wordpress.com	Multiply.com	Linkbucks.com
29	Siamzone.com	Siamzone.com	Wordpress.com	Multiply.com
30	Pramool.com	Tarad.com	Siamzone.com	Tarad.com
31	Ohozaa.com	Rapidshare.com	Truelife.com	Siamsport.co.th
32	Ask.com	Pramool.com	Soccersuck.com	Googleusercontent.com
33	Photobucket.com	Truelife.com	Gmember.com	Truelife.com
34	Rapidshare.com	Soccersuck.com	Soccersuck.com	Soccersuck.com
35	Wordpress.com	Ziddu.com	Siamsport.co.th	Conduit.com
36	FreeLotto.com	Siamsport.co.th	Rapidshare.com	eBay.com
37	Soccersuck.com	Torrentmove.com	Pramool.com	Thaiseoboard.com
38	Paypopup.com	1e100.net	Thairath.co.th	Thairath.co.th
39	Clicksor.com	Photobucket.com	1e100.net	Ask.com
40	Gmember.com	Ask.com	Ask.com	Ohozaa.com
41	Amazon.com	Pantown.com	eBay.com	Siamzone.com
42	Pantown.com	Thairath.co.th	Ohozaa.com	Rapidshare.com
43	Adsrevenue.net	Ohozaa.com	Clicksor.com	Overclockzone.com
44	Siamsport.co.th	Travian.asia	Ziddu.com	Bing.com
45	212cafe.com	Imageshack.us	Narak.com	Xtendmedia.com
46	Imageshack.us	eBay.com	Livescore.com	Pantipmarket.com
47	Tarad.com	Xtendmedia.com	TLCthai.com	Pantown.com
48	Yenta4.com	Gmember.com	TrueInternet.co.th	Oknation.com
49	Truelife.com	TLCthai.com	Pantown.com	Pramool.com
50	Narak.com	Narak.com	Overclockzone.com	Longdo.com

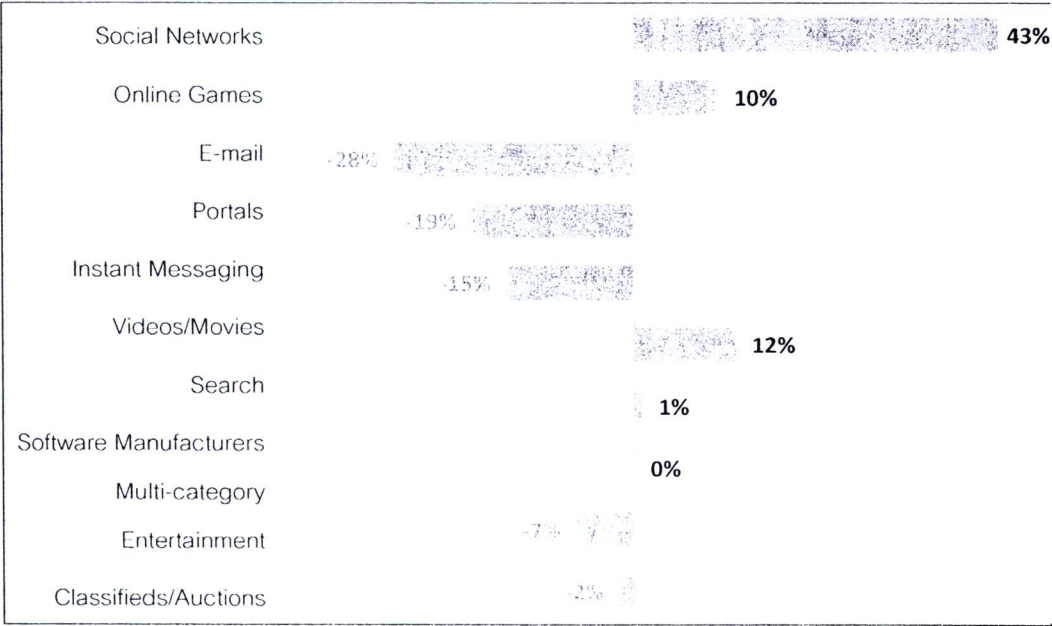
ตารางที่ 1.4 แสดงการจัด Facebook Fanpage ของไทยที่มี Fans สูงสุด 20 อันดับแรกของไทย

อันดับที่	Fan page	No. of Fans
1	GTH	50,063
2	The Star Club	43,200
3	Starbucks	27,646
4	Kbank Live	25,651
5	Maxim Magazine	21,451
6	ท่องเที่ยวไทย	20,355
7	Oishi News Station	18,888
8	Gmember	18,429
9	VIAO Mania	17,803
10	Sony Ericsson	17,629
11	Major Cineplex Group	17,439
12	Toyota Yaris	13,804
13	12Call	13,347
14	Amazing Thailand	12,766
15	BlackBerry from AIS	11,444
16	Thai Airways	10,001
17	Thailand Creative and Design	9,766
18	Club 21 (Thailand)	9,214
19	dtac internet	8,542
20	Smirnoff Experience Thailand	8,198

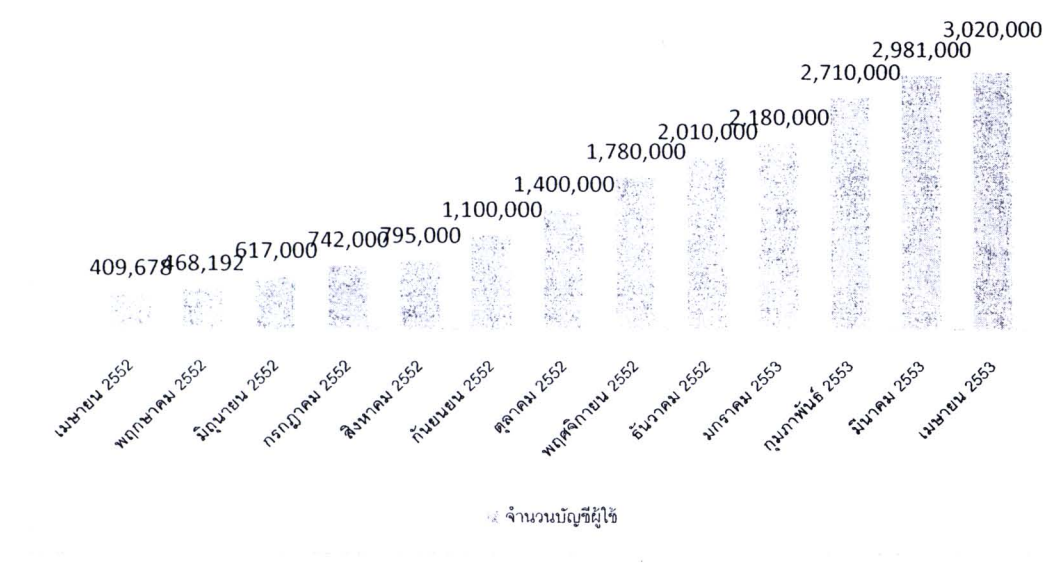


แผนภาพประกอบบทที่ 1

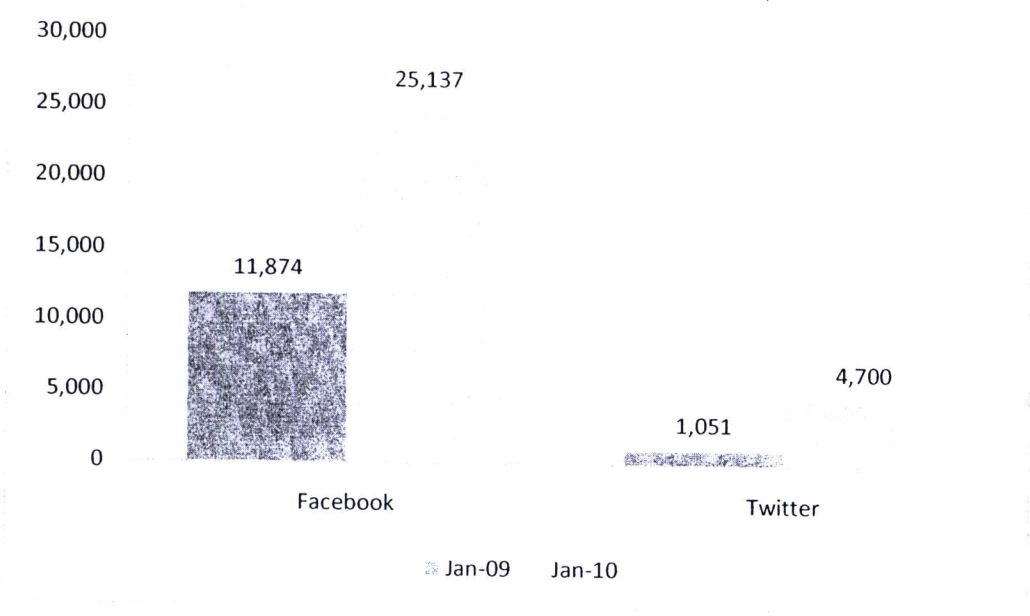
แผนภาพที่ 1.2 กราฟแสดงอัตราการเติบโตของการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งานในประเทศสหรัฐอเมริกา



แผนภาพที่ 1.3 กราฟแสดงจำนวนผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทย



แผนภาพที่ 1.4 กราฟแสดงจำนวนการใช้ Facebook และ Twitter ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่



ตารางประกอบบทที่ 2

ตารางที่ 2.1 เว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ที่เป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน

Name	Description/Focus	Date launched	Registration	Global Alex Page ranking
Advogato	Free and open source software developers		Open	128,340
Amie Street		2006	Open	24,784
ANobii	Books		Open	10,734
aSmallWorld	European jet set and social elite world-wide		Invite-only	8,583
AsianAvenue	A social network for the Asian American community	1997	Open	
Athlinks	Running, Swimming		Open	73,295
Audimated.com	Independent music	2010	Open	25,648
The Auteurs	Auteur cinema		Open	25,648
Avatars United	Online games	March 2008	Open	294,575
Badoo	General, Meet new people, Popular in Europe and LatAm		Open to people 18 and older	135
Bebo	General	July 2005	Open to people 13 and older	905
Bigadda	Indian Social Networking Site		Open to people 16 and older	3,176
BigTent	Organization and communication portal for groups		Open to people 18 and older (13-18 parental permission encouraged)	34,047
Biip.no	Norwegian community	2005-06-	Requires	65,176

		01	Norwegian phone number	
BlackPlanet	African-Americans	1999-09-01	Open	2,350
Blogster	Blogging community		Open	23,485
Bolt.com	General	1996	Open	111,069
Buzznet	Music and pop-culture	2005	Open	736
CafeMom	Mothers		Open to moms and moms-to-be	4,333
Cake Financial	Investing		Open	481,922
Care2	Green living and social activism	1998	Open	2,594
CaringBridge	Not for profit providing free websites that connect family and friends during a serious health event, care and recovery.		Open to people 18 and older	4,198
Cellufun	Mobile social game network, Number 8 US mobile website	2007	Open to people 14 and older	46,773
Classmates.com	School, college, work and the military	1995	Open to people 18 and older ^[42]	799
Cloob	General. Popular in Iran		Open	712
CollegeBlender	A social media-based online community for college students, faculty, and alumni.		Requires an email address ending in .EDU	553,453
CouchSurfing	Worldwide network for making connections between travelers and the local communities they visit.		Open	3,711

CozyCot	East Asian and Southeast Asian women	2001	Open	38,817
Crunchyroll	Anime and forums.		Open	2,328
Cyworld	General. Popular in South Korea.		Open	923
DailyBooth	Photo-blogging site where users upload a photo every day	2009-02-13	Open	5,460
DailyStrength	Medical and emotional support community - Physical health, Mental health, Support groups	2007-11-04	Open	22,054
Decayenne	European and American social elite	2001	Invite-only	154,733
delicious	Social bookmarking allowing users to locate and save websites that match their own interests	September 2003	Open	255
deviantART	Art community	August 7, 2000	Open	97
Disaboom	People with disabilities (Amputee, cerebral palsy, MS, and other disabilities)		Open	112,712
Dol2day	Politic community, Social network, Internet radio (German-speaking countries)		Open	554,616
DontStayIn	Clubbing (primarily UK)		Open	19,022
Draugiem.lv	General (primarily LV, LT, HU)		Invitation only	2,272
Elftown	Community and wiki around Fantasy and sci-fi.		Open, approval needed	17,681
Epernicus	For research scientists		Open	293,955
Eons.com	For baby boomers		Open to people 13	27,320

			and older	
eSnips	General		Open	2,017
Experience Project	Life experiences		Open	3,452
Exploroo	Travel Social Networking.		Open	209,868
Facebook	General.	February 2004	Open to people 13 Years and up	2
Faceparty	General. Popular UK.		Invitation only to people 18 and older	28,760
Faces.com	British teens		Open to people 13 and older	120,665
Fetlife	People who are into BDSM		Open to people "of [legal] age to see adult content"	5,513
Fillos de Galicia	Galicia and Galician diaspora		Open	1,630,495
FilmAffinity	Movies and TV Series	2002	Open	3,916
FitFinder	Anonymous UK Student Microblogging Website		Open	322,113
FledgeWing	Entrepreneurial community targeted towards worldwide university students		Open to university students	1,793,990
Flixster	Movies	2007	Open to people 13 and older	1,018
Flickr	Photo sharing, commenting, photography related networking, worldwide	February 2004	Open to people 13 and older (Yahoo!	33

			Login)	
Folksdirect	General	June 2010	Open to people 16 and older	19,932
Fotolog	Photoblogging. Popular in South America and Spain		Open	227
Foursquare	Location based mobile social network		Open	4,539
Friends Reunited	UK based. School, college, work, sport and streets		Open to people 13 and older	10,231
Friendster	General. Popular in Southeast Asia. No longer popular in the western world	2002	Open to people 16 and older. No children allowed	146
Frühstückstreff	General	July 2001	Open	1,253,155
Fubar	dating, an "online bar" for 18 and older	October 2007	Open	9,476
Gaia Online	Anime and games		Open to people 13 and older	1,071
GamerDNA	Computer and video games	2006-09-21	Open	22,887
Gather.com	Article, picture, and video sharing, as well as group discussions		Open	3,974
Gays.com	Social network for LGBT community, Guide for LGBT bars, restaurants, clubs, shopping	2008-05-16	Open. Global	74,664
Geni.com	Families, genealogy	2007-01-16	Open	5,815
Gogoyoko	Fair play in Music - Social networking site for musicians		Invite only while in beta	119,272

	and music lovers			
Goodreads	Library cataloging, book lovers	December 2006	Open	2,543
Google Buzz	General		Open	NA (Alexa only records data for second-level domains)
Gossipreport.com	Anonymous gossip		Open to people 16 and older	1,245,494
GovLoop	for people in and around government			
Grono.net	Poland		Open	2,958
Habbo	General for teens. Over 31 communities worldwide. Chat Room and user profiles.		Open to people 13 and older	6,545
hi5	General. Popular in India, Mongolia, Thailand, Romania, Jamaica, Central Africa and Latin America. Not very popular in the USA.	2003	Open to people 13 and older. No children allowed	51
Hospitality Club	Hospitality		Open	38,258
Hotlist	Geo-Social Aggregator rooted in the concept of knowing where your friends are, were, and will be.		Open	28,241
Hub Culture	Global influencers focused on worth creation	November 2002	Invite-only	515,308
Hyves	General, Most popular in the Netherlands.		Open	225
Ibibo	Talent based social networking site that allows to promote one's self and also discover new talent. Most popular in India.		Open	695

Indaba Music	Online collaboration for musicians, remix contests, and networking.		Open and Global	55,062
IRC-Galleria	Finland		Open to Finnish speaking people 12 and older	3,302
italki.com	Language learning social network. 100+ languages.		Open. Global.	29,939
InterNations	International community		Invite-only	25,604
Itsmys	Mobile community worldwide, blogging, friends, personal TV-shows			206,437
iWiW	Hungary		Invite-only	532
Jaiku	General. Microblogging. Owned by Google	February 2006	Open to people 13 and older	15,661
JammerDirect.com	Creative resource website		Open to the General Public	802,536
kaioo	General, nonprofit	November 2007		386,200
Kaixin001	General. In Simplified Chinese; caters for mainland China users		Open to the General Public	61
Kiwibox	General. For the users, by the users, a social network that is more than a community.	1999	Open to people 13 and older	104,563
Lafango	Talent-Focused media sharing site		Open global	35,810
Last.fm	Music	2002	Open to any age or gender	310
LibraryThing	Book lovers		Open to	4,529

			people 13 and older	
lifelknot	Shared interests, hobbies		Open to people 18 and older	602,117
LinkedIn	Business and professional networking	May 2003	Open to people 18 and older	29
LinkExpats	Social networking website for expatriates. 100+ countries.		Open. Global.	1,668,484
Listography	Lists. Autobiography		Open	197,009
LiveJournal	Blogging. Popular in Russia and among the Russian-speaking diaspora abroad.	1999-04-15	Open (OpenID)	81
Livemocha	Online language learning - dynamic online courses in 35 languages - world's largest community of native language speakers.		Open	4,079
LunarStorm	Sweden		Open	65,874
MEETin	General		Open	173,717
Meetup.com	General. Used to plan offline meetings for people interested in various activities		Open to people 18 and older	739
Meettheboss	Business and Finance community, worldwide.		Open	107,180
Mixi	Japan	2000-10-25	Invite-only	85
mobikade	mobile community, UK only		Open to people 18 and older	1,851,728
MocoSpace	mobile community, worldwide		Open to people 14 and older	3,685
MOG	Music		Open to	4,221

			people 14 and older	
MouthShut.com	Social Network, social media, consumer reviews		Open	2,545
Multiply	"Real world" relationships. Popular in Asia. Not popular in the western world		Open to people 13 and older. No children allowed	246
Muxlim	Muslim portal site	2006	Open to people 13 and older	59,099
MyAnimeList	Anime themed social community		Open to people 13 and older	6,096
MyChurch	Christian Churches		Open	94,510
MyHeritage	family-oriented social network service		Open	2,953
MyLife	Locating friends and family, keeping in touch (formerly Reunion.com)		Open	1,481
My Opera	Blogging, mobile blogging, sharing photos, connecting with friends. Global		Open	NA (Alexa only records data for second-level domains)
MySpace	General	August 2003	Open to ages 13 and up.	12
myYearbook	General, Charity		Open to age 13 and up and Grades 9 and up	851
Nasza-klasa.pl	School, college and friends. Popular in Poland		Open	110
Netlog	General. Popular in Europe,		Open to	130

	Turkey, the Arab World and Canada's Québec province. Formerly known as Facebox and Redbox. ^[196]		people 13 and older	
Nettby	Norwegian Community	2006-09-14	Open	2,719
Nexopia	Canada		Open to people 13 and older [201]	24,071
NGO Post	Non-Profit news sharing and networking, mainly in India		Open	70,134
Ning	Users create their own social websites and social networks		Open to people 13 and older	132
Odnoklassniki	Connect with old classmates. Popular in Russia and former Soviet republics		Open	92
OneClimate	Not for Profit Social networking and Climate Change		Open to People of all ages and locations	307,773
OneWorldTV	Not for Profit Video sharing and social networking aimed at people interested in social issues, development, environment, etc.		Open	27,434,227
Open Diary	First online blogging community, founded in 1998	1998	Open to people 13 and older	39,290
Orkut	General. Owned by Google Inc. Popular in India and Brazil. ^[212]	2004-01-22	Open to people 18 and older, (Google login)	43

OUTeverywhere	Gay/LGBTQ Community		Open	329,887
PartnerUp	Social networking site for entrepreneurs and small business owners		Open and Free	29,221
Passportstamp	Travel		Open	366,598
Pingsla	Collaborative platform for the world's Internet Experts		Invite-only, only Internet Experts	1,668,955
Plaxo	Aggregator		Open	1,533
Playahead	Swedish, Danish teenagers		Closed	63,081
Plurk	Micro-blogging, RSS, updates. Very popular in Taiwan		Open	1,072
Present.ly	Enterprise social networking and micro-blogging		Open	4,893,711
Qapacity	A a business-oriented social networking site and a business directory		Open to people 16 and older	96,847
Quechup	General, friendship, dating	2007	Open to those over 16	150,757
Qzone	General. In Simplified Chinese; caters for mainland China users		Open to the general public	NA (Alexa only records data for second-level domains)
Raptr	Video games		Open	25,664
Ravelry	Knitting and crochet		Open	7,811
Renren	Significant site in China. Was known as 校内 (Xiaonei) until August 2009.		Open	103
ResearchGate	Social network for scientific researchers		Open	23,095
ReverbNation.com	Social network for musician and bands		Open to people 16 and older	4,422

Ryze	Business		Open	19,839
ScienceStage	Science-oriented multimedia platform and network for scientists		Open	26,804
Scispace.net	Collaborative network site for scientists		By invitation, but can request an invitation	1,231,795
ShareTheMusic	Music Community. Sharing and listening to music for free and legally		Open	471,712
Shelfari	Books	2006-10-11	Open	19,681
Skyrock	Social Network in French-speaking world		Open	111
SocialVibe	Social Network for Charity		Open	41,927
Something Awful	General, Humor Based		Open	4,605
Sonico.com	General. Popular in Latin America and Spanish and Portuguese speaking regions.		Open to people 13 and older	507
Stickam	Live video streaming and chat.		Open	2,742
StudiVZ	University students, mostly in the German-speaking countries. School students and those out of education sign up via its partner sites schülerVZ and meinVZ.		Open	316
StumbleUpon	Stumble through websites that match your selected interests		Open	185
Tagged	General. Subject to quite some controversy about its e-mail marketing and privacy policy		Open	117

TalentTrove	Online Talent Network		Open	21,177
Talkbiznow	Business networking		Open	283,770
Taltopia	Online artistic community		Open	52,759
Taringa!	General		Open to people 13 and older	126
TeachStreet	Education / Learning / Teaching - More than 400 subjects		Open	61,492
TravBuddy.com	Travel	2005	Open to people 18 and older	11,789
Travellerspoint	Travel	2002	Open	11,486
tribe.net	General		Open	5,706
Trombi.com	French subsidiary of Classmates.com			7,283
Tuenti	Spanish-based university and High School social network. Very Popular in Spain		Invite-only	291
Tumblr	General. Micro-blogging, RSS	2007	Open	245
Twitter	General. Micro-blogging, RSS, updates	2006-07-15	Open	10
Vkontakte	Social Network for Russian-speaking world including former Soviet republics. Biggest site in Russia	September 2006	Open	39
Vampirefreaks.com	Gothic and industrial subculture	1999	Open to users 13 and over	7,577
Viadeo	Global Social Networking and Campus Networking available in English, French, German, Spanish, Italian and Portuguese		Open	1,118
Virb	Social network that focuses	2007	Open	22,474

	heavily on artists, including musicians and photographers			
Vox	Blogging		Open	1,319
Wakoopa	For computer fans that want to discover new software and games		Open	9,420
Wattpad	For readers and authors to interact and e-book sharing		Open	13,296
Wasabi	General		Open	95,188
WAYN	Travel and lifestyle	May 2003	Open to people 18 and older	2,974
WebBiographies	Genealogy and biography		Open	734,214
WeeWorld	Teenagers - 10 to 17		Open to ages 13 and older.	8,729
WeOurFamily	General with emphasis on privacy and security		Open, subscription-based	685,337
Wer-kennt-wen	General, largest German Social Network		General	441
weRead	Books	June 2007	Open	80,233
Windows Live Spaces	Blogging (formerly MSN Spaces)		Open	NA (Alexa only records data for second-level domains)
WiserEarth	Online community space for the social justice and environmental movement ^[294]		Open to people 16 and older	77,143
Xanga	Blogs and "metro" areas	Unknown	Open	768
XING	Business (primarily Europe (Germany, Austria, Switzerland) and China)		Open	269
Xt3	Catholic social networking, created after World Youth		Open	459,914

	Day 2008			
Yammer	Social networking for office colleagues		Must have company email	32,993
Yelp, Inc.	Local Business Review and Talk		Open	343
Youmeo	UK Social Network (focus on data portability)		Open	1,680,191
Zoo.gr	Greek Web Meeting point	2004	Open	8,057
Zooppa	Online Community for Creative Talent (host of brand sponsored advertising contests)		Open to people 14 and older	88,555

ที่มา: Social network. (2010). วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 ตุลาคม 2553, แหล่งที่มา

http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network

ภาคผนวก ข.

แบบสอบถาม

- เรื่อง เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามหลัก (Screening questionnaire)

กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน ☐ ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. ท่านมีบัญชีผู้ใช้ (Account) Facebook (<http://www.facebook.com>) และ/หรือ Twitter

(<http://www.twitter.com>) หรือไม่?

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่ (ยุติการตอบแบบสอบถาม)

กรุณาใส่เครื่องหมาย เครื่องหมาย X ลงใน ☐ ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.1 เพศ

☐ 1) ชาย ☐ (2) หญิง

1.2 อายุ

☐ (1) น้อยกว่า 13 ปี ☐ (2) 14-17 ปี ☐ (3) 18-24 ปี ☐ (4)

25-34 ปี

☐ (5) 35-44 ปี ☐ (6) 45-54 ปี ☐ (7) 55-64 ปี ☐ (8)

มากกว่า 65 ปี

1.3 ระดับการศึกษา

☐ (1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ☐ (2) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐ (3) ปวส./อนุปริญญา ☐ (4)ปริญญาตรี

☐ (5) ปริญญาโทหรือสูงกว่า

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ (2) 5,000-10,000 บาท

☐ (3) 10,001-20,000 บาท ☐ (4) 20,001-30,000 บาท

☐ (5) 30,001 บาท ขึ้นไป

1.5 อาชีพ

☐ (1) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

☐ (2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ

☐ (3) พนักงานบริษัทเอกชน

☐ (4) ค้าขาย/กิจการส่วนตัว

☐ (5) รับจ้างทั่วไป

☐ (6) อื่นๆโปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network)

2.1 ท่านใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ได้เป็นประจำบ้าง ? (ตอบได้

มากกว่า 1 ข้อ)

☐ (1) Facebook

☐ (2) Twitter

☐ (3) Hi5

☐ (4) Youtube

☐ (5) อื่นๆ โปรดระบุ

2.2 ท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) บ่อยครั้งเพียงใดในแต่ละสัปดาห์ ? (เลือก

เพียงคำตอบเดียว)

☐ (1) ใช้ทุกวัน

☐ (2) 5-6 วันต่อสัปดาห์

☐ (3) 3-4 วันต่อสัปดาห์

☐ (4) 1-2 วันต่อสัปดาห์

☐ (5) ไม่ได้ใช้ทุกสัปดาห์

2.3 ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) โดยเฉลี่ยแต่ละวัน

(เลือกเพียงคำตอบเดียว)

☐ (1) 3 ชั่วโมงขึ้นไป

☐ (2) มากกว่า 2 ถึง 3 ชั่วโมง

☐ (3) มากกว่า 1 ถึง 2 ชั่วโมง

☐ (4) 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง

☐ (5) น้อยกว่า 30 นาที

กรุณาใส่เครื่องหมาย เครื่องหมาย X ลงในช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดย

(5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง (4) หมายถึง เห็นด้วย (3) หมายถึง เฉยๆ (2) หมายถึง ไม่เห็นด้วย

(1) หมายถึง ไม่เห็น ด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 การนำเสนอตัวตนต่อสังคม

ความคิดเห็น “ในการใช้งาน Facebook/Twitter นั้น...”	5	4	3	2	1
1. ทำให้รู้สึกว่ายักษ์ฝ่ายนั้นอยู่ใกล้กัน แม้แต่ที่จริงจะมี ระยะทางที่ห่างไกลกัน					
2. ทำให้รู้สึกว่ายู่ร่วมกัน ในสถานที่เดียวกัน					
3. ทำให้รู้สึกว่ามีสัมพันธภาพระหว่างกันอย่างเด่นชัด					
4. ทำให้รับรู้และตอบสนองทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกกับอีก ฝ่ายได้					
5. ทำให้รู้สึกว่ามีความใกล้ชิดกับอีกฝ่าย					

ส่วนที่ 4 บริบททางสังคม

ความคิดเห็น “ในการใช้งาน Facebook/Twitter นั้น...”	5	4	3	2	1
1. เป็นรูปแบบการสื่อสารทางสังคมรูปแบบหนึ่ง					
2. เป็นช่องทางการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ มีความเป็นกันเอง					
3. สามารถพูดคุยกับคนที่คุ้นเคยกันในโลกของเป็นจริง ได้ อย่างสบายใจ					
4. เป็นสื่อกลางที่มีความอ่อนไหว ถูกกระทบจากสิ่งอื่นๆได้ง่าย เช่น ความสัมพันธ์ที่มีต่อกันในโลกของความจริง					
5. เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นส่วนตัว					

ส่วนที่ 5 การสื่อสารออนไลน์

ความคิดเห็น “ในการใช้งาน Facebook/Twitter นั้น...”	5	4	3	2	1
1. สามารถถ่ายทอดความรู้สึกและอารมณ์ได้					
2. มักใช้ภาษาที่สามารถกระตุ้น/ปลุกเร้า/ส่งเสริมความรู้สึกได้					
3. ง่ายในการแสดงออกทางความคิด/ความรู้สึก					
4. สามารถถ่ายทอดความหมายที่ต้องการสื่อได้					
5. เข้าใจสิ่งที่อีกฝ่ายต้องการถ่ายทอดได้ง่าย					

ส่วนที่ 6 การมีปฏิสัมพันธ์

ความคิดเห็น “ในการใช้งาน Facebook/Twitter นั้น...”	5	4	3	2	1
1. สามารถใช้พูดคุย และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างเป็นที่น่าสนใจและน่าใช้					
2. สามารถตอบกลับได้ทันที					
3. สามารถตอบสนองต่อข้อความได้					
4. สามารถพูดคุยในหัวข้อที่คุ้นเคยได้อย่างสบายใจ					

ส่วนที่ 7 ความเป็นส่วนตัว

ความคิดเห็น “ในการใช้งาน Facebook/Twitter นั้น...”	5	4	3	2	1
ความเป็นส่วนตัวของระบบ					
1. คุณคาดหวังว่าเจ้าหน้าที่ของ Facebook/Twitter จะ <u>ไม่</u> <u>สามารถ</u> เข้าถึงข้อความที่ Post/Tweet ได้					
2. คุณคาดหวังว่าการส่งข้อความทุกครั้ง จะถึงมือผู้รับถูกคน หรือคุณจะไม่ได้รับข้อความจากผู้ที่ไม่ได้ตั้งใจส่งให้					
3. คุณคาดหวังว่า Twitter/Facebook มีระบบที่ฟังพา/ไว้วางใจได้ในเชิงเทคนิค					
4. คุณคาดหวังว่าจะเกิดความสบายใจ/ไม่กังวลในการสื่อสาร					
5. คุณคาดหวังว่าระบบจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับการระบุตัวบุคคล ว่าเป็นคนคนนั้นจริงๆ					
ความรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัว					
6. คุณคาดหวังว่าเป็นวิธีการสื่อสารที่ช่วยรักษาความลับเอาไว้ได้					
7. คุณคาดหวังว่าจะมีความรู้สึกเป็นส่วนตัว					
8. ความเป็นส่วนตัวเป็นเรื่องที่คุณคิดว่าให้ความสำคัญ					
9. คุณคาดหวังว่าจะมีระดับของความปลอดภัยหรือการรักษาความลับต่างๆ เพื่อใช้ในการสื่อสาร เช่น Inbox message, Direct message สำหรับข้อความที่ต้องการให้รู้เฉพาะบุคคล เป็นต้น					

10. คุณคาดหวังว่าจะสามารถเสี่ยงที่จะพูดคุยเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องที่น่าอายได้					
---	--	--	--	--	--

ส่วนที่ 8 เทคโนโลยีของสื่อใหม่

ความคิดเห็น	5	4	3	2	1
“ในการใช้งาน Facebook/Twitter นั้น...”					
การใช้งานได้ของสื่อที่ใช้					
1. คุณสามารถเข้าถึงเพื่อใช้งานได้ตลอดเวลาที่ต้องการ					
2. คุณสามารถใช้งานได้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile device) เช่น โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น					
3. คุณมักใช้งานผ่านระบบเครือข่ายความเร็วสูง เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL), เครือข่าย 3G เป็นต้น					
4. คุณมักพบข้อผิดพลาด (Error) ในการใช้งาน เช่น ไม่สามารถเปิดหน้าต่างที่ต้องการได้, ไม่สามารถดูรูป/วิดีโอได้ เป็นต้น					
คุณภาพเทคโนโลยีของสื่อที่ใช้					
5. มักจะมีการใช้รูปภาพในการสื่อสารเข้ามาใช้ในการสื่อสาร					
6. มักจะมีการใช้เสียงในการสื่อสารเข้ามาใช้ในการสื่อสาร					
7. มักจะมีการใช้ภาพเคลื่อนไหวหรือวิดีโอเข้ามาใช้ในการสื่อสาร					
8. มักจะมีการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง เช่น 3D technology, AR technology เข้ามาใช้ในการสื่อสาร เป็นต้น					
9. มักมีการใช้สื่อผสมทางเทคโนโลยีอื่นๆ เข้ามาใช้ในการสื่อสาร เช่น แผนที่ Google map เป็นต้น					

ส่วนที่ 9 พฤติกรรมการสื่อสารของผู้ใช้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network)

9.1 ความไว้วางใจ

ความคิดเห็น	5	4	3	2	1
“ในการใช้งาน Facebook/Twitter นั้น...”					
1. ท่านเชื่อถือในตัวอีกฝ่ายที่กำลังสื่อสารด้วย					
2. ท่านไว้วางใจในตัวอีกฝ่ายที่กำลังสื่อสารด้วย					

3. ท่านมีความเชื่อมั่นในตัวอีกฝ่ายว่าจะไม่แสดงออกในแง่ลบหรือไม่เป็นมิตรด้วย					
4. ท่านรู้สึกสบายใจที่จะพูดคุยหรือมีปฏิสัมพันธ์กับอีกฝ่าย					
5. ท่านกล้าที่จะเสี่ยงพูดคุยถึงเรื่องที่เป็นส่วนตัวกับอีกฝ่าย					

9.2 พฤติกรรมเกี่ยวกับการตลาดและการบอกต่อในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

ความคิดเห็น “ในการใช้งาน Facebook/Twitter นั้น...”	5	4	3	2	1
พฤติกรรมเกี่ยวกับการตลาดในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์					
6. ท่าน “ถูกใจ” (Like) Facebook Fan page หรือ “ติดตาม” (Follow) Twitter ของตราสินค้าตราสินค้าหนึ่ง					
7. ท่าน “ถูกใจ” (Like) Facebook Fan page หรือ “ติดตาม” (Follow) Twitter ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง (ศิลปิน, ดารา, นักกีฬา ฯลฯ)					
8. ท่าน “ถูกใจ” (Like) Facebook Fan page หรือ “ติดตาม” (Follow) Twitter ของสถาบัน บริษัท หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง					
9. ท่านจะพยายามสนับสนุนให้เพื่อนๆ ในเครือข่ายของท่าน “ถูกใจ” (Like) Facebook Fan page หรือ “ติดตาม” (Follow) Twitter ตามท่าน					
10. หากท่านเห็นเพื่อนๆ ในเครือข่ายของท่าน “ถูกใจ” (Like) Facebook Fan page หรือ “ติดตาม” (Follow) Twitter ตามเพื่อนด้วยเช่นกัน					
11. หากตราสินค้าที่ท่าน “ถูกใจ” (Like) Facebook Fan page หรือ “ติดตาม” (Follow) Twitter ได้สร้าง Application ดีๆ ขึ้นมา ท่านมีแนวโน้มที่จะส่งต่อ Application เหล่านั้นให้เพื่อนๆ					
12. ท่านไม่คิดที่จะยกเลิกการ “ถูกใจ” (Like) Facebook Fan page หรือ “ติดตาม” (Follow) Twitter ตราสินค้า ถึงแม้ตราสินค้านั้นๆ จะส่งโฆษณาหรือส่ง โปรโมชันต่างๆ มารบกวนท่านอย่างต่อเนื่อง					
13. ท่านรู้สึกไว้วางใจที่จะซื้อสินค้าผ่าน Facebook/Twitter					

14. ท่านจะรู้สึกดี หากเจ้าของตราสินค้ามาตอบข้อความ หรือ รับฟังสิ่งที่ท่านพูดคุย/เขียนไว้บน Facebook Fan page หรือ พูดคุย/Mention (@) ถึงบน Twitter					
15. หลังจากท่าน “ถูกใจ” (Like) Facebook Fan page หรือ “ติดตาม” (Follow) Twitter ตราสินค้า บุคคล หรือองค์กรแล้ว ท่านเข้าไปติดตามข่าวสารใน Fan page นั้นๆ เป็นประจำ					
16. ท่านมีความกังวลว่า Facebook / Twitter จะนำข้อมูล ความสนใจในข้อมูลส่วนตัวของท่าน ไปให้กับนักการตลาด					
17. ท่านคิดว่าโฆษณาหรือการตลาดต่างๆที่ปรากฏอยู่ บน หน้า Profile ของ Facebook / Timeline ของ Twitter ของท่าน เป็นสิ่งที่น่ารำคาญ					
18. ท่านคิดที่จะกรอกข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงลงในข้อมูล ส่วนตัวของตนเอง เพื่อหลีกเลี่ยงการตลาดหรือโฆษณาต่างๆที่ อาจส่งมาโดยนักการตลาด					
19. หากมีตราสินค้าใดก็ตามมาขอเป็นเพื่อน หรือขอเชื่อมต่อ เครือข่ายกับท่าน ท่านก็ยินดีตอบรับ					
พฤติกรรมการบอกต่อ					
20. หากท่านพบเห็นโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เสนอสิทธิ พิเศษหรือส่วนลดต่างๆ ท่านจะส่งต่อโฆษณาเหล่านั้นให้ เพื่อนๆในเครือข่ายของท่านทราบด้วยเช่นกัน					
21. หากท่านพบเห็นโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ท่านคิดว่า น่าจะมีประโยชน์กับใครคนใดคนหนึ่ง ท่านจะส่งต่อโฆษณา นั้นให้เพื่อนๆในเครือข่ายทราบด้วยเช่นกัน					
22. หากท่านพบเห็นโฆษณาสินค้าหรือบริการที่น่าสนใจ ท่าน จะส่งต่อโฆษณาเหล่านั้นให้เพื่อนๆในเครือข่ายของท่านทราบ ด้วยเช่นกัน					
23. ท่านพูดคุยกับเพื่อนๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่างๆ บน Facebook / Twitter เป็นประจำ					
24. ท่านเข้าไปอ่านบทวิจารณ์ (review) สินค้าหรือบริการ ต่างๆ จากผู้บริโภคคนอื่นๆ บน Facebook / Twitter เป็น ประจำ					

25. ท่านเขียนบทวิจารณ์ (review) สินค้าหรือบริการต่างๆ ลงบน Facebook / Twitter เป็นประจำ					
26. ท่านเขียนข้อความหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการบน Facebook/ Twitter เป็นประจำ					
• 27. ท่านเขียนชื่นชม สินค้าหรือบริการที่ท่านพึงพอใจให้ผู้อื่นทราบผ่าน Facebook/ Twitter เป็นประจำ					
28. ท่านเขียนตำหนิ สินค้าหรือบริการที่ท่านไม่พึงพอใจให้ผู้อื่นทราบผ่าน Facebook/ Twitter เป็นประจำ					

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายภาสกร จิตรไคร์ครวญ เกิดเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2529 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาที่โรงเรียนธรรมภิรักษ์ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายที่โรงเรียนมัธยมศึกษา สานิตสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา จากนั้นจึงเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2552 ปัจจุบันทำงานที่ บริษัท เอกพิมาน จำกัด



