

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	2
1.4 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	2
1.5 ระเบียบวิธีวิจัย	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ความหมาย ความสำคัญของเครือข่ายสังคมออนไลน์	8
2.2 การแบ่งกลุ่มให้บริการสังคมออนไลน์	13
2.3 มารยาทและจริยธรรมในเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	20
2.4 ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์	22
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสังคมออนไลน์	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	33
3.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	33
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย	33
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้.....	34
3.4 การรวบรวมข้อมูล	34
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
3.6 สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
4.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย	
เพศ ตำแหน่ง วุฒิทางการศึกษา ประสบการณ์ด้านการทำงาน	36

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.2	แบบสอบถามตอนที่ 2 การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์	38
4.3	แบบสอบถามตอนที่ 3 ผลกระทบที่เกิดจากเข้าชมเครือข่ายสังคมออนไลน์	41
4.4	แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง การค้าและลงทุน สังคมและ วัฒนธรรมจากสังคมออนไลน์	45
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ		50
5.1	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	50
5.2	วิธีดำเนินการวิจัย	50
5.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	51
5.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
5.5	การวิเคราะห์ข้อมูล	52
5.6	สถานที่ทำการทดลอง และ/หรือเก็บข้อมูล	52
5.7	สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	52
5.8	ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม		69
ภาคผนวก		72

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากร	36
ตารางที่ 4.2 ความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	38
ตารางที่ 4.3 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้ง.....	38
ตารางที่ 4.4 สถานที่ที่ท่านเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด	38
ตารางที่ 4.5 ช่วงเวลาที่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด.....	39
ตารางที่ 4.6 ส่วนใหญ่ได้ใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้บ้าง.....	39
ตารางที่ 4.7 บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งาน	40
ตารางที่ 4.8 รู้จักเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้ามาใช้อยู่ได้อย่างไร	40
ตารางที่ 4.9 เหตุผลที่เข้าใช้เว็บไซต์สังคมออนไลน์	40
ตารางที่ 4.10 ประสบการณ์การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	41
ตารางที่ 4.11 จำนวนเพื่อนในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์	41

สารบัญรูป

หน้า

รูปที่ 1	แสดง Google Group – เว็บไซต์ในรูปแบบ Social Networking	13
รูปที่ 2	แสดง Wikipedia – เว็บไซต์ในรูปแบบข้อมูลอ้างอิง.....	14
รูปที่ 3	แสดง MySpace – เว็บไซต์ในรูปแบบ Social Networking	14
รูปที่ 4	แสดง Facebook -เว็บไซต์ในรูปแบบ Social Networking.....	15
รูปที่ 5	แสดง MouthShut – เว็บไซต์ในรูปแบบ Product Reviews	15
รูปที่ 6	แสดง Yelp – เว็บไซต์ในรูปแบบ Product Reviews.....	16
รูปที่ 7	แสดง Youmeo – เว็บที่รวม Social Network.....	16
รูปที่ 8	แสดง Last.fm – เว็บเพลงส่วนตัว Personal Music	17
รูปที่ 9	แสดง YouTube – เว็บไซต์ Social Networking และ แชรวิดีโอ	17
รูปที่ 10	แสดง Avatars United – เว็บไซต์ในรูปแบบ Social Networking	18
รูปที่ 11	แสดง Second Life – เว็บไซต์ในรูปแบบโลกเสมือนจริง Virtual Reality	18
รูปที่ 12	แสดง Flickr – เว็บแชร์รูปภาพ.....	19
รูปที่ 13	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับ Social Network	55
รูปที่ 14	แสดง ข้อมูลเกี่ยวกับ stock market.....	57
รูปที่ 15	แสดง ข้อมูลเกี่ยวกับ http://www.obama4poker.com/	58
รูปที่ 16	แสดงเว็บไซต์ต่างของ obama ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนที่ 44	59
รูปที่ 17	แสดง สื่อโฆษณา www.pantip.com	60
รูปที่ 18	แสดง สื่อโฆษณาที่ใช้ Facebook ในการสร้าง	61
รูปที่ 19	แสดง ข้อมูลเกี่ยวกับการสนทนาด้านสินค้าต่างๆ	62
รูปที่ 20	แสดงสังคมออนไลน์จาก Facebook.....	63
รูปที่ 21	แสดงหนังเรื่อง The Social Network.....	64