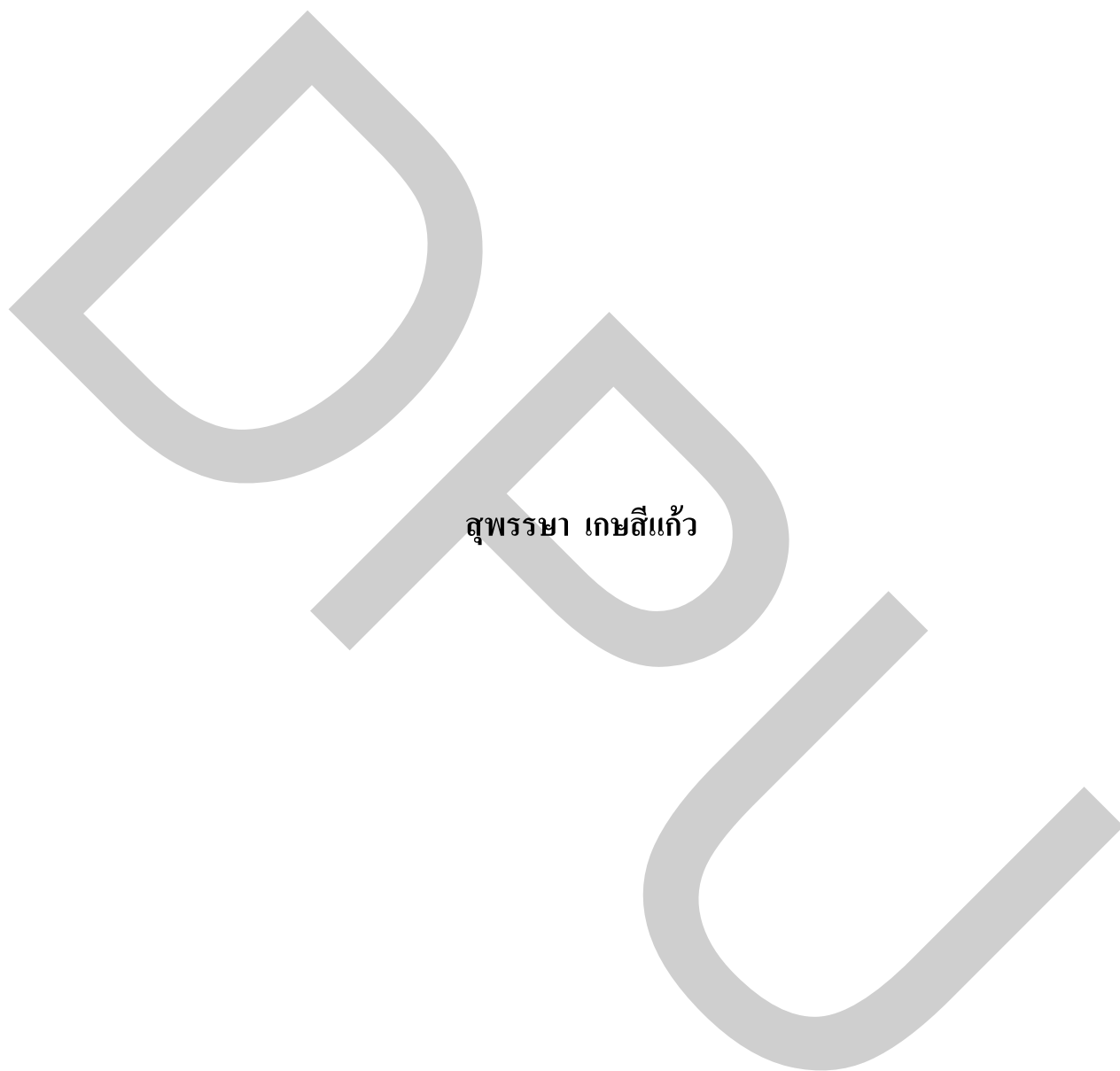


พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์



สุพรรณษา เกษสี่แก้ว

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2552

**The Behavior of Real-Time Online Society Usage of Dhurakij Pundit
University Bachelor's Degree Students**



Suphansa Ketsikaew

**A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science (Telecommunications Management)**

Department of Telecommunications Management

Graduate School, Dhurakij Pundit University

2009

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอุปการคุณของผู้มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ มั่งคั่ง ประธานกรรมการควบคุมสอบสารนิพนธ์ ท่านอาจารย์ ดร.ประศาสน์ จันทาทิพย์ กรรมการควบคุมสอบสารนิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.บงการ หอมนาน อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ให้ข้อเสนอแนะตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา เพื่อหวังให้งานสารนิพนธ์ออกมาอย่างมีคุณภาพ

ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ น.อ. ดร.วีระชัย เชาวน์กำเนิด ผู้อำนวยการสาขาการจัดการ โทรคมนาคน มา ณ ที่นี้ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้ผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจทางด้าน โทรคมนาคน และสามารถทำงานสารนิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งต่อบุคคลทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่เกี่ยวข้องที่สละเวลาให้ความร่วมมือ สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือทุก ๆ อย่างในการจัดทำงานสารนิพนธ์ฉบับนี้ด้วยดีตลอดมา ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่ทำให้ได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน และการปฏิบัติงานในอนาคต

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อศรี คุณแม่อัจฉรา และคุณชัยวัฒน์ เกษสีแก้ว ที่ให้ความช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์ อุปกรณ์การเรียน กำลังใจและแรงบันดาลใจที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถก้าวผ่านอุปสรรคต่าง ๆ มาได้จบจนทุกวันนี้

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยตระหนักอยู่เสมอว่าผู้วิจัยไม่สามารถสำเร็จการศึกษาได้หากผู้วิจัยจะต้องอยู่ในสังคมแต่เพียงผู้เดียว บุคคลมากมายที่คอยเป็นกำลังใจไม่ว่าช่วงเวลาใด ๆ คุณกนกวรรณ คุณมงคล คุณนิเวศ คุณกัมปนาท คุณประเสริฐ คุณศกุนี คุณภราดา บุคคลผู้เป็นเพื่อนร่วมรุ่นกับผู้วิจัย เจ้าหน้าที่ประจำสาขาวิชาการจัดการ โทรคมนาคน เพื่อนร่วมงาน คุณหมอโรงพยาบาลชลประทาน และเพื่อน ๆ ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้กล่าวถึง ณ ที่นี้ที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือในทุก ๆ ด้านด้วยดีเสมอมา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบ เป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา และครูอาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และคุณธรรมในการดำเนินชีวิตแก่ผู้วิจัย

สุพรรณษา เกษสีแก้ว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	2
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	2
1.5 ขอบเขตในการวิจัย.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.7 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมวัยรุ่น.....	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์เวลาจริง.....	18
2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
3.1 แบบของการวิจัย.....	37
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
3.4 การรวบรวมข้อมูล.....	40
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล.....	42
ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้บริการเสริม.....	44
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.....	46
ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	50
5 สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	79
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	79
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	81
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	84
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	85
บรรณานุกรม.....	88
ภาคผนวก.....	91
ก. แบบสอบถาม.....	92
ข. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550.....	99
ค. หนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม.....	112
ประวัติผู้วิจัย.....	118

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์.....	30
2.2 สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต.....	30
2.3 ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละสัปดาห์.....	31
2.4 จำนวนชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละสัปดาห์.....	31
2.5 จำนวนผู้ที่มีที่อยู่ อีเมลล์ ของตัวเอง.....	31
2.6 พฤติกรรมส่วนใหญ่ของการใช้อินเทอร์เน็ต.....	32
2.7 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามกลุ่มกำลังศึกษา.....	32
2.8 พฤติกรรมการเข้าชมเว็บไซต์ที่มีภาพโป๊/ภาพลามกอนาจาร.....	32
2.9 พฤติกรรมการเข้าชมเว็บไซต์ที่มีภาพโป๊/ภาพลามกอนาจาร จำแนกตามกลุ่ม กำลังศึกษา.....	33
2.10 ความเห็นเกี่ยวกับการควบคุมไม่ให้ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี เข้าถึงข้อมูลที่เป็น ภาพโป๊/ภาพลามกอนาจาร.....	33
3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย.....	38
4.1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	42
4.2 ความถี่และร้อยละลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	44
4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้.....	47
4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้	47
4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย.....	48
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกเข้าเว็บไซต์.....	48
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน.....	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภาษาที่ใช้	49
4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการปฏิบัติ.....	50
4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษา ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้กับ เฟซ.....	51
4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง จำแนกตามวันที่ใช้กับเฟซ.....	51
4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกบุคคลที่ร่วมใช้กับเฟซ....	52
4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามการเลือกเข้าเว็บไซต์ กับเฟซ.....	53
4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง จำแนกตามการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟนกับเฟซ.....	53
4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง จำแนกตามภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนากับเฟซ.....	54
4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง จำแนกตามระดับการปฏิบัติกับเฟซ.....	55
4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามวัตถุประสงค์ใน การใช้กับคณะ.....	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามวันที่ใช้กับคณะ	58
4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย กับคณะ.....	60
4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามการเลือกเข้า เว็บไซต์กับคณะ.....	62
4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามการใช้กล้อง วิดีโอและไมโครโฟนกับคณะ.....	64
4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามภาษาที่เลือกใช้ ในการสนทนากับคณะ.....	66
4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามการปฏิบัติหลัง การใช้สังคมออนไลน์กับคณะ.....	67
4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการใช้กับรายได้ต่อเดือน.....	69
4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตาม วันที่ใช้กับ รายได้ต่อเดือน.....	71
4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกบุคคลที่ร่วมใช้ ด้วยกับรายได้ต่อเดือน.....	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกตามการเลือกเข้า เว็บไซต์กับรายได้ต่อเดือน.....	73
4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกตามการใช้กล้อง วิดีโอ และไมโครโฟนกับรายได้ต่อเดือน.....	75
4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกตามภาษาที่เลือกใช้ใน การสนทนากับรายได้ต่อเดือน.....	76
4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกตามการปฏิบัติหลัง การใช้สังคมออนไลน์กับรายได้ต่อเดือน.....	77

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	2
2.1 รูปแบบโปรแกรม MSN, Skype	19
2.2 ลักษณะของการใช้งานโปรแกรม Skype.....	20
2.3 ตัวอย่างรูปแบบข้อความน่ารักที่ตกแต่งแล้ว.....	22
2.4 รูปแบบโปรแกรม Facebook.....	23
2.5 ตัวอย่างการระบบบนหน้าเว็บไวด์ที่ไม่เหมาะสมของ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.....	24
2.6 หน้าเว็บไซด์ของกระทรวงไอซีที โครงการ ไอซีทีแฮ็คคัลลิปเปอร์.....	25
2.7 ตัวอย่างภาพที่แสดงบนหน้า Camfrog	26
2.8 ตัวอย่างหน้าจอของ Window Live Messenger หรือ MSN	34
2.9 ตัวอย่างหน้าจอของ TrueLife	35
2.10 ตัวอย่างหน้าจอ Camfrog	36

หัวข้อสารนิพนธ์	พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ชื่อผู้เขียน	สุพรรณษา เกษสิทธิ์แก้ว
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.บงการ หอมมาน
สาขาวิชา	การจัดการโทรคมนาคม
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มี 3 ตอนคือ ข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง และพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงด้วยโปรแกรม MSN เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ที่บ้าน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักสังคมออนไลน์เวลาจริงจากเพื่อน ด้านประโยชน์ของสังคมออนไลน์เวลาจริงที่พอใจมากที่สุดคือสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทันที และที่พื่อน้อยที่สุดคือการมีเพื่อนใหม่ ในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ด้วยค่าใช้จ่าย 501-700 บาท/เดือน และอุปกรณ์ที่ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงมากที่สุดคือ Desktop / PC โดยพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยวัตถุประสงค์ที่มีพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์มากที่สุดคือใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงในด้านระดับการปฏิบัติในเรื่องพูดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่ คณะและรายได้มีความสัมพันธ์กันในด้านวัตถุประสงค์ วันที่ใช้งาน บุคคลที่ร่วมใช้งาน เว็บไซต์สังคมออนไลน์เวลาจริง การใช้กล้องวิดีโอและไมโครโฟน ภาษาในการสนทนา และกิจกรรมหลังการใช้งานสังคมออนไลน์เวลาจริง

Thematic Paper Title	The Behavior of Real-Time Online Society Usage of Dhurakij Pundit University Bachelor's Degree Students
Author	Suphansa Ketsikaew
Thematic Paper Advisor	Assoc. Prof. Dr. Bongkarn Homnan
Department	Telecommunications Management
Academic Year	2009

ABSTRACT

The research study aims to study the behavior of using of Real-Time Online Society(RTOS) of Dhurakij Pundit University Bachelor's Degree(BD) students, and compare their behaviors separated by personal factors. The samples are Dhurakij Pundit University BD students. Tool that used for collecting the data is the questionnaire, consisting of personal data, description of RTOS usage, and behavior of RTOS usage. The statistics in the research are the frequency, percentage, average, standard deviation and the relation between variables using Chi-square test.

The results show that, majority sample uses RTOS with MSN in order to exchange the information in house. Majority sample knows the RTOS from friends. The most satisfaction of RTOS is to exchange the information immediately, and the least satisfaction is to have new friend at 18.01-24.00 o'clock with 501-700 bahts per month, and the most frequently used RTOS equipment is Desktop / PC. The behavior of RTOS usage of Dhurakij Pundit University BD students by overall is in low level. The main objective of using of RTOS is to connect with a person that have known. Hypothesis test shows that the gender is related to chatting among new friends. The faculty and income are related on objective, date, using person, RTOS website, VDO camera and microphone usages, conversation language, and activities after using RTOS.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้ใช้กลยุทธ์ในการดึงดูดผู้เข้าชม โดยการจัดบริการต่าง ๆ ทั้ง การฟังเพลงออนไลน์ ไลน์ ไลน์ เกมส์ อัลบั้มรูป หรือ การโพสรูป การหาเพื่อนคุย และการสนทนาออนไลน์ การโพสรูปเป็นอีกบริการหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากผู้เข้าชมเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก วัตถุประสงค์ของการโพสรูปควรจะเป็น การแลกเปลี่ยนรูปกันชม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นแต่สิ่งที่เกิดขึ้นในขณะนี้ คือ การโพสรูปหรือจัดทำอัลบั้มรูปออนไลน์ เป็นการอวดโฉมต่อเพศตรงข้าม หรือ หาเพื่อนคุย หรือศัพท์วัยรุ่นที่เรียกกันติดปากทั่วบ้านทั่วเมือง ว่า "กิ๊ก" โดยไม่ได้หยุดระดับ ความสัมพันธ์แค่คำว่า "เพื่อนคุย" แต่ถึงขั้นนัดแนะเจอกัน และมีเพศสัมพันธ์ รูปที่เราพบมากใน บริการส่วนนี้ เป็นรูปของเด็กสาวหน้าตาดี รูปร่างดี อายุ ไม่เกิน 20 ปี อยู่ในเครื่องแบบนักเรียน นักศึกษาบ้าง หรือถ้าคนไหนใจกล้าหน่อยก็จะนุ่งน้อยห่มน้อย เกะออก สายเดี่ยว โชว์สัดส่วนตนเอง เพื่อหวังคะแนนโหวตและความคิดเห็นติชมเล็ก ๆ น้อย ๆ จากผู้ชาย หรือคนที่เข้ามาชมรูปของตัวเอง โดยไม่รู้เลยว่า สิ่งที่ทำจะสามารถส่งผลกระทบต่อตนเองในเวลาต่อมา

การแอบอ้างนำภาพที่โพสไว้ในเว็บไซต์ไปใช้ในทางไม่ดี เป็นเรื่องที่ทำได้ง่ายมาก เพียงแค่คลิกไม่กี่ทีรูปก็จะไปอยู่ภายใต้ข้อความที่สามารถส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงตัวเอง และวงศ์ตระกูลของเจ้าของรูปได้ สาเหตุของการแอบอ้างนั้น ส่วนหนึ่งก็มาจากความต้องการที่จะกลั่นแกล้ง หรือการหาผลประโยชน์โดยมิชอบของมือที่เรามองไม่เห็น การแอบอ้าง จึงถือได้ว่าเป็นภัยร้ายอย่างหนึ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใต้การออนไลน์ของระบบ ทั้งการแอบอ้างชื่อเสียง แอบอ้างผลงาน การแอบอ้างรูป และการติดตามตัวผู้กระทำผิดเป็นไปได้อย่างมาก ถึงแม้เราจะรู้หมายเลขเครื่องที่ใช้ในการกระทำผิด แต่ถ้าเป็นเครื่องที่ถูกขายทอดโดยไม่ได้จดทะเบียนกับระบบ หรือเป็นหมายเลขเครื่องในร้านอินเทอร์เน็ตก็ยากจะตามตัว แม้หลายคนที่ชอบโพสรูปจะบอกว่า การแอบอ้างมีโอกาสน้อยมากที่ตัวเองจะโดน แต่ก็ไม่มีอะไรยืนยันได้ว่า โอกาสนั้นจะไม่มาถึงตัวเอง

นี่เป็นเพียงกรณีหนึ่งเท่านั้น ภัยของความทันสมัยที่หลายคนชื่นชอบยังมีอีกหลายกรณี และการป้องกันยังเป็นเรื่องที่ไกลความเป็นจริง เพราะอินเทอร์เน็ตมีขอบเขตที่กว้างมาก ควรป้องกันตนเองไว้ก่อน สำหรับเด็ก ผู้ปกครอง ควรจะมีการดูแลอย่างใกล้ชิด ในช่วงเวลาที่ใช้

อินเทอร์เน็ต อย่างถึงขนาดปิดกั้น เพียงแต่แนะแนวทางว่าอันตรายจากสื่อออนไลน์น่ากลัวเพียงใด เพราะการปิดกั้นเป็นการเพิ่มความอยากรู้อยากเห็นให้เด็ก แม้สื่อที่เราเรียกว่า "อินเทอร์เน็ต" จะมีอันตราย แต่ในอีกมุมมองมันก็มีสังคมที่น่าอยู่ เพียงแต่เราต้องช่วยกันสร้างสรรค์เท่านั้นเอง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

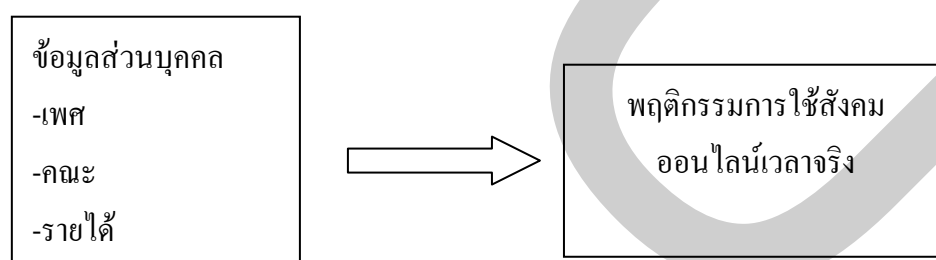
1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1.3.1 นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมีปัจจัย แตกต่างกัน ต่อการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

1.3.2 นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมีพฤติกรรม แตกต่างกัน ต่อการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตในการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษาเป็นนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์รอบเวลาเรียน ภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4 ปีการศึกษา 2551 จำนวน 19,090 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน (อ้างอิงในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2551)

1.5.2 ขอบเขตเนื้อหาเป็นการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคและแนวคิดการใช้บริการสังคมออนไลน์เวลาจริง

1.5.3 ตัวแปรในการวิจัย

1.5.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ทศนคติที่มีต่อการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

1.5.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ประกอบด้วย สถานที่ที่ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง เหตุผลในการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง วันที่ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ช่วงเวลาที่ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงตามลำพังหรือร่วมกับผู้อื่น วัตถุประสงค์การใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง และการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

1.5.4 ระยะเวลาการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง 1-31 ธันวาคม 2551

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

1.6.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

1.6.3 เพื่อให้ผู้ให้บริการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และนำผลการศึกษาที่ได้เป็นข้อมูลพื้นฐาน ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์และวางแผนการดำเนินงานธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

1.7 นิยามศัพท์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้อ่านผลงานวิจัยกับผู้วิจัยจึงได้ให้นิยามศัพท์เฉพาะดังนี้

1.7.1 สังกมออนไลน์เวลาจริง หมายถึง ชุมชนุมชนที่มีความสัมพันธ์กัน โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ณ เวลาในขณะนั้น

1.7.2 พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการต่างๆเหล่านั้น โดยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ทำการศึกษาระบุประกอบด้วยช่วงเวลาที่ใช้สังกมออนไลน์เวลาจริง สถานที่ที่ใช้สังกมออนไลน์เวลาจริง คนที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการใช้สังกมออนไลน์เวลาจริง ความถี่ในการใช้สังกมออนไลน์เวลาจริง ค่าใช้จ่ายในการใช้สังกมออนไลน์เวลาจริงแต่ละครั้ง

1.7.3 นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่ศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต รอบเวลาเรียนภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4

1.7.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้สังกมออนไลน์เวลาจริง ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ทักษะคติในการใช้สังกมออนไลน์เวลาจริง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมวัยรุ่น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การติดต่อสื่อสารคือปัจจัยหลักในการดำรงชีวิตของสัตว์สังคมชนิดหนึ่งที่เรียกว่า มนุษย์ มนุษย์เริ่มมีการติดต่อกันมาช้านาน ทั้งการเผชิญหน้าโดยตรง ผ่านการพูดคุย รวมถึงการ สื่อสารผ่านสื่อซึ่งยังคงมีไม่มากนัก และยังไม่ทันสมัยเหมือนเช่นทุกวันนี้ เพราะทุกวันนี้สื่อถูก สร้างขึ้นเหลือคณา จนบางครั้งตัวมนุษย์เองยังต้องวิ่งตาม ทันบ้าง ไม่ทันบ้าง โดยธรรมชาติของ มนุษย์คือการดำรงชีพผ่านสังคม พร้อมกันนั้นยังใช้วัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นไปอีก เปรียบเสมือนกาที่คอยประสานภาพแต่ละภาพที่เฟ้นตัวเองหรือโดนเลือกเฟ้นให้ ต้องมาอยู่รวมกัน กลายเป็นภาพที่สมบูรณ์ในที่สุด ด้วยเหตุแห่งการดำรงชีวิตในลักษณะนี้จึงหนีไม่พ้นที่จะต้องมื่อเพื่อใช้สื่อสารกันในกลุ่มกับนอกกลุ่ม และนับวันอิทธิพลของเจ้าสื่อเหล่านี้ที่เริ่ม จะคล้าย เข้มทิศที่คอยกำหนดวิถีชีวิตให้กับมนุษย์แบบไม่รู้ตัวก็เป็นได้ ในอดีตสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ล้วนแต่เคยอยู่ในยุคที่รุ่งเรืองมาแล้วทั้งนั้นจนกระทั่งปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ก็ยังคงรุ่งเรืองอยู่ เพียงแต่เริ่มมีโทรคมนาคม สื่อออนไลน์ เสริมเข้ามากลายเป็นโครงข่ายสลับซับซ้อน และหลายครั้ง กลับดูน่าว้าวเข้าไปแทนที่สื่อสิ่งพิมพ์ เกิดเพราะมนุษย์รู้จักผลิตภาษาขึ้นมาใช้เอง ภาษาที่มีความคิด เป็นกระบวนการหลัก สื่อชนิดนี้จึงยังคงความขลังถึงปัจจุบัน สื่อวิทยุคือสื่อที่เปิดรับง่ายที่สุด เพราะแม้กระทั่งผู้ไม่รู้หนังสือก็สามารถทำความเข้าใจได้ สื่อโทรทัศน์คือสื่อที่สามารถเข้าถึง อารมณ์ ความเข้าใจง่ายที่สุด สื่อชนิดนี้จึงได้รับความนิยมอย่างมาก อีกสื่อที่ลืมไม่ได้คือสื่อ โทรคมนาคม เพราะความรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ คือความปรารถนาของมนุษย์ในการรับสื่ออย่าง แท้จริง สื่อออนไลน์คือเครื่องมือที่ย่อโลกแต่มันก็เป็นโลกที่เต็มไปด้วยอันตราย และที่อันตราย ที่สุด ณ เวลานี้คือสื่อข้อความทางโทรศัพท์ ด้วยความสะดวกสบายเวลารับข้อมูล สื่อชนิดนี้จึง สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้เร็วที่สุดในเวลานี้ ดังนั้นสื่อทุกชนิดจึงล้วนเป็นเครื่องมือในการหา

ประโยชน์ของผู้ที่ต้องการมันสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์ในทุกด้าน และแทบทุกคน จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ณ เวลานี้อิทธิพลของสื่ออาจแทรกซึมเข้ามาในตัวทั้งภายในและภายนอก ภายในคงต้องพูดถึงเรื่องจิตใจ ความคิด ที่ผ่านการรับสื่อ จนมีกระบวนการของจิตใจสำนึกที่เปลี่ยนไป ชอบเก็บตัว อารมณ์รุนแรง เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว เพียงเพราะว่าพวกเขาเหล่านั้นบริโภคสื่อที่ไม่ดีมากเกินไปหรือเป็นสื่อที่ดีแต่ผิดวิธีนั่นเอง ส่วนปัจจัยภายนอก นั้นเห็นได้ชัดจากองค์รวมของบุคคลที่กล่าวข้างต้นเมื่อได้มาอยู่ร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ผลสรุปของการรวมครั้งนี้แน่ชัดว่า จะต้องประกอบไปด้วยความไม่ดีมากกว่าดีอย่างแน่นอน เพราะการเปลี่ยนแปลงที่มนุษย์เองไม่ทันได้ระแวงระวังไว้ก่อน สื่อในปัจจุบันจึงมีอิทธิพลต่อมนุษย์เป็นอย่างมากถึงมากที่สุด ในที่สุดยังเปลี่ยนเป็นดาบสองคม ที่มีประโยชน์มากมายพร้อมโทษเหลือร้ายอีกด้วย ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมจากอิทธิพลของสื่อนี้เอง เริ่มเด่นชัดขึ้นเมื่อเข้าสื่อเหล่านี้เริ่มส่งผลร้ายมากกว่าดีในบางครั้ง เพราะมนุษย์มักมองแต่ประโยชน์ และด้านดีของมัน จนมาสะดุดเมื่อได้รับรู้ว่ามันได้ส่งผลร้ายกลับมาแล้ว ตัวอย่างเช่นการใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารถึงกันในยุคปัจจุบัน ระยะเวลาเราต้องยอมรับว่าสื่อชนิดนี้มีอิทธิพลต่อสังคมและวัฒนธรรมของเราจริงๆ เพราะอินเทอร์เน็ตได้เข้ามาย่อโลกของเรา ทำให้พวกเราติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างรวดเร็ว การสืบค้น หาความรู้ทางสื่อชนิดนี้ถูกนำมาใช้อย่างเข้มข้น จวบจนกระทั่งผลร้ายของมันเริ่มปรากฏตัวและดูที่ท่าว่าจะแก้ได้ยาก และไม่ระแวงระวังในดาบเล่มนี้อย่างพอสมควร เด็กๆจะให้ความสนใจกับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก และบางครั้งก็มากจนพวกเขาคิดว่าในโลกนี้ของพวกเขามีเพียงตัวเค้าเองกับอินเทอร์เน็ต ทุกอย่างที่ผ่านมาประสาตา ผ่านระบบความคิด จากสื่อชนิดนี้ได้ชักนำให้เกิดความเชื่อจนกระทั่งส่งผลร้ายแก่ตัวพวกเขาเอง ดังเช่นการเชื่อในข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตความบันเทิงที่นำไปสู่ความผิดศีลธรรม การติดต่อสัมพันธ์ที่ต้องใช้ความจริงใจแต่ก็มีคนจำนวนมาก สวบบทชานระหว่างที่ใช้สื่อชนิดนี้อยู่ และนี่เป็นเพียงส่วนน้อยที่ผู้เขียนได้หยิบยกมาเท่านั้น โดยเฉพาะสังคมและวัฒนธรรมที่ต้องควบคู่ไปกับการดำเนินการทางการเมือง เพราะการดำเนินการทางการเมืองคือปัจจัยหนึ่งในการแสดงซึ่งทัศนคติ ความคิด และความเจริญของมนุษย์ การปกครองคนไม่ว่าจะใช้ระบอบใดก็ตาม ผู้ปกครองจำเป็นต้องมีเครื่องมือที่เรียกว่า สื่อ เป็นเครื่องมือหลัก ไม่ว่าจะเป็นการปราศรัย การโฆษณาชวนเชื่อ การออกกฎหมาย การออกคำสั่งต่างๆ สื่อล้วนมีความจำเป็นทั้งสิ้น ยิ่งไปกว่านั้นหากอุณหภูมิทางการเมืองเข้าสู่องศาที่สูง ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันหาเสียง การเกิดความไม่สงบในประเทศ หรืออื่นๆ ฝ่ายที่ครอบครองสื่อมากกว่าแน่นอนร้อยละแห่งชัยชนะย่อมอยู่ในมือของกลุ่มคนเหล่านี้ด้วยหากสื่อที่ผู้มีอำนาจใช้ สามารถครอบคลุมทั้งสังคมและวัฒนธรรมได้ทุกภาคส่วนแต่เนื้อแท้ของรายละเอียดกลับมีนัยยะซ่อนเร้นซ่อนความชั่วร้าย เห็นแก่ตัว ท้ายที่สุด ประเทศหรือสังคมนั้นจะต้องพบพานแต่ความวิบัติเป็นแน่

แต่หากรู้จักเฉลียวใจ และคนส่วนใหญ่ในสังคมเริ่มรู้ว่าหากปล่อยให้ผู้นำของพวกเขาครอบครองสื่อต่อไป พวกเราจะต้องเดือดร้อน ก็ควรจะเปลี่ยนอากัปภิกิริยาที่คล้ายการเดินจากฝันได้แล้ว จากนั้นใช้ความเข้มแข็งในสังคมและวัฒนธรรมของคนที่มืออยู่ให้เป็นประโยชน์ เพียงเท่านั้น อิทธิพลสื่อที่ถูกนำมาใช้ครอบงำก็จะเสื่อมสลายเมื่อ ไรซึ่งการสนองตอบอย่างเป็นทางการเป็นธรรมดา

ท้ายสุดขึ้นอยู่กับทุกคนแล้วว่าจะปล่อยให้สื่อมีอิทธิพลต่อเราแบบนี้ต่อไปหรือจะเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้มีอิทธิพลต่อสื่อ โดยการเลือกเฟ้นสื่อแท้และทำลายสื่อเทียมออกไป

สังคมในปัจจุบันมิได้ถูกจำกัดอยู่แค่ในโลกของความเป็นจริง ทุกที่จะมีสังคมของตัวเอง ในโรงเรียนอนุบาล ก็มีสังคมของเด็ก ๆ ที่ผู้ใหญ่เข้าไปไม่ถึง กลุ่มผู้หญิงก็มีสังคมที่ผู้ชายเข้าไปยุ่งไม่ได้ อาจจะถูกได้แต่ก็ไม่สามารถเข้าใจ ในโลกไซเบอร์ก็มีสังคมออนไลน์ ที่มีทั้งข้อดีข้อเสีย ผู้ที่อยู่ในสังคมออนไลน์จะรู้ว่า ด้านดีหรือร้ายมากกว่ากัน แต่ผู้ที่ไม่อยู่หรือไม่เคยเข้าไปสัมผัสอาจจะมองเห็นข้อเสียมากกว่า แต่ก็ไม่เป็นความจริงเสมอไป คนที่คลุกคลีอยู่โลกไซเบอร์บางคนก็มักมองข้ามข้อเสียไป เพียงเพราะความสนุกสนานในช่วงเวลานั้น โดยไม่รู้ว่าความเป็นจริง ไม่มีอะไรที่แม้แต่คุณประโยชน์ ทุกๆอย่างล้วนมีภัยซ่อนเร้นทั้งสิ้น

ภัยมืดในโลกไซเบอร์ หรือ สื่อออนไลน์อย่างอินเทอร์เน็ต ที่เรารู้ว่าประโยชน์ของมันคืออะไร การค้นคว้าหาความรู้ การติดต่อสื่อสารทางไกล ความบันเทิง การพาณิชย์ ธุรกิจต่างๆ จนปัจจุบันอินเทอร์เน็ตนั้นกลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของคนเราไปอย่างสิ้นเชิง แต่อย่างที่ยกบอกไม่มีอะไรที่ไม่มีโทษ ขณะที่หลายคนใช้อินเทอร์เน็ตในการทำประโยชน์ อีกหลายคนก็กำลังมัวเมากับสื่อชนิดนี้ เพราะความที่เป็นสื่อที่ไม่สามารถป้องกันได้ เรามักได้ยินข่าวการติดเกมส์ออนไลน์ของเด็ก จนทำให้เสียการเรียน มีพฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรง เว็บไซต์ลามกที่ใครๆก็เข้าได้ ซึ่งกำลังเพิ่มมากขึ้น ภัยที่เกิดขึ้นบนสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นมีทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการล่อลวง ดัมตุ้น แทรกแซง การเจาะฐานข้อมูล การแอบอ้างหรืออื่นๆแล้วแต่พวกหัวใสแกมโกงจะคิดได้ แต่สิ่งที่น่าเป็นห่วงสำหรับเด็กสาวที่ชอบเล่นอินเทอร์เน็ต หรือที่ชอบใช้โปรแกรมสนทนาออนไลน์ คือ การแอบอ้างทำให้เสียชื่อเสียง การล่อลวงไปทำอนาจาร ยกตัวอย่างกรณี "อีเมลล์ลับ" ในหน้าหนังสือพิมพ์ข่าวสดเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา ที่มีการเปิดเผยหัวข้ออีเมลล์แบบน่าใจหาย "เปิดบริสุทธิ์นักเรียน - นักศึกษา" รูปเหล่านั้นเป็นรูปของเด็กสาวหน้าตาดีหลายคน เรื่องนี้ส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของการแอบอ้างนำรูปที่โพสต์ไว้ตามเว็บไซต์ต่างๆไปใช้ โดยเด็กสาวไม่ทราบ แต่ส่วนหนึ่งก็ยอมรับว่าทำจริง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมวัยรุ่น

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรม

ราชบัณฑิตยสถาน (2550:www.rirs3.royin.go.th/ridictionary/lookup.html) ให้ความหมายของพฤติกรรมคือ การกระทำหรืออาการแสดงออกทางกล่อมเนื้อความคิดและความรู้สึก เพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

กัญญา สุวรรณแสง (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 5) ได้อธิบายความของพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม คือ กริยา อาการ บทบาท ลีลา ท่าที การประพฤติปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏและสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสหนึ่งในห้าที่มีอยู่ คือ หู ตา ลิ้น จมูกและผิวหนัง พฤติกรรมที่ประสาทสัมผัสทั้งห้าสามารถรับรู้ได้นี้จัดว่าเป็นประเภทของพฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้ง่ายเช่น นอน นั่ง ยืน เดิน เป็นต้น ส่วนพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนหรือพฤติกรรมซ่อนเร้น เช่น ความรู้สึกหรือความคิดต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการอ่านพฤติกรรม เช่น เครื่องจับเท็จ เครื่องวัดคลื่นหัวใจและแบบทดสอบ เป็นต้น

สรุปว่าพฤติกรรมหมายถึงการกระทำทุกอย่างของมนุษย์ที่กระทำออกมา ทั้งที่สังเกตได้โดยตรงหรือสังเกตไม่ได้ โดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว เป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ก็ตาม สิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ พฤติกรรมนั้นเป็นผลที่เกิดจากการกระทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์กับสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่มักจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการกระตุ้นหรือมีสิ่งจูงใจ (Motive)

2.1.2 พฤติกรรมวัยรุ่น

กฤษณี คำชาย (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 6) กล่าวว่าวัยรุ่นมาจากศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Adolescence ซึ่งมาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า Adolescence หมายถึง การเจริญเติบโตไปสู่วุฒิภาวะ เมื่อกล่าวถึงวัยรุ่น คนทั่วไปมักนึกถึงผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 13-19 ปี โดยประมาณ หรือหากแบ่งตามชั้นเรียนก็จะนึกถึงผู้เรียนที่เรียนอยู่ในชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ไปจนถึงระดับอุดมศึกษาปีต้น ๆ

ดวงกมล เวชบรรยงรัตน์ (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 6) กล่าวว่า วัยรุ่นก็คือเด็กที่กำลังจะเป็นผู้ใหญ่แน่นอน และตรงประเด็นนี้เองทำให้ชีวิตของวัยรุ่นอยู่ระหว่างการดำเนินชีวิตแบบครึ่ง ๆ กลาง ๆ วัยรุ่นเป็นวัยที่มีอายุช่วงรอยต่อระหว่างเด็กและผู้ใหญ่ เป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็น อยากทำหรือทดลองสิ่งใหม่ ๆ ในเรื่องต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจ วัยรุ่นจึงเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้น โดยเฉพาะ มีพฤติกรรมการเรียนรู้แบบจากบุคคลต้นแบบที่ชื่นชอบและจากเพื่อน ๆ

ศรีเรือน แก้วกังวาล (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 6) กล่าวว่า ช่วงความเป็นวัยรุ่น (Adolescent) ในทศวรรษที่ผ่านมา คือประมาณอายุตั้งแต่ 12-18 ปี แต่ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า วัยรุ่นได้ขยายออกไปโดยประมาณ 12-25 ปี โดยให้เหตุผลว่า เนื่องจากเด็กทุกวันนี้ต้องอยู่ในสถาบันการศึกษานานขึ้น การเป็นผู้ใหญ่ที่พึ่งตนเอง ได้ทางเศรษฐกิจต้องยืดเวลาออกไป อีกทั้งรูปแบบชีวิตสมัยใหม่ทำให้เด็กมีวุฒิภาวะทางจิตใจ (Maturity) ซ้ำกว่ายุคสมัยที่ผ่านมา

แพทย์หญิงวินัดดา ปิยะศิลป์ (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 6) วัยรุ่นหมายถึง กระบวนการงอกงามพ้นจากความเป็นเด็ก ระยะนี้ตรงกับช่วงอายุ 10-24 ปี ซึ่งอยู่ในวัยที่มีการเจริญเติบโตทางร่างกายสูงสุด มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ การเข้าสังคม การเรียน การงาน ช่วงค้นหาอุดมคติในชีวิต ฯลฯ

สรุปได้ว่าวัยรุ่นเป็นเด็กที่กำลังจะเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ หรือกำลังจะก้าวเข้าสู่วัยที่มีวุฒิภาวะ มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม วัยรุ่นจึงเป็นช่วง หัวเลี้ยวหัวต่อ ของความเป็นเด็กและความเป็นผู้ใหญ่ พฤติกรรมของวัยรุ่นชอบแสวงหาสิ่งแปลกใหม่และต้องการ เป็นที่ยอมรับของสังคมและเพื่อน วัยรุ่นจึงมีการพัฒนาการความมีเอกลักษณ์ บุคลิกภาพของบุคคล ซึ่งเกิดแรงขับทางเพศ และขึ้นอยู่กับตัวแปรทางสังคม เช่น การเลี้ยงดู บุคคลรอบข้าง การพัฒนา ความมีเอกลักษณ์เด่น คือ รักใคร่ชอบพอเพศตรงข้าม ซึ่งต้องการมีความสัมพันธ์ในฐานะสามี ภรรยาและความรู้สึกคู่ชีวิต และเด็กวัยรุ่นเริ่มเป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมุ่งหมายกับการทำงาน วัยรุ่นจะเรียนรู้จากผลการกระทำ ถ้าพฤติกรรมใดได้รับการเสริมแรง พฤติกรรมนั้นจะ เกิดขึ้นอีกด้วยความถี่ที่สูง การเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบเกิดทั่วไปในสังคมจะเกิดกับบุคคลทุก เพศ ทุกวัย เด็กวัยรุ่นมีวิธีคิดในขั้นเหตุผลเชิงนามธรรม

ธนพร แดงขาว (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 7) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับ พฤติกรรมวัยรุ่นในปัจจุบันมีความคล้ายคลึงทั่วโลก ดังนี้

วัยรุ่นเป็นวัยที่อยู่ในยุคคอมพิวเตอร์ยุคเทคโนโลยีการสื่อสารทันสมัยให้ความเคลื่อน ไหวในเรื่องแฟชั่น หรือความนิยมต่าง ๆ ที่มีความเห็นรสนิยมคล้ายคลึงกัน

วัยรุ่นที่มีรายได้เป็นของตนเองจากการรับจ้างทำงานพิเศษต่าง ๆ เพื่อช่วยตนเองมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีอำนาจในการซื้อมากขึ้น

ดนตรี และ กีฬา เป็นสื่อรวมใจของวัยรุ่น เนื่องจากเทคโนโลยีจากการสื่อสารที่ทันสมัย จากเคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต อื่น ๆ ทำให้วัยรุ่นสามารถชมรายการดนตรีนักร้องคนโปรด หรือรายการ กีฬาที่น่าสนใจพร้อมกันทั่วโลก

ภาระของวัยรุ่นที่ต้องการชีวิตอิสระ โดยที่ผู้ใหญ่ต้องรักษาสมดุลระหว่างการปฏิบัติต่อ วัยรุ่นอย่างผู้ใหญ่ต่อผู้ใหญ่โดยไม่ลืมว่าวัยรุ่นยังขาดประสบการณ์อยู่

การตระหนักใส่ใจเรื่องราวของสังคม ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในเรื่องของสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ เอดส์ และอื่น ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของวัยรุ่นต่อไปในอนาคต ทำให้วัยรุ่นตระหนักเรื่องราวของสังคม

2.1.3 การแบ่งช่วงการพัฒนาของวัยรุ่น

พรพิมล เจียมนาครินทร์ (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 7) ได้แบ่งช่วงการพัฒนาวัยรุ่นดังนี้

วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) เด็กหญิงเริ่มต้นเข้าสู่วัยรุ่นก่อนเด็กชายโดยจะเข้าสู่ช่วงอายุ 13 - 15 ปี และเด็กชายจะอยู่ในช่วงระหว่าง 15-17 ปี เป็นช่วงที่ร่างกายของทั้งเด็กหญิงและเด็กชาย มีการเจริญเติบโต และพัฒนาการที่สมบูรณ์ขึ้นมาก

วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 15-18 ปี และเด็กชายจะมีอายุระหว่าง 17-19 ปี มีการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายลดน้อยลง แต่จะเพิ่มทางด้านเจตคติ และความรูสึกนึกคิด ในลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไป มีลักษณะบุคลิกภาพภายนอกที่ดึงดูด ความสนใจเพศตรงข้ามมากขึ้น เช่น โบหน้าอímเอิบ ดวงตาเป็นประกาย ผมดำนุ่มสลวย มีลักษณะของความเป็นหญิงและเป็นชายที่เด่นชัด

วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 18-20 ปี และเด็กชายจะมีอายุระหว่าง 19-20 ปี เป็นระยะที่พัฒนาการด้านต่าง ๆ เข้าสู่ภาวะอย่างสมบูรณ์แบบพัฒนาการด้านอารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด และสติปัญญาจะเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ เด็กวัยนี้มีความพยายามที่จะปรับตัวให้เข้ากับสังคม และตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ และพิสูจน์ให้เห็นความสามารถว่าตนทำได้ และต้องการสิทธิเท่าเทียมกันกับผู้ใหญ่

ศรีเรือน แก้วกังวาล (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 8) ได้แบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นดังนี้

วัยแรกรุ่น คือ ช่วงอายุ 12-15 ปี ยังมีพฤติกรรมค่อนข้างเด็กอยู่มาก

วัยรุ่นตอนกลาง คือ ช่วงอายุ 16-17 ปี มีพฤติกรรมก้ำกึ่งระหว่างความเป็นเด็กและผู้ใหญ่

วัยรุ่นตอนปลาย คือช่วงอายุ 18-25 ปี มีพฤติกรรมค่อนข้างผู้ใหญ่

ประมวล ดิกคินสัน (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 8) ได้แบ่งช่วงวัยรุ่นออกเป็นดังนี้ คือ

วัยรุ่นระยะแรก คือ ช่วงอายุ 12-14 ปี มีพฤติกรรมความเป็นเด็กมากกว่าผู้ใหญ่ การเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาทุกด้านมีมาก

วัยรุ่นระยะหลัง คือ ช่วงอายุ 14-25 ปี มีพฤติกรรมความเป็นผู้ใหญ่มากกว่าเด็ก ลักษณะการเปลี่ยนแปลงเริ่มคงที่ ตั้งแต่อายุ 14 ปี ขึ้นไป และจะก้าวสู่ความเจริญเต็มที่ตอนอายุ 22-25 ปี

กล่าวโดยสรุปการแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นนี้ เป็นเรื่องที่ยากที่จะแบ่งได้แน่นอน เพราะการพัฒนาของมนุษย์เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกันไป นักจิตวิทยาและนักวิชาการหลายท่านจึงแบ่งช่วงอายุของกลุ่มวัยรุ่นไม่ตรงกันดังกล่าวมาแล้ว ในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มเป้าหมายของผู้วิจัยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ถึง ชั้นปีที่ 4 จะมีอายุระหว่าง 18-21 ปี จะมีพฤติกรรมลักษณะของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย

2.1.4 ลักษณะที่สำคัญของวัยรุ่น

2.1.4.1 วัยรุ่นเป็นวัยแห่งหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต ผลลัพธ์ของพฤติกรรมในวัยนี้จะมีผลต่อบุคคลในระยะยาวในช่วงวัยอื่นต่อมา ทั้งด้านการเรียนการทำงานการใช้ชีวิตเจตคติที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในสังคม ความสับสนในบทบาทที่ไม่ชัดเจนของตนเอง เช่น ไม่แน่ใจว่าตนเองเป็นเด็กหรือเป็นผู้ใหญ่ ความคาบเกี่ยวระหว่างความเป็นเด็กหรือเป็นผู้ใหญ่นี้ มีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของเด็กมาก เด็กจะรู้สึกวางตัวยาก ไม่รู้จะทำอย่างไร จึงจะถูกต้องและเหมาะสม

2.1.4.2 วัยรุ่นเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมและเจตคติในวัยรุ่น จะคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายที่เกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงความสนใจ ความไม่มั่นใจเกี่ยวกับความสามารถและความถนัดของตนเอง

2.1.4.3 วัยรุ่นเป็นวัยแห่งปัญหา อาจกล่าวได้ว่าวัยรุ่นเป็นวัยเข้าปัญหามากที่สุด ส่วนใหญ่ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากสาเหตุที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายนั่นเอง ภาวะความว้าวุ่นใจไม่สบายตัว ไม่สบายใจ ทำให้เกิดความหงุดหงิด วิตกกังวล อารมณ์เสื่อง่าย ไม่อยากพูดคุยกับใคร หรือพูดจาขยวนจนทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันในกลุ่มเพื่อนหรือพี่น้อง เกิดเป็นปัญหาทางอารมณ์ และปัญหาทางสังคมของเด็กวัยนี้

2.1.4.4 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการเรียนรู้ความเป็นตัวของตัวเอง เด็กจะแสดงให้เห็นว่าเขาต้องการยอมรับจากกลุ่มและถือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม แต่กระนั้นเด็กเองยังไม่แน่ใจในบทบาทของตน เขาต้องการรู้ว่าเขาต้องการแสดงบทบาทใดในสังคม เขามีความสำคัญอย่างไรในสังคม หรือเขายังเป็นเด็กอยู่ หรือเป็นผู้ใหญ่แล้ว สิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าเขาต้องการความเป็นตัวของตัวเอง คือ การพยายามหาเอกลักษณ์ของตนเองจากการแต่งกาย การใช้คำพูดที่เข้าใจกันเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น

2.1.4.5 วัยรุ่นเป็นช่วงวัยแห่งจินตนาการ วัยรุ่นชอบฝันสร้างวิมานในอากาศจินตนาการตนเองเป็นสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเองชอบ เด็กสามารถแสดงออกในรูปของการประพันธ์เพลง เขียนบทกลอนประกอบเพลง หรือแม้กระทั่งการแต่งกายตามแบบบุคคลในสังคมที่ตนชื่นชอบ และต้องการเอาอย่าง

2.1.5 ธรรมชาติของวัยรุ่น

2.1.5.1 วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางบุคลิกลักษณะนอกจากมีรูปร่างลักษณะที่เหมือนผู้ใหญ่มากขึ้นแล้ว เด็กยังมีความคิดอยากใกล้ชิดสนิทสนม กับผู้ใหญ่ โดยการเข้าไปมีส่วนร่วม ในกิจกรรมต่าง ๆ ต้องการแสดงความคิดเห็นของตนเองบ้าง ทั้งนี้เพื่อต้องการเป็นผู้ใหญ่ยอมรับว่าตนไม่ใช่เด็กอีกต่อไป

2.1.5.2 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการอิสรภาพมาก ต้องการดิ้นรนเป็นอิสระของเด็กคือ การปลีกตัวออกจากการเกี่ยวพันทางบ้าน รวมทั้งจะไม่ชอบให้พ่อแม่พี่น้องมายุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของเขา อิสรภาพ ที่เด็กวัยรุ่นต้องการ ได้แก่ อิสรภาพทางการแต่งกาย อิสรภาพทางการคบเพื่อน อิสรภาพด้านการเที่ยวเตร่

2.1.5.3 วัยรุ่นเป็นวัยรักความยุติธรรมอย่างรุนแรง เด็กวัยรุ่นมักจะทนไม่ได้ และมีปฏิกิริยาทันที ถ้าได้พบบุคคลไม่ได้รับความเป็นธรรม จะต้องเข้าช่วยเหลือ

2.1.5.4 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการมีเพื่อนมาก เด็กวัยรุ่นอยากอยู่กับเพื่อนมากกว่าอยู่บ้าน และมักจะเชื่อเพื่อนมากกว่าพ่อแม่ เด็กจะเลียนแบบซึ่งกันและกันทั้งทางด้านร่างกาย การพูดจา การแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เนื่องจากต้องการให้เพื่อนในกลุ่มยอมรับการเป็นสมาชิกของกลุ่ม

2.1.5.5 วัยรุ่นเป็นวัยที่เริ่มให้ความสนใจเพศตรงข้าม ธรรมชาติของวัยรุ่นทำให้พฤติกรรมเรียกร้องความสนใจด้วยการให้ดอกไม้ ให้อุปहार ให้อุปहारต่าง ๆ เป็นที่ระลึก หรือมีการเขียนจดหมาย การพูดคุยทางโทรศัพท์ และทางอินเทอร์เน็ต

2.1.5.6 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการให้ผู้ใหญ่ยอมรับ เด็กวัยรุ่นจะพยายามเลียนแบบพฤติกรรมของผู้ใหญ่เพื่อแสดงให้เห็นว่าเขาเป็นผู้ใหญ่แล้ว เช่น เด็กชายจะเริ่มสวมกางเกงขาสั้น พิถีพิถันกับการแต่งตัว เช่น ทรงผมและรูปร่างหน้าตามากขึ้น หัดสูบบุหรี่ ดื่มเหล้า ส่วนวัยรุ่นเด็กหญิงเริ่มใช้เครื่องสำอาง สวมรองเท้าส้นสูง แต่งกายตามแฟชั่น เป็นต้น

2.1.5.7 วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการค้นพบความถนัดความสนใจของตนเองอย่างแท้จริง ความเจริญเติบโตทางสมองอย่างเต็มที่ของเด็ก ทำให้เด็กสามารถใช้ความคิดเป็นของตนเองแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ตัวอย่างเช่น การพิจารณาตัดสินใจเลือกเรียนสายวิชาชีพต่าง ๆ ที่สอดคล้องกันกับอาชีพที่ตนสนใจในอนาคต เด็กจะมีความพยายามสืบหาติดตามเรื่องราวเกี่ยวกับ

อาชีพที่ตนสนใจเพื่อการตัดสินใจที่แน่นอน ความเป็นตัวของตัวเองในระยะนี้ทำให้บางครั้งผู้ใหญ่ อาจเห็นเป็นความต้อร้อน ทำท่าย ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน

2.1.5.8 เด็กวัยรุ่นไม่ชอบให้ผู้ใหญ่ปฏิบัติต่อเขาอย่างเด็ก ๆ และเขาต้องการให้ผู้ใหญ่รับ ฟัง ความคิดเห็นของเขาด้วย รวมทั้งไม่ชอบสภาพที่ผู้ใหญ่คิดว่าตนถูกเสมอไป

2.1.5.9 เด็กวัยรุ่นไม่ต้องการเปิดเผยเรื่องราวของตนเองให้พ่อแม่รู้ทั้งหมด เขาต้องการ เก็บบางสิ่งบางอย่างไว้เป็นความลับบ้าง ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ต้องการให้ใคร ๆ ในบ้านมายุ่ง เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของเขา เช่น มารื้อของ เปิดจดหมายส่วนตัวอ่าน แอบฟังการพูดโทรศัพท์ เป็นต้น

2.1.5.10 เด็กวัยรุ่นไม่ชอบให้พ่อแม่ทะเลาะกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทะเลาะวิวาทมี สาเหตุมาจากตนเองเด็กจะเกิดความไม่สบายใจและหนีออกจากบ้านเพื่อหาความสุขและระบาย อารมณ์ที่อื่น

2.1.5.11 เด็กวัยรุ่นไม่ชอบให้ผู้ใหญ่เปรียบเทียบกับคนอื่นไม่ว่าจะเป็นด้านการเรียน ด้านรูปร่างหน้าตา หรือความประพฤติของตน การเปรียบเทียบไม่ช่วยให้เด็กต้องการปรับตัวดีขึ้น แต่ยิ่งทำให้เด็กต่อต้าน และมีพฤติกรรมที่ไม่ดีมากขึ้น

2.1.5.12 เด็กวัยรุ่นชอบแสดงออกมีพฤติกรรมการแสดงออกหลายลักษณะที่แสดงให้เห็นว่าเด็กอยากดัง ทำตัวเด่น

2.1.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

2.1.6.1 ปัจจัยทางพันธุกรรม คือ การถ่ายทอดบุคลิกลักษณะจากปู่ ย่า ตา ยาย พ่อแม่ผู้ ลูกลาน มีลักษณะทางกายและทางสติปัญญา

2.1.6.2 ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเป็นสิ่งเร้ากระตุ้นให้บุคคล แสดงออกได้ตอบในลักษณะต่างๆ กันซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่

1) สิ่งแวดล้อมทางบ้าน ปัจจัยทางบ้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นเป็นอย่างมากสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่และเกิดขึ้นในบ้านล้วนส่งผลถึงพฤติกรรม เช่น ความสัมพันธ์และ บรรยากาศภายในครอบครัว จำนวนสมาชิกภายในบ้าน ความพร้อมของครอบครัว ฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก การอบรมเลี้ยงดู สิ่ง เหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเด็กมาก

2) สิ่งแวดล้อมทางโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เป็นสถานที่ที่วัยรุ่นได้เรียนรู้สิ่ง ต่าง ๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นเป็นอย่างมาก เช่น ประเภทของโรงเรียนหรือ

มหาวิทยาลัย ขนาดของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย ชื่อเสียงของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย ครูอาจารย์ เพื่อนนักเรียน สภาพบรรยากาศภายในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย

3) สิ่งแวดล้อมทางชุมชนคือขนาดของชุมชนที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม ขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การที่วัยรุ่นได้อยู่ในท่ามกลางชุมชนแบบใด ก็จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมตามแบบอย่างที่ได้พบเห็น

4) เพื่อนถือได้ว่าเป็นอิทธิพลที่สำคัญที่สุดของวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการ การยอมรับจากกลุ่มเพื่อน สังคมของวัยรุ่นส่วนใหญ่จึงเป็นสังคมของเพื่อน การคล้อยตามกัน คือ การกระบวนกรของวัยรุ่น ที่ยอมรับเจตคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเพื่อนมาปฏิบัติตามอันเป็นผล เนื่องมาจากความกดดันของกลุ่ม การคล้อยตามกลุ่มเพื่อนยังมีมากขึ้น เมื่อวัยรุ่นคบเพื่อนนาน ๆ ยกตัวอย่างพฤติกรรมการคล้อยตามกันของวัยรุ่นที่เด่นชัด ได้แก่ การแต่งกาย ทรงผม และภาษาพูด ของวัยรุ่นซึ่งมีลักษณะเฉพาะประจำกลุ่ม ที่สมาชิกของกลุ่มมีประพฤติปฏิบัติตามอย่างกัน โดยไม่มีการคำนึงว่าการแสดงออกขัดสายตาหรือความรู้สึกของผู้อื่นหรือไม่ ขอแต่เพียงให้พฤติกรรมของเขาเป็นที่ยอมรับ และยกย่องของสมาชิกในกลุ่มเขาก็พอใจแล้ว

2.1.6.3 ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนด และควบคุมความประพฤติของมนุษย์ในสังคม ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล คนที่อยู่ในชั้นของสังคมที่แตกต่างกัน มีพื้นฐานทางสังคมที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่างกัน

2.1.6.4 ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ทางด้านค่านิยม (Value) และการดำรงชีวิต (Lifestyle) รวมทั้งทัศนคติ (Attitude) และแนวคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

1) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ (1) กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน (2) กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ บุคคลชั้นนำในสังคมเพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

2) ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การเชื่อของครอบครัว

3) บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม ซึ่งต้องวิเคราะห์ ผู้มีอิทธิพลผู้ซื้อและผู้ใช้

2.1.6.5 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ อิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

- 1) เพศที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกันเช่นเพศชายจะเลือกซื้อสินค้าจากประโยชน์ใช้งาน แต่เพศหญิงจะเลือกซื้อสินค้าจากรูปลักษณ์ความสวยงาม เป็นต้น
- 2) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี 6-11 ปี 12-29 ปี 30-34 ปี 35-49 ปี 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เช่น วัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ
- 3) วงจรชีวิตครอบครัว หมายถึง ขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ที่มีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความแตกต่าง วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน
- 4) อาชีพของแต่ละบุคคลนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น นักธุรกิจจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูงหรือตัวเครื่องบิน ซึ่งนักการตลาดจะพบว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีบุคคลในอาชีพไหนสนใจเพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม
- 5) โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้ของบุคคล ได้แก่ รายได้ของบุคคล มีผลต่ออำนาจซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน
- 6) ผู้มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษต่ำ
- 7) ค่านิยมหรือคุณค่าและรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึงความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล ความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึงรูปแบบการดำรงชีวิต โดยแสดงออกในรูปแบบ (1) กิจกรรม (2) ความสนใจ (3) ความคิดเห็น

2.1.6.6 ปัจจัยทางจิตวิทยา พฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา คือ การสนใจ ความเข้าใจ การรับรู้ ความเชื่อ ทัศนคติและการเรียนรู้

- 1) การสนใจ เป็นวิธีการที่จะชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ หรือสิ่งกระตุ้น การจูงใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ โดยอาศัยสิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด การจัดสิ่งกระตุ้นนั้นมีความจำเป็นต้องศึกษาถึงความต้องการของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการ

ทางด้านร่างกาย ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรคและความต้องการทางเพศ นอกจากนี้มนุษย์ยังมีความต้องการทางด้านจิตใจ เช่น ความต้องการด้านความเชื่อมั่น ความรัก และอื่น ๆ ความต้องการเหล่านี้จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการขึ้นอย่างรุนแรง และมีผลชักจูงให้บุคคลหาสิ่งบำบัดหรือตอบสนองความต้องการของตน

2) การรับรู้ เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือก จัดประเภท ตีความและรับรู้ข้อมูลที่ได้รับ บุคคลที่ถูกกระตุ้นให้ตัดสินใจจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน

3) การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลมาจากประสบ- การณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น และเกิดการตอบสนอง ต่อสิ่งกระตุ้นนั้น นักการตลาดจะใช้แนวคิดนี้ด้วยการ โฆษณาซ้ำหลายครั้งเพื่อเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า และใช้สินค้า การเรียนรู้จึงเกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทักษะคิด ความเชื่อและประสบการณ์

4) ความเชื่อถือ เป็นความคิดของบุคคลที่ยึดถือในสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

5) ทักษะคิด เป็นการประเมินผลการรับรู้ทั้งพอใจและไม่พอใจที่มีผลต่อการ พฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้าของผู้บริโภค ทักษะคิดต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น ศาสนา การเมือง เสื้อผ้า คนตรี อาหารและอื่น ๆ ดังนั้นนักการตลาดจะต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในทักษะคิดของบุคคล แทนการเปลี่ยนทักษะคิด เช่น การเสนอสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ขัดแย้งต่อกฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรม และทางสังคม เป็นต้น

2.1.7 ความต้องการของวัยรุ่น

เจียรนัย ทรงชัยกุล (อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่จึ้ง, 2550 : 13) กล่าวถึง ความต้องการและการตอบสนองต่อความต้องการของวัยรุ่นมีหลายด้าน โดยสรุปที่สำคัญได้ 6 ประการ คือ (1) ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง (2) ความต้องการเชื่อมั่น (3) ความต้องการเป็นที่ยอมรับ (4) ความต้องการสนุกสนานเพลิดเพลิน (5) ความต้องการพัฒนาทักษะทางสังคม (6) ความต้องการมีความสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนต่างเพศ พอสรุปที่สำคัญ 6 ประการ ดังนี้

2.1.7.1 ต้องการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อนักศึกษาวัยรุ่นอยู่ที่บ้านกับพ่อแม่ หรืออยู่ที่มหาวิทยาลัยกับอาจารย์ เขามีโอกาสไม่มากนักที่จะคิดหรือทำอะไรได้ตามความพอใจ ดังนั้นศึกษาวัยรุ่นจึงแสวงหาเพื่อนหรือกลุ่มเพื่อนรวมกันเพราะเพื่อนร่วมวัยต่างก็มีสถานภาพคล้ายคลึงกันมีโอกาสเป็นตัวของตัวเองได้อย่างเต็มที่ มีโอกาสแสดงความคิดเห็น และแสดงความสามารถอย่างอิสระ มีความรู้สึกอบอุ่นปลอดภัย มีความรู้สึกสบายใจมากกว่าอยู่กับผู้ใหญ่

2.1.7.2 ความต้องการเชื่อมั่น นักศึกษาวัยรุ่นอยู่ในช่วงวัยที่คาบเกี่ยวระหว่างความเป็นเด็ก และเป็นผู้ใหญ่ เขาจึงเผชิญหลายด้านที่ก่อให้เกิดความวิตกกังวลใจ และไม่มั่นใจ เช่น ร่างกายเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว รูปลักษณ์ทางการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อารมณ์ก็เปลี่ยนแปลงง่าย นักศึกษาวัยรุ่นจึงเผชิญกับภาวะที่มีความสับสนหวาดหวั่น ไม่มั่นใจ และโดดเดี่ยว กลุ่มเพื่อนจึงสร้างเสริมความเชื่อมั่นของเพื่อนนักศึกษาวัยรุ่นด้วยกันได้ดี ดังนั้นเมื่อในกลุ่มได้รู้ปัญหาและมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ต่อกันอย่างเปิดเผย และจริงใจ สิ่งเหล่านี้ย่อมมีส่วนสำคัญช่วยทำให้นักศึกษาวัยรุ่นเกิดความสบายใจ และมีความเชื่อมั่นมากขึ้นที่จะปรับตัวให้เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2.1.7.3 ความต้องการเป็นที่ยอมรับและยกย่อง เมื่อวัยรุ่นในสังคมที่แวดล้อมด้วยผู้ใหญ่บ่อยครั้งพฤติกรรมวัยรุ่นที่แสดงออกมาไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ใหญ่ ดังนั้น นักศึกษาวัยรุ่นจึงแสวงหากลุ่มเพื่อนร่วมวัยที่ให้การยอมรับและยกย่องเขา และเปิดโอกาสให้เขามีฐานะหรือมีตำแหน่งในกลุ่มซึ่งเป็นการเสริมความมั่นใจทางจิตใจมากขึ้น เพราะเขามีเพื่อนที่ชอบพอและชื่นชมเขาคอยให้กำลังใจและคอยสนับสนุนแก่เขา เราจึงมักพบว่า นักศึกษาวัยรุ่นชอบแสดงตนให้เพื่อนยอมรับว่าเก่งเป็นคนเด่นดัง หรือเป็นคนสำคัญของกลุ่มด้วยการแสดงความสามารถทางกีฬาจนเพื่อนประทับใจ ด้วยการเสริมแต่งรูปร่างหน้าตาให้ดึงดูดความสนใจของเพื่อน ตามกระแสสมัยนิยม แสดงความเป็นคนใจกว้างขวาง และรักพวกพ้อง เป็นต้น

2.1.7.4 ความต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน นักศึกษาวัยรุ่นโดยทั่วไปต้องการแสวงหาความสนุกสนานเพลิดเพลินเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดหลายด้านที่เขาเผชิญอยู่ ความสนุกสนานเพลิดเพลินที่นักศึกษาวัยรุ่นชื่นชอบ มักเกิดจากการได้ทำกิจกรรมที่สนุกสนานกับเพื่อนวัยเดียวกันดังตัวอย่าง เช่น

1) การเที่ยว ได้แก่การไปทัศนจร ฟังการแสดงดนตรี ชมภาพยนตร์ เที่ยวเตร่ตามศูนย์การค้า เล่นเกมส์ เซียร์กีฬา เป็นต้น การเที่ยวกับเพื่อนร่วมวัยที่มีรสนิยมใกล้เคียงกันยิ่งเพิ่มความสนุกสนานเพลิดเพลินให้แก่ นักศึกษาวัยรุ่นมากขึ้น

2) การพูดคุยสนทนา เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความหวัง และใฝ่ฝันในระหว่างกลุ่มเพื่อน เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับความงามความสามารถของดารา นักร้องคนโปรด เทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลง เป็นต้น

3) การร่วมรับประทานอาหารด้วยกัน นักศึกษาวัยรุ่นนิยมที่จะร่วมรับประทานอาหารอย่างเป็นกันเองกับกลุ่มเพื่อนไม่ว่าจะเป็นที่โรงอาหารของโรงเรียน ที่ร้านอาหารข้างโรงเรียน หรือที่บ้านของเพื่อน สำหรับวัยรุ่นรสชาติอาหารไม่สำคัญเท่ากับปริมาณอาหารที่เพียงพอ และหัวข้อสนทนากันในระหว่างกลุ่มเพื่อนที่สนิทสนมรักใคร่กัน

2.1.7.5 ความต้องการพัฒนาทักษะทางสังคม นักศึกษาวัยรุ่นต้องการพัฒนาทางสังคม เพื่อเตรียมตัวเป็นผู้ใหญ่ที่เหมาะสมตามความคาดหวังของสังคมมีทักษะทางสังคมหลายด้านซึ่ง นักศึกษาหลายคนได้ฝึกฝนมาบ้างแล้วจากการที่พ่อแม่เป็นแบบหรือจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ โรงเรียน ที่สังคมคาดหวัง หรือจากการอบรมฝึกฝนจากครูแต่ยังมีทักษะทางสังคมบางด้านที่ นักศึกษาวัยรุ่นให้โอกาสในการฝึกฝนทดลองปรับปรุงแก้ไขจนเกิดความชำนาญ เช่น การสร้าง สัมพันธภาพกับเพื่อนใหม่ การแสดงมารยาทที่เหมาะสมกับบุคคลและกาลเทศะ เป็นต้น เพราะการ เรียนรู้และฝึกฝนอย่างกันเองในระหว่างกลุ่มเพื่อนร่วมวัยที่วางใจกัน จะช่วยลดความรู้สึกอับอาย ขัดเขิน และการไม่กล้าแสดงออกลงได้มาก นอกจากนี้เพื่อนบางคนในกลุ่มที่มีทักษะทางสังคม มากกว่าคนอื่นสามารถช่วยให้ข้อมูล และคำแนะนำอย่างเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมาเพื่อเป็น แนวทางแก่เพื่อนคนอื่นได้เรียนรู้ และนำไปทดลองปฏิบัติ ซึ่งจะช่วยพัฒนาทักษะทางสังคมของ นักศึกษาวัยรุ่นให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสมต่อไป

2.1.7.6 ความต้องการมีสัมพันธภาพกับเพื่อนต่างเพศ โดยธรรมชาติวัยรุ่นซึ่งร่างกายได้ เปลี่ยนแปลงจากเด็กไปสู่ความเป็นหนุ่มเป็นสาวและบรรลุนิติภาวะทางเพศ ดังจะเห็นได้จาก การ เข้ากลุ่มมีเพื่อนต่างเพศปะปนอยู่ เช่น การร่วมทำกิจกรรมพิเศษของโรงเรียน การแข่งขันกีฬา ระหว่างโรงเรียน การจัดนิทรรศการ งานอาสาสมัคร เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มเพื่อนของนักศึกษา วัยรุ่นยังเป็นสื่อกลางในการชักนำสัมพันธภาพกับเพื่อนต่างเพศของสมาชิกข้ามกลุ่มอีกด้วย

จากแนวคิดในเรื่องความต้องการของวัยรุ่น สรุปได้ว่านักศึกษาวัยรุ่นต้องการความเป็น ตัวของตัวเอง ชอบบันเทิง มีความทันสมัย และการเล่น เทีทว คิว และทำงาน ที่มีลักษณะเป็นไปตาม เพื่อน และสิ่งที่เขาต้องการก็ต้องตอบสนองความต้องการของเขาได้ด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์

2.2.1 ความเป็นมาของสังคมออนไลน์

(บัวอื่น และวิชาการ.คอม, 2551, กันยายน) ความรู้ลึกของการมีเพื่อนใหม่ในรูปแบบ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networking website) ที่ให้เราได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ได้ทั่ว โลก โดยโยงสายใยแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตัวเองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของคนยุคนี้

ย้อนอดีตที่ไม่นานนักก็ระลึกได้ว่า เพื่อนแบบ “Pen friends” คู่จะได้อารมณ์ใกล้เคียง ที่สุด ไม่รู้เด็กนักเรียนสมัยนี้ ยังถูกครูภาษาไทยพาส่งจดหมายถึงเพื่อนต่างโรงเรียนกันอยู่หรือไม่ สมัยนั้นยังไม่มีทักซิโด้ และวัชรกรรมกาย แต่ครูก็ตั้งสอนเสมอว่า การคุยที่มีมารยาทและปลอดภัยไว้ ก่อน ควรเลี่ยงเรื่องศาสนาและการเมืองจงหนัก มายุคนี้ การหาเพื่อนใหม่ผ่านทางปลายนิ้ว สัมผัสสิริบอร์ด เป็นที่นิยมของคนในโลกไซเบอร์มาก ถึงขนาดมีเว็บไซต์ต่าง ๆ ให้บริการหาเพื่อน

ใหม่อย่างที่ได้สนใจ เพื่อนใหม่สำหรับบางคนนั้น บ้างก็เป็นเพื่อนจากการสนทนาผ่านเว็บบอร์ด (discussion board) แบบนี้ออกจะได้คนที่มีความสนใจอย่างคล้ายกันตามประเภทเว็บที่เข้าไป บ้างผ่านการเล่นเกมออนไลน์ก็มีไม่น้อย หรือแม้แต่การรู้จักกันผ่านเพื่อนของเพื่อน อย่างที่เราเรียกว่า Social networking นั้นเอง ที่นิยมกันมากก็มี Hi5 (<http://www.skype.com/>), MySpace (<http://www.skype.com/>) และ Facebook (<http://www.skype.com/>)



ภาพที่ 2.1 รูปแบบโปรแกรม MSN และ Skype

แน่นอนว่าอะไรที่แรงและยิ่งแรงในแวดวงวัยรุ่นคนยุคใหม่ ย่อมมีผู้ที่ทำท่าตกอกตกใจ ออกมาหว่งใยกันมากเป็นพิเศษ ส่วนเครื่องมือต่างๆ ที่เราเอาไว้รองรับการหาเพื่อนใหม่จะมีสาระ เช่น MSN, Skype, ICQ (<http://www.skype.com/>), Yahoo (<http://www.skype.com/>) และ QQ

เหล่านี้ล้วนเป็นผู้ให้บริการสนทนาออนไลน์ด้วยกันทั้งสิ้น แต่ละโปรแกรมก็โดดเด่นกันตามแนวทางของตน เช่น ระบบเว็บแคม การสื่อสารด้วยเสียง ไอคอน หรือการค้นหาเพื่อนใหม่

แต่เหมือนว่า การมี MSN(Microsoft Network Messenger) และ Skype ผู้ถูก eBay (NASDAQ: EBAY) หนุนหลัง จะเป็นไพล์บังคับของผู้ใช้มากที่สุด ที่ใช้สื่อสารทั้งทางเสียงและข้อความสั้นๆ (Instant message) พร้อมรับส่งไฟล์แบบเรียลไทม์ไปในตัว

การสนทนาผ่าน MSN (<http://www.msn.com>) เริ่มด้วย ทั้งคุณและคนที่จะคุยด้วย จะต้องมี E-mail ของ Hotmail.com เสียก่อน จากนั้นก็ ทำการติดตั้งโปรแกรม MSN Messenger ซึ่ง ถูกเล่นและความสามารถต่างๆ มีพัฒนาให้เราได้อัพเดทกันเรื่อยๆ

Skype (<http://www.skype.com/>) ซึ่งพัฒนาโดย Niklas Zennstrom และ Janus Friis จากบริษัท สไคป์เทคโนโลยี จำกัด ประเทศสวีเดน มาที่หลัง แต่การเติบโตล้ำหน้าผู้ ให้บริการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตรายอื่น

Skype ต่างจาก MSN ตรงที่จะเน้นสื่อสารทางเสียงมากกว่าการพิมพ์ เสียงใสและไม่ สะดุด จึงออกจะได้รับความนิยมมาก ยิ่งในมุมมองของการประหยัดค่าโทรศัพท์ทางไกลด้วยแล้ว Skype ใช้อยู่เลย

ปัจจุบัน Skype ให้บริการในภาษาต่างๆราว 27 ภาษา ที่ได้รับนิยมเร็วมาก ก็เพราะ บริการเด่นทั้ง 2 รูปแบบ โดยแบบแรกคือ PC to PC อันนี้จะคุยได้ฟรี และ แบบที่ 2 คือ PC โทรเข้า โทรศัพท์พื้นฐานทั่วไป เรียกว่า skype out อย่างหลังนี้จะเสียเงิน แต่ก็ไม่มากนัก



ภาพที่ 2.2 ลักษณะของการใช้งาน โปรแกรม Skype

ที่มา: http://www.boygeniusreport.com/wp-content/uploads/image/skype_logo_connect-web.jpg

ส่วนใครจะชอบ โปรแกรมไหนมากกว่ากัน ก็ขึ้นอยู่กับรสนิยมและรูปแบบการใช้งาน เพราะเชื่อว่าผู้ให้บริการทั้งสอง ออกแบบโปรแกรมของตัวเองเพื่อตอบโจทย์ของกลุ่มลูกค้าที่ ต่างกัน

มีหลายคนบอกว่า หากชอบลูกเล่นหลากหลาย สนทนาได้เรื่อยๆ ทั้งเวลานอกงานและ
 คุยหลายคนก็ต้อง MSN หากจะคุยเป็นเรื่องเป็นราวก็ต้อง Skype

แต่ที่เหมือนกันคือ ไม่ว่าจะอย่างไร ทั้งคู่ก็เป็นเพียงการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ยังไม่ใช่สิ่ง
 ที่จะเข้ามาแทนที่โทรศัพท์ได้อย่างสมบูรณ์แบบนั่นเอง

Social networking Site จากเพื่อนถึงเพื่อน

Social networking website และ Blog ต่างๆที่เกิดขึ้น เป็นผลมาจาก การพัฒนา
 เทคโนโลยี และเว็บรูปแบบใหม่ นั่นคือ WEB 2.0 ทำให้เราได้แสดงออกถึงตัวตน และโชว์ของดีที่
 มีอยู่ในรูปแบบชุมชนเสมือน (Virtual Communities)

3 ค่ายใหญ่ของวงการ Social networking website เริ่มด้วย MySpace ซึ่งเป็นผู้นำยอด
 สมาชิกสูงสุด นับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของบริการ Hotmail.com ส่วน Facebook_แชมป์อันดับ
 หนึ่งในสหรัฐฯ ที่เริ่มจากการให้บริการกับนักศึกษาตามมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกามาก่อนที่จะ
 ขยายกลุ่มลูกค้ากว้างขวางทั่วโลก

แต่ในเมืองไทย Hi5 ที่เข้ามาเมื่อพ.ศ. 2546 ดูท่าว่าจะนิยมที่สุด ใกล้เคียงกับ MySpace ที่
 ช่วงหลังการเจริญเติบโตลดลง ยิ่งตั้งแต่ปี 2550 มานี้ Hi5 นิยมมาก เพราะเพิ่มลูกเล่นมัลติมีเดีย
 และการตกแต่งที่หลากหลาย ขนาดว่าต้นสังกัดต้องทำเวอร์ชันภาษาไทยเอาใจนักเล่นเลยทีเดียว

รูปแบบของเว็บ Social networking ทั้งหลายนั้น หลักๆก็จะมี Profile อันเป็นที่นำเสนอ
 ตัวตนของเรา พร้อมการเขียนบันทึกเล่าเรื่องราว บางคนเขียนเก่งอาจจะมียอดเพื่อนติดตามก็มีไม่
 น้อย การสร้างสรรค์ในตกแต่ง Theme ของหน้าเว็บตน หลากลูกเล่นกับ Widget และการช่วยให้มี
 เพื่อนใหม่ไม่หยุดนิ่ง

ที่ต้องไม่ลืมเลย คือ การอัพโหลดอัลบั้มส่วนตัว หลายคนใส่ใจตรงนี้มากจนเป็นจุดขาย
 เรียกคะแนนขวัญใจช่างภาพ ต้องเชื่อว่าใจใครก็อยากดูดี เพราะอย่างนั้นรูปที่มีใน Hi5 จึงถูกแหวกถึง
 ความไม่สมจริง ข้าพเจ้าเอง ก็อยากแนะนำเช่นกันว่า ควรขึ้นคำเตือน “ใช้เพื่อการโฆษณาเท่านั้น”

การตกแต่งหน้าเว็บ หรือที่เรียกว่า สกิน อันเป็นพื้นหลังของตัวเองด้วย Theme ต่างๆ จะ
 ให้สะดุดตาขึ้นอีกก็เป็นเรื่องของ กลิตเตอร์ (Glitter) การ์ตูนขยับ

Widget ที่เป็น Software Application ขนาดเล็กที่มีอยู่ทั่วไปใน Social Networking

Websites นั้นจะเป็นลูกเล่น ที่คอยแต่งแต้มสีสันด้วยบริการเก๋ไก๋ฝังไว้ในเว็บอย่าง การ
 นำเสนอรูปในอัลบั้มของเราแบบสไลด์ของ slide.com คลิปวิดีโอ ผ่านทาง Youtube หรือเว็บรับฝาก
 เพลง iMeem

หากผู้ใช้ไม่เก่ง ไม่จำเป็นต้องรู้ภาษาสคริปต์ยุ่งยาก ชอบใจ Theme และ Widget ของ
 เพื่อนคนไหน ก็สามารถคลิก ขอใช้ลูกเล่นต่างๆ หรือคัดลอกโค้ดมาได้ ไม่หวงกัน ไหนจะแบบ

สำเร็จรูปที่มีให้เลือกดาวน์โหลดได้หลากหลายตามเว็บไซต์ หรือเรียนรู้ได้ง่ายๆ ด้วย Basic Code ก็สนุกได้แล้ว



ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างรูปแบบข้อความน่ารักที่ตกแต่งแล้ว

ที่มา: <http://glitter3.postjung.com/data/1f9/47eb972c9c1f9.gif>

นอกจากนี้ยังสามารถติดตามการอัปเดตของเหล่าเพื่อน ไม่ว่าจะเพื่อนจะอัปเดตรูปใหม่ ใ้ลูกเล่นเพิ่ม มีบันทึกล่าสุด หรือแม้แต่เพื่อนมีเพื่อนใหม่ ระบบจะแจ้งให้เราทราบอัตโนมัติ

แต่ไม่ต้องกังวลว่า เราจะไม่มีความเป็นส่วนตัว เพราะการเข้าถึงหน้าเว็บได้มากแค่ไหน นั้น ผู้ใช้สามารถกำหนดค่าความเป็นส่วนตัวได้ว่าจะให้สิทธิ ใครเห็นการอัปเดตของเรา ในหน้าไหน อย่างไร ทำได้หมด

สนใจอยากได้ใครเป็นเพื่อน ก็เพียงส่งคำเชิญไปให้อีกฝ่ายยอมรับเราเข้าเป็นเพื่อน หรือใครส่งคำเชิญมา แล้วอยากคบหาก็คlick ยอมรับ “Add” เข้าเป็นเพื่อนเท่านั้นเอง

ออกจะคล้ายๆตรงไปสักหน่อย แต่ระบบนี้จะช่วยทำการหาเพื่อนให้ โดยการเชิญผ่านอีเมลจากลิสต์รายชื่อในเมลล์ผู้ให้บริการ และเมื่อเพื่อนของผู้ให้บริการมีเพื่อนระบบก็จะช่วยเชื่อมโยงเพื่อนเหล่านั้นเข้าหากันอีกที



ภาพที่ 2.4 รูปแบบโปรแกรม Facebook

เห็นแบบนี้แล้วอดนึกถึง ปรัชญาการณ Six Degree of Separations ไม่ได้ ที่บอกว่า เราจะสามารถรู้จักคนคนหนึ่ง โดยผ่านการเชื่อมโยงจากคนที่เรารู้จักไปเรื่อยๆ ไม่เกิน 6 ช่วงของการจับมือแต่สำหรับบางคนที่ไม่ชอบ การมี Hi5 อาจถึงกับกล่าวว่า เป็นนรกของ spam ทางเมลลซัด ๆ บางคนนั้นเว็บ Social networking มีที่ไหน ไปลองหมด ปัญหาที่มีเหมือนกันคือ ขั้นตอนการใส่รายละเอียดส่วนตัว อันนี้ต้องขอคิดใจด้วย เพราะ MySpace มีโครงการ "data availability" ซึ่งสมาชิก สามารถถ่ายโอนข้อมูลส่วนตัวจาก MySpace ไปลงไว้ในเว็บ Social Networking Websites อื่นๆ ช่วยทุนพลังงานสร้างบ้านใหม่ได้ทีเดียว

2.2.2 ภัยของสังคมออนไลน์

ปาจารย์ พวงศรี (2551) ศึกษาพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นอาจไม่สามารถกล่าวโทษชี้ชัดได้ว่าเป็นความบกพร่องขององค์ประกอบส่วนใดกันแน่ เพราะหากจะโยนความผิดให้ตัวเทคโนโลยีก็คงทำได้ไม่เต็มปาก เนื่องจากตระหนักอยู่แล้วว่าเป็นเพียงเครื่องมือชนิดหนึ่งที่มีทั้งมุมลบและแง่บวก ดังนั้น เมื่อหันกลับมามองผู้ใช้และผู้ที่ได้รับเคราะห์จากปัญหาซึ่งส่วนใหญ่เป็นเด็กและเยาวชน ก็ต้องยอมรับว่าเขาเหล่านี้ อาจไม่พร้อมอยู่บ้างในการคัดกรองสื่อที่เหมาะสมกับตัวเองจนทำให้ถูกทำร้าย

ในที่สุด แต่เพราะเหตุใดพวกเขาจึงยังไม่พร้อม และใครมีหน้าที่ปกป้องเขาจากคาบสองคมตรงนี้บ้าง

การสัมมนาโดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือ ไอซีที ในหัวข้อ “รู้เท่าทันภัยออนไลน์: แชนดลวง เว็บลามก เล่นไลน์ ขायิวิว” ที่จัดขึ้นวานนี้ (3 ก.ย.) ณ โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) 2 “คล้าย” ว่าจะมีคำตอบ

ตัวอย่างปัญหาการ “เล่นไลน์ ขायิวิว” หรือ การโชว์เรือนร่างผ่านแชตและเว็บแคม (web camera) แลกเงิน ที่กำลังระบาดอยู่บนโลกไซเบอร์ทุกวันนี้ อาจเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความล้มเหลวขององค์ประกอบทางสังคมได้อย่างชัดเจนไม่แพ้ภัยในรูปแบบอื่นๆ



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างการระงับบนหน้าเว็บไวซต์ที่ไม่เหมาะสมของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

จิรา บุญประสพ โปรวินเซอร์รายการหลุมดำ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด เล่าถึงประสบการณ์ที่ได้เข้าไปสัมผัสกับเด็กและเยาวชนผู้ตกอยู่ในวังวนด้านมืดของอินเทอร์เน็ต จากการทำรายการตอน “ห้องสนทนา ห้องโชว์ จำบ๊ะออนไลน์ ในชุมชนไซเบอร์สเปซ” ว่า เด็กสาวที่ขायิวิว ส่วนใหญ่เป็นคนน่าสงสารมาก และเหตุผลที่ต้องเป็นอย่างนี้ก็เป็นผลพวงมาจากความแตกแยกในครอบครัว ทำให้เด็กรู้สึกไม่มีใคร เหนง ไม่มีคนสนใจ ไม่มีใครเห็นค่าในตัวเขา ทำให้ต้องไปแสวงหาจากที่อื่นซึ่งก็คืออินเทอร์เน็ต โลกที่สามารถทำอะไรก็ได้ จะเป็นใครก็ได้ มีเพื่อนเข้ามาคุยด้วยทั้งวัน

ทีมงานหลุมดำผู้เข้าไปคลุกคลีกับเด็กและปัญหานี้ เล่าต่อว่า บางคนเริ่มต้นจากห้องแชตธรรมดา ใสๆ แต่เมื่อเข้าไปลึกขึ้น ไปเจอห้องเกี่ยวกับเซ็กส์ที่มีคนอื่น ๆ โชว์เรื่องพวกนี้อยู่ก่อนแล้ว ก็รู้สึกว่าคุณในนั้นมีความสำคัญ เพราะมีคนอื่นๆ ให้ความสนใจ จึงอยากเข้าไปอยู่ตรงนั้นบ้าง และ

เมื่อเข้าไปอยู่ในโลกอินเทอร์เน็ตแล้ว ถามว่าในโลกแห่งความเป็นจริงเขามีเพื่อนใหม่ ปรากฏว่าเขา กลายเป็นคนที่ปฏิเสธสัมพันธ์กับใครไม่เป็น หลายคนพยายามที่จะเดินออกมาจากโลกอินเทอร์เน็ต แต่ ก็ทำไม่ได้ เพราะสุดท้ายก็เหงา และต้องเดินกลับเข้าไปอีก เพื่อนในอินเทอร์เน็ตเองก็เป็นคนใน ลักษณะเดียวกัน จึงไม่มีใครสามารถดึงใครขึ้นมาได้ ความเหงา ความเดียวดาย และห่างเหินจากพ่อแม่ ไม่ได้กระทบเพียงด้านจิตใจและผลักพวกเขาเข้าสู่โลกมายาเท่านั้น หากสิ่งหนึ่งที่มีความ เกี่ยวข้องและสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันก็คือ เรื่องของการเรียนรู้และวิจรรณญาณของวัยรุ่นด้วย

นายแพทย์ชยชุต วังศักริรมย์สานดี ผู้ทรงคุณวุฒิกรมสุขภาพจิต (จิตแพทย์เด็กและ วัยรุ่น) ให้คำอธิบายในมุมมองกว้างว่า “เดิมเรามีความเชื่อกันว่าสมองของมนุษย์จะหยุดพัฒนาตั้งแต่วัย เด็ก แต่อันที่จริงแล้วในช่วงวัยรุ่น ระหว่างอายุ 12-25 ปีก็ยังมีการพัฒนาทางสมองอยู่ โดยเฉพาะ สมองส่วนหน้าที่ควบคุมเรื่องของวิจรรณญาณ การตัดสินใจ และการแก้ปัญหาของมนุษย์ ผู้ใหญ่ และสถาบันการศึกษาจึงต้องสร้างการเรียนรู้ที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นกับเด็ก พ่อแม่ต้องเป็นแบบอย่างที่ดี เช่น ไม่มีสื่อลามกอยู่ในบ้าน ดูทีวีกับลูกบ้าง เล่นอินเทอร์เน็ตแลกเปลี่ยนความรู้ มีการกำหนดกติกา ระหว่างกันเพื่อไม่ให้ใช้เวลากับสื่อมากเกินไป อันจะช่วยให้ลูกมีภูมิคุ้มกันสื่ออันตราย ขณะเดียวกัน โรงเรียนก็ต้องให้ความรู้เรื่องชีวิตกับวัยรุ่นด้วย เพราะถามว่า การที่เขาจะผ่านพ้นชีวิต ช่วงนี้ไปได้ดีอย่างดีและปลอดภัยนั้นสำคัญกว่าเคลคลุคส์หรือพีชคณิตหรือไม่ แต่ระบบในสังคมไทย กลับยังไม่เปิดรับเรื่องเพศศึกษามากเท่าที่ควร แม้จะมีความพยายามนำมาไว้ในหลักสูตรการเรียน การสอนอยู่บ้าง อย่างไรก็ตาม โดยความเคลื่อนไหวของกระทรวงศึกษาธิการ โรงเรียนอาจได้เห็น การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในช่วงทอมหน้า (ต.ค.)”



ภาพที่ 2.6 หน้าเว็บไซต์ของกระทรวงไอซีที โครงการ ไอซีทีเข้าสู่คลีปเปอร์

ฝ่ายนักวิชาการด้านเทคโนโลยี คร.ขรรยง เต็งอำนวยการ อาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในฐานะผู้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภัยออนไลน์ร่วมกับกระทรวงไอซีที ตามโครงการไอซีทีเข้าสู่สี่ปีเปอร์ บอกว่า โดยส่วนตัวพบว่าปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเราผลักดันอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ให้เป็นเรื่องของเทคโนโลยี ประกอบกับผู้ปกครองส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์ไม่เป็น เพราะฉะนั้นจะพูดว่าต้องไปคุยกับลูกก็ไม่ได้เพราะไม่มีอะไรจะคุย นอกจากนี้ ส่วนที่น่ากังวลคือ เรื่องทัศนคติที่อันตรายของผู้ใหญ่ที่มักคิดว่าคอมพิวเตอร์เป็นเรื่องของคนรุ่นใหม่ ถ้าเป็นอย่างนี้เด็กจะทำอะไรแปลกๆ แปลกๆ ก็อย่าไปโทษเด็ก ผู้ใหญ่ต้องโทษตัวเอง เพราะอยู่ไกลจากเด็กมาก



ภาพที่ 2.7 ภาพที่แสดงบนหน้า Camfrog

จากนานาคความคิด คล้ายกับว่าแนวทางแก้ไขปัญหาจะวนเวียนไปที่จุดเดิมคือ ต้องเริ่มต้นที่พ่อแม่ผู้ปกครองและสถานศึกษา มนตรี บานเย็น นักวิชาการอิสระ นักธุรกิจ และนักกฎหมาย วัย 48 ปี ในฐานะตัวแทนผู้ปกครองโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทร์เดชา ลูกขึ้นมาให้ความเห็นที่น่าสนใจว่า การแก้ปัญหาดังกล่าวนั้นเห็นด้วยว่าถ้าพ่อแม่ผู้ปกครองเอาใจใส่กับเรื่องเหล่านี้ปัญหาที่ไม่น่าจะเกิดขึ้น ครู โรงเรียนก็มีความสำคัญ แต่ยังไม่เข้าใจว่าทำไมสังคมไทยจึงยังไม่ให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่เด็ก โดยเฉพาะเรื่องเพศศึกษาที่เป็นปัญหาอยู่ในทุกวันนี้ สื่อเองก็ยังไม่ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เพราะเปิดโทรทัศน์ก็พบแต่ละครน้ำเน่าที่น่าเสียดายและเนื้อหาที่ไม่มีประโยชน์ “ที่สำคัญมีความรู้สึกที่ภาครัฐอ่อนแอเลย ไม่มีกฎหมายควบคุมหรือจัดการกับผู้ที่กระทำความผิดเกี่ยวกับเรื่องนี้เลย อย่างเรื่องการซื้อขายวีซีดี สื่อลามกอะไรต่างๆ ก็สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วมาก ตรงนี้หน่วยงานภาครัฐทำอะไรไม่ได้แล้วหรือถึงได้ปล่อยให้มีจำหน่ายและเผยแพร่สินค้าเหล่านี้กันเป็นเรื่องธรรมดา หรือหากดำเนินการก็เหมือนไหลตามกระแสสังคม ไม่นานก็กลับมา

เหมือนเดิม ดังนั้น ตอนนี้จึงเหมือนกับเราดูแลกันเองอยู่แค่ 3 ส่วน คือ ผู้ปกครอง ครูและโรงเรียน เพราะภาครัฐก็ช่วยอะไรเราไม่ได้ ไม่มีมาตรการอะไร ส่วนเรื่องโปรแกรมกั้นกรองเว็บไซต์ก็ยังไม่มีความมั่นใจกว่าจะได้ผลหรือไม่” ตัวแทนผู้ปกครองกล่าว และบอกด้วยว่า “ตอนนี้ทุกคนต่างก็รู้ปัญหากันอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องการรู้ว่ารัฐจะหาแนวทางป้องกันปัญหาให้เราอย่างไรได้บ้างเท่านั้น”

ด้านตัวแทนจากทางภาครัฐ กฤษฎีพงษ์ หริ่มเจริญภาค หัวหน้ากลุ่มงานตรวจสอบการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ กระทรวงไอซีที กล่าวถึงความพยายามแก้ปัญหาของทางภาครัฐ ในฐานะที่ไอซีทีต้องเป็นผู้รับหน้าเสื่อโดยตรงว่า ภาครัฐยอมรับว่าการเคลื่อนตัวของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ภาครัฐยังช้าอยู่ เนื่องจากมีข้อจำกัดและอุปสรรคหลายประการ แต่ก็ไม่ได้นิ่งนอนใจ ดังจะเห็นได้จากความพยายามที่จะปิดกั้นเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสมตามโครงการไอซีทีเฝ้าสลิปเปอร์ และไซเบอร์คลิน แต่ก็นับว่าทำได้เป็นส่วนน้อย เพราะเว็บไซต์ใหม่ๆ เกิดขึ้นทุกวัน ดังนั้น ไอซีทีจึงมุ่งแนวคิดมาที่การป้องกันโดยสร้างภูมิคุ้มกันให้เด็กและเยาวชนโดยอาศัยความร่วมมือจากกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวัฒนธรรม เครือข่ายพ่อแม่ผู้ปกครอง สถาบันการศึกษา สร้างเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง เพราะถ้าผู้ปกครองมีความเข้าใจ ใกล้ชิดกับบุตรหลาน และสามารถรวมพลังกันได้ เยาวชนก็จะมีภูมิคุ้มกันภัยจากโลกอินเทอร์เน็ตได้

แม้ว่าการสัมมนาครั้งแล้วครั้งเล่าเพื่อหาต้นตอและทางออกของปัญหายกยออนไลน์จะยังคงมีสภาพเหมือนพายเรือวนอยู่ในอ่าง ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องอะไรได้ชัดเจนดังที่คาดหวัง แต่ความทุ่มเททุกครั้งย่อมไม่สูญเปล่าเสียทีเดียว เพราะอย่างน้อยก็ได้เห็น “พลัง” ของกลุ่มคนที่ใส่ใจสังคม เห็นความหวัง ความตั้งใจของผู้ปกครอง ครู โรงเรียน และผู้ที่เกี่ยวข้อง อันจะตามมาซึ่งความร่วมมือจากทุกฝ่ายและช่วยปูทางให้รัฐเร่งฝึทำมาตรการที่เหมาะสม เป็นที่พึงที่มั่นคงได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่หนึ่ง ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์, (2544) งานวิจัยสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์ของการสำรวจ : การสำรวจครั้งนี้ ต้องการทราบความคิดเห็นของวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละสัปดาห์ว่าใช้เพื่อการใดบ้าง ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปกครอง สถาบันการศึกษา และผู้สนใจทั่วไป ที่จะควบคุมดูแลเสนอแนะแนวทางที่ถูกต้องแก่นักเรียนนักศึกษาของตนต่อไป

ระเบียบวิธีการสำรวจ

การสุ่มตัวอย่าง :

การสำรวจครั้งนี้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ตามเพศ และระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ โดยสุ่มจากโรงเรียน วิทยาลัย และมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่สุ่มได้จะสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตมาก่อนเท่านั้น ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 1,200 คน

ความคลาดเคลื่อน (Margin of Error) :

ในการประมาณการขนาดตัวอย่างใช้ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล :

การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม และสัมภาษณ์ความคิดเห็นของประชากรเป้าหมายที่สุ่มได้ในเรื่อง "พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น"

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล : 9 - 10 พฤษภาคม 2544

วันที่เผยแพร่ข้อมูล : 12 พฤษภาคม 2544

สำรวจโดย : ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สรุปผลการสำรวจ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีสำรวจภาคสนาม สัมภาษณ์นักเรียน นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,200 คน เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของตนในแต่ละสัปดาห์ กลุ่มตัวอย่าง

ร้อยละ 25.0 เป็นนักเรียนระดับประถมศึกษา

ร้อยละ 41.7 เป็นนักเรียนระดับมัธยม

และร้อยละ 33.3 เป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษา

ร้อยละ 18.5 มีอายุน้อยกว่า 12 ปี

ร้อยละ 22.5 มีอายุอยู่ระหว่าง 12 - 15 ปี

ร้อยละ 29.3 มีอายุอยู่ระหว่าง 16 - 18 ปี

ร้อยละ 22.0 มีอายุอยู่ระหว่าง 19 - 21 ปี

และร้อยละ 7.7 มีอายุอยู่ระหว่าง 22 - 25 ปี

2. เมื่อสอบถามถึงสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนมาก (ร้อยละ 58.3) ใช้ที่ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต รองลงไปใช้ที่สถาบันการศึกษา (ร้อยละ 53.3)

ที่บ้าน/ที่พักอาศัย (ร้อยละ 39.8)

ที่บ้านเพื่อน (ร้อยละ 10.8)

และที่อื่น ๆ (ร้อยละ 1.0)

3. สำหรับปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละสัปดาห์นั้น กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 40.4 ใช้สัปดาห์ละ 3 - 4 วัน

รองลงไปร้อยละ 27.8 ใช้สัปดาห์ละ 1 - 2 วัน

ที่ใช้ทุกวันมีเพียงร้อยละ 16.5

เมื่อคิดเป็นจำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์

ร้อยละ 5.8 ใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

ร้อยละ 29.7 ใช้ 1 - 3 ชั่วโมง

ร้อยละ 26.3 ใช้ 4 - 6 ชั่วโมง

ร้อยละ 11.8 ใช้ 7 - 9 ชั่วโมง

และร้อยละ 26.6 ใช้นานกว่า 9 ชั่วโมง

4. เมื่อสอบถามว่ามีที่อยู่ อี-เมล ของตนเองหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 78.2 ระบุว่าไม่มีเพียงร้อยละ 21.8 ตอบว่าไม่มี

5. เมื่อถามถึงการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมากใช้เพื่ออะไร กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 36.4 ระบุว่าใช้เพื่อความบันเทิง/เล่นเกมส์

ร้อยละ 32.2 ใช้เพื่อการสนทนา /หาเพื่อน

ร้อยละ 16.2 ใช้เพื่อหาความรู้/ทำการบ้าน

ร้อยละ 11.2 ใช้เพื่ออ่าน-ส่งจดหมาย

และร้อยละ 3.8 ใ้หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

6. แต่เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตตามกลุ่มที่กำลังศึกษา พบว่า กลุ่มชั้นประถมใช้เพื่อความบันเทิง/เล่นเกมส์เป็นส่วนมาก(ร้อยละ 60.3) กลุ่มชั้นมัธยมใช้เพื่อความบันเทิง/เล่นเกมส์ (ร้อยละ 34.2) และสนทนา/หาเพื่อน (ร้อยละ 33.6) พอ ๆ กัน แต่กลุ่มอุดมศึกษาส่วนมากใช้เพื่อสนทนา หรือหาเพื่อน (ร้อยละ 38.3) รองลงไปใช้เพื่อความบันเทิง/เล่นเกมส์(ร้อยละ 21.3)

7. เมื่อสอบถามว่า เคยเข้าชมเว็บไซต์ที่มีภาพโป๊ /ภาพอนาจารหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40.1 ตอบว่าเคย ร้อยละ 59.1 ตอบว่าไม่เคย ซึ่งผู้ที่ตอบว่าเคยเข้าชมนั้น ส่วนมากจะเป็นกลุ่มอุดมศึกษา (ร้อยละ 54.3) รองลงไปเป็นกลุ่มมัธยม (ร้อยละ 43.0) ส่วนกลุ่มประถมจนถึงแม้จะน้อยที่สุด แต่ก็มีถึงร้อยละ 16.3

8. ส่วนความเห็นที่ว่า ควรควบคุมไม่ให้ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี เข้าถึงข้อมูลที่เป็นภาพโป๊อนาจารหรือลามกนั้น

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 77.8 เห็นด้วย

ร้อยละ 9.7 ไม่เห็นด้วย

และร้อยละ 12.6 ไม่มีความเห็น

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

เพศ :	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	600	50
หญิง	600	50
การศึกษา:		
ประถมศึกษา	300	25
มัธยมศึกษา	500	41.7
อุดมศึกษา	400	13.3
อายุ :		
น้อยกว่า 12 ปี	222	18.5
12 - 15 ปี	270	22.5
16 - 18 ปี	352	29.3
19 - 21 ปี	264	22
22 - 25 ปี	92	7.7

ตารางที่ 2.2 สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ที่ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	699	58.3
ที่โรงเรียน/วิทยาลัย/มหาวิทยาลัย	639	53.3
ที่บ้าน/ที่พักอาศัย	477	39.8
ที่บ้านเพื่อน	129	10.8
อื่น ๆ	12	1

ตารางที่ 2.3 ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละสัปดาห์

ปริมาณการใช้	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	198	16.5
1 - 2 วัน	333	27.8
3 - 4 วัน	485	40.4
5 - 6 วัน	184	15.3

ตารางที่ 2.4 จำนวนชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละสัปดาห์

จำนวนชั่วโมง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	69	5.8
1 - 3 ชั่วโมง	356	29.7
4 - 6 ชั่วโมง	315	26.3
7 - 9 ชั่วโมง	141	11.8
มากกว่า 9 ชั่วโมง	319	26.6

ตารางที่ 2.5 จำนวนผู้ที่มีที่อยู่ อี-เมล ของตนเอง

จำนวนผู้ที่มีที่อยู่ อี-เมล	จำนวน	ร้อยละ
มี	938	78.2
ไม่มี	262	21.8

ตารางที่ 2.6 พฤติกรรมส่วนใหญ่ของการใช้อินเทอร์เน็ต

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความบันเทิง/เล่นเกมส์	437	36.4
สนทนา/หาเพื่อน	386	32.2
หาความรู้/ ทำการบ้าน	194	16.2
เพื่อการสื่อสาร/ อ่าน-ส่งจดหมาย	134	11.2
หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ	45	3.8
อื่น ๆ	4	0.3

ตารางที่ 2.7 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามกลุ่มกำลังศึกษา

พฤติกรรม	ประถม (ร้อยละ)	มัธยม (ร้อยละ)	อุดมศึกษา (ร้อยละ)
หาความรู้/ ทำการบ้าน	16	16.2	16.3
หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ	0.3	1.8	8.8
สนทนา/หาเพื่อน	21.7	33.6	38.3
เพื่อความบันเทิง/เล่นเกมส์	60.3	34.2	21.3
เพื่อการสื่อสาร/ อ่าน-ส่งจดหมาย	1.7	14	14.8
อื่น ๆ	0	0.2	0.8

ตารางที่ 2.8 พฤติกรรมการเข้าชมเว็บไซต์ที่มีภาพโป๊/ภาพลามกอนาจาร

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เคย	481	40.1
ไม่เคย	719	59.9

ตารางที่ 2.9 พฤติกรรมการเข้าชมเว็บไซต์ที่มีภาพโป๊ หรือลามกอนาจาร จำแนกตามกลุ่มกำลังศึกษา

พฤติกรรม	ประถม(ร้อยละ)	มัธยม(ร้อยละ)	อุดมศึกษา(ร้อยละ)
เคย	16.3	43	54.3
ไม่เคย	83.7	57	45.8

ตารางที่ 2.10 ความเห็นเกี่ยวกับการควบคุมไม่ให้ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี เข้าถึงข้อมูลที่เป็นภาพโป๊ ลามกอนาจาร

ความเห็น	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	933	77.8
ไม่เห็นด้วย	116	9.7
ไม่มีความเห็น	151	12.6

2.3.2 งานวิจัยที่สอง รศ.ดร.กฤษมันต์ วัฒนารงค์ ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสนทนาออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตโดยการใช้โปรแกรม Window Live Messenger โปรแกรม TrueLife, และโปรแกรม Camfrog Video Chat , มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ การสนทนาออนไลน์ได้รับความนิยมมากในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีโปรแกรมที่ผู้ใช้สามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการจำนวนมากทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของโปรแกรมที่ผู้ใช้ต้องการ เมื่อผู้ใช้ได้เลือกใช้โปรแกรมใดก็ตาม พฤติกรรมการสนทนาจะคล้อยตามกับลักษณะการใช้งานที่โปรแกรมสำหรับการสนทนาในโปรแกรมนั้น การวิจัยนี้เลือกศึกษาโปรแกรมการสนทนาที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน และเป็นโปรแกรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันได้แก่ โปรแกรม Window Live Messenger โปรแกรม TrueLife และ โปรแกรม Camfrog Video Chat ทั้ง 3 โปรแกรมมีคุณสมบัติเหมือนกันที่สามารถใช้สนทนาออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตได้ โดยแต่ละโปรแกรมมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้ Window Live Messenger เปลี่ยนมาจาก MSN (Messenger) หรือ msn.com เรียกย่อ ๆ กันให้หมู่ผู้ใช้ว่า “เอ็ม” เป็นโปรแกรมที่ได้รับความนิยมมาก เป็นโปรแกรมที่ใช้ E-mail Address เป็น Username ผู้ใช้โปรแกรมนี้ต้องมี E-mail Address ของตนเองซึ่งส่วนมากจะเป็นผู้ใช้ xxx@hotmail.com ในปัจจุบันไม่จำกัดว่าต้องเป็น xxx@hotmail.com เท่านั้น xxx@yahoo.com ก็สามารถใช้ได้เช่นกัน การตรวจสอบผู้สมัครเข้ามาใช้เพียงแค่นี้ E-mail เป็นสำคัญ คุณลักษณะของโปรแกรมสามารถให้คู่สนทนาสามารถสนทนาแบบประสานเวลา

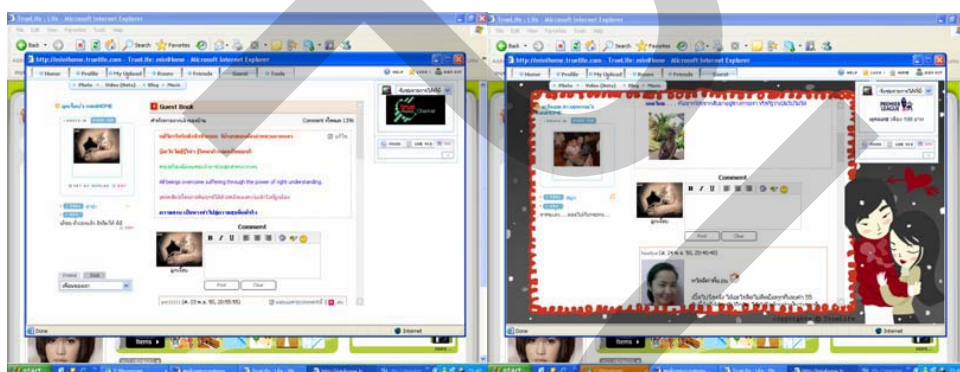
(Synchronous) หรือสนทนาพร้อม ๆ กันในเวลาเดียวกันได้ ได้หลาย ๆ คน โปรแกรมมีคุณสมบัติให้สามารถมองเห็นคู่สนทนาด้วยกล้อง Webcam และสามารถสนทนาได้ทั้งการใช้ตัวอักษรและเสียงพูดส่งภาพ ลายมือ ภาพอารมณ์ หรือ Emoticon และ Winks รวมทั้งเพิ่มข้อมูลได้ด้วย รวมทั้งได้ผนวกเอาคุณสมบัติของ Window และ WWW หรือ เวป มาใช้ร่วมกันได้อีกด้วยเช่นกัน โปรแกรมนี้ไม่ได้ออกแบบไว้สำหรับให้มีการบันทึกการสนทนา เว้นเสียแต่ผู้ใช้ต้องการบันทึกก็สามารถทำได้ เมื่อเลิกสนทนาหรือปิดหน้าต่าง ข้อความที่สนทนาจะถูกกลับไปด้วย แต่ก็ยังสามารถฝากข้อความไว้ได้ไม่มากนักสำหรับคู่สนทนาที่ไม่อยู่ในสถานะออนไลน์ โดยข้อความจะปรากฏขึ้นเมื่อคู่สนทนาอีกฝ่ายหนึ่งเข้ามาออนไลน์หรือจะส่งข้อความทาง E-mail ก็ได้ การสนทนานิยมเป็นแบบหนึ่งต่อหนึ่งพร้อมกันกับอีกหลาย ๆ คน หรือจะมีผู้ร่วมสนทนาด้วยก็ได้แต่ต้องได้รับความยินยอมจากคู่สนทนาเดิมก่อน ไม่มีระบบการตรวจสอบการใช้ข้อความที่ไม่เหมาะสมเพราะเป็นการสนทนาระหว่างบุคคล ไม่มีผู้เฝ้าระวังได้ การสนทนาแบบหนึ่งต่อหนึ่งหรือพร้อม ๆ กันกับอีกหลาย ๆ คนก็ได้



ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างหน้าจอของ Window Live Messenger หรือ MSN

ที่มา: <http://www.msn.com>

TrueLife เป็นโปรแกรมที่สร้างขึ้นสำหรับผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของ True เป็นสำคัญแต่ไม่ได้จำกัดเฉพาะลูกค้าของ True เท่านั้น โปรแกรมนี้นิยมเรียกในหมู่ผู้ใช้งานว่า “ทรู” การสนทนาเป็นแบบไม่ประสานเวลา (Asynchronous) โปรแกรมนี้มีสมาชิกเกือบ ห้าแสนคน ลักษณะของโปรแกรมจะเป็นการให้ผู้ใช้เข้าไปสร้างบ้าน (“miniHOME”) และตกแต่งบ้านให้สวยงาม เพื่อสมาชิกจะได้เข้าไปสนทนาฝากข้อความไว้เรียกว่า Comment นิยมเรียกสั้น ๆ ในกลุ่มผู้ใช้งานว่า “เม้น” เจ้าของบ้านสามารถสนทนาตอบได้จากในบ้านของตนหรือเข้าไปเยี่ยมบ้านของผู้ที่มาเยี่ยม และไปเขียนข้อความไว้ในสมุดเยี่ยมได้เช่นกัน โปรแกรมนี้สามารถบันทึกข้อมูลส่วนตัว เก็บรูปภาพต่าง ๆ แต่ไม่มีการส่งภาพวีดิทัศน์สด ๆ แต่สามารถบันทึกเป็นวีดิทัศน์เก็บไว้ในบ้านให้ผู้มาเยี่ยมเปิดดูได้ และยังมีเรื่องราวที่เจ้าของบ้านต้องการเขียนไว้ให้ผู้มาเยี่ยมอ่าน (Web Blog) รวมทั้งสามารถบันทึกและจัดเก็บข้อความไว้ได้อีกด้วย เป็นการสนทนาได้กับทุกคนที่เป็นสมาชิกของ TrueLife เท่านั้น ผู้ใช้ต้องสมัครสมาชิกจึงจะสามารถใช้ได้ และการสมัครมีระบบการตรวจสอบข้อมูลมากyakแก่การแจ้งข้อมูลเท็จทั้งหมด และมีระบบการตรวจสอบข้อความ “เม้น” ที่ไม่เหมาะสมด้วย



ภาพที่ 2.9 ตัวอย่างหน้าจอของ TrueLife

ที่มา: <http://www.truelife.com>

Camfrog Video Chat เป็นโปรแกรมสนทนาที่สามารถทำได้ทั้งการส่งข้อความ การใช้เสียงพูด และมองเห็นภาพผ่านกล้อง Webcam ได้ด้วย นิยมเรียกในหมู่ผู้ใช้งานว่า “กบ” และเรียกการดูภาพวีดิทัศน์ของกลุ่มสนทนาว่า “ส่อง” แรกเริ่มของการออกแบบโปรแกรมมีไว้สำหรับผู้ที่เป็นใบ้สามารถใช้ภาษามือผ่านกล้อง Webcam บนอินเทอร์เน็ตได้ แต่ผู้ใช้งานทั่วไปก็สามารถใช้ได้เช่นกันและนำไปใช้สำหรับ “ส่อง” สำหรับผู้ต้องการดูหรือ “โชว์” (Show หรือ แสดง) สำหรับต้องการให้ผู้ส่องมองเห็นตนเองในขณะที่กำลังมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ขณะสนทนาไปด้วย และได้รับความนิยมาก

เนื่องจากสามารถเห็นภาพ และใช้เสียงพูด และข้อความด้วยตัวอักษรได้ด้วย การสนทนาเป็นแบบประสานเวลา (Synchronous) หรือ เป็นการสนทนาแบบสด ๆ (Live) จึงทำให้การสนทนากับผู้ที่อยู่ในที่ต่าง ๆ จะไกลเพียงไหนก็สามารถสนทนาและมองเห็นกันได้ กลุ่มสนทนาจะถูกจัดไว้ตามความสนใจแยกเป็นห้อง ๆ (Room) แต่ละห้องจะมีผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศ หรือ “ดีเจ” ทำหน้าที่เปิดเพลงให้ฟังหรือชักนำการสนทนา ชักชวนให้สนทนาในประเด็นต่าง ๆ และชักชวนให้ส่งคุสมาชิกแต่ละคน เป็นต้น การสนทนาเป็นแบบเปิดเผยผู้ที่อยู่ในห้องสามารถรับรู้การสนทนาได้ หรือถ้าไม่ต้องการให้ผู้อื่นรับรู้ก็จะใช้หน้าต่างส่วนตัวสนทนา เรียกว่า “ชิบ” หรือใช้ IM (Instant Message) การสมัครเป็นสมาชิกไม่มีการตรวจสอบอะไรมาก ผู้เข้าไปใช้สามารถให้ข้อมูลตามที่ต้องการจะให้ได้ ผู้ใช้ไม่นิยมให้ข้อมูลจริง ไม่มีระบบการควบคุมการใช้ข้อความสนทนาที่ไม่เหมาะสมมากนัก สวนมากเป็นการควบคุมกันเองของผู้ที่ดูแลห้อง อาจ “เตะ” หรือ “แบน” ผู้ใช้ไม่ให้เข้าไปในห้องนั้นได้อีก เว้นเสียแต่ไปเปลี่ยนชื่อมาใหม่หรือใช้เครื่องที่มีไอพีใหม่ในกรณีที่ถูก “แบน” ด้วยการห้ามเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ไอพีนั้นเข้าไปในห้อง แต่ถ้การแสดงหรือการสนทนาของสมาชิกเป็นที่พอใจของสมาชิกอื่น ๆ หรือคนดูแลห้องพอใจ คนดูแลห้องก็จะให้ “สี” ซึ่งจะเป็ นสีที่ปรากฏเป็นสีของชื่อสมาชิกที่มีสิทธิพิเศษ ซึ่งสีปกติจะเป็น “สีดำ” โดยเริ่มจากสี น้ำเงิน ถือว่า เป็นสมาชิกประจำที่ดี “สีเขียว” ดีขึ้นได้สิทธิที่จะ “เตะ” สมาชิกอื่น ๆ ที่ตนเองไม่พอใจได้ “สีแดง” เป็นลำดับเทียบเท่าเจ้าของห้อง เป็นสมาชิกที่ได้รับสิทธิสูงสุด นอกจากนั้นยังสามารถให้สีเฉพาะกิจ เช่น “สีเทา” เพื่อให้ง่ายสำหรับสมาชิกอื่นสังเกตแล้วเข้าไปเลือก “ส่อง” ดูการทำกิจกรรมของสมาชิกผู้นั้นและร่วมสนทนาด้วยได้



ภาพที่ 2.10 ตัวอย่างหน้าจอ Camfrog

ที่มา: <http://www.camfrog.com>

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยไว้ดังนี้

3.1 แบบของการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งกำหนดแนวทางในการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ระยะเวลาเรียน ภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4 ในปีการศึกษา 2551 จำนวน 19,090 คน (ฝ่ายทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 22 มกราคม 2552)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (วิเชียร เกตุสิงห์, อ้างถึงใน ประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550: 26) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือที่นัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น

$$n = N / 1 + Ne^2$$

เมื่อ

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5

แทนค่าในสูตรจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = 19,090 / 1 + 19,090$$

$$(0.05)^2 = 391.79 \text{ ชุด}$$

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน และการกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละคณะ
คำนวณหาสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างประชากรในแต่ละคณะ แสดงในตารางที่ 3.1 โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละคณะ} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละคณะ}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ดังนั้นขนาดของตัวอย่างในแต่ละคณะจะได้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิตย์ในแต่ละคณะ

คณะ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
บริหารธุรกิจ	5,030	105
การบัญชี	1,793	37
เศรษฐศาสตร์	237	7
นิติศาสตร์	875	18
ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	3,110	65
นิเทศศาสตร์	3,154	66
วิศวกรรมศาสตร์	1,012	21
เทคโนโลยีสารสนเทศ	2,474	51
ศิลปกรรมศาสตร์	1,405	30
รวม	19,090	400

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้ 2 วิธีรวมกันคือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (เฉลิมพร อภิชนาพงศ์, อ้างถึงในประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 27) โดยแบ่งประชากรตามคณะศึกษา ทั้ง 9 คณะ และในแต่ละคณะจะสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นสัดส่วน (Proportionate Sampling) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, อ้างถึงในประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550 : 27) และในแต่ละคณะจะเก็บตัวอย่างจากนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงจำนวนเท่ากัน โดยใช้วิธีบังเอิญ (Accidental Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษาประกอบด้วย เพศ คณะที่ศึกษา ชั้นปีการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ประกอบด้วย เว็บไซต์สังคมออนไลน์เวลาจริงที่ใช้ เหตุผลของการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง เวลาที่ใช้ สถานที่ที่ใช้

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่งเป็นคำถามที่ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ วันที่ใช้ บุคคลที่ร่วมใช้ การเลือกเข้าเว็บไซต์ การใช้อุปกรณ์เสริม การเลือกใช้ภาษา เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการวัดคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง มีการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงมากที่สุด มากกว่า 20 ครั้ง/เดือน

4 หมายถึง มีการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงมาก 16-20 ครั้ง/เดือน

3 หมายถึง มีการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงน้อย 10-15 ครั้ง/เดือน

2 หมายถึง มีการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงน้อยที่สุด น้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน

1 หมายถึง ไม่เคยใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงเลย

เกณฑ์ในการให้คะแนนพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

4.21-5.00 หมายถึง มีการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงในระดับมากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึง มีการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงในระดับมาก

2.61-3.40 หมายถึง มีการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงในระดับน้อย

1.81-2.60 หมายถึง มีการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงในระดับน้อยที่สุด

1.00-1.80 หมายถึง ไม่เคยใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงเลย

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและปัญหาจากการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรต่าง ๆ ไปปรึกษาอาจารย์เพื่อพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Consistency) ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ทุกข้อคำถามมีค่า IOC ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป จึงนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นในขั้นต่อไป

การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่คล้ายกับตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัย แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ในส่วนที่ 3 โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบัค (Cronbach Method) ดังสูตร (สุจิตรา ชีวะธนรักษ์ และนภาพรณัฏ จันทรศัพท์, อ้างถึงในประเสริฐ แซ่อึ้ง, 2550:29)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right\}$$

α = ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อของมาตรวัด

s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

s^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นในตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .96 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์สูง ถือว่าแบบสอบถามนี้สามารถไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยครั้งนี้ได้

3.4 การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการตามขั้นตอนได้ดังนี้

3.4.1 ขอนหนังสือจากทางมหาวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.2 นำแบบสอบถามแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา พร้อมชี้แจง และทำการสอบถามตามแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ได้รับกลับคืนมา 400 ชุดและตอบครบสมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 100.0

3.4.3 ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถาม มาบันทึกในแบบลงรหัส และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้แล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลแต่ละส่วนของแบบสอบถาม มาวิเคราะห์และแปลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

3.5.1 สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ และ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล และลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

3.5.2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

3.5.3 การทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ด้วยการทดสอบค่าสถิติ Chi-Square สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มซึ่งเป็นอิสระจากกัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยได้แบ่งการศึกษา ออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วยส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และส่วนที่ 4 ความคิดเห็นข้อเสนอแนะและปัญหาจากการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าสถิติ ความถี่และร้อยละ

ตารางที่ 4.1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพทั่วไป	จำนวน (n = 400 คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	161	40.3
หญิง	239	59.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

2. คณะ		
1. คณะบริหารธุรกิจ	106	26.5
2. คณะบัญชี	37	9.3
3. คณะเศรษฐศาสตร์	7	1.8
4. คณะนิเทศศาสตร์	66	16.5
5. คณะนิติศาสตร์	18	4.5
6. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	64	16.0
7. คณะศิลปกรรมศาสตร์	30	7.5
8. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	51	12.8
9. คณะวิศวกรรมศาสตร์	21	5.3
รวม	400	100.0
3. ชั้นปีการศึกษา		
1. ชั้นปีที่ 1	55	13.8
2. ชั้นปีที่ 2	102	25.5
3. ชั้นปีที่ 3	164	41.0
4. ชั้นปีที่ 4	79	19.8
รวม	400	100.0
4. รายได้ของนักศึกษาต่อเดือน		
1. ต่ำกว่า 3,000 บาท	52	13.0
2. 3,001 – 4,000 บาท	124	31.0
3. 4,001 – 5,000 บาท	89	22.3
4. 5,001 – 6,000 บาท	68	17.0
5. มากกว่า 6,000 บาท	67	16.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั่วไปเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นร้อยละ 59.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่คณะคณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.5 อยู่ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 41.0 และมีรายได้ต่อเดือนที่ 3,001 – 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.0

4.2) การวิเคราะห์ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ใช้ค่าสถิติ ความถี่และร้อยละ
ตารางที่ 4.2 ความถี่และร้อยละ ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง	จำนวน	ร้อยละ
1. โปรแกรมสังคมออนไลน์		
1. MSN	301	75.3
2. Camfrog	70	17.5
3. Skype	2	0.5
4. ICQ	8	2.0
5. อื่น ๆ	19	4.8
รวม	400	100.0
2. เหตุผลที่ท่านใช้สังคมออนไลน์		
1. ต้องการหาเพื่อนใหม่ไม่จำกัดเพศ/วัย	191	20.87
2. ต้องการเพื่อนต่างเพศ	155	16.94
3. ต้องการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ	156	17.05
4. ต้องการติดต่อเพื่อทางธุรกิจ	49	5.36
5. ทันทันสมัย / แฟชั่น	103	11.26
6. ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร	233	25.46
7. อื่น ๆ	28	3.06
รวม	915	100.00
3. สถานที่ที่ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง		
1. บ้าน	159	39.8
2. หอพัก	157	39.3
3. ร้านอินเทอร์เน็ต	54	13.5
4. มหาวิทยาลัย	30	7.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

4. ทำนรู้จักสังคมออนไลน์เวลาจริงโดย 1. เพื่อนแนะนำ 2. อินเทอร์เน็ต 3. หนังสือ IT 4. รายการ TV 5. รายการวิทยุ 6. ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ รวม	228 120 16 9 2 25 400	57.0 30.0 4.0 2.3 .5 6.3 100.0
5. ประโยชน์สังคมออนไลน์ด้านที่พอใจมากที่สุด 1. ได้รู้จักเพื่อนใหม่ ๆ 2. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทันที 3. สามารถพูดคุยและเห็นหน้ากันได้ทันที 4. เป็นการสนทนาที่ทันสมัย รวม	87 163 110 40 400	21.8 40.8 27.5 10.0 100.0
6. ประโยชน์สังคมออนไลน์ด้านที่พื่อน้อยที่สุด 1. ได้รู้จักเพื่อนใหม่ ๆ 2. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทันที 3. สามารถพูดคุยและเห็นหน้ากันได้ทันที 4. เป็นการสนทนาที่ทันสมัย 5. อื่น ๆ รวม	161 77 71 72 19 400	40.3 19.3 17.8 18.0 4.8 100.0
7. ช่วงเวลาที่ท่านใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง 1. 06.01-12.00 น. 2. 12.01-18.00 น. 3. 18.01-24.00 น. 4. 00.01-06.00 น. รวม	19 84 253 44 400	4.8 21.0 63.3 11.0 100.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

8. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสังคมออนไลน์ ต่อเดือน		
1. ไม่เกิน 500 บาท	129	32.3
2. 501 – 700 บาท	162	40.5
3. 701 – 1,000 บาท	71	17.8
4. 1,001 – 1,500 บาท	18	4.5
5. 1,501 – 2,500 บาท	14	3.5
6. มากกว่า 2,500 บาท	6	1.5
รวม	400	100.0
9. ทำนใช้สังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใด		
1. Notebook	157	39.3
2. Desktop / PC	224	56.0
3. โทรศัพท์เคลื่อนที่	14	3.5
4. อื่น ๆ	5	1.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูป msn คิดเป็นร้อยละ 75.3 ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 25.46 สถานที่ใช้สังคมออนไลน์มากที่สุดคือบ้าน คิดเป็นร้อยละ 35.8 จะรู้จักสังคมออนไลน์โดยเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 57.0 และประโยชน์ที่ได้จากสังคมออนไลน์มากที่สุดคือสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทันทีคิดเป็นร้อยละ 40.8 ช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุด 18.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 63.30 คิดค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ใช้สังคมออนไลน์ 501 – 700 บาท เป็นร้อยละ 40.5 และจะใช้สังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ Desktop / PC คิดเป็นร้อยละ 56.0 ตามลำดับ

4.3) การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้

วัตถุประสงค์ในการใช้	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ใช้ในการติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่รู้จักและไม่เคยพบหน้า	3.00	1.20	น้อย
2. ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว	3.69	1.06	มาก
3. ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน	3.57	0.85	มาก
4. ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำงาน	3.26	1.00	น้อย
5. ใช้ในการฝึกใช้ภาษาอังกฤษ	2.66	1.03	น้อย
6. ทดลองใช้ตามเพื่อน ๆ	2.80	1.04	น้อย
7. อื่น ๆ	3.52	1.25	มาก
รวม	3.21	1.06	น้อย

จากตารางที่ 4.3 พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=3.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.69$) ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน ($\bar{X}=3.57$) และใช้รูปแบบอื่น ๆ ($\bar{X}=3.52$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้

วันใดบ้างที่ใช้	\bar{X}	S.D.	แปลผล
วันจันทร์ – วันศุกร์	3.14	1.04	น้อย
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	3.57	0.96	มาก
วันหยุดนักขัตฤกษ์	2.97	1.14	น้อย
ทุกวัน	2.94	1.27	น้อย
อื่น ๆ	2.45	1.26	น้อยที่สุด
รวม	3.01	1.14	น้อย

จากตารางที่ 4.4 พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=3.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ วันเสาร์ - วันอาทิตย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.57$) วันจันทร์ - วันศุกร์ ($\bar{X}=3.14$) และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ($\bar{X}=2.97$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย

บุคคลที่ร่วมใช้ด้วย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ร่วมกับผู้ปกครอง	1.76	1.03	ไม่เคยใช้
ร่วมกับพี่น้อง	2.10	1.18	น้อยที่สุด
ร่วมกับเพื่อน	3.08	1.17	น้อย
ใช้ตามลำพัง	3.94	0.94	มาก
อื่น ๆ	2.75	1.44	น้อย
รวม	2.72	1.15	น้อย

จากตารางที่ 4.5 พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ร่วมใช้ด้วยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก ใช้ตามลำพัง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.94$) ใช้ร่วมกับเพื่อน ($\bar{X}=3.08$) และอื่น ๆ ($\bar{X}=2.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกเข้าเว็บไซต์

การเลือกเข้าเว็บไซต์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก	2.60	1.05	น้อยที่สุด
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น	3.08	1.05	น้อย
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก	3.08	0.96	น้อย
อื่น ๆ	2.44	1.50	น้อยที่สุด
รวม	2.80	1.14	น้อย

จากตารางที่ 4.6 พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงนั้น ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกเข้าเว็บไซต์ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ 3 ลำดับแรก คือ เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น โดยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.08$) เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก ($\bar{X}=3.08$) และเว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก ($\bar{X}=2.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้กล้องวิดีโอ และไม่โครโฟน

การใช้กล้องวิดีโอ และไม่โครโฟน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ใช้กล้องวิดีโอเพียง (เผ่าระวัง)	2.48	1.46	น้อยที่สุด
ใช้ไม่โครโฟนเพียง (สนทนา)	2.11	1.09	น้อยที่สุด
ใช้กล้องวิดีโอ (เผ่าระวัง, พิมพ์)	2.95	1.25	น้อย
ใช้ไม่โครโฟน (สนทนา, พิมพ์)	2.16	1.11	น้อยที่สุด
ใช้กล้องวิดีโอพร้อมไม่โครโฟน (เผ่าระวัง, สนทนา, พิมพ์)	2.36	1.20	น้อยที่สุด
รวม	2.41	1.22	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงนั้น ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้กล้องวิดีโอ และไม่โครโฟนในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}=2.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ 3 ลำดับแรก คือ ใช้กล้องวิดีโอ (เผ่าระวัง, พิมพ์) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=2.95$) ใช้กล้องวิดีโอเพียง (เผ่าระวัง) ($\bar{X}=2.48$) และใช้กล้องวิดีโอพร้อมไม่โครโฟน (เผ่าระวัง, สนทนา, พิมพ์) ($\bar{X}=2.36$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภาษาที่ใช้

ภาษาที่ท่านเลือกใช้ในการสนทนา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ภาษาไทย	4.48	0.68	มากที่สุด
ภาษาอังกฤษ	2.36	1.14	น้อยที่สุด
รวม	3.42	0.91	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภาษาที่ใช้ภาษาไทย ($\bar{X}=4.48$) ใช้ภาษาอังกฤษ ($\bar{X}=2.36$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการปฏิบัติ

หลังจากท่านใช้แล้ว ท่านปฏิบัติในเรื่องต่อไปนี้ในระดับใด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
พูดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่	2.90	1.19	น้อย
นัดเจอกับเพื่อนใหม่	2.44	1.28	น้อยที่สุด
นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ	2.97	1.02	น้อย
นำความรู้ที่ได้จากการทดลองใช้ไปทดลองใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ประเภทอื่น ๆ	3.02	0.94	น้อย
ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง	3.14	1.12	น้อย
อื่น ๆ	2.68	1.17	น้อย
รวม	2.86	1.12	น้อย

จากตารางที่ 4.9 พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงนั้น ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการปฏิบัติ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.14$) นำความรู้ที่ได้จากการทดลองใช้ไปทดลองใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ประเภทอื่น ๆ ($\bar{X}=3.02$) และนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ ($\bar{X}=2.97$) ตามลำดับ

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ข้อมูลส่วนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์

4.4.1 เพศ

ตารางที่ 4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้กับเพศ

วัตถุประสงค์ในการใช้	เพศ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
1. ใช้ในการติดต่อกับบุคคลอื่นที่ไม่รู้จักและไม่เคยพบหน้า	ชาย	12	45	45	33	26	3.88	0.42
	หญิง	29	64	67	52	27		
2. ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว	ชาย	4	16	41	58	42	1.63	0.80
	หญิง	11	21	64	87	56		
3. ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน	ชาย	2	17	52	65	25	4.25	0.37
	หญิง	1	19	91	102	26		
4. ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำรายงาน	ชาย	7	24	61	50	19	5.19	0.26
	หญิง	8	53	77	81	20		
5. ใช้ในการฝึกใช้ภาษาอังกฤษ	ชาย	21	57	45	31	7	2.56	0.63
	หญิง	23	96	72	37	11		
6. ทดลองใช้ตามเพื่อน	ชาย	19	36	64	31	11	7.27	0.12
	หญิง	21	83	81	41	13		
7. อื่น ๆ	ชาย	1	1	3	4	3	0.40	0.98
	หญิง	2	1	3	6	3		

จากตารางที่ 4.10 พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ด้านวัตถุประสงค์การใช้

ตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงจำแนกตามวันที่ใช้กับเพศ

วันที่ใช้	เพศ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
วันจันทร์ – วันศุกร์	ชาย	4	45	50	39	23	1.53	0.82
	หญิง	5	73	78	58	25		
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	ชาย	1	17	53	60	30	5.68	0.22
	หญิง	0	43	69	84	43		
วันหยุดนักขัตฤกษ์	ชาย	13	47	48	37	16	5.76	0.21
	หญิง	27	55	87	41	29		
ทุกวัน	ชาย	21	49	36	24	31	2.21	0.69
	หญิง	25	81	57	40	36		
อื่น ๆ	ชาย	2	0	1	0	2	9.66	0.05
	หญิง	4	6	5	2	0		

จากตารางที่ 4.11 พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านวันที่ใช้

ตารางที่ 4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ จำแนกบุคคลที่ร่วมใช้ด้วยกับเพศ

บุคคลที่ร่วมใช้ด้วย	เพศ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
ร่วมกับผู้ปกครอง	ชาย	98	34	20	5	4	5.29	0.25
	หญิง	127	53	37	18	4		
ร่วมกับพี่น้อง	ชาย	76	42	26	11	6	6.84	0.14

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

	หญิง	93	52	58	24	12		
ร่วมกับเพื่อน	ชาย	25	23	57	33	23	6.28	0.17
	หญิง	23	44	82	64	26		
ใช้ตามลำพัง	ชาย	3	12	33	68	45	1.84	0.76
	หญิง	2	15	45	99	78		
อื่น ๆ	ชาย	2	0	2	0	1	2.50	0.64
	หญิง	3	1	3	3	1		

จากตารางที่ 4.12 พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย

ตารางที่ 4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ จำแนกตามการเลือกเข้าเว็บไซต์กับเพศ

การเลือกเข้าเว็บไซต์	เพศ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก	ชาย	12	73	36	34	6	6.27	0.18
	หญิง	34	104	51	37	13		
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น	ชาย	12	29	57	53	10	5.43	0.24
	หญิง	15	64	73	67	20		
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก	ชาย	7	29	68	49	8	4.25	0.37
	หญิง	11	62	88	63	15		
อื่น ๆ	ชาย	1	1	0	1	0	11.31	0.05
	หญิง	1	6	3	5	5		

จากตารางที่ 4.13 พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านการเลือกเข้าเว็บไซต์

ตารางที่ 4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงจำแนกตามการ
ใช้กล้องวิดีโอ และไม่โครโฟนกับเพศ

การใช้กล้องวิดีโอ และไม่โครโฟน	เพศ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
ใช้กล้องวิดีโอ (เผ่าระวัง)	ชาย	64	39	21	18	19	3.79	0.43
	หญิง	80	51	35	32	41		
ใช้ไม่โครโฟน (สนทนา)	ชาย	62	50	28	15	6	1.45	0.83
	หญิง	81	84	46	21	7		
ใช้กล้องวิดีโอ (เผ่าระวัง, พิมพ์)	ชาย	22	39	47	39	14	8.98	0.06
	หญิง	40	45	73	41	40		
ใช้ไม่โครโฟน (สนทนา, พิมพ์)	ชาย	62	47	32	12	8	4.33	0.36
	หญิง	74	82	52	24	7		
ใช้กล้องวิดีโอพร้อมไม่โครโฟน (เผ่าระวัง, สนทนา, พิมพ์)	ชาย	55	50	30	16	10	7.91	0.09
	หญิง	65	60	72	25	17		

จากตารางที่ 4.14 พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของ
นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านการใช้กล้องวิดีโอ และไม่โครโฟน

ตารางที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงจำแนกตาม
ภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนากับเพศ

ภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา	เพศ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
ภาษาไทย	ชาย	0	20	51	90	0	4.48	0.21
	หญิง	1	16	80	142	1		
ภาษาอังกฤษ	ชาย	48	40	42	29	2	3.67	0.45
	หญิง	71	61	66	32	9		

จากตารางที่ 4.15 พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงจำแนกตาม ระดับการปฏิบัติกับเพศ

หลังจากท่านใช้แล้ว ท่านปฏิบัติ ในเรื่องต่อไปนี้ในระดับใด	เพศ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
พูดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกัน ต่อกับเพื่อนใหม่	ชาย	12	54	42	30	23	20.15	0.00*
	หญิง	41	53	64	65	16		
นัดเจอกับเพื่อนใหม่	ชาย	44	47	23	29	18	12.90	0.01*
	หญิง	81	54	53	41	10		
นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ	ชาย	11	33	71	34	12	15.15	0.00*
	หญิง	11	86	69	55	18		
นำความรู้ที่ได้จากการทดลอง ใช้ไปทดลองใช้ ประเภทอื่น ๆ	ชาย	10	28	68	44	11	5.84	0.21
	หญิง	12	61	99	59	8		
ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในการ ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง	ชาย	11	34	45	46	25	6.88	0.14
	หญิง	16	66	64	74	19		
อื่น ๆ	ชาย	1	1	0	0	1	8.55	0.07
	หญิง	3	5	6	5	0		

จากตารางที่ 4.16 พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านระดับการปฏิบัติในเรื่องพูดคุยผ่าน เครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 20.15$) การนัดเจอกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 12.90$) และนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ ($\chi^2 = 15.15$) ตามลำดับ

4.4.2 คณะ

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้กับ
คณะ

วัตถุประสงค์ในการใช้	คณะ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
1. ใช้ในการติดต่อกับบุคคลอื่นที่ไม่รู้จักและไม่เคยพบหน้า	บริหารธุรกิจ	0	4	42	30	30	234.1	0.00*
	บัญชี	18	17	1	0	1		
	เศรษฐศาสตร์	0	1	2	2	2		
	นิเทศศาสตร์	6	34	10	12	4		
	นิติศาสตร์	4	11	3	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	0	7	20	25	12		
	ศิลปกรรม	2	9	7	11	1		
	เทคโนโลยี	8	23	15	4	1		
	วิศวกรรม	3	3	12	1	2		
2. ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว	บริหารธุรกิจ	0	10	21	37	38	121.1	0.00*
	บัญชี	9	10	9	7	2		
	เศรษฐศาสตร์	0	1	4	1	1		
	นิเทศศาสตร์	2	3	21	25	15		
	นิติศาสตร์	0	3	8	7	0		
	ศิลปะศาสตร์	0	3	11	33	17		
	ศิลปกรรม	1	0	3	13	13		
	เทคโนโลยี	1	6	20	17	7		
	วิศวกรรม	2	1	8	5	5		
3. ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน	บริหารธุรกิจ	0	10	40	43	13	56.08	0.00*
	บัญชี	1	6	18	9	3		
	เศรษฐศาสตร์	0	0	6	1	0		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

	นิเทศศาสตร์	0	4	23	29	10		
	นิติศาสตร์	1	2	9	6	0		
	ศิลปะศาสตร์	0	3	18	33	10		
	ศิลปกรรม	1	0	4	16	9		
	เทคโนโลยี	0	8	17	21	5		
	วิศวกรรม	0	3	8	9	1		
4. ใช้ในการแลกเปลี่ยน ข้อมูลในการทำงาน	บริหารธุรกิจ	8	26	47	20	5	79.35	0.00*
	บัญชี	2	12	11	10	2		
	เศรษฐศาสตร์	0	4	3	0	0		
	นิเทศศาสตร์	2	10	25	21	8		
	นิติศาสตร์	1	4	5	8	0		
	ศิลปะศาสตร์	1	5	21	30	7		
	ศิลปกรรม	0	0	7	13	10		
	เทคโนโลยี	1	13	12	22	3		
	วิศวกรรม	0	3	7	7	4		
5. ใช้ในการฝึกใช้ ภาษาอังกฤษ	บริหารธุรกิจ	14	50	26	10	6	79.19	0.00*
	บัญชี	8	20	7	1	1		
	เศรษฐศาสตร์	0	4	3	0	0		
	นิเทศศาสตร์	9	16	29	8	4		
	นิติศาสตร์	2	9	6	1	0		
	ศิลปะศาสตร์	1	15	22	23	3		
	ศิลปกรรม	1	8	7	12	2		
	เทคโนโลยี	5	24	9	11	2		
	วิศวกรรม	4	7	8	2	0		
6. ทดลองใช้ตามเพื่อน	บริหารธุรกิจ	3	21	48	21	13	79.42	0.00*
	บัญชี	4	21	8	4	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	2	5	0	0		
	นิเทศศาสตร์	10	21	21	11	3		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

	นิติศาสตร์	2	10	5	1	0		
	ศิลปศาสตร์	3	15	23	20	3		
	ศิลปกรรม	3	4	12	10	1		
	เทคโนโลยี	12	17	16	3	3		
	วิศวกรรม	3	8	7	2	1		
7. อื่น ๆ	บริหารธุรกิจ	0	0	0	3	1	16.89	0.66
	บัญชี	1	0	3	4	1		
	เศรษฐศาสตร์	1	1	1	1	1		
	นิเทศศาสตร์	0	1	1	2	2		
	นิติศาสตร์	0	0	1	0	0		
	ศิลปศาสตร์	1	0	0	0	1		
	ศิลปกรรม	0	0	0	3	1		
	เทคโนโลยี	1	0	3	4	1		
	วิศวกรรม	1	1	1	1	1		

จากตารางที่ 4.17 พบว่าคณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ด้านวัตถุประสงค์การใช้ในข้อที่ใช้ในการติดต่อกับบุคคลอื่น ที่ไม่รู้จักและไม่เคยพบหน้า ($\chi^2 = 234.1$) ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว ($\chi^2 = 121.1$) ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน ($\chi^2 = 56.08$) ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำงาน ($\chi^2 = 79.35$) ใช้ในการฝึกใช้ภาษาอังกฤษ ($\chi^2 = 79.19$) ทดลองใช้ตามเพื่อน ($\chi^2 = 79.42$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจำแนกตาม วันที่ใช้กับคณะ

วันที่ใช้	คณะ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
วันจันทร์ – วันศุกร์	บริหารธุรกิจ	2	33	43	9	19	102	0.00*
	บัญชี	2	19	7	5	4		

	เศรษฐศาสตร์	0	3	3	1	0		
	นิเทศศาสตร์	0	16	22	17	11		
	นิติศาสตร์	3	5	6	4	0		
	ศิลปะศาสตร์	0	10	17	31	6		
	ศิลปกรรม	1	1	12	12	4		
	เทคโนโลยี	1	22	10	17	1		
	วิศวกรรม	0	9	8	1	3		
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	บริหารธุรกิจ	0	19	27	35	25	62.80	0.00*
	บัญชี	0	14	9	10	4		
	เศรษฐศาสตร์	0	0	2	2	3		
	นิเทศศาสตร์	0	5	13	30	18		
	นิติศาสตร์	0	5	7	6	0		
	ศิลปะศาสตร์	0	7	25	24	8		
	ศิลปกรรม	1	0	10	14	5		
	เทคโนโลยี	0	6	21	17	7		
	วิศวกรรม	0	4	8	6	3		
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	บริหารธุรกิจ	4	20	36	31		
บัญชี		12	16	6	3	0		
เศรษฐศาสตร์		0	0	5	1	1		
นิเทศศาสตร์		3	18	22	9	14		
นิติศาสตร์		3	4	6	5	0		
ศิลปะศาสตร์		10	12	31	7	4		
ศิลปกรรม		1	1	10	15	3		
เทคโนโลยี		3	21	16	5	6		
วิศวกรรม		4	10	3	2	2		
ทุกวัน		บริหารธุรกิจ	28	36	21	10	11	134
	บัญชี	4	24	4	4	1		
	เศรษฐศาสตร์	0	2	3	2	0		
	นิเทศศาสตร์	2	21	23	8	12		

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

	นิติศาสตร์	3	7	6	1	1		
	ศิลปะศาสตร์	2	9	13	24	16		
	ศิลปกรรม	2	1	4	12	11		
	เทคโนโลยี	3	21	14	1	12		
	วิศวกรรม	2	9	5	2	3		
อื่น ๆ	บริหารธุรกิจ	2	1	2	1	2	6.60	0.58
	บัญชี	0	0	0	0	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	0	0	0	0		
	นิเทศศาสตร์	0	0	0	0	0		
	นิติศาสตร์	0	0	0	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	3	3	3	0	0		
	ศิลปกรรม	1	2	1	1	0		
	เทคโนโลยี	0	0	0	0	0		
	วิศวกรรม	0	0	0	0	0		

จากตารางที่ 4.18 พบว่าคณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านวันที่ใช้ ในวันวันจันทร์ – วันศุกร์ ($\chi^2 = 102.0$) วันเสาร์ - วันอาทิตย์ ($\chi^2 = 62.80$) วันหยุดนักขัตฤกษ์ ($\chi^2 = 113.3$) ทุกวัน ($\chi^2 = 134.0$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกบุคคลที่ร่วมใช้ด้วยกับคณะ

บุคคลที่ท่านร่วมใช้ด้วย	คณะ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
ร่วมกับผู้ปกครอง	บริหารธุรกิจ	35	36	16	15	4	133	0.00*
	บัญชี	36	1	0	0	0		

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

	เศรษฐศาสตร์	4	2	1	0	0		
	นิเทศศาสตร์	49	5	9	2	1		
	นิติศาสตร์	18	0	0	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	21	25	16	2	0		
	ศิลปกรรม	8	8	10	2	2		
	เทคโนโลยี	36	8	4	2	1		
	วิศวกรรม	18	2	1	0	0		
ร่วมกับพี่น้อง	บริหารธุรกิจ	20	29	38	15	4	150	0.00*
	บัญชี	31	5	1	0	0		
	เศรษฐศาสตร์	3	3	0	1	0		
	นิเทศศาสตร์	38	9	9	7	3		
	นิติศาสตร์	17	1	0	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	14	29	14	6	1		
	ศิลปกรรม	4	10	9	6	1		
	เทคโนโลยี	27	7	10	0	7		
	วิศวกรรม	15	1	3	0	20		
	ร่วมกับเพื่อน	บริหารธุรกิจ	3	13	31	44		
บัญชี		15	11	6	5	0		
เศรษฐศาสตร์		1	1	4	1	0		
นิเทศศาสตร์		6	9	28	14	9		
นิติศาสตร์		7	7	3	1	0		
ศิลปะศาสตร์		8	17	25	10	4		
ศิลปกรรม		1	1	12	9	7		
เทคโนโลยี		4	4	24	7	12		
วิศวกรรม		3	4	6	6	2		
ใช้ตามลำพัง	บริหารธุรกิจ	1	10	27	16	52	93.79	0.00*
	บัญชี	0	4	6	17	10		
	เศรษฐศาสตร์	0	2	0	2	3		

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

	นิเทศศาสตร์	0	0	7	43	16		
	นิติศาสตร์	0	1	2	15	0		
	ศิลปะศาสตร์	2	8	10	27	17		
	ศิลปกรรม	0	1	9	11	9		
	เทคโนโลยี	2	0	10	27	12		
	วิศวกรรม	0	1	7	9	4		
อื่น ๆ	บริหารธุรกิจ	1	0	4	2	1	4.93	0.29
	บัญชี	0	0	0	0	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	0	0	0	0		
	นิเทศศาสตร์	0	0	0	0	0		
	นิติศาสตร์	0	0	0	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	0	0	0	0	0		
	ศิลปกรรม	4	1	1	1	1		
	เทคโนโลยี	0	0	0	0	0		
	วิศวกรรม	0	0	0	0	0		

จากตารางที่ 4.19 พบว่าคณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย คือ ร่วมกับผู้ปกครอง ($\chi^2 = 133$) ร่วมกับพี่น้อง ($\chi^2 = 150$) ร่วมกับเพื่อน ($\chi^2 = 119$) ใช้ตามลำพัง ($\chi^2 = 93.79$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกตามการเลือกเข้าเว็บไซต์กับคณะ

การเลือกเข้าเว็บไซต์	คณะ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
เว็บที่สามารถได้ตอบ	บริหารธุรกิจ	7	52	25	12	10		

กันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก	บัญชี	12	20	4	1	0	93.27	0.00*
	เศรษฐศาสตร์	1	4	2	0	0		
	นิเทศศาสตร์	5	36	12	12	1		
	นิติศาสตร์	4	13	1	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	5	21	14	23	1		
	ศิลปกรรม	3	4	9	12	2		
	เทคโนโลยี	5	22	13	6	5		
	วิศวกรรม	4	5	7	5	0		
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น	บริหารธุรกิจ	19	47	26	11	3	162.08	0.00*
	บัญชี	0	12	14	8	3		
	เศรษฐศาสตร์	1	5	0	1	0		
	นิเทศศาสตร์	0	6	23	32	5		
	นิติศาสตร์	1	4	9	4	0		
	ศิลปะศาสตร์	4	15	30	12	3		
	ศิลปกรรม	1	1	7	14	7		
	เทคโนโลยี	0	1	11	31	8		
	วิศวกรรม	1	2	10	7	1		
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก	บริหารธุรกิจ	9	44	25	18	10	104	0.00*
	บัญชี	0	12	21	3	1		
	เศรษฐศาสตร์	1	4	2	0	0		
	นิเทศศาสตร์	3	3	35	21	4		
	นิติศาสตร์	0	3	11	4	0		
	ศิลปะศาสตร์	3	19	18	22	2		
	ศิลปกรรม	1	2	12	13	2		
	เทคโนโลยี	1	3	19	25	3		
	วิศวกรรม	0	1	13	6	1		
อื่น ๆ	บริหารธุรกิจ	0	2	1	4	4	6.05	0.30
	บัญชี	2	5	2	2	1		

จากตารางที่ 4.20 พบว่าคณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านการเลือกเข้าเว็บไซต์ ข้อที่ 1 เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก ($\chi^2 = 93.27$) เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น ($\chi^2 = 162.8$) เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก ($\chi^2 = 104.0$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกตามการใช้กล้องวิดีโอ และไม่โครโฟนกับคณะ

การใช้กล้องวิดีโอ และไม่โครโฟน	คณะ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคย ใช้	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด		
ใช้กล้องวิดีโอ (เผื่อ ระวัง)	บริหารธุรกิจ	14	17	14	15	46	196.3	0.00*
	บัญชี	23	13	1	0	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	0	0	2	5		
	นิเทศศาสตร์	36	12	10	7	1		
	นิติศาสตร์	15	2	1	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	13	20	17	12	2		
	ศิลปกรรม	9	4	7	8	2		
	เทคโนโลยี	24	16	5	3	3		
	วิศวกรรม	10	6	1	3	1		
ใช้ไม่โครโฟน (สนทนา)	บริหารธุรกิจ	27	37	30	8	4	55.4	0.00*
	บัญชี	19	16	2	0	0		
	เศรษฐศาสตร์	3	2	1	0	1		
	นิเทศศาสตร์	28	18	10	8	2		
	นิติศาสตร์	12	5	1	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	20	25	11	8	0		
	ศิลปกรรม	8	5	10	5	2		
	เทคโนโลยี	16	20	8	4	3		

	วิศวกรรม	10	6	1	3	1		
ใช้กล้องวิดีโอ (ฝ้า ระวัง, พิมพ์)	บริหารธุรกิจ	11	13	19	26	37	113.7	0.00*
	บัญชี	2	12	18	5	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	2	1	2	2		
	นิเทศศาสตร์	12	10	23	16	5		
	นิติศาสตร์	3	6	4	5	0		
	ศิลปะศาสตร์	19	19	14	8	4		
	ศิลปกรรม	10	3	10	5	2		
	เทคโนโลยี	4	12	22	9	4		
	วิศวกรรม	1	7	9	4	0		
ใช้ไมโครโฟน (สนทนา, พิมพ์)	บริหารธุรกิจ	29	31	34	9	3	91.63	0.00*
	บัญชี	14	19	3	1	0		
	เศรษฐศาสตร์	4	1	1	0	1		
	นิเทศศาสตร์	27	16	12	7	4		
	นิติศาสตร์	14	3	1	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	16	35	5	8	0		
	ศิลปกรรม	9	4	9	6	2		
	เทคโนโลยี	11	16	17	2	5		
	วิศวกรรม	12	4	2	3	0		
ใช้กล้องวิดีโอ พร้อมไมโครโฟน (ฝ้าระวัง, สนทนา, พิมพ์)	บริหารธุรกิจ	18	19	46	12	11	96.9	0.00*
	บัญชี	18	17	2	0	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	1	6	0	0		
	นิเทศศาสตร์	21	21	11	5	8		
	นิติศาสตร์	11	6	1	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	18	20	15	9	2		
	ศิลปกรรม	10	4	7	8	1		
	เทคโนโลยี	14	17	12	4	4		
	วิศวกรรม	10	5	2	3	1		

จากตารางที่ 4.21 พบว่าคณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในด้านการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน ข้อที่ว่าใช้กล้องวิดีโอเพียง (เผ่าระวัง) ($\chi^2 = 196.3$) ใช้ไมโครโฟนเพียง (สนทนา) ($\chi^2 = 55.4$) ใช้กล้องวิดีโอ (เผ่าระวัง, พิมพ์) ($\chi^2 = 113.7$) ใช้ไมโครโฟน (สนทนา, พิมพ์) ($\chi^2 = 91.63$) ใช้กล้องวิดีโอพร้อมไมโครโฟน (เผ่าระวัง, สนทนา, พิมพ์) ($\chi^2 = 96.9$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนากับคณะ

ภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา	คณะ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
ภาษาไทย	บริหารธุรกิจ	0	4	3	99	0	159.2	0.00*
	บัญชี	0	13	15	9	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	0	0	7	0		
	นิเทศศาสตร์	0	1	27	38	0		
	นิติศาสตร์	0	2	9	7	0		
	ศิลปะศาสตร์	1	6	39	18	1		
	ศิลปกรรม	0	3	5	22	0		
	เทคโนโลยี	0	1	27	23	0		
	วิศวกรรม	0	6	6	9	0		
ภาษาอังกฤษ	บริหารธุรกิจ	43	27	20	14	2	77.85	0.00*
	บัญชี	17	9	7	3	1		
	เศรษฐศาสตร์	3	3	1	0	0		
	นิเทศศาสตร์	17	15	19	12	3		
	นิติศาสตร์	10	6	2	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	8	12	34	7	3		
	ศิลปกรรม	4	5	10	10	1		
	เทคโนโลยี	8	20	9	13	1		

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

	วิศวกรรม	9	4	6	2	0		
--	----------	---	---	---	---	---	--	--

จากตารางที่ 4.22 พบว่าคณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา คือภาษาไทย ($\chi^2 = 159.2$) และภาษาอังกฤษ ($\chi^2 = 77.85$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ จำแนกตามการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์กับคณะ

หลังจากท่านใช้แล้ว ท่านปฏิบัติในเรื่อง ต่อไปนี้ในระดับใด	คณะ	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคย ใช้	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
พูดคุยผ่านเครื่องมือ สื่อสารกันต่อกับ เพื่อนใหม่	บริหารธุรกิจ	2	10	47	32	15	211.7	0.00*
	บัญชี	21	8	6	2	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	0	6	1	0		
	นิเทศศาสตร์	8	32	12	10	4		
	นิติศาสตร์	7	10	1	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	5	6	14	28	11		
	ศิลปกรรม	1	5	12	7	5		
	เทคโนโลยี	8	26	3	11	3		
	วิศวกรรม	1	10	5	4	1		
นัดเจอกับเพื่อนใหม่	บริหารธุรกิจ	5	37	29	21	14	160.6	0.00*
	บัญชี	27	8	2	0	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	3	3	1	0		
	นิเทศศาสตร์	36	13	7	7	3		
	นิติศาสตร์	12	5	1	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	8	5	16	26	9		

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

	ศิลปกรรม	8	6	7	8	1		
	เทคโนโลยี	20	17	8	5	1		
	วิศวกรรม	9	7	3	2	0		
นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ	บริหารธุรกิจ	6	37	40	18	5	85.1	0.00*
	บัญชี	1	22	8	3	3		
	เศรษฐศาสตร์	0	3	3	1	0		
	นิเทศศาสตร์	6	23	18	10	9		
	นิติศาสตร์	3	7	7	1	0		
	ศิลปะศาสตร์	2	8	25	26	3		
	ศิลปกรรม	1	2	9	12	6		
	เทคโนโลยี	2	16	16	13	4		
	วิศวกรรม	1	1	14	5	0		
นำความรู้ที่ได้จากการทดลองใช้ไปทดลองใช้ ประเภทอื่น ๆ	บริหารธุรกิจ	7	25	52	18	4	58.5	0.00*
	บัญชี	2	11	20	3	1		
	เศรษฐศาสตร์	0	4	2	1	0		
	นิเทศศาสตร์	3	22	27	8	6		
	นิติศาสตร์	2	3	8	5	0		
	ศิลปะศาสตร์	2	7	24	29	2		
	ศิลปกรรม	3	4	9	12	2		
	เทคโนโลยี	2	11	17	19	2		
	วิศวกรรม	1	2	8	8	2		
ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง	บริหารธุรกิจ	6	42	27	26	5	106.1	0.00*
	บัญชี	5	18	11	1	2		
	เศรษฐศาสตร์	0	2	4	1	0		
	นิเทศศาสตร์	7	20	19	11	9		
	นิติศาสตร์	3	3	7	5	0		
	ศิลปะศาสตร์	2	3	14	35	10		
	ศิลปกรรม	1	2	8	11	8		
	เทคโนโลยี	2	8	11	25	5		

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

	วิศวกรรม	6	42	27	26	5		
อื่น ๆ	บริหารธุรกิจ	0	1	1	2	0	2.73	0.60
	บัญชี	0	0	0	0	0		
	เศรษฐศาสตร์	0	0	0	0	0		
	นิเทศศาสตร์	0	0	0	0	0		
	นิติศาสตร์	0	0	0	0	0		
	ศิลปะศาสตร์	4	5	5	3	1		
	ศิลปกรรม	0	0	0	0	0		
	เทคโนโลยี	0	0	0	0	0		
	วิศวกรรม	0	0	0	0	0		

จากตารางที่ 4.23 พบว่าคณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์ คือ พุดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 211.7$) นัดเจอกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 160.6$) นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ ($\chi^2 = 85.1$) นำความรู้ที่ได้จากการทดลองใช้ไปทดลองใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ประเภทอื่น ๆ ($\chi^2 = 58.5$) ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ($\chi^2 = 106.1$) ตามลำดับ

4.4.3 รายได้ของนักศึกษาต่อเดือน

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้กับรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการใช้	รายได้	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
1. ใช้ในการติดต่อกับบุคคลอื่น ที่ไม่รู้จักและไม่เคยพบหน้า	ต่ำกว่า 3,000	2	16	15	13	6	26.88	0.04*
	3,001 – 4,000	15	18	40	33	18		
	4,001 – 5,000	12	26	24	15	12		

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

	5,001 – 6,000	6	29	13	9	11		
	มากกว่า 6,000	6	20	20	15	6		
2. ใช้ในการติดต่อกับ บุคคลที่รู้จักและเคยพบ กันแล้ว	ต่ำกว่า 3,000	0	6	12	22	12	33.71	0.00*
	3,001 – 4,000	6	13	30	55	20		
	4,001 – 5,000	6	11	20	32	20		
	5,001 – 6,000	3	2	27	15	21		
	มากกว่า 6,000	0	5	16	21	25		
3. ใช้เพื่อความ เพลิดเพลิน	ต่ำกว่า 3,000	0	6	18	20	8	13.34	0.64
	3,001 – 4,000	0	11	47	53	13		
	4,001 – 5,000	1	10	29	37	12		
	5,001 – 6,000	1	5	31	26	5		
	มากกว่า 6,000	1	4	18	31	13		
4. ใช้ในการแลกเปลี่ยน ข้อมูลในการทำงาน	ต่ำกว่า 3,000	2	6	18	22	4	26.63	0.04 *
	3,001 – 4,000	6	23	52	35	8		
	4,001 – 5,000	4	23	22	32	8		
	5,001 – 6,000	2	16	28	16	6		
	มากกว่า 6,000	1	9	18	26	13		
5. ใช้ในการฝึกใช้ ภาษาอังกฤษ	ต่ำกว่า 3,000	5	15	19	11	2	19.87	0.22
	3,001 – 4,000	17	43	36	24	4		
	4,001 – 5,000	12	41	19	15	2		
	5,001 – 6,000	8	29	20	6	5		
	มากกว่า 6,000	2	25	23	12	5		
6. ทดลองใช้ตามเพื่อน	ต่ำกว่า 3,000	3	15	17	13	4	20.25	0.20
	3,001 – 4,000	14	41	43	21	5		
	4,001 – 5,000	9	25	36	14	5		
	5,001 – 6,000	7	14	33	7	7		
	มากกว่า 6,000	7	24	16	17	3		
7. อื่น ๆ	ต่ำกว่า 3,000	0	1	3	2	1	12.39	0.71
	3,001 – 4,000	1	1	1	1	1		

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

	4,001 – 5,000	1	0	1	1	0		
	5,001 – 6,000	1	0	1	2	2		
	มากกว่า 6,000	0	0	0	4	2		

จากตารางที่ 4.24 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ด้านวัตถุประสงค์การใช้ ในข้อที่ใช้ในการติดต่อกับบุคคลอื่น ที่ไม่รู้จักและไม่เคยพบหน้า ($\chi^2 = 26.88$) ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว ($\chi^2 = 33.71$) ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำรายงาน ($\chi^2 = 26.63$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจำแนกตาม วันที่ใช้กับรายได้ต่อเดือน

วันที่ใช้	รายได้	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
วันจันทร์ – วันศุกร์	ต่ำกว่า 3,000	0	10	19	11	12	27.09	0.04*
	3,001 – 4,000	5	38	31	41	9		
	4,001 – 5,000	1	28	34	18	8		
	5,001 – 6,000	2	24	24	10	8		
	มากกว่า 6,000	1	18	20	17	11		
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	ต่ำกว่า 3,000	0	9	19	16	8	15.05	0.52
	3,001 – 4,000	0	22	38	44	20		
	4,001 – 5,000	0	9	29	33	18		
	5,001 – 6,000	0	14	19	21	14		
	มากกว่า 6,000	0	0	0	0	0		
วันหยุดนักขัตฤกษ์	ต่ำกว่า 3,000	6	13	12	12	9	15.06	0.52
	3,001 – 4,000	17	26	51	19	11		

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

	4,001 – 5,000	7	22	32	18	10		
	5,001 – 6,000	5	21	22	14	6		
	มากกว่า 6,000	5	20	18	15	9		
ทุกวัน	ต่ำกว่า 3,000	9	17	8	9	9	27.58	0.03*
	3,001 – 4,000	11	37	29	25	22		
	4,001 – 5,000	11	27	30	13	8		
	5,001 – 6,000	9	31	13	3	12		
	มากกว่า 6,000	6	18	13	14	16		
อื่น ๆ	ต่ำกว่า 3,000	9	17	8	9	9	16.31	0.43
	3,001 – 4,000	11	37	29	25	22		
	4,001 – 5,000	11	27	30	13	8		
	5,001 – 6,000	9	31	13	3	12		
	มากกว่า 6,000	6	18	13	14	16		

จากตารางที่ 4.25 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านวันที่ใช้ ในวันวันจันทร์ – วันศุกร์ ($\chi^2 = 27.09$) ทุกวัน ($\chi^2 = 27.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ จำแนกบุคคลที่ร่วมใช้ด้วยกับรายได้ต่อเดือน

บุคคลที่ท่านร่วมใช้ด้วย	รายได้	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
ร่วมกับผู้ปกครอง	ต่ำกว่า 3,000	2	0	1	0	0	32.92	0.00*
	3,001 – 4,000	0	1	1	0	1		
	4,001 – 5,000	1	0	2	0	0		

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

	5,001 – 6,000	2	2	0	0	1		
	มากกว่า 6,000	1	3	2	2	0		
ร่วมกับพี่น้อง	ต่ำกว่า 3,000	17	13	14	7	1	27.50	0.03*
	3,001 – 4,000	46	38	24	9	7		
	4,001 – 5,000	43	18	22	2	4		
	5,001 – 6,000	32	17	10	5	4		
	มากกว่า 6,000	31	8	14	12	2		
ร่วมกับเพื่อน	ต่ำกว่า 3,000	5	4	19	13	11	35.14	0.00*
	3,001 – 4,000	17	33	45	21	8		
	4,001 – 5,000	13	10	35	24	7		
	5,001 – 6,000	8	13	20	19	8		
	มากกว่า 6,000	5	7	20	20	15		
ใช้ตามลำพัง	ต่ำกว่า 3,000	0	3	9	24	16	13.21	0.65
	3,001 – 4,000	2	14	21	54	33		
	4,001 – 5,000	2	4	23	33	27		
	5,001 – 6,000	1	4	13	27	23		
	มากกว่า 6,000	0	2	12	29	24		
อื่น ๆ	ต่ำกว่า 3,000	0	0	0	0	0	8.22	0.41
	3,001 – 4,000	0	0	0	0	0		
	4,001 – 5,000	4	1	5	1	1		
	5,001 – 6,000	1	0	0	1	1		
	มากกว่า 6,000	0	0	0	1	0		

จากตารางที่ 4.26 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย คือ ร่วมกับผู้ปกครอง ($\chi^2 = 32.92$) ร่วมกับพี่น้อง ($\chi^2 = 27.50$) ร่วมกับเพื่อน ($\chi^2 = 35.14$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามการเลือกเข้าเว็บไซต์กับ
รายได้ต่อเดือน

การเลือกเข้าเว็บไซต์	รายได้	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่ เคย ใช้	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด		
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก	ต่ำกว่า 3,000	3	26	12	9	2	28.16	0.03*
	3,001 – 4,000	18	59	17	25	5		
	4,001 – 5,000	10	39	19	14	7		
	5,001 – 6,000	7	35	17	5	4		
	มากกว่า 6,000	8	18	22	18	1		
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จัก เท่านั้น	ต่ำกว่า 3,000	5	15	12	17	3	34.55	0.00*
	3,001 – 4,000	9	41	43	25	6		
	4,001 – 5,000	6	21	25	32	5		
	5,001 – 6,000	4	13	25	20	6		
	มากกว่า 6,000	3	3	25	26	10		
เว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและ ไม่รู้จัก	ต่ำกว่า 3,000	1	11	24	13	3	41.84	0.00*
	3,001 – 4,000	9	47	38	25	5		
	4,001 – 5,000	3	14	37	27	8		
	5,001 – 6,000	4	13	24	26	1		
	มากกว่า 6,000	1	6	33	21	6		
อื่น ๆ	ต่ำกว่า 3,000	0	0	0	0	1	19.69	0.47
	3,001 – 4,000	1	3	1	3	2		
	4,001 – 5,000	1	2	1	1	0		
	5,001 – 6,000	0	0	1	2	0		
	มากกว่า 6,000	0	2	0	0	2		

จากตารางที่ 4.27 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านการเลือกเข้าเว็บไซต์ ข้อที่ เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก ($\chi^2 = 28.16$) เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น ($\chi^2 = 34.55$) เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก ($\chi^2 = 41.84$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ จำแนกตามการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟนกับรายได้ต่อเดือน

การใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน	รายได้	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
ใช้กล้องวิดีโอ (เผื่อระวัง)	ต่ำกว่า 3,000	21	7	4	14	6	19.78	0.23
	3,001 – 4,000	40	30	21	11	22		
	4,001 – 5,000	30	22	13	9	15		
	5,001 – 6,000	27	14	8	8	11		
	มากกว่า 6,000	26	17	10	8	6		
ใช้ไมโครโฟน (สนทนา)	ต่ำกว่า 3,000	15	10	18	8	1	17.01	0.38
	3,001 – 4,000	41	15	25	7	2		
	4,001 – 5,000	32	27	16	6	8		
	5,001 – 6,000	27	20	14	5	2		
	มากกว่า 6,000	21	23	11	10	2		
ใช้กล้องวิดีโอ (เผื่อระวัง, พิมพ์)	ต่ำกว่า 3,000	10	5	18	11	8	22.18	0.13
	3,001 – 4,000	24	31	30	22	17		
	4,001 – 5,000	12	22	20	19	16		
	5,001 – 6,000	6	10	30	14	8		
	มากกว่า 6,000	10	16	22	14	5		
ใช้ไมโครโฟน	ต่ำกว่า 3,000	15	10	18	8	1	28.08	0.03*

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

(สนทนา, พิมพ์)	3,001 – 4,000	41	15	25	7	2		
	4,001 – 5,000	32	27	16	6	8		
	5,001 – 6,000	27	20	14	5	2		
	มากกว่า 6,000	21	23	11	10	2		
ใช้กล้องวิดีโอพร้อม ไมโครโฟน (เผื่อระวัง , สนทนา, พิมพ์)	ต่ำกว่า 3,000	16	13	14	7	2	14.92	0.52
	3,001 – 4,000	35	37	39	8	5		
	4,001 – 5,000	27	26	19	8	9		
	5,001 – 6,000	17	17	19	9	6		
	มากกว่า 6,000	25	17	11	9	5		

จากตารางที่ 4.28 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน ข้อ ใช้ไมโครโฟน (สนทนา, พิมพ์) ($\chi^2 = 28.08$)

ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ จำแนกตามภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนากับรายได้ต่อเดือน

ภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา	รายได้	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
ภาษาไทย	ต่ำกว่า 3,000	0	5	12	35	0	9.75	0.63
	3,001 – 4,000	0	9	47	68	0		
	4,001 – 5,000	0	9	26	54	0		
	5,001 – 6,000	1	6	23	38	1		
	มากกว่า 6,000	0	7	23	37	0		
ภาษาอังกฤษ	ต่ำกว่า 3,000	17	13	11	10	1	42.29	0.00*
	3,001 – 4,000	43	26	43	11	1		
	4,001 – 5,000	25	30	20	13	1		

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

	5,001 – 6,000	24	20	12	7	5		
	มากกว่า 6,000	10	12	22	20	3		

จากตารางที่ 4.29 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา คือ ภาษาอังกฤษ ($\chi^2 = 42.29$)

ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ จำแนกตามการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์กับรายได้ต่อเดือน

หลังจากท่านใช้แล้ว ท่านปฏิบัติในเรื่องต่อไปนี้ในระดับใด	รายได้	พฤติกรรมการใช้					χ^2	Sig
		ไม่เคยใช้	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด		
พูดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่	ต่ำกว่า 3,000	8	10	21	11	2	38.86	0.00*
	3,001 – 4,000	15	18	34	43	14		
	4,001 – 5,000	9	35	19	20	6		
	5,001 – 6,000	12	19	19	9	9		
	มากกว่า 6,000	9	25	13	12	8		
นัดเจอกับเพื่อนใหม่	ต่ำกว่า 3,000	13	14	10	13	2	44.52	0.00*
	3,001 – 4,000	24	29	24	36	11		
	4,001 – 5,000	29	22	24	10	4		
	5,001 – 6,000	28	21	6	6	7		
	มากกว่า 6,000	31	15	12	5	4		
นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ	ต่ำกว่า 3,000	4	12	17	17	2	17.11	0.37
	3,001 – 4,000	4	38	47	28	7		
	4,001 – 5,000	3	32	31	14	9		
	5,001 – 6,000	7	21	23	12	5		

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

	มากกว่า 6,000	4	16	22	18	7		
นำความรู้ที่ได้จากการทดลองใช้ไปทดลองใช้ประเภทอื่น ๆ	ต่ำกว่า 3,000	3	10	24	13	2	19.03	0.26
	3,001 – 4,000	5	23	50	42	4		
	4,001 – 5,000	3	27	42	12	5		
	5,001 – 6,000	6	14	28	17	3		
	มากกว่า 6,000	5	15	23	19	5		
ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง	ต่ำกว่า 3,000	4	12	11	20	5	26.09	0.05
	3,001 – 4,000	7	26	30	48	13		
	4,001 – 5,000	5	29	30	16	9		
	5,001 – 6,000	6	23	20	14	5		
	มากกว่า 6,000	5	10	18	22	12		
อื่น ๆ	ต่ำกว่า 3,000	1	0	0	0	0	13.27	0.65
	3,001 – 4,000	0	3	3	3	1		
	4,001 – 5,000	1	2	1	1	0		
	5,001 – 6,000	0	0	1	1	0		
	มากกว่า 6,000	2	1	1	0	0		

จากตารางที่ 4.30 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์ คือ พูดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 44.52$) นัดเจอกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 17.11$) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่ได้มาจากการสุ่ม จำนวนตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นข้อเสนอแนะและปัญหาจากการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป นำเสนอข้อมูลด้วยค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามโดยใช้ค่า ไคสแควร์

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าสถิติ ความถี่และร้อยละ

สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั่วไปเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นร้อยละ 59.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ขณะขณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.5 อยู่ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 41.0 และมีรายได้ต่อเดือนที่ 3,001 – 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.0

5.1.2 การวิเคราะห์ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ใช้ค่าสถิติ ความถี่และร้อยละ

พบว่าลักษณะการใช้สังคมออนไลน์ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูป msn คิดเป็นร้อยละ 75.3 ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 25.46 สถานที่ใช้สังคมออนไลน์มากที่สุดคือ บ้าน คิดเป็นร้อยละ 35.8 จะรู้จักสังคมออนไลน์โดยเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 57.0 และประโยชน์ที่ได้จากสังคมออนไลน์มากที่สุดคือสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทันทีคิดเป็นร้อยละ 40.8 ช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุด 18.01-24.00 น.คิดเป็นร้อยละ 63.30 คิดค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ใช้สังคมออนไลน์ 501 – 700 บาท เป็นร้อยละ 40.5 และจะใช้สังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ Desktop / PC คิดเป็นร้อยละ 56.0 ตามลำดับ

5.1.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ในการใช้

พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=3.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.69$) ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน ($\bar{X}=3.57$) และใช้รูปแบบอื่นๆ ($\bar{X}=3.52$) ตามลำดับ

วันที่ใช้

พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=3.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ วันเสาร์ - วันอาทิตย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.57$) วันจันทร์ - วันศุกร์ ($\bar{X}=3.14$) และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ($\bar{X}=2.97$) ตามลำดับ

บุคคลที่ร่วมใช้ด้วย

พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ร่วมใช้ด้วยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก ใช้ตามลำพัง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.94$) ใช้ร่วมกับเพื่อน ($\bar{X}=3.08$) และอื่นๆ ($\bar{X}=2.75$) ตามลำดับ

การเลือกเข้าเว็บไซต์

พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกเข้าเว็บไซต์ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.08$) เว็บไซต์

สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก ($\bar{X}=3.08$) และเว็บที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก ($\bar{X}=2.60$) ตามลำดับ

การใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน

พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟนในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}=2.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ 3 ลำดับแรก คือ ใช้กล้องวิดีโอ (เผื่อระวัง, พิมพ์) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=2.95$) ใช้กล้องวิดีโอเพียง (เผื่อระวัง) ($\bar{X}=2.48$) และใช้กล้องวิดีโอพร้อมไมโครโฟน(เผื่อระวัง, สนทนา, พิมพ์) ($\bar{X}=2.36$) ตามลำดับ

ภาษาที่ใช้

พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภาษาที่ใช้ ใ้ภาษาไทย ($\bar{X}=4.48$) ใช้ภาษาอังกฤษ ($\bar{X}=2.36$) ตามลำดับ

ระดับการปฏิบัติ

พบว่าพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการปฏิบัติ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ 3 ลำดับแรก คือ ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.14$) นำความรู้ที่ได้จากการทดลองใช้ไปทดลองใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ประเภทอื่น ๆ ($\bar{X}=3.02$) และนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ ($\bar{X}=2.97$) ตามลำดับ

5.2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ข้อมูลส่วนของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์

5.2.1 เพศ

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ด้านวัตถุประสงค์การใช้

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในด้านวันที่ใช้

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในด้านบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในด้านการเลือกเข้าเว็บไซต์

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านระดับการปฏิบัติในเรื่องพูดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 20.15$) การนัดเจอกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 12.90$) และนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ ($\chi^2 = 15.15$) ตามลำดับ

5.2.2 คณะ

คณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ด้านวัตถุประสงค์การใช้ในข้อที่ใช้ในการติดต่อกับบุคคลอื่น ที่ไม่รู้จัก และไม่เคยพบหน้า ($\chi^2 = 234.1$) ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว ($\chi^2 = 121.1$) ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน ($\chi^2 = 56.08$) ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำรายงาน ($\chi^2 = 79.35$) ใช้ในการฝึกใช้ภาษาอังกฤษ ($\chi^2 = 79.19$) ทดลองใช้ตามเพื่อน ($\chi^2 = 79.42$) ตามลำดับ

คณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านวันที่ใช้ ในวันวันจันทร์ - วันศุกร์ ($\chi^2 = 102.0$) วันเสาร์ - วันอาทิตย์ ($\chi^2 = 62.80$) วันหยุดนักขัตฤกษ์ ($\chi^2 = 113.3$) ทุกวัน ($\chi^2 = 134.0$) ตามลำดับ

คณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย คือ ร่วมกับผู้ปกครอง ($\chi^2 = 133$) ร่วมกับพี่น้อง ($\chi^2 = 150$) ร่วมกับเพื่อน ($\chi^2 = 119$) ใช้ตามลำพัง ($\chi^2 = 93.79$) ตามลำดับ

คณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านการเลือกเข้าเว็บไซต์ ข้อที่ เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก ($\chi^2 = 93.27$) เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น ($\chi^2 = 162.8$) เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก ($\chi^2 = 104.0$) ตามลำดับ

คณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน ข้อที่ว่าใช้กล้องวิดีโอเพียง

(เผ่าระวัง) ($\chi^2 = 196.3$) ใช้ไมโครโฟนเพียง (สนทนา) ($\chi^2 = 55.4$) ใช้กล้องวิดีโอ (เผ่าระวัง, พิมพ์) ($\chi^2 = 113.7$) ใช้ไมโครโฟน (สนทนา, พิมพ์) ($\chi^2 = 91.63$) ใช้กล้องวิดีโอพร้อมไมโครโฟน (เผ่าระวัง, สนทนา, พิมพ์) ($\chi^2 = 96.9$) ตามลำดับ

ขณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา คือภาษาไทย ($\chi^2 = 159.2$) และภาษาอังกฤษ ($\chi^2 = 77.85$) ตามลำดับ

ขณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์ คือ พุดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 211.7$) นัดเจอกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 160.6$) นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ ($\chi^2 = 85.1$) นำความรู้ที่ได้จากการทดลองใช้ไปทดลองใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ประเภทอื่น ๆ ($\chi^2 = 58.5$) ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง ($\chi^2 = 106.1$) ตามลำดับ

5.2.3 รายได้ของนักศึกษาต่อเดือน

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ด้านวัตถุประสงค์การใช้ ในข้อที่ใช้ในการติดต่อกับบุคคลอื่นที่ไม่รู้จักและไม่เคยพบหน้า ($\chi^2 = 26.88$) ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว ($\chi^2 = 33.71$) ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำรายงาน ($\chi^2 = 26.63$) ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านวันที่ใช้ ในวันวันจันทร์ – วันศุกร์ ($\chi^2 = 27.09$) ทุกวัน ($\chi^2 = 27.58$) ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย คือ ร่วมกับผู้ปกครอง ($\chi^2 = 32.92$) ร่วมกับพี่น้อง ($\chi^2 = 27.50$) ร่วมกับเพื่อน ($\chi^2 = 35.14$) ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในด้านการเลือกเข้าเว็บไซต์ ข้อที่ เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก ($\chi^2 = 28.16$) เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น ($\chi^2 = 34.55$) เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก ($\chi^2 = 41.84$) ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน ข้อ ใช้ไมโครโฟน (สนทนา, พิมพ์) ($\chi^2 = 28.08$)

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา คือ ภาษาอังกฤษ ($\chi^2 = 42.29$)

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์ คือ พุดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 44.52$) นัดเจอกับเพื่อนใหม่ ($\chi^2 = 17.11$) ตามลำดับ

5.3 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ มีประเด็นที่ค้นพบและควรนำมาอภิปราย ดังนี้

5.3.1 เพศ

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ในด้านระดับการปฏิบัติในเรื่องพุดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่ การนัดเจอกับเพื่อนใหม่ และนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อการที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ผู้วิจัยมองว่าการสื่อสารโดยการใช้สังคมออนไลน์มีผลต่อบุคคลทั่วไปเป็นอย่างมากการติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคลต่างเพศมีมากขึ้นจึงทำให้พุดคุยผ่านเครื่องมือสื่อสารมีเพิ่มมากขึ้นเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว เพราะติดต่อสื่อสารคือปัจจัยหลักในการดำรงชีวิตของสัตว์สังคมชนิดหนึ่งที่เรียกว่า มนุษย์ มนุษย์เริ่มมีการติดต่อกันมาช้านาน ทั้งการเผชิญหน้าโดยตรงผ่านการพุดคุย รวมถึงการสื่อสารผ่านสื่อซึ่งยังคงมีไม่มากนัก และยังไม่ทันสมัยเหมือนเช่นทุกวันนี้ เพราะทุกวันนี้สื่อถูกสร้างขึ้นเหลือคณา จนบางครั้งตัวมนุษย์เองยังต้องวิ่งตาม ทันบ้าง ไม่ทันบ้าง โดยธรรมชาติของมนุษย์คือการดำรงชีพผ่านสังคม พร้อมกันนั้นยังใช้วัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นไปอีก เปรียบเสมือนภาพที่คอยประสานภาพแต่ละภาพที่เฟ้นตัวเองหรือโดนเลือกเฟ้นให้ต้องมาอยู่รวมกัน กลายเป็นภาพที่สมบูรณ์ในที่สุด ด้วยเหตุแห่งการดำรงชีวิตในลักษณะนี้จึงหนีไม่พ้นที่จะต้องมื่อเพื่อใช้สื่อสารกันในกลุ่มกับนอกกลุ่ม

5.3.2 คณะ

คณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ด้านวัตถุประสงค์การใช้ ด้านวันที่ใช้ ด้านบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย ด้านการเลือกเข้าเว็บไซต์ ด้านการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน ด้านภาษาที่เลือกใช้ในการ ด้านการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์ การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ผู้วิจัยมองว่านักศึกษาแต่ละคณะย่อมที่จะมีพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เกือบทุกคน อยู่ที่จะนำสังคมออนไลน์มาใช้ในกรณีไหนเท่านั้น ซึ่งนับวันอิทธิพลของเจ้าสื่อเหล่านี้เองที่เริ่มจะคล้าย เข้มทึบที่คอยกำหนดวิถีชีวิตให้กับมนุษย์แบบไม่รู้ตัวก็เป็นได้ และการที่คณะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เพราะว่าบางสาขาวิชาต้องใช้สังคมออนไลน์เกือบทุกวัน บางสาขาวิชาเกือบจะไม่มีเวลาได้ใช้เลย จึงคิดว่าคณะที่นักศึกษาสังกัดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เป็นอย่างยิ่ง

5.3.3 รายได้ของนักศึกษาต่อเดือน

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ด้านวัตถุประสงค์การใช้ ด้านวันที่ใช้ ด้านบุคคลที่ร่วมใช้ด้วย ด้านการเลือกเข้าเว็บไซต์ ด้านการใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน ด้านภาษาที่เลือกใช้ในการสนทนา ด้านการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์ การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ผู้วิจัยมองว่าการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือนเพราะว่าการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีนั้นบางอย่างย่อมที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายดังนั้นรายได้จึงเป็นตัวบ่งชี้ถึงพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีว่าจะใช้สังคมออนไลน์น้อยหรือใช้สังคมออนไลน์มาก

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านต่าง ๆ ของนักศึกษามีผลต่อการใช้สังคมออนไลน์ทั้งสิ้น ดังนั้นมาตรการที่เด็ดขาดไม่ว่าจะเป็นเรื่องของกฎหมาย หรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ บางอย่างไม่สามารถบังคับ หรือจะกำหนดการใช้งานของนักศึกษาได้ เพราะพฤติกรรมของนักศึกษาส่วนใหญ่จะใช้สังคมออนไลน์เพียงลำพัง บุคคลอื่นที่รู้จักไม่สามารถทราบได้ว่าพฤติกรรมของเพื่อน หรือลูกหลานเรานั้นมีพฤติกรรมการใช้งานจริงอย่างไรบ้าง รวมถึงจุดประสงค์การใช้งานจริงของแต่ละคนก็แตกต่างกัน

ไป บางคนอาจจะมุ่งเพื่อหาเพศต่างเพศ และนัดเจอกัน หรือเพื่อต้องการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักจริง ๆ ซึ่งนั่นก็ล้วนแต่เป็นผลอันให้เกิดเหตุการณ์ในสังคมมากมายเช่น ถูกหลอกไปข่มขืนบ้าง หรือถูกหลอกให้โอนเงินอาจารย์ เป็นต้น ซึ่งนั่นเป็นแนวทางการปฏิบัติหลังการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงจึงเป็นผลของพฤติกรรมดังกล่าว

แต่วิธีที่น่าจะพอมีวิธีการต่าง ๆ ที่ช่วยเหลือบรรดาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยความบริสุทธิ์ใจเพื่อประโยชน์ที่ต้องการจริงๆ โดยมีข้อเขียนเชิงแนะนำของ มาเรียน เมอร์ริตต์ บล็อกเกอร์อเมริกัน ที่ได้รับความนิยมน้อยมากจากเว็บบล็อกเกี่ยวกับเรื่องผู้หญิงล้วน ๆ ซึ่งตอนนี้หันมารับหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัยภายใต้การสนับสนุนของไซแมนเทค บริษัทด้านซีเคียวริตี้ชื่อดังของสหรัฐอเมริกา มาเรียนแนะนำวิธีลดเสี่ยงเพิ่มความสุขความสนุกให้กับการติดต่อกับเพื่อนออนไลน์

คำแนะนำประการแรกก็คือ ถ้าเรายังใหม่ หรือเพิ่งไปพบเพื่อนใหม่ ๆ ออนไลน์แล้วละก็ ทางที่ดีที่สุดก็คืออำพรางตัวเอง อย่างน้อยก็ในระดับหนึ่ง มาเรียนแนะนำไว้ว่าอย่าใช้ชื่อจริง ให้เบอร์โทรศัพท์ หรือเปิดเผยสถานที่ทำงานกับเพื่อนใหม่ที่คุยพบออนไลน์ และถึงแม้จะพัฒนากันจนถึงขั้นนัดเจอกันเป็นครั้งแรกแล้วก็ยังไม่บังควร เก็บเอาไว้จนกว่าคุณจะแน่ใจก่อนว่าเราต้องการสานต่อความสัมพันธ์กับเขาจริง ๆ ไม่งั้นอาจต้องมานั่งปวดหัวกับถูกตามไม่สิ้นสุด และยังป้องกันการตกเป็นเหยื่อของคนร้ายได้อีกต่างหาก

ข้อแนะนำข้อ 2 ควรเปิดใช้อีเมล แอดเดรสใหม่สำหรับการหาเพื่อนออนไลน์ ห้ามใช้ปะปนกับอีเมลที่คุณใช้อยู่เป็นประจำ อย่าตั้งชื่ออีเมล จนดูเป็นการ "เชิญชวน" หรือ "ล่อแหลม" ไม่เหมาะสมไม่ควรและต้องไม่ใช่ชื่อจริงด้วย

ข้อ 3 ถ้ามีเวลา ก็ลองทำตัวเป็นนักสืบ สืบเสาะเรื่องราวเกี่ยวกับเพื่อนใหม่ของคุณดู ใช้ยาสุ, กูเกิ้ล ลองตรวจสอบดูว่าผลของมันแตกต่างกันมากน้อยแค่ไหนกับที่เขาเปิดเผยกับคุณ หรือคนคนนี้ไปร่วมอยู่ในชุมชนออนไลน์ที่ไหนในลักษณะใดอีกบ้าง

ในสหรัฐอเมริกามีเว็บไซต์ ชื่อ <http://www.dontdatehimgirl.com/> เป็นแหล่งที่คุณผู้หญิงใช้ในการแฉ โปยกู่เด็ดประวัติร้ายทั้งหลายเพื่อไม่ให้ใครตกเป็นเหยื่ออีก

ข้อ 4 แม้จะนัดเจอกันแล้ว ก็ควรระมัดระวังตัวให้รอบคอบ เริ่มตั้งแต่การป้องกันข้าวของส่วนตัว หรือเอกสารต่าง ๆ เช่น ใบเสร็จ กุญแจรถ กระเป๋าเงิน ให้ดีเพราะสิ่งของเหล่านี้อาจชักนำภัยร้ายเข้ามาใกล้ตัว อย่างเช่นเราอาจตกเป็นเหยื่อถูกขโมยหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้โดยไม่รู้ตัว เป็นอาทิเอาไว้รู้จักมักคุ้นกันจนวางใจได้ค่อยเปิดเผยกัน

ข้อ 5 เมื่อนัดกันหนแรกนั้นให้บอกคนอื่นให้รับรู้ด้วยว่านัดกันที่ไหนอย่างไร อาจเป็นเพื่อนสนิทที่เราไว้วางใจขอให้แอบไปเป็นเพื่อนชนิดที่เขาคนนั้นไม่รู้เรื่องด้วยในครั้งแรก ๆ แล้วก็

อย่าลืมช่วยกันหาทางหนีทีไล่ คำแก้ตัวที่สมเหตุสมผลเอาไว้ "หลบเลี่ยง" ถ้าหากสถานการณ์เกิดไม่เข้าที่ขึ้นมา

ข้อ 6 อย่าให้เบอร์โทรศัพท์ของคุณไปจนกว่าจะแน่ใจว่าเขาไม่มีพิษมีภัยแล้วจริง ๆ

ข้อ 7 ในการนัดพบกันครั้งแรกหรืออีก 2-3 ครั้งถัดมา ต้องนัดพบกันในที่สาธารณะที่มีคนเยอะๆ เท่านั้น อย่านัดพบกันที่บ้านเขา หรือเปลอไปนัดมาที่บ้านคุณเด็ดขาด ถ้าเห็นเขาทำท่าทีลึกลับๆ ละก็ให้รีบปฏิเสธและผละหนีมาทันที

ข้อ 8 ในกรณีที่ต้องการ "หาкурัก" ออนไลน์ หรือหาเพื่อนผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ขอให้ใช้บริการของเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือมีระบบป้องกันข้อมูลรั่วไหลที่ดี

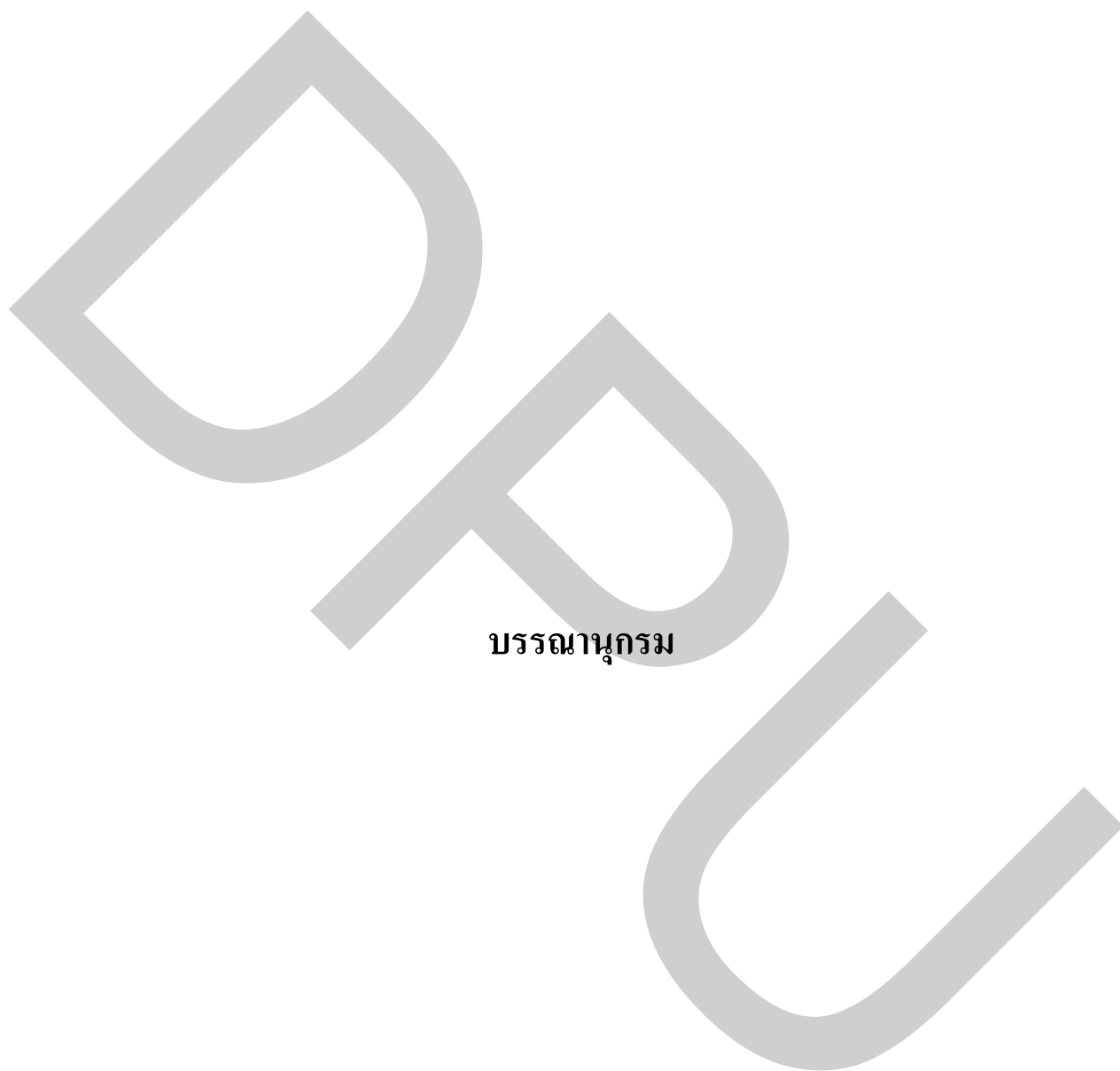
ข้อ 9 อย่าไว้ใจบริษัทจัดหาคู่ หรือให้บริการหาเพื่อนเหล่านี้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ว่าพวกเขาจะเก็บสำเนาข้อความหรือข้อมูลต่าง ๆ ของคู่เดทเอาไว้ให้เรา แต่ขอให้ทำสำเนาเก็บไว้เองด้วยเพื่อเอาไว้จับพดัดจับผลูจากกลายเป็นหลักฐานชั้นสำคัญของคุณในอนาคตก็ได้

ข้อสุดท้ายนั้นก็ไม่น่าเป็นเรื่องของการเก็บรักษาข้อมูลป้องกันคอมพิวเตอร์ของคุณให้รอดปลอดภัยจากมัลแวร์ต่าง ๆ นา ๆ ไม่ว่าจะผ่านทางแฮ็คตรูมหรือมากับอีเมลทั้งที่เป็นสแปมและฟิชซึ่งโดยใช้ซอฟต์แวร์เพื่อการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและต้องหมั่นอัปเดตอยู่เสมอ ๆ (ไพรัตน์ พงศ์พานิชย์, 2551)

5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรีในหลาย ๆ ด้าน และนำแต่ละด้านมาทำการเปรียบเทียบกัน

ศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่อยู่ในมหาวิทยาลัยหลายๆแห่ง เพื่อที่จะทำการเปรียบเทียบกันถึงพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กันยา สุวรรณแสง. (2532). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: บำรุงสานส์.
- ดวงกมล เวชบรรยงรัตน์ และคณะ. (2538). **พัฒนาการวัยรุ่นและการอบรม**. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์พรีนซ์
- นภาพรณัฏ์ จันทร์ศัพท์ และคณะ. (2549). **วิธีวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ปรีชา วิหคโต. (2532). **พฤติกรรมวัยรุ่น**. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุพาภรณ์ อารีพงษ์. (2549). **เอกสารการสอนหลักสถิติ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). **การวิจัยเชิงปฏิบัติการ**. นนทบุรี: ม.ป.ท.
- ศรีเรื่อน แก้วกั้งवाल. (2540). **จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตช่วงวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชา จันทร์เอม. (2521). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.

วิทยานิพนธ์

- ประวัชร พรหมมาศ. (2547). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- ประสาร นุชพงษ์. (2550). **พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต**. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

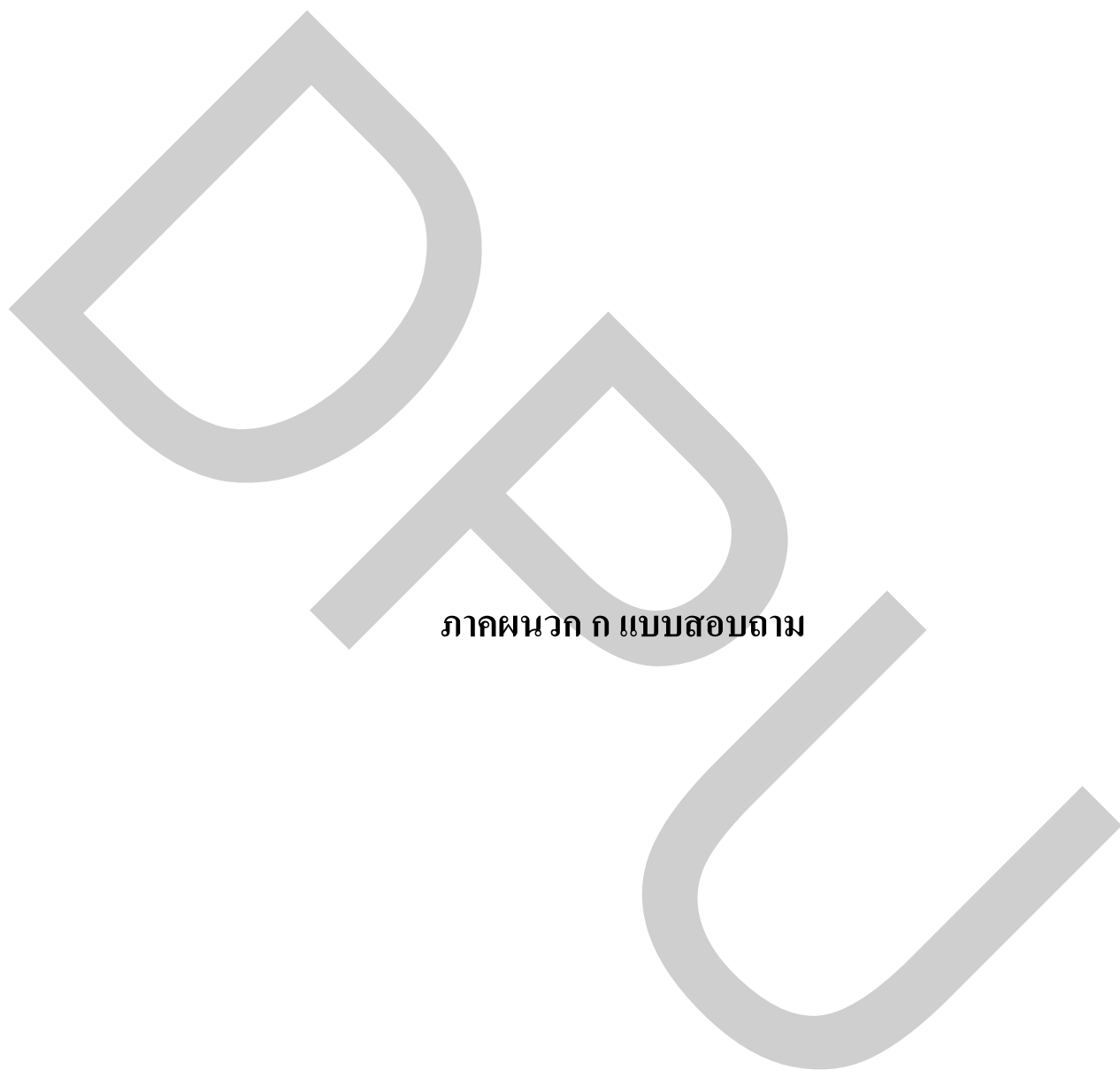
ประเสริฐ แซ่อึ้ง. (2549). พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
รุ่งธรรม สุขเสนา. (2551). การศึกษารูปแบบพฤติกรรมการใช้โปรแกรม Windows Live
Messenger บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ทีมข่าวรายงานพิเศษ. (2550, 20 สิงหาคม). บทความสังคมออนไลน์ภายใต้ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์.
สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2551,
จาก http://www.komchadluek.net/2007/08/21/t006_129820.php?news_id=129820
บัวอิน. (2551, 4 มิถุนายน). วิชาการคอม หาเพื่อนออนไลน์ใน Social Networking Website.
สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2551, จาก <http://www.vcharkarn.com>
อาจารย์ พวงศรี. (2548, 14 มกราคม). เกร็ดความรู้คอมพิวเตอร์ ภัยสังคมออนไลน์ ปัญหาที่ยังแก้
ไม่ตก.สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2551,
จาก http://www.cmprice.com/article/?article_id=45
ผู้บริโภคไทย. (2551, 13 ตุลาคม). มุฉนิธิเพื่อผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2551,
จาก <http://www.consumerthai.org>
จาก <http://www.radompon.com/webboard/index.php?topic=266.msg354#msg354>
ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์. (2544, 12 พฤษภาคม). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น.
สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2551, จาก <http://www.ryt9.com>
ออร์ริสา อนันทะวัน. (2551, 14 มกราคม). Hi5 มิติใหม่ของการหาเพื่อน. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม
2551, จาก <http://oldforum.serithai.net/index.php/topic,20950.0html>.

ด
ร
ค
น
ว
ก

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

คำชี้แจง

1. วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
2. สังคมออนไลน์เวลาจริง (Real-Time Online Society) หมายถึง ชุมชนที่มีความสัมพันธ์กันโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ณ เวลาในขณะนั้น
3. แบบสอบถามนี้มี 4 ตอนคือ
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นข้อเสนอแนะและปัญหาจากการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง
4. กรุณาตอบแบบสอบถามตรงความเป็นจริง และตอบให้ครบทุกข้อ
5. สำหรับข้อมูลของท่านที่ได้ตอบในแบบสอบถามนี้ จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อการวิจัยในเชิงวิชาการ ซึ่งจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่าน โดยผู้วิจัยจะรักษาเป็นความลับไม่นำไปเผยแพร่

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้

นางสาวสุพรรณษา เกษลีแก้ว

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการ โทคมมนาคน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริง

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. คณะศึกษา 1. คณะบริหารธุรกิจ 2. คณะบัญชี
 3. คณะเศรษฐศาสตร์ 4. คณะนิเทศศาสตร์
 5. คณะนิติศาสตร์ 6. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
 7. คณะศิลปกรรมศาสตร์ 8. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
 9. คณะวิศวกรรมศาสตร์
3. ชั้นปีการศึกษา 1. ชั้นปีที่ 1 2. ชั้นปีที่ 2
 3. ชั้นปีที่ 3 4. ชั้นปีที่ 4
4. รายได้ของนักศึกษาต่อเดือน 1. ต่ำกว่า 3,000 บาท 2. 3,001 – 4,000 บาท
 3. 4,001 – 5,000 บาท 4. 5,001 – 6,000 บาท
 5. มากกว่า 6,000 บาท

ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริง

1. โปรแกรมสังคมออนไลน์เวลาจริงผ่านอินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการมากที่สุด
1. MSN 2. Camfrog 3. Skype
 4. ICQ 5. อื่นๆ ระบุ.....
2. เหตุผลที่ท่านใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ต้องการหาเพื่อนใหม่ไม่จำกัดเพศ/วัย 2. ต้องการเพื่อนต่างเพศ
 3. ต้องการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ 4. ต้องการติดต่อเพื่อทางธุรกิจ
 5. ทันสมัย / แฟชั่น 6. ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร
 7. อื่น ๆ ระบุ.....

3. สถานที่ที่ใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

1. บ้าน 2. หอพัก 3. ร้านอินเทอร์เน็ต
 4. มหาวิทยาลัย 5. อื่น ๆ.....

4. ท่านรู้จักสังคมออนไลน์เวลาจริง โดย

1. เพื่อนแนะนำ 2. อินเทอร์เน็ต
 3. หนังสือ IT 4. รายการ TV
 5. รายการวิทยุ 6. ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ
 7. อื่น ๆ ระบุ.....

5. ประโยชน์สังคมออนไลน์เวลาจริงด้านใดที่ท่านพอใจ**มากที่สุด**

1. ได้รู้จักเพื่อนใหม่ ๆ
 2. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทันที
 3. สามารถพูดคุยและเห็นหน้ากันได้ทันที
 4. เป็นการสนทนาที่ทันสมัย
 5. อื่น ๆ ระบุ.....

6. ประโยชน์สังคมออนไลน์เวลาจริงด้านใดที่ท่านพอใจ**น้อยที่สุด**

1. ได้รู้จักเพื่อนใหม่ ๆ
 2. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทันที
 3. สามารถพูดคุยและเห็นหน้ากันได้ทันที
 4. เป็นการสนทนาที่ทันสมัย
 5. อื่น ๆ ระบุ.....

7. ช่วงเวลาที่ท่านใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง

1. 06.01-12.00 น. 2. 12.01-18.00 น.
 3. 18.01-24.00 น. 4. 00.01-06.00 น.

8. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการส่งคอมออนไลน์เวลาจริง ต่อเดือน

1. ไม่เกิน 500 บาท 2. 501 – 700 บาท
3. 701 – 1,000 บาท 4. 1,001 – 1,500 บาท
5. 1,501 – 2,500 บาท 6. มากกว่า 2,500 บาท

9. ท่านใช้ส่งคอมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใด

1. Notebook 2. Desktop / PC
3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ 4. อื่น ๆ ระบุ.....

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้ส่งคอมออนไลน์เวลาจริง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริง ตามการใช้ส่งคอมออนไลน์เวลาจริง
ของท่านว่ามีการใช้มากน้อยเพียงใดใน 1 เดือน โดยที่

- 5 หมายถึง มีการใช้ส่งคอมออนไลน์เวลาจริงดังกล่าว มากกว่า 20 ครั้ง/เดือน
- 4 หมายถึง มีการใช้ส่งคอมออนไลน์เวลาจริงดังกล่าว 16-20 ครั้ง/เดือน
- 3 หมายถึง มีการใช้ส่งคอมออนไลน์เวลาจริง 10-15 ครั้ง/เดือน
- 2 หมายถึง มีการใช้ส่งคอมออนไลน์เวลาจริงดังกล่าว น้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน
- 1 หมายถึง ไม่เคยใช้ส่งคอมออนไลน์เวลาจริง ดังกล่าวเลย

พฤติกรรมการใช้ส่งคอมออนไลน์เวลาจริง	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อย ที่สุด 2	ไม่เคย ใช้ 1
วัตถุประสงค์ในการใช้					
1. ใช้ในการติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่รู้จักและไม่เคยพบหน้า					
2. ใช้ในการติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและเคยพบกันแล้ว					
3. ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน					
4. ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำรายงาน					
5. ใช้ในการฝึกใช้ภาษาอังกฤษ					
6. ทดลองใช้ตามเพื่อน ๆ					
7. อื่น ๆ ระบุ.....					

พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อย ที่สุด 2	ไม่เคย ใช้ 1
วันใดบ้างที่ใช้					
8. วันจันทร์ - วันศุกร์					
9. วันเสาร์ - วันอาทิตย์					
10. วันหยุดนักขัตฤกษ์					
11. ทุกวัน					
12. อื่น ๆ ระบุ.....					
บุคคลที่ท่านร่วมใช้ด้วย					
13. ร่วมกับผู้ปกครอง					
14. ร่วมกับพี่น้อง					
15. ร่วมกับเพื่อน					
16. ใช้ตามลำพัง					
17. อื่น ๆ ระบุ.....					
การเลือกเข้าเว็บไซต์					
18. เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่ไม่รู้จัก					
19. เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่เฉพาะรู้จักเท่านั้น					
20. เว็บไซต์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีกับบุคคลที่รู้จักและไม่รู้จัก					
21. อื่น ๆ ระบุ.....					
การใช้กล้องวิดีโอ และไมโครโฟน					
22. ใช้กล้องวิดีโอเพียง (เผื่อระวัง)					
23. ใช้ไมโครโฟนเพียง (สนทนา)					
24. ใช้กล้องวิดีโอ (เผื่อระวัง, พิมพ์)					
25. ใช้ไมโครโฟน (สนทนา, พิมพ์)					
26. ใช้กล้องวิดีโอพร้อมไมโครโฟน (เผื่อระวัง, สนทนา, พิมพ์)					

พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อย ที่สุด 2	ไม่เคย ใช้ 1
ภาษาที่ท่านเลือกใช้ในการสนทนา					
27. ภาษาไทย					
28. ภาษาอังกฤษ					
หลังจากท่านใช้แล้ว ท่านปฏิบัติในเรื่องต่อไปนี้ในระดับใด					
29. พுகุ่ยผ่านเครื่องมือสื่อสารกันต่อกับเพื่อนใหม่					
30. นัดเจอกับเพื่อนใหม่					
31. นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแลกเปลี่ยนมาใช้ทำรายงานต่อ					
32. นำความรู้ที่ได้จากการทดลองใช้ไปทดลองใช้สังคมออนไลน์ เวลาจริง ประเภทอื่น ๆ					
33. ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริง					
34.อื่น ๆ ระบุ.....					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและปัญหาจากการใช้สังคมออนไลน์

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

พ.ศ. 2550



พระราชบัญญัติ

ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

พ.ศ. ๒๕๕๐

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๐

เป็นปีที่ ๖๒ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดสามสิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้

“ระบบคอมพิวเตอร์” หมายความว่า อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ของคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมการทำงานเข้าด้วยกัน โดยได้มีการกำหนดคำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใด และแนวทางปฏิบัติงานให้อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ทำหน้าที่ประมวลผลข้อมูลโดยอัตโนมัติ

“ข้อมูลคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูล ข้อความ คำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใด บรรดาที่อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ในสภาพที่ระบบคอมพิวเตอร์อาจประมวลผลได้ และให้หมายความรวมถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

“ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งแสดงถึงแหล่งกำเนิด ต้นทาง ปลายทาง เส้นทาง เวลา วันที่ ปริมาณ ระยะเวลาชนิดของบริการ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์นั้น

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า

(๑) ผู้ให้บริการแก่บุคคลอื่นในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต หรือให้สามารถติดต่อถึงกันโดยประการอื่น โดยผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการในนามของตนเอง หรือในนามหรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

(๒) ผู้ให้บริการเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

“ผู้ใช้บริการ” หมายความว่า ผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการไม่ว่าต้องเสียค่าใช้บริการหรือไม่ก็ตาม

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๔ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ กฎกระทรวงนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

หมวด ๑

ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

มาตรา ๕ ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึงโดยเฉพาะและมาตรการนั้นมิได้มีไว้สำหรับตน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖ ผู้ใดล่วงรู้มาตรการป้องกันการเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ที่ผู้อื่นจัดทำขึ้นเป็นการเฉพาะ ถ้านำมาตรการดังกล่าวไปเปิดเผยโดยมิชอบในประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗ ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึงโดยเฉพาะและมาตรการนั้นมิได้มีไว้สำหรับตน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีหรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๘ ผู้ใดกระทำความผิดประการใดโดยมิชอบด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อคัดรับไว้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นที่อยู่ระหว่างการส่งในระบบคอมพิวเตอร์ และข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นมิได้มีไว้เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือเพื่อให้บุคคลทั่วไปใช้ประโยชน์ได้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๙ ผู้ใดทำให้เสียหาย ทำลาย แก้ไข เปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นโดยมิชอบ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๐ ผู้ใดกระทำความผิดโดยมิชอบ เพื่อให้การทำงานของระบบคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นถูกระงับ ชะลอ ขัดขวาง หรือรบกวนจนไม่สามารถทำงานตามปกติได้ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๑ ผู้ใดส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่บุคคลอื่นโดยปกปิดหรือปลอมแปลงแหล่งที่มาของการส่งข้อมูลดังกล่าว อันเป็นการรบกวนการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ของบุคคลอื่นโดยปกติสุข ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

มาตรา ๑๒ ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๙ หรือมาตรา ๑๐

(๑) ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประชาชน ไม่ว่าความเสียหายนั้นจะเกิดขึ้นในทันทีหรือในภายหลังและไม่ว่าจะเกิดขึ้นพร้อมกันหรือไม่ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสิบปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท

(๒) เป็นการกระทำโดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือการบริการสาธารณะ หรือเป็นการกระทำต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์ที่มีไว้เพื่อประโยชน์สาธารณะ ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สามปีถึงสิบห้าปี และปรับตั้งแต่หกหมื่นบาทถึงสามแสนบาท

ถ้าการกระทำความผิดตาม (๒) เป็นเหตุให้ผู้อื่นถึงแก่ความตาย ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สิบปีถึงยี่สิบปี

มาตรา ๑๓ ผู้ใดจำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้น โดยเฉพาะเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดตามมาตรา ๕ มาตรา ๖ มาตรา ๗ มาตรา ๘ มาตรา ๙ มาตรา ๑๐ หรือมาตรา ๑๑ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๔ ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(๑) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นหรือประชาชน

(๒) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

(๓) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

(๔) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

(๕) เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (๑) (๒) (๓) หรือ (๔)

มาตรา ๑๕ ผู้ให้บริการผู้ใดจงใจสนับสนุนหรือยินยอมให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา ๑๔ ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน ต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดตามมาตรา ๑๔

มาตรา ๑๖ ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อเติมหรือตัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด ทั้งนี้ โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่ง เป็นการนำเข้าข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยสุจริต ผู้กระทำไม่มีความผิด

ความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นความผิดอันยอมความได้

ถ้าผู้เสียหายในความผิดตามวรรคหนึ่งตายเสียก่อนร้องทุกข์ ให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้เสียหายร้องทุกข์ได้ และให้ถือว่าเป็นผู้เสียหาย

มาตรา ๑๗ ผู้ใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้นอกราชอาณาจักรและ

(๑) ผู้กระทำความผิดนั้นเป็นคนไทย และรัฐบาลแห่งประเทศที่ความผิดได้เกิดขึ้น หรือผู้เสียหายได้ร้องขอให้ลงโทษ หรือ

(๒) ผู้กระทำความผิดนั้นเป็นคนต่างด้าว และรัฐบาลไทยหรือคนไทยเป็นผู้เสียหายและผู้เสียหายได้ร้องขอให้ลงโทษ

จะต้องรับโทษภายในราชอาณาจักร

หมวด ๒

พนักงานเจ้าหน้าที่

มาตรา ๑๘ ภายใต้บังคับมาตรา ๑๕ เพื่อประโยชน์ในการสืบสวนและสอบสวนในกรณีที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้ เฉพาะที่จำเป็นเพื่อประโยชน์ในการใช้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิดและหาตัวผู้กระทำความผิด

(๑) มีหนังสือสอบถามหรือเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้มาเพื่อให้ถ้อยคำ ส่งคำชี้แจงเป็นหนังสือ หรือส่งเอกสาร ข้อมูล หรือหลักฐานอื่นใดที่อยู่ในรูปแบบที่สามารถเข้าใจได้

(๒) เรียกข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์จากผู้ให้บริการเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์หรือจากบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๓) สั่งให้ผู้ให้บริการส่งมอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการที่ต้องเก็บตามมาตรา ๒๖ หรือที่อยู่ในความครอบครองหรือควบคุมของผู้ให้บริการให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่

(๔) ทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ จากระบบคอมพิวเตอร์ที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ในกรณีที่ระบบคอมพิวเตอร์นั้นยังมีได้อยู่ในความครอบครองของพนักงานเจ้าหน้าที่

(๕) สั่งให้บุคคลซึ่งครอบครองหรือควบคุมข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ ส่งมอบข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ดังกล่าวให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่

(๖) ตรวจสอบหรือเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ของบุคคลใด อันเป็นหลักฐานหรืออาจใช้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิด หรือเพื่อสืบสวนหาตัวผู้กระทำความผิดและสั่งให้บุคคลนั้นส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ ที่เกี่ยวข้องเท่าที่จำเป็นให้ด้วยก็ได้

(๗) ถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ของบุคคลใด หรือสั่งให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ ทำการถอดรหัสลับ หรือให้ความร่วมมือกับพนักงานเจ้าหน้าที่ในการถอดรหัสลับดังกล่าว

(๘) ยึดหรืออายัดระบบคอมพิวเตอร์เท่าที่จำเป็นเฉพาะเพื่อประโยชน์ในการทราบรายละเอียดแห่งความผิดและผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๑๕ การใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา ๑๔ (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อมีคำสั่งอนุญาตให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการตามคำร้อง ทั้งนี้ คำร้องต้องระบุเหตุอันควรเชื่อได้ว่าบุคคลใดกระทำหรือกำลังจะกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ เหตุที่ต้องใช้อำนาจ ลักษณะของการกระทำความผิด รายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการกระทำความผิดและผู้กระทำความผิด เท่าที่สามารถจะระบุได้ ประกอบคำร้องด้วยในการพิจารณาคำร้องให้ศาลพิจารณาคำร้องดังกล่าวโดยเร็ว

เมื่อศาลมีคำสั่งอนุญาตแล้ว ก่อนดำเนินการตามคำสั่งของศาล ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ส่งสำเนานับที่เหตุอันควรเชื่อที่ทำให้ต้องใช้อำนาจตามมาตรา ๑๔ (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) มอบให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองระบบคอมพิวเตอร์นั้นไว้เป็นหลักฐาน แต่ถ้าไม่มีเจ้าของหรือผู้ครอบครองเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ ณ ที่นั้น ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ส่งมอบสำเนานับที่นั้นให้แก่เจ้าของหรือผู้ครอบครองดังกล่าวในทันทีที่กระทำได้

ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้เป็นหัวหน้าในการดำเนินการตามมาตรา ๑๔ (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) ส่งสำเนานับที่รายละเอียดการดำเนินการและเหตุผลแห่งการดำเนินการให้ศาลที่มีเขตอำนาจภายในสี่สิบแปดชั่วโมงนับแต่เวลาลงมือดำเนินการ เพื่อเป็นหลักฐาน

การทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามมาตรา ๑๘ (๔) ให้กระทำได้เฉพาะเมื่อมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่ามีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ และต้องไม่เป็นอุปสรรคในการดำเนินกิจการของเจ้าของหรือผู้ครอบครองข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นเกินความจำเป็น

การยึดหรืออายัดตามมาตรา ๑๘ (๘) นอกจากจะต้องส่งมอบสำเนาหนังสือแสดงการยึดหรืออายัดมอบให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองระบบคอมพิวเตอร์นั้นไว้เป็นหลักฐานแล้ว พนักงานเจ้าหน้าที่จะสั่งยึดหรืออายัดไว้เกินสามสิบวันมิได้ ในกรณีจำเป็นที่ต้องยึดหรืออายัดไว้ นานกว่านั้น ให้ยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อขอขยายเวลายึดหรืออายัดได้ แต่ศาลจะอนุญาตให้ขยายเวลาครั้งเดียวหรือหลายครั้งรวมกันได้อีกไม่เกินหกสิบวัน เมื่อหมดความจำเป็นที่จะยึดหรืออายัดหรือครบกำหนดเวลาดังกล่าวแล้ว พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องส่งคืนระบบคอมพิวเตอร์ที่ยึดหรือถอนการอายัดโดยพลัน

หนังสือแสดงการยึดหรืออายัดตามวรรคห้าให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๒๐ ในกรณีที่มีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้เป็นการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่อาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรตามที่กำหนดไว้ในภาคสองลักษณะ ๑ หรือลักษณะ ๑/๑ แห่งประมวลกฎหมายอาญา หรือที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน พนักงานเจ้าหน้าที่โดยได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีอาจยื่นคำร้องพร้อมแสดงพยานหลักฐานต่อศาลที่มีเขตอำนาจขอให้มีการสั่งระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นได้

ในกรณีที่ศาลมีคำสั่งให้ระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามวรรคหนึ่ง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำการระงับการทำให้แพร่หลายนั้นเอง หรือสั่งให้ผู้ให้บริการระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นก็ได้

มาตรา ๒๑ ในกรณีที่พนักงานเจ้าหน้าที่พบว่า ข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดมีชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์รวมอยู่ด้วย พนักงานเจ้าหน้าที่อาจยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อขอให้มีการสั่งห้ามจำหน่ายหรือเผยแพร่ หรือสั่งให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นระงับการใช้ ทำลาย หรือแก้ไขข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นได้ หรือจะกำหนดเงื่อนไขในการใช้ มีไว้ในครอบครอง หรือเผยแพร่ชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ดังกล่าวก็ได้

ชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ตามวรรคหนึ่ง หมายถึงชุดคำสั่งที่มีผลทำให้ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือระบบคอมพิวเตอร์หรือชุดคำสั่งอื่นเกิดความเสียหาย ถูกทำลาย ถูกแก้ไข เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมขัดข้อง หรือปฏิบัติงานไม่ตรงตามคำสั่งที่กำหนดไว้ หรือโดยประการอื่น ตามที่กำหนดในกฎกระทรวงทั้งนี้ เว้นแต่เป็นชุดคำสั่งที่มุ่งหมายในการป้องกันหรือแก้ไขชุดคำสั่ง ดังกล่าวข้างต้น ตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๒๒ ห้ามมิให้พนักงานเจ้าหน้าที่เปิดเผยหรือส่งมอบข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการ ที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ ให้แก่บุคคลใด

ความในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับกับการกระทำเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีกับ ผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ หรือเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีกับพนักงานเจ้าหน้าที่ เกี่ยวกับการใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบ หรือเป็นการกระทำตามคำสั่งหรือที่ได้รับอนุญาตจากศาล

พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ใดฝ่าฝืนวรรคหนึ่งต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือ ปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๓ พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ใดกระทำโดยประมาทเป็นเหตุให้ผู้อื่นล่วงรู้ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการ ที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๔ ผู้ใดล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์หรือข้อมูล ของผู้ใช้บริการ ที่พนักงานเจ้าหน้าที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ และเปิดเผยข้อมูลนั้นต่อผู้หนึ่งผู้ใด ต้อง ระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๕ ข้อมูล ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ได้มาตามพระราชบัญญัตินี้ ให้อ้างและรับฟังเป็นพยานหลักฐานตามบทบัญญัติ แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือกฎหมายอื่นอันว่าด้วยการสืบพยานได้ แต่ต้อง เป็นชนิดที่มีได้เกิดขึ้นจากการจูงใจมีคำมั่นสัญญา บู่เช็ญ หลอกหลวง หรือโดยมิชอบประการอื่น

มาตรา ๒๖ ผู้ให้บริการต้องเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้ไม่น้อยกว่า เก้าสิบวันนับแต่วันที่ข้อมูลนั้นเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ แต่ในกรณีจำเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่จะสั่ง

ให้ผู้ให้บริการผู้ใดเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้เกินเก้าสิบวันแต่ไม่เกินหนึ่งปีเป็นกรณีพิเศษเฉพาะรายและเฉพาะคราวก็ได้

ผู้ให้บริการจะต้องเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการเท่าที่จำเป็นเพื่อให้สามารถระบุตัวผู้ให้บริการนับตั้งแต่เริ่มใช้บริการและต้องเก็บรักษาไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าเก้าสิบวันนับตั้งแต่การให้บริการสิ้นสุดลง

ความในวรรคหนึ่งจะใช้กับผู้ให้บริการประเภทใด อย่างไร และเมื่อใด ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ผู้ให้บริการผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรานี้ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าแสนบาท

มาตรา ๒๗ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของศาลหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่สั่งตามมาตรา ๑๘ หรือมาตรา ๒๐ หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของศาลตามมาตรา ๒๑ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาทและปรับเป็นรายวันอีกไม่เกินวันละห้าพันบาทจนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา ๒๘ การแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้มีความรู้และความชำนาญเกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์และมีคุณสมบัติตามที่รัฐมนตรีกำหนด

มาตรา ๒๙ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญามีอำนาจรับคำร้องทุกข์หรือรับคำกล่าวโทษ และมีอำนาจในการสืบสวนสอบสวนเฉพาะความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

ในการจับ ควบคุม ค้น การทำสำนวนสอบสวนและดำเนินคดีผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ บรรดาที่เป็นอำนาจของพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ หรือพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ประสานงานกับพนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบเพื่อดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ต่อไป

ให้นายกรัฐมนตรีในฐานะผู้กำกับดูแลสำนักงานตำรวจแห่งชาติและรัฐมนตรีมีอำนาจร่วมกันกำหนดระเบียบเกี่ยวกับแนวทางและวิธีปฏิบัติในการดำเนินการตามวรรคสอง

มาตรา ๓๐ ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวต่อ
บุคคลซึ่งเกี่ยวข้อง

บัตรประจำตัวของพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีประกาศใน
ราชกิจจานุเบกษา

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

พลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์

นายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เนื่องจากในปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์ได้เป็นส่วนสำคัญของการประกอบกิจการและการดำรงชีวิตของมนุษย์ หากมีผู้กระทำด้วยประการใดๆ ให้ระบบคอมพิวเตอร์ไม่สามารถทำงานตามคำสั่งที่กำหนดไว้หรือทำให้การทำงานผิดพลาดไปจากคำสั่งที่กำหนดไว้ หรือใช้วิธีการใดๆ เข้าล่วงรู้ข้อมูล แก้ไข หรือทำลายข้อมูลของบุคคลอื่นในระบบคอมพิวเตอร์โดยมิชอบ หรือใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จหรือมีลักษณะอันลามกอนาจาร ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายกระทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งความสงบสุขและศีลธรรมอันดีของประชาชน สมควรกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดดังกล่าว จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้



ภาคผนวก ค

หนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม

วันที่ 30 มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน ผศ. ดร. ประณต บุญไชยอภิสิทธิ์

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต

ด้วยนางสาวสุพรรณษา เกษสีแก้ว เลขทะเบียน 49554-0015 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง
“พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต”
โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมิน
และวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุด
ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาว์กำเนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นางสาวสุพรรณษา เกษสีแก้ว, 081-8771557)

วันที่ 30 มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน ดร.ธงชัย จรณะ

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัยหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ด้วยนางสาวสุพรรณษา เกษสีแก้ว เลขทะเบียน 49554-0015 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาว์กำเนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โทรคมนาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นางสาวสุพรรณษา เกษสีแก้ว, 081-8771557)

วันที่ 30 มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน อาจารย์นิพัทธ์พนธ์ สนิทเหลือ

หัวหน้าวิชาสาขาการจัดการสารสนเทศคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

ด้วยนางสาวสุพรรณษา เกษสี่แก้ว เลขทะเบียน 49554-0015 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง
“พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต”
โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมิน
และวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุด
ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาว์กำเนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการโทรคมนาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นางสาวสุพรรณษา เกษสี่แก้ว, 081-8771557)

วันที่ 30 มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน นพ.ชนินทร์ สกฤติสริยาภรณ์
จิตแพทย์ โรงพยาบาลชลประทาน

ด้วยนางสาวสุพรรณษา เกษสี่แก้ว เลขทะเบียน 49554-0015 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โทคมណาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง
“พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต”
โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมิน
และวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุด
ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาวน์กำเนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โทคมណาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โทคมណาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นางสาวสุพรรณษา เกษสี่แก้ว, 081-8771557)

วันที่ 30 มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท

เรียน คุณสรายุทธ โพธิ์ศรี

ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บริษัท เอ็ม. อาร์. วี. เทเลคอม จำกัด

ด้วยนางสาวสุพรรณษา เกษสี่แก้ว เลขทะเบียน 49554-0015 นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โทรคมนาคม ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง
“พฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์เวลาจริงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต”
โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. บงการ หอมนาน

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่จะขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมิน
และวิเคราะห์แบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุด
ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

(นอ.ดร.วีระชัย เชาว์กำเนิด)

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โทรคมนาคม

บัณฑิตศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โทรคมนาคม

โทร. 02-9547300 ต่อ 681, 691

(นางสาวสุพรรณษา เกษสี่แก้ว, 081-8771557)

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ – นามสกุล**

นางสาวสุพรรณยา เกษลีแก้ว

ประวัติการศึกษา

ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ปีการศึกษา 2547

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

พ.ศ.2547-2551 ตำแหน่ง Senior Sales Coordinator

M.R.V. TRADE & SERVICE CO.,LTD.

พ.ศ.2552-ปัจจุบัน ตำแหน่ง Accountant and Secretary

THAI TOP LOGISTICS CO.,LTD.