

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	5
ขอบเขตของงานวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ประวัติของสื่อออนไลน์แคมป์ร็อกในประเทศไทย.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อออนไลน์.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น.....	18
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	33
แนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชน.....	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	55
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	55
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	60
ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม	60
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์แคมพรีอิก.....	63
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานคร.....	66
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน.....	67
5 บทสรุป.....	80
สรุปผลการวิจัย.....	80
อภิปรายผลการวิจัย.....	81
ข้อเสนอแนะ.....	83
บรรณานุกรม.....	85
ภาคผนวก.....	88
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	94

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนของผู้เข้าระบบแคมป์ร็อก.....	3
2	แสดงการเปิดห้องแคมป์ร็อก.....	10
3	แสดงอัตราค่าบริการ.....	12
4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	60
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	61
6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา.....	61
7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	62
8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	62
9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับสื่อออนไลน์แคมป์ร็อก.....	63
10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อออนไลน์แคมป์ร็อก.....	63
11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อออนไลน์แคมป์ร็อก.....	64
12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่เปิดรับสื่อออนไลน์แคมป์ร็อก.....	65
13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเล่นแคมป์ร็อก.....	65
14	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมทางเพศ.....	66
15	แสดงการทดสอบความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้สื่อแคมป์ร็อก.....	68
16	แสดงการทดสอบความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้สื่อแคมป์ร็อก.....	69
17	แสดงการทดสอบความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้สื่อแคมป์ร็อก.....	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	แสดงการทดสอบความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้สื่อแคมฟร็อก.....	71
19	แสดงการทดสอบความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่แตกต่าง กันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้สื่อแคมฟร็อก.....	72
20	แสดงสรุปผลการทดสอบความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้สื่อแคมฟร็อก.....	73
21	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อแคมฟร็อก ทางด้านความถี่ในการเปิดรับกับทัศนคติในการใช้สื่อแคมฟร็อก.....	74
22	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อแคมฟร็อก ทางด้านระยะเวลาในการเปิดรับกับทัศนคติในการใช้สื่อแคมฟร็อก.....	75
23	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อแคมฟร็อก ทางด้านช่วงเวลาที่เปิดรับกับทัศนคติในการใช้สื่อแคมฟร็อก.....	76
24	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อแคมฟร็อก ทางด้านสถานที่ที่เปิดรับกับทัศนคติในการใช้สื่อแคมฟร็อก.....	77
25	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อแคมฟร็อก ด้านวัตถุประสงค์ในการเล่นกับทัศนคติในการใช้สื่อแคมฟร็อก.....	78
26	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อ แคมฟร็อกกับทัศนคติในการใช้สื่อแคมฟร็อก.....	79

สารบัญญภาพ

ภาพ		หน้า
1	สรุปสถิติเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.....	1
2	ช่วงอายุของประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ต.....	2
3	จำนวนผู้ที่เข้าใช้งานเว็บไซต์ Camfrog.....	3
4	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
5	การคิดคะแนนของสัญลักษณ์.....	11
6	หน้าต่าง 4 บานของใจฮารี.....	35
7	กระบวนการแรงจูงใจ.....	40
8	ลำดับชั้นของความต้องการของ A. H. Maslow.....	43

