

คณะจิตวิทยา

การเผยแพร่ความรู้จิตวิทยาแก่เยาวชนไทยด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต:
โครงการไซโคล่าดอทคอม

นายต่อทอง ทองหล่อ
รหัสประจำตัว 4737426738

โครงการทางจิตวิทยานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาจิตวิทยา
คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2550

THE DISSEMINATION OF PSYCHOLOGICAL KNOWLEDGE FOR THAI YOUTH
THROUGH THE INTERNET: PSYCHOLA DOT COM PROJECT

Mr. Tortong Tonglor

ID 4737426738

A Senior Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Bachelor of Science in Psychology

Faculty of Psychology

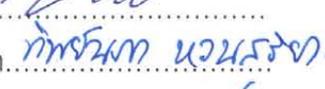
Chulalongkorn University

Academic Year 2007

4737426738 ต่อทง ทงหล่อ: การเผยแพร่ความรู้จิตวิทยาแก่เยาวชนไทยด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต: โครงการไซโคลัดอทคอม. (The Dissemination of Psychological Knowledge for Thai Youth Through the Internet: Psychola Dot Com Project) อาจารย์ที่ปรึกษา: ทิพย์นภา หวนสุริยา, 58 หน้า.

โครงการนี้จัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เยาวชนไทยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการคือเยาวชนอายุ 15 – 25 ปี กระบวนการพัฒนาโครงการนี้ได้บูรณาการความรู้ทางจิตวิทยา นิเทศศาสตร์ การออกแบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการตลาด ผลลัพธ์ของโครงการคือเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับจิตวิทยา (<http://www.psychola.com>) ซึ่งนำเสนอผ่านสื่อหลากหลายประเภท เช่น บทความ วิดีทัศน์ กระจาดสนทนา และสื่อประสม เว็บไซต์ดังกล่าวสามารถรักษาระดับจำนวนผู้ใช้งานได้อย่างคงที่ประมาณ 30 คนต่อวันในช่วงเวลามากกว่า 1 เดือนนับตั้งแต่ได้เปิดตัวเว็บไซต์ จากการสำรวจความคิดเห็นหลังจากเปิดตัวเว็บไซต์ไปแล้วเป็นเวลา 1 เดือน เว็บไซต์ได้ชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ มีผู้ใช้งานจำนวนมากที่รายงานว่าตนได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยามากขึ้นจากเว็บไซต์ พวกเขายังรับรู้ว่าจะจิตวิทยาเป็นวิชาที่มีความสำคัญและส่วนใหญ่บอกว่าสนใจที่จะเรียนและทำงานในสาขาจิตวิทยา นอกจากนี้ในส่วนของรายงานฉบับนี้จะกล่าวถึงข้อจำกัดของการสำรวจและแนวทางในอนาคตของเว็บไซต์ <http://www.psychola.com> อีกด้วย

หลักสูตร วิทยาศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชา จิตวิทยา
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อ.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

4737426738 TORTONG TONGLOR: THE DISSEMINATION OF PSYCHOLOGICAL KNOWLEDGE FOR THAI YOUTH THROUGH THE INTERNET (PSYCHOLA DOT COM PROJECT). ADVISOR: THIPNAPA HUANSURIYA., 58 pp.

This project aims to promote Thai youth's knowledge and understanding of Psychology via the internet. The main target group is fifteen-to-twenty five-year-old youth. Knowledges of Psychology, Communication Arts, Design, Information Technology, and Marketing have been integrated in the process of developing the project. The output of the project is a website with psychological content (<http://www.psychola.com>) presented in various media format such as article, video, webboard, and multimedia. The number of users has been consistently maintained at approximately 30 users per day over the period of one month after the website was launched. An opinion survey conducted one month after launching indicates that users are satisfied with the website. A significant number of users who completed the survey report that they gain more knowledge and understanding of Psychology from the website. They also perceive that Psychology is an important subject and many of them state that they are interested in studying and working in the area of Psychology. Limitations of the survey and future direction of the "http://www.psychola.com" are also discussed.

Program: Bachelor of Science
Field of Study: Psychology
Academic Year 2007

Student's signature.....*Tortong Tonglor*.....
Advisor's signature.....*Thipnapa Huansuriya*.....

กิตติกรรมประกาศ

ผู้จัดทำขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ทิพย์นภา หวนสุริยา ที่เปิดโอกาสให้ได้ทำโครงการที่เหมาะสมกับความสามารถของผู้จัดทำ ให้คำปรึกษา และเสนอความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อโครงการ

ขอขอบคุณคณาจารย์ท่านที่ให้การสนับสนุนทางด้านวิชาการ

ขอขอบคุณบิดามารดาที่ให้กำเนิดและเลี้ยงดูมาเป็นคนดี

ขอขอบคุณพี่สาวที่ให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาในการทำโครงการ

ขอขอบคุณเพื่อนๆนิสิตคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ช่วยเขียนและสร้างสรรค์เนื้อหาในเว็บไซต์ และติชม เสนอความเห็นเพื่อปรับปรุงเว็บไซต์

ขอขอบคุณผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ทุกคน ที่มาเยี่ยมชมเว็บไซต์ และแสดงความคิดเห็น

ขอขอบคุณคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ให้ความรู้และแนวคิดในการดำเนินชีวิตที่ดี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ-ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	6
ขอบเขตของโครงการ.....	6
คำจำกัดความที่ใช้ในรายงาน.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	
แนวคิดและทฤษฎี.....	11
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินโครงการ.....	
กลุ่มเป้าหมาย.....	16
ขั้นตอนการดำเนินโครงการ.....	16
เครื่องมือที่ใช้ในโครงการ.....	23
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการและอภิปรายผลการดำเนินโครงการ.....	
รายงานสถิติผู้ใช้งานของเว็บไซต์.....	25
อภิปรายผลรายงานสถิติผู้ใช้งานของเว็บไซต์.....	26
รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์.....	27
อภิปรายผลการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์.....	32
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ.....	34
ข้อเสนอแนะ.....	35
รายการอ้างอิง.....	36

ภาคผนวก.....	38
ตัวอย่างเนื้อหาในเว็บไซต์โคล่า.....	39
แบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับจิตวิทยาและเว็บไซต์.....	45
การสรุปผลเชิงปริมาณจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชน เกี่ยวกับจิตวิทยาและเว็บไซต์.....	46
ตัวอย่างข้อความประชาสัมพันธ์.....	54
ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ PSYCHOLA.com.....	55
ตัวอย่างกิจกรรมของผู้ใช้งานภายในเว็บไซต์.....	58

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนผู้ใช้งานเว็บไซต์โคล่าในแต่ละวัน.....	25
2	ประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม ($N = 30$).....	27
3	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ($N = 30$).....	28
4	แสดงผลการประเมินด้านเว็บไซต์ ($N = 21$).....	29
5	แสดงผลการประเมินผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจ ($N = 21$).....	31
6	แสดงผลการประเมินผู้ตอบแบบสอบถามด้านเจตคติต่อจิตวิทยา ($N = 21$).....	32

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กราฟแสดงสถิติจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยตั้งแต่ปี ค.ศ. 1991 ถึง ค.ศ. 2007.....	1
2	กราฟแสดงสถิติจำนวนการจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ประเภท .go.th.....	3
3	องค์ประกอบของสื่อใหม่.....	5
4	สหสาขาวิชาที่นำมาใช้ในการสร้างเว็บไซต์โคล่า.....	8
5	แสดงองค์ประกอบของการสื่อสาร.....	9
6	แสดงตัวอย่าง Eye Tracking Heatmap จากการศึกษาของ Nielsen และ Pernice...	13
7	แสดงขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์ตามแนวทาง Lynch และ Horton กับขั้นตอนของผู้จัดทำ	16
8	แสดงสถิติจำนวนผู้ใช้งานเว็บไซต์โคล่าในแต่ละวันตั้งแต่วันที่ 28 มกราคม 2551 ถึง วันที่ 24 มีนาคม 2551.....	26

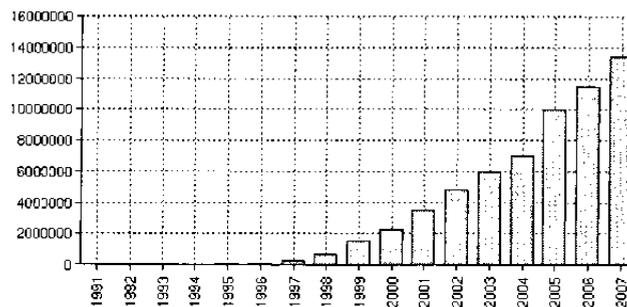
บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตที่ผ่านมา โลกของเรายังไม่มีวิธีที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอดเวลาและรวดเร็ว เหมือนอย่างในทุกวันนี้ หลังจากทีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตของเรา ก็ทำให้ยุคขณะนี้ เป็นยุคคลื่นที่สี่ คือ ยุคแห่งสารสนเทศ (Information age) ประชาชนมีความต้องการที่จะบริโภคข้อมูล ข่าวสารกันมากขึ้นทั้งข่าวคราวความเคลื่อนไหวในบ้านเมือง ความรู้หรือแม้กระทั่งความบันเทิง โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ต

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จากสถิติของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ หรือ NECTEC พบว่า ปัจจุบัน (พ.ศ.2550) มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเป็นจำนวน 13,416,000 คน ซึ่งเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในอดีต (พ.ศ.2534) พบว่ามีความแตกต่างอย่างมากมายมหาศาลเพราะปี พ.ศ. 2534 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียงแค่ 30 คนเท่านั้น นับว่าเพิ่มขึ้นถึง 447,200 เท่า และในสิบปีล่าสุดจะเห็นได้ว่าการเติบโตของจำนวนผู้ใช้เน็ตสูงขึ้นเป็นลำดับอย่างเห็นได้ชัด



ภาพที่ 1 กราฟแสดงสถิติจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยตั้งแต่ปี ค.ศ. 1991 ถึง ค.ศ. 2007

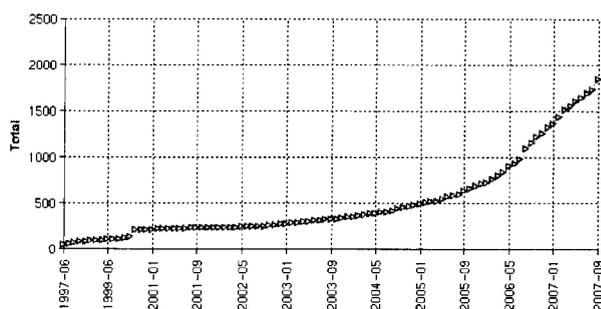
ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจากผลการสำรวจโดยภาพรวมจากผู้เข้าชมทุกเว็บไซต์ซึ่งจัดทำโดย Truehits.net เริ่มสำรวจตั้งแต่ 19 กันยายน พ.ศ. 2549 ถึง 14 สิงหาคม พ.ศ. 2550 รายงานว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 35458 คน

1. ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย
2. ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 24-35 ปี และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเยาวชนซึ่งมีอายุประมาณ 12-23 อยู่ประมาณร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
3. ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา
4. ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี และศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาประมาณร้อยละ 38 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
5. ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รองลงมาคือภาคกลาง
6. ส่วนใหญ่มีความสนใจเพลงและภาพยนตร์ รองลงมาคือคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ส่วนด้านการศึกษาที่มีผู้สนใจในประมาณร้อยละ 29 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตมีมากมายหลายด้าน ทางด้านธุรกิจ เช่น มีระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce), การให้บริการลูกค้าออนไลน์, การจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ต่อไปคือประโยชน์ทางด้านความบันเทิง เช่น การดาวน์โหลดคลิปวิดีโอมาชม, การฟังเพลงออนไลน์, การสนทนา (Chat) เพื่อสร้างกลุ่มเพื่อนใหม่ที่สนใจในเรื่องเดียวกัน และนอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตก็มีประโยชน์อย่างมากต่อด้านการศึกษาอีกด้วย เนื่องจากอินเทอร์เน็ตทำให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นสามารถกระจายออกไปสู่คนทั่วไปให้สามารถรับรู้ได้ง่ายขึ้นและทั่วถึงทุกคน ทั้งนักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์และผู้คนในอาชีพอื่น ต่างก็หันมาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและนำความรู้นั้นไปประยุกต์ใช้ต่อไป ซึ่งหากจะเปรียบเทียบแล้วอินเทอร์เน็ตก็ทำหน้าที่เสมือนห้องสมุดขนาดใหญ่ที่บรรจุความรู้ ทั้งข้อมูล ภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่เป็นประโยชน์และส่งเสริมต่อการเรียนรู้ด้วยตนเองและสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้เกิดขึ้นได้ดียิ่ง

ปัจจุบันนี้องค์กรหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนแต่ละแห่งต่างก็ให้ความสำคัญกับการกระจายข้อมูลข่าวสารจากองค์กรของตนที่ต้องการให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบโดยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต

องค์กรรัฐให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบหรือช่วยอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนโดยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เนื่องจากว่าได้มีพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ออกมามีผลบังคับใช้มาตั้งแต่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2540 ทำให้หน่วยงานภาครัฐต่างให้ความสำคัญกับการจัดทำเว็บไซต์หน่วยงานของตนมากขึ้นทุกปี ดังที่เห็นได้จากการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการซึ่งมีการจัดทำเว็บไซต์ฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐ หรือ G-info (www.oic.go.th/ginfor) และนอกจากนี้สถิติของ NECTEC ซึ่งแสดงจำนวนการจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์หรือที่เรียกว่าโดเมนเนม (Domain name) ประเภท go.th หมายถึงเว็บไซต์ที่เป็นของหน่วยงานรัฐในประเทศไทยนั้น มีจำนวนการจดทะเบียนสูงขึ้นทุกปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2550) ได้มีหน่วยงานรัฐจดทะเบียนโดเมนเนมไปแล้ว 1,843 ชื่อ และใน 4 ปีล่าสุด (พ.ศ.2547-2550) จำนวนเว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐนั้นเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก



ภาพที่ 2 กราฟแสดงสถิติจำนวนการจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ประเภท .go.th

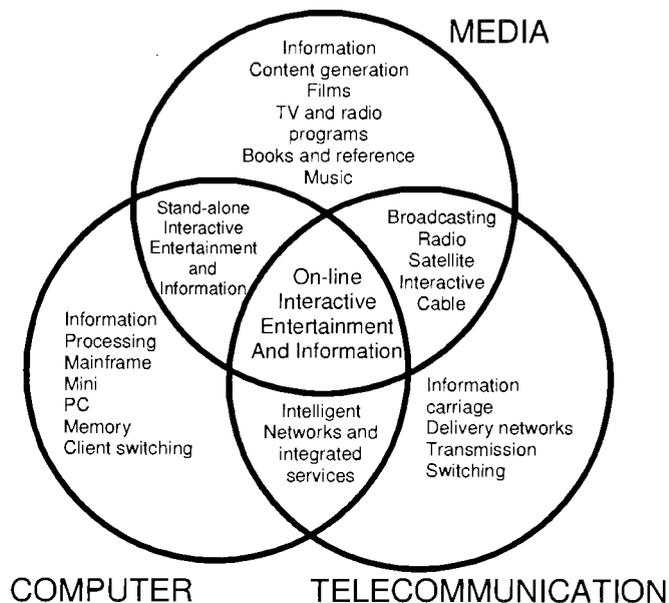
หน่วยงานเอกชนและองค์กรธุรกิจก็ให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตไม่น้อยไปกว่าหน่วยงานรัฐเช่นกัน ในภาคเอกชนได้นำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ จากการสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2550 (สถานประกอบการ) ที่วราชนาณาจักร ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ รายงานว่า ในปี พ.ศ. 2550 จากสถานประกอบการทั้งหมด 820,122 แห่ง มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 ประมาณร้อยละ 12.9 โดยผู้ประกอบการประเภทโรงพยาบาลมีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด และวัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตของสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพื่อการค้นหาข้อมูลทั่วไป รองลงมาคือรับ-ส่งอีเมลล์ และติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดตามลำดับ ส่วนการใช้เว็บไซต์ในการประกอบกิจการของสถาน

ประกอบกันนั้นมีการใช้ประมาณร้อยละ 4.3 หรือประมาณ 35,265 แห่ง โดยวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริษัท รองลงมาคือเพื่อติดต่อสอบถามข้อมูล รับคำสั่งซื้อทางเว็บไซต์ และการให้บริการหลังการขายตามลำดับ

จากการศึกษาของนักวิชาการทางกฎหมายชาวอเมริกันที่ชื่อว่า Andrew L. Shapiro เขาได้อธิบายว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีที่มีศักยภาพสูง เพราะ เสริมสร้างอำนาจให้แก่คนธรรมดาทั่วไปให้สามารถเผยแพร่ข้อมูล ความรู้และก่อตั้งเครือข่ายแห่งความร่วมมือได้ด้วยตนเอง ซึ่งในอดีตของทางการเผยแพร่และการสื่อสารจะจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มคนบางกลุ่มเท่านั้น เช่น รัฐ นายทุน หรือผู้มีสถานภาพสูงในสังคม แต่หลังจากที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทกับชีวิตผู้คนทั่วไปทุกระดับชั้น จึงทำให้คนธรรมดาทุกชนชั้นมีช่องทางการเผยแพร่ความคิดออกไปสู่สาธารณะได้ อิสระ สะดวกและเท่าเทียมมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การเขียนบล็อก (Blog) บล็อกเป็นสิ่งที่คล้ายกับการเขียนบันทึกส่วนตัวลงสมุดแต่เพียงแค่มุดนั้นอยู่บนอินเทอร์เน็ตซึ่งทุกคนสามารถออนไลน์เข้ามาอ่านได้ บล็อกเป็นวัฒนธรรมย่อยบนอินเทอร์เน็ตซึ่งมีคนบางคนบางกลุ่มที่รู้และใช้เท่านั้น บล็อกเป็นกิจกรรมออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน โดยสามารถชมตัวอย่างของเว็บไซต์ชุมชนคนเขียนบล็อกได้ที่ www.exteen.com ชุมชนบล็อกที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่น, www.keng.com ผู้เชี่ยวชาญและให้ความรู้เกี่ยวกับการเขียนบล็อกคนแรกในประเทศไทย, www.bloggang.com ชุมชนคนเขียนบล็อกในเครือข่ายของเว็บไซต์ www.pantip.com เป็นต้น นอกจากนี้อำนาจในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของคนธรรมดาที่น่าสนใจอีกคือ เว็บไซต์ www.youtube.com ซึ่งปัจจุบันเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมสื่อมัลติมีเดียที่ใหญ่ที่สุดในโลกและมีอิทธิพลมากจนมีคนกล่าวถึงว่าเป็นโทรทัศน์ยุคใหม่ที่ผู้ชมสามารถเลือกรับชมในสิ่งที่ตนเองสนใจ

อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางของสื่อใหม่ (New media) เพราะเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่ายที่มีคอมพิวเตอร์หรือโทรคมนาคมเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งต่างจากสื่อเก่า (Conventional media) ที่ไม่มีศักยภาพดังกล่าว สื่อใหม่เป็นการรวมตัวของสื่อมวลชนเดิมอันได้แก่หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โดยมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง

สื่อใหม่มี 3 องค์ประกอบหลักมารวมกัน ได้แก่ สื่อซึ่งเป็นเนื้อหา (Content), คอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นกระบวนการ (Process) และโทรคมนาคมซึ่งเป็นการขนส่งข้อมูล (Carriage) เมื่อทั้ง 3 อย่างมาบรรจบกัน (Convergence) ก็จะกลายเป็นคุณสมบัติของสื่อใหม่นั้นคือ เป็นสื่อให้ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงที่ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้โดยผ่านช่องทางออนไลน์



ภาพที่ 3 องค์ประกอบของสื่อใหม่

สื่อใหม่ที่พบได้ในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น โทรศัพท์มือถือที่สามารถทำงานได้หลายอย่าง เช่น ไอโฟน, Podcasting เป็นวิทยุแบบใหม่ที่ผู้ฟังสามารถเลือกในสิ่งที่ตนเองสนใจและสามารถดาวน์โหลดเก็บไปฟังส่วนตัวได้อีกด้วย, Video-on-demand (VOD) เป็นภาพเคลื่อนไหวและเสียงที่ผู้ดูสามารถเลือกชมเองได้มีลักษณะคล้าย TV on Demand โดย VOD พบได้ในเว็บไซต์เช่น youtube.com เป็นต้น โดยตัวอย่างของสื่อใหม่เหล่านี้จะเกิดขึ้นมาไม่ได้ถ้าหากขาดอินเทอร์เน็ต

วงการจิตวิทยาในประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและบุคลากรยังมีอยู่จำกัด ทำให้ประชาชนทั่วไปยังขาดความรู้ด้านจิตวิทยา จึงจำเป็นต้องเผยแพร่จิตวิทยาสู่ประชาชนทั่วไปด้วยการใช้สื่อที่รวดเร็วและกว้างไกลอย่างสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้ประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเยาวชนซึ่งมีศักยภาพและกำลังจะเป็นผู้พัฒนาประเทศในอนาคตได้รู้จักกับศาสตร์ทางด้านจิตวิทยา อันจะนำพาผู้ที่สนใจจิตวิทยาได้มีโอกาสเข้ามาร่วมศึกษาและพัฒนาศาสตร์ทางด้านจิตวิทยาให้เจริญยิ่งขึ้นไป

ผลการสำรวจจากแบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับเว็บไซต์และจิตวิทยา ซึ่งสำรวจโดยนายต่อทอง ทองหล่อ เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม ถึง 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 174 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าจิตวิทยาเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแล้วนั้นมีร้อยละ 34 และคิดว่าจิตวิทยายังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักนั้นมีร้อยละ 59 และอีกร้อยละ 7 ไม่ได้ตอบแบบสอบถามในข้อนี้ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าต้องการให้มีการจัดทำ

เว็บไซต์จิตวิทยามีร้อยละ 85 และไม่ต้องการให้จัดทำเว็บไซต์จิตวิทยามีร้อยละ 9 และอีกร้อยละ 6 ไม่ได้ตอบแบบสอบถามข้อนี้ จึงสรุปได้ว่ากลุ่มเยาวชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าจิตวิทยายังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและต้องการให้มีการจัดทำเว็บไซต์จิตวิทยาขึ้น

จากการสำรวจดังกล่าวจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้จัดทำโครงการแนใจมากขึ้นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความต้องการใช้เว็บไซต์ที่เผยแพร่ความรู้จิตวิทยาและนอกจากนี้ผู้จัดทำโครงการได้นำผลการสำรวจในข้ออื่นๆมาวางแผนและเตรียมงาน เช่น การนำผลการลงคะแนน (Vote) ชื่อเว็บไซต์จิตวิทยาที่ตนเองชอบมาจดทะเบียนเป็นชื่อเว็บไซต์จริง เป็นต้น

ผู้จัดทำโครงการมีความคิดว่าความรู้จิตวิทยาที่นักวิจัย นักวิชาการ และนิสิตจิตวิทยาได้ศึกษาวิจัยกันมานั้น ถึงเวลาอันสมควรที่จะต้องเอาไปเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนโดยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่มีข้อดีหลายประการ เพื่อให้คนทั่วไปโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในอนาคตและเป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดได้มีโอกาสรับความรู้เกี่ยวกับจิตวิทยา ซึ่งอาจก่อให้เกิดแรงบันดาลใจและจุดประกายให้เยาวชนมีความสนใจจิตวิทยาเพื่อให้เข้ามาร่วมศึกษาและพัฒนาจิตวิทยาต่อไป และผลสุดท้ายคือประชาชนไทยมีความรู้จิตวิทยาและนำไปใช้ได้เหมาะสมจนก่อให้เกิดประโยชน์กับตนเองและสังคมในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ความเข้าใจศาสตร์ทางด้านจิตวิทยาโดยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต

ขอบเขตของโครงการ

โครงการจัดทำขึ้นเฉพาะบนสื่ออินเทอร์เน็ตและเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่เฉพาะเยาวชนเป็นหลัก

คำจำกัดความที่ใช้ในรายงาน

เว็บไซต์ไคล่า (Psychola.com) หมายถึง โครงการการเผยแพร่ความรู้จิตวิทยาแก่เยาวชนไทยด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต

ลิงค์ (Hyperlinks) หมายถึง ตัวอักษรหรือรูปภาพบนอินเทอร์เน็ตที่เมื่อเอาเมาส์ (Mouse) คลิกลงแล้วจะสามารถเชื่อมโยงไปที่เนื้อหาหน้าอื่นๆในเว็บไซต์ได้

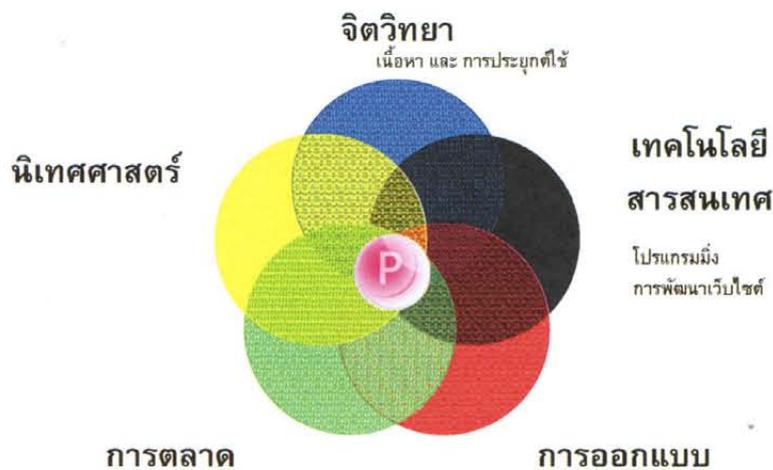
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เยาวชนมีความรู้ความเข้าใจศาสตร์ทางด้านจิตวิทยา
2. เยาวชนสนใจศึกษาต่อทางด้านจิตวิทยา
3. เป็นแหล่งข้อมูลและเป็นชุมชนเรียนรู้เกี่ยวกับจิตวิทยา

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

เว็บไซต์หนึ่งเว็บไซต์จะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มีการบูรณาการความรู้หลากหลายศาสตร์เข้าด้วยกัน ผู้จัดทำโครงการได้นำแนวคิดจากศาสตร์ต่างๆเข้ามาเชื่อมโยงกัน ได้แก่ แนวคิดทางจิตวิทยา แนวคิดทางด้านนิเทศศาสตร์ แนวคิดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แนวคิดด้านการตลาด และแนวคิดด้านการออกแบบ



ภาพที่ 4 สหสาขาวิชาที่นำมาใช้ในการสร้างเว็บไซต์

แนวคิดด้านจิตวิทยา

เนื่องจากเว็บไซต์เป็นเว็บที่มุ่งเน้นไปที่การเผยแพร่ความรู้จิตวิทยา ผู้จัดทำจึงเน้นความสำคัญไปที่ความรู้ทางจิตวิทยามากกว่าด้านอื่นๆ โดยแนวคิดจิตวิทยานั้น ผู้จัดทำได้แบ่งการนำมาประยุกต์ใช้ในเว็บไซต์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

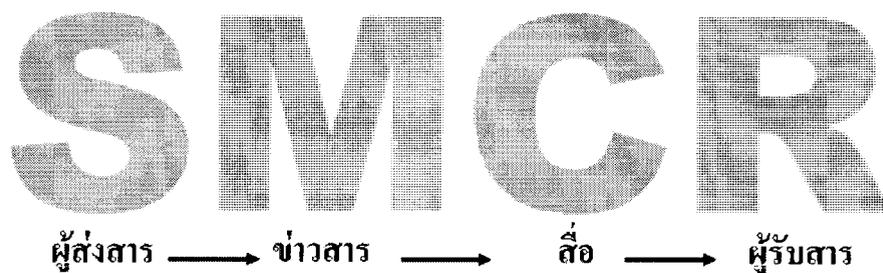
ส่วนที่ 1 คือ แนวคิดจิตวิทยาที่นำมาใช้ในการออกแบบเว็บไซต์และโครงสร้างของเว็บไซต์ (Web Design) ซึ่งจะกล่าวในหัวข้อเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ

ส่วนที่ 2 คือ แนวคิดจิตวิทยาที่นำมาใช้ในการออกแบบเนื้อหาของเว็บไซต์ (Content Design) เป็นการนำความรู้จิตวิทยามานำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น บทความ สื่อ

มัลติมีเดีย เป็นต้น ซึ่งสามารถติดตามอ่านบางส่วนได้ในภาคผนวก และอ่านทั้งหมดได้ในเว็บไซต์ www.psychola.com

แนวคิดด้านนิเทศศาสตร์

การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสารโดยผ่านสื่อต่างๆ



ภาพที่ 5 แสดงองค์ประกอบของการสื่อสาร

องค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่

1. ผู้ส่งสาร (S: Source) คือ เป็นคนที่มีคุณสมบัติต่อไปนี้ เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการสื่อสาร เป็นผู้ที่มีความรู้ในเรื่องที่ต้องการสื่อสาร เป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อผู้รับสาร เพื่อให้ผลของการสื่อสารเป็นไปได้อย่างดี เป็นผู้ที่มีความสามารถในการเข้ารหัสสาร (Encode) และเป็นผู้ที่มีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลให้เหมาะสมกับผู้รับสารโดยคำนึงถึงระดับความรู้ของผู้รับสาร วัฒนธรรมและพื้นฐานทางสังคมของผู้รับสาร
2. ข่าวสาร (M: Message) คือ สิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารได้รับรู้ได้เข้าใจ
3. สื่อ (C: Channel) คือ การส่งข่าวสารให้ผู้รับสารโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน การเห็น การสัมผัส การได้กลิ่น และการรับรส ตัวอย่างสื่อ เช่น การพูดคุย โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
4. ผู้รับสาร (R: Receiver) คือ ผู้ที่อยู่ลำดับสุดท้ายของการสื่อสาร เป็นผู้ที่มีความสามารถในการถอดรหัสสาร (Decode) เป็นผู้ที่ตั้งใจมารับสารหรือเป็นผู้ที่รับสารโดยไม่ตั้งใจก็ได้

แนวคิดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์ (Lynch & Horton, 2002)

1. ช่วงวางแผน (Planning) คือ

1.1. การตั้งเป้าหมายของเว็บไซต์ อาจเป็นประโยค 2-3 ประโยคที่ผู้จัดทำคิดว่าเป็นเป้าหมายของเว็บไซต์ ในเป้าหมายนี้ควรระบุด้วยว่าจะใช้เวลาทำนานเพียงใด ระยะเวลาการสร้างเว็บ การประเมินผล และระบุการวัดความสำเร็จของเว็บไซต์ทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ

1.2. การวิเคราะห์ผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ คือ เป็นการระบุความสามารถของผู้ที่จะมาเข้าเว็บไซต์ เช่น ด้านความรู้ ภูมิหลัง ความสนใจและความต้องการ

2. ช่วงการระบุเว็บไซต์ (Developing a Site Specification) คือ การระบุขอบเขตของเนื้อหาในเว็บไซต์, การระบุงบประมาณ, การระบุตารางเวลาการสร้างเว็บไซต์ และการระบุเทคนิคที่ต้องใช้ในการทำเว็บไซต์

3. ช่วงการผลิตเว็บไซต์ (Production)

3.1. ขั้นระบุและวางแผน (Site Definition and Planning)

เป็นขั้นตอนที่ต้องระบุเป้าหมายวัตถุประสงค์ของเว็บ การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่างๆ ต่อไปนี้

3.1.1. ด้านเทคโนโลยี (Technology) เช่น เว็บไซต์สนับสนุนกับผู้ใช้ Windows Vista หรือไม่

3.1.2. ด้านการผลิต (Production) เช่น ใครเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา

3.1.3. ด้านการสนับสนุนของผู้ให้บริการรับฝากเว็บไซต์ (Web server support) เช่น คำนึงถึงขนาดของเว็บไซต์ต่อจำนวนพื้นที่ที่ฝากเว็บไซต์เอาไว้เป็นเท่าไร

3.1.4. ด้านทุน (Budgeting) เช่น อุปกรณ์ Hardware และ Software ที่จำเป็นมีอะไรบ้าง

3.2. ขั้นการวางโครงสร้างของข้อมูล (Information Architecture)

คือ ขั้นตอนที่มีการลงรายละเอียดของเว็บไซต์และเอามาจัดทำเป็นเว็บไซต์ต้นแบบ (Prototype) เพื่อให้ทีมงานสามารถแสดงความคิดเห็นกับส่วนต่างๆของเว็บไซต์ได้ เช่น ส่วนต่อ

ประสานกราฟิกกับผู้ใช้ (Graphic user interface) นั้นเป็นอย่างไร และจะนำไปพัฒนาต่ออย่างไร เป็นต้น

3.3. ขั้นตอนการออกแบบเว็บไซต์ (Site design)

เป้าหมายของขั้นตอนนี้คือการผลิตองค์ประกอบเนื้อหาต่างๆในเว็บไซต์ เช่น รูปภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว บทความ และการจัดทำระบบเว็บไซต์ (Programming)

ดังนั้นภายในขั้นตอนนี้ ผู้จัดทำเว็บไซต์ต้องทำสิ่งต่อไปนี้

3.3.1. การพิจารณาองค์ประกอบของเนื้อหาในเว็บไซต์ การจัดระเบียบรายละเอียดภายในเว็บไซต์ และการประกอบส่วนต่างๆเข้าด้วยกัน (Content Components, Detailed Organization and Assembly) ได้แก่

3.3.1.1. การใส่ข้อความ (Text) และตรวจทานข้อความ

3.3.1.2. การออกแบบกราฟิกที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์ทุกๆหน้า เช่น โลโก้เว็บ ปุ่มภาพพื้นหลัง ส่วนบน หรือส่วนล่างของเว็บไซต์ (Header and Footer)

3.3.1.3. การจัดทำภาพวาด และ ภาพถ่ายต่างๆ (Illustrations and Photography)

3.3.2. การพิจารณาด้านการทำงานของเว็บไซต์ (Functional and Logic Components)

3.3.2.1. การเขียนรหัสจาวา (JavaScript scripts, Java applets designed)

3.3.2.2. การจัดทำระบบค้นหาภายในเว็บ (Search engine designed and tested)

3.4. ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์ (Site Construction)

เป็นขั้นตอนที่เว็บได้ถูกสร้างขึ้นมาแล้ว เหลือเพียงแค่การทดสอบเพื่อหาข้อบกพร่อง

3.4.1. ทดสอบเว็บไซต์เบื้องต้นและสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์

3.4.2. ปรับปรุงเว็บไซต์

3.5. ขั้นตอนการตลาดของเว็บไซต์ (Site Marketing)

เป็นขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบว่าเว็บไซต์ให้บริการอยู่

3.6. ขั้นตอนติดตามผล การประเมินผล และการบำรุงรักษาเว็บไซต์ (Tracking, Evaluation, and Maintenance)

3.6.1. ทำการตรวจสอบรายงานสถิติผู้ใช้งาน (User counter) ของเว็บไซต์

3.6.2. มองหาผู้ติดต่อประสานงานเพื่อคอยบริหารเว็บไซต์ต่อไป

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของเว็บไซต์

จากงานวิจัยของเรวัตม์ แม่นยำ (2543) เขาสรุปว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเลือกเข้าใช้บริการเว็บไซต์ต่าง ๆ เรียงตามลำดับความสำคัญ มาก-น้อย ได้แก่ มีข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์, Download เร็ว, การ Update ข้อมูล, ง่ายต่อการใช้บริการและค้นหาข้อมูล ความสวยงามในการออกแบบเว็บไซต์ เป็นต้น

แนวคิดด้านการตลาด

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-marketing) (Thinkandclick.com, 2007)

หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจการทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นกิจกรรมที่เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง และเป็นกิจกรรมที่นักการตลาดสามารถติดต่อกับผู้บริโภคได้ทั่วโลกและตลอดเวลา เช่น การทำ Search Engine Optimization (SEO) คือ วิธีการปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อให้สื่อสารกับ Search Engine เช่น google.com ได้อย่างถูกต้องตามหลักหรือกฎที่ได้ตั้งไว้เพื่อเพิ่มจำนวนและคุณภาพของผู้เข้าเยี่ยมชม

แนวคิดด้านการออกแบบ

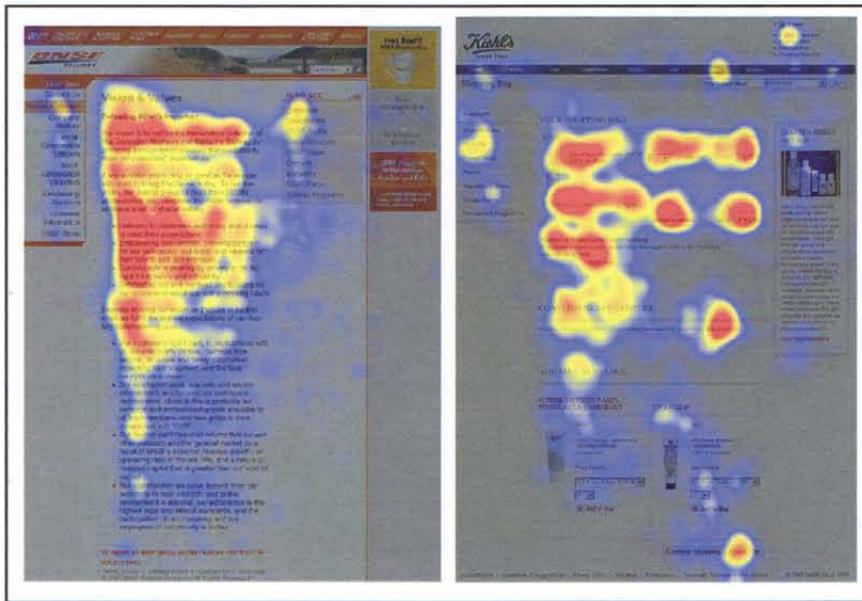
การออกแบบที่ยึดหลักการใช้งานได้ (Usability Design) คือ การออกแบบที่นำความรู้ด้าน Usability เข้ามาร่วมกับการออกแบบ

ความหมายของ Usability คือ เป็นเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆสามารถถูกใช้งานโดยผู้ใช้งานเพื่อให้สำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล และเกิดความพึงพอใจ (ISO 9241-11, 1998)

ได้มีการนำ Usability Design มาใช้ร่วมกับการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งเรียกว่า Web Usability หมายถึง การนำเอา Usability มาประยุกต์ใช้กับการสร้างส่วนต่อประสานกราฟิกกับผู้ใช้ (GUI: Graphic user interface) ที่จะให้ไปปรากฏในโปรแกรมดูเว็บไซต์ (Web Browser)

รูปแบบการอ่านเนื้อหาเว็บไซต์แบบตัวเอฟ (F-Shaped Pattern for Reading Web Content) คือหนึ่งในความรู้ของ Web Usability มีที่มาจากการศึกษาผ่านวิธีการเคลื่อนที่ของสายตา (Eye Tracking) ของ Jakob Nielsen และ Kara Pernice (2006) พวกเขาได้เก็บข้อมูล

จากผู้ใช้งานเว็บไซต์จำนวน 232 คน โดยให้ผู้ร่วมการวิจัยดูเว็บไซต์ประมาณพันกว่าหน้า นักวิจัยทั้งสองคนพบว่า พฤติกรรมการอ่านค่อนข้างคงที่ ถึงแม้หน้าเว็บไซต์จะต่างกันและมีลักษณะงานที่ทำให้ทำต่างกันก็ตาม พวกเขาพบว่ามีรูปแบบการอ่านที่เด่นชัดออกมา นั่นคือ รูปแบบการอ่านหน้าเว็บไซต์ที่มีลักษณะคล้ายรูปร่างตัวอักษรเอฟ (F) ในภาษาอังกฤษ



ภาพที่ 6 แสดงตัวอย่าง Eye Tracking Heatmap จากการศึกษาของ Nielsen และ Pernice

รูปแบบการอ่านแบบตัวเอฟ ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ผู้ใช้งานเว็บไซต์จะอ่านไปตามแนวนอน โดยส่วนมากจะอ่านส่วนบนของพื้นที่ที่มีเนื้อหาเว็บไซต์
2. ผู้ใช้งานเว็บไซต์จะเคลื่อนสายตาลงมาเล็กน้อย แล้วอ่านไปตามแนวนอนเป็นครั้งที่สอง ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะอ่านไปตามแนวนอนในระยะทางที่น้อยกว่าการอ่านแนวนอนครั้งแรก
3. ท้ายสุด ผู้ใช้งานเว็บไซต์จะอ่านเนื้อหาที่อยู่ทางซ้ายมือในแนวตั้ง บางครั้งจะเคลื่อนสายตาซ้ำลง และมีรูปแบบการอ่านอย่างเป็นระบบที่ดูคล้ายกับเป็นเส้นนาซึ่งจะเห็นได้จากแผนภูมิแสดงความหนาแน่นของการเคลื่อนที่สายตา (Eye Tracking Heatmap) และบางครั้งผู้ใช้งานเว็บไซต์ก็เคลื่อนสายตาเร็วขึ้นทำให้เกิดเป็นภาพจุดๆ ใน Heatmap ดังกล่าว

จะเห็นได้ชัดว่า การอ่านเว็บไซต์ของผู้ใช้งานนั้นจะไม่เป็นไปตาม 3 องค์ประกอบดังกล่าวเสมอไป เช่น บางครั้งผู้ใช้งานเว็บไซต์ก็อ่านส่วนด้านล่างของหน้าเว็บไซต์ไปตามแนวนอน ทำให้ใน Heatmap ปรากฏภาพคล้ายตัวอี (E) มากกว่าตัวเอฟ (F) บางครั้งก็อ่านคล้ายแบบนี้ (Γ) แต่อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้วผู้ใช้งานจะมีรูปแบบการอ่านเป็นรูปตัวเอฟเป็นส่วนใหญ่

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เว็บไซต์โคล่าได้นำความรู้ทางจิตวิทยาเข้ามาช่วยในการสร้างเว็บไซต์ ได้แก่

Need for closure (ความต้องการการทำให้สมบูรณ์) สามารถเป็นตัวทำนายความพึงพอใจ ความเต็มใจ และความปรารถนาที่จะกลับเข้ามาใช้บริการ เว็บไซต์อีกครั้งได้ Amichai-Hamburger และคณะ (2004) ทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้แล้วพบว่า ในเงื่อนไขที่บุคคลที่ใช้งานเว็บไซต์ไม่มีแรงกดดันทางด้านเวลาเกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ผู้ที่มี Need for closure สูงจะชอบเว็บไซต์ที่มีจำนวนลิงค์ที่น้อย แต่ถ้าเว็บไซต์นั้นมีจำนวนลิงค์ที่มาก ผู้ที่ชอบเว็บไซต์คือคนที่มีความรู้สึกว่าเว็บไซต์ที่มีลิงค์ให้ตนคลิกมากนั้นเป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้มากกว่า ส่วนคนที่มีความรู้สึกว่าเว็บไซต์ที่มี Need for closure สูงซึ่งเป็นคนประเภทที่ชอบทำให้เสร็จภายในเวลาอันสั้นนั้นจะชอบเว็บไซต์ที่ดูเรียบและไม่มีลิงค์จำนวนมาก

แต่ถ้าหากกลับเงื่อนไขโดยที่บุคคลที่ใช้งานเว็บไซต์ภายใต้แรงกดดันทางด้านเวลา จะทำให้ผลที่ได้ต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มี Need for closure ต่ำก็กลับชอบเว็บไซต์ที่มีจำนวนลิงค์ที่น้อย เพราะพวกเขาทราบว่าตนเองจำเป็นต้องตัดสินใจโดยด่วน, ไม่มีโอกาสที่จะรับข้อมูลเพิ่มเติม และจะก่อให้เกิดความเสี่ยงจนกลายเป็นความผิดพลาด ซึ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการหลีกเลี่ยง ดังนั้นพวกเขาจึงไม่ชอบเว็บไซต์ที่มีลิงค์เตรียมให้จำนวนมากซึ่งตนเองไม่ได้คลิกเข้าไปดู แต่พวกเขาชอบเว็บไซต์ที่มีลิงค์จำนวนน้อยหรือเว็บที่เรียบเพราะเว็บไซต์ไม่ได้มีลิงค์ให้พวกเขาต้องกังวลใจว่าจะไม่ได้คลิก ซึ่งต่างจากผู้ที่มี Need for closure สูงที่กลับชอบเว็บไซต์ที่มีลิงค์จำนวนมาก เพราะพวกเขามีความต้องการที่จะตัดสินใจให้เร็วที่สุดและคำตอบที่ได้นั้นต้องเป็นคำตอบสุดท้ายที่ผ่านการคัดกรองข้อมูลมาแล้วด้วย จึงทำให้พวกเขาชอบเว็บไซต์ที่มีลิงค์จำนวนมาก เนื่องจากจำนวนลิงค์มีมากพอที่จะช่วยทำให้พวกเขาสามารถตัดสินใจได้โดยตรง

Need for cognition (ความต้องการการรู้คิด) Kaynar และ Amichai-Hamburger (2007) ได้ศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการการรู้คิดและความสำคัญของการเข้าถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต พบว่า คะแนนความต้องการการรู้คิดของกลุ่มตัวอย่างมีสหสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับคะแนนการรับรู้ความสำคัญของการได้มาซึ่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และคะแนนการรับรู้ความสำคัญของการได้มาซึ่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลของเว็บไซต์

จากงานวิจัยเดียวกันนี้พบว่า เหตุผลของการใช้อินเทอร์เน็ตสามารถจำแนกได้ 3 เหตุผล ดังนี้

1. การใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตด้วยเหตุผลทางสังคม (Using social services) ได้แก่ การใช้ห้องสนทนา (chat room) พื้นที่ในการแสดงความคิดเห็น (on-line forum)
2. การใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตด้วยเหตุผลทางอาชีพ (Using professional services) เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (email) เพื่อการทำงาน การค้นหาความรู้เพื่อการศึกษ
3. การใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตด้วยเหตุผลเพื่องานอดิเรก (Using leisure services) เช่น การดาวน์โหลดเพลงที่ตนชอบ เป็นต้น

Perception (การรับรู้) Grigorovici, Nam และ Russill (2003) ได้ศึกษาความประทับใจเชิงบวกที่มีต่อผู้สอนและรายวิชาจากการรับรู้จำนวนลิงค์ (hyperlink) ที่อยู่ในประมวลรายวิชา พบว่า จำนวนลิงค์ที่อยู่ในประมวลผลรายวิชาแตกต่างกัน ความประทับใจเชิงบวกที่มีต่อผู้สอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าจำนวนลิงค์ที่มาก ความประทับใจเชิงบวกต่อรายวิชาและผู้สอนน้อยกว่าจำนวนลิงค์ที่น้อย เนื่องจาก จำนวนลิงค์มากอาจทำให้ผู้เรียนรับรู้ถึงกิจกรรมทางการคิดที่มากเกินไป (overtaxed cognitive activity) แต่อย่างไรก็ตามคณะผู้วิจัยได้เสนอแนะว่าการนำเสนอในรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายช่วยลดการตอบสนองเชิงลบได้

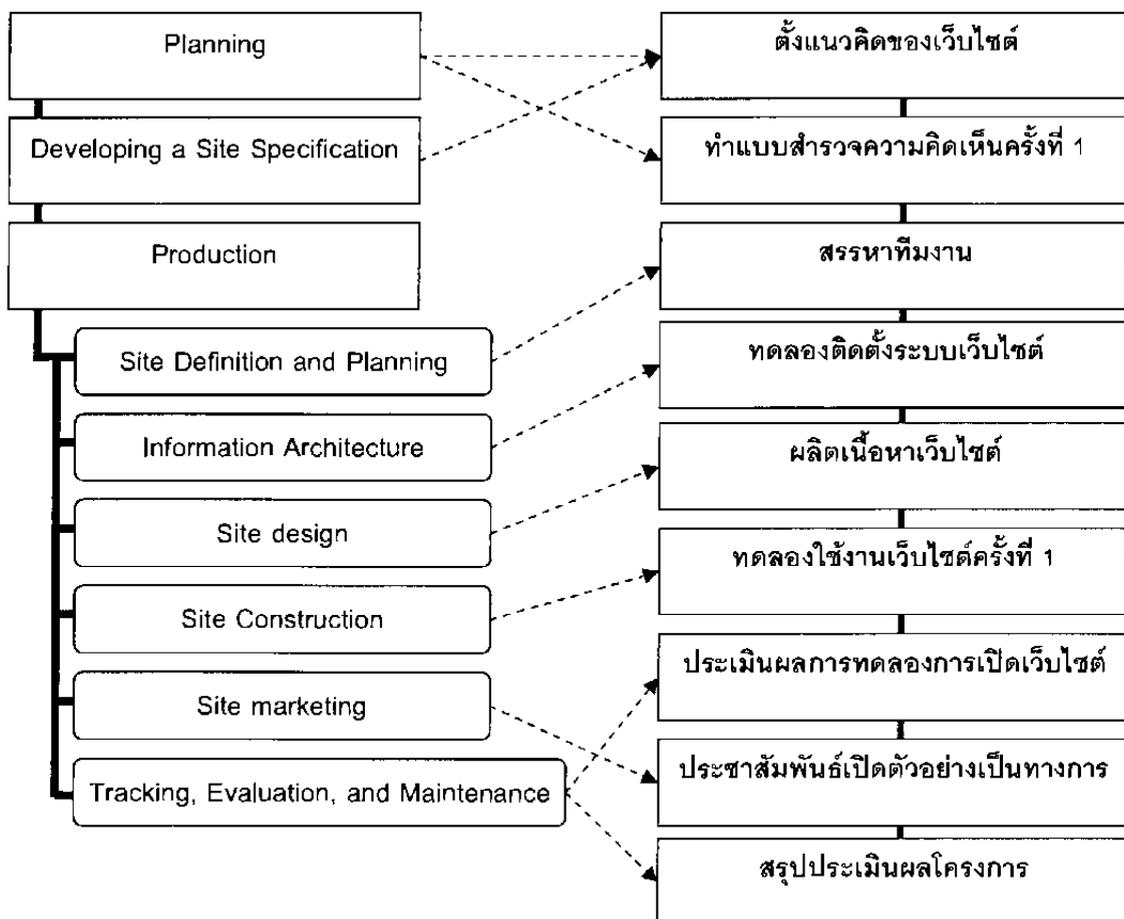
บทที่ 3 วิธีดำเนินโครงการ

กลุ่มเป้าหมาย

จะเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุ 15-25 ปี เพราะเป็นกลุ่มที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

ขั้นตอนการดำเนินโครงการ

ผู้จัดทำโครงการได้นำขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์ของ Lynch และ Horton (2002) มาดัดแปลงให้เหมาะสมกับสถานการณ์และเว็บไซต์ที่จะทำ แต่ยังคงไว้ซึ่งแนวคิดการพัฒนาเว็บไซต์ตามแนวของ Lynch และ Horton



ภาพที่ 7 แสดงขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์ตามแนวทาง Lynch และ Horton กับขั้นตอนของผู้จัดทำ

ขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์คือเป็นดังนี้

1. **ตั้งแนวคิดของเว็บไซต์ (Concept)** คือ การกำหนดแนวทางของโครงการอย่างคร่าวๆ เพื่อที่จะนำไปออกแบบสำรวจต่อไป โดยการตอบคำถามต่างๆดังนี้

1.1. ทำอะไร? ตอบ เว็บไซต์

1.2. จัดทำทำไม? ตอบ เพื่อเผยแพร่ความรู้จิตวิทยา

1.3. ทำเพื่อใคร? ตอบ เน้นเยาวชน และประชาชนไทยที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้

1.4. ใครทำ? ตอบ คนที่เรียนจิตวิทยา มีความรู้จิตวิทยา และคนที่มีความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1.5. ทำที่ไหน? ตอบ ทางอินเทอร์เน็ต

1.6. ทำเมื่อใด? ตอบ สำเร็จก่อนเดือนกุมภาพันธ์ 2551

เมื่อนำคำตอบเหล่านี้มารวมกันจะกลายเป็นประโยคเป้าหมาย (Goal) ของเว็บไซต์นั่นก็คือ เว็บไซต์จะเป็นเว็บไซต์ที่ให้สาระความรู้เกี่ยวกับจิตวิทยาแก่เยาวชนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งจะต้องทำเว็บไซต์ให้สำเร็จภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2551

หลังจากตั้งเป้าหมายของเว็บไซต์ได้แล้ว ในขั้นตอนนี้ผู้จัดทำได้เริ่มระบุเว็บไซต์ (Developing a Site Specification) ขอบเขตของเนื้อหาเว็บไซต์อย่างคร่าวๆ เช่น เป็นเว็บไซต์ที่มีบทความจิตวิทยาที่เยาวชนสามารถอ่านได้ง่าย และมีอัลบั้มเดียวเนื้อหาจิตวิทยาที่ดึงดูดความสนใจของเยาวชนได้ เป็นต้น เรื่องงบประมาณและตารางเวลาการสร้างเว็บไซต์นั้นได้วางแผนไว้แล้วตั้งแต่การเขียนโครงการนี้ นั่นคือใช้งบประมาณ 3,500 บาท และมีแผนการดำเนินงานให้สำเร็จก่อนเดือนกุมภาพันธ์ 2551 นอกจากนี้ผู้จัดทำยังได้ระบุด้านเทคนิคในการทำเว็บไซต์ได้ นั่นก็คือ จะทำเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมทำเว็บสำเร็จรูป เช่น โปรแกรมประเภทระบบจัดการเนื้อหา (CMS: Content Management System) โปรแกรมประเภทบล็อก (Blog)

2. **การทำแบบสำรวจความคิดเห็นครั้งที่ 1 (Survey)** คือ การทำแบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์และจิตวิทยา ผู้จัดทำโครงการได้ออกแบบแบบสอบถามขึ้นมาเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ในอนาคตว่ามีความรู้ ภูมิหลัง ความสนใจ และ

ความต้องการที่จะให้เว็บไซต์เป็นอย่างไร ผู้จัดทำโครงการได้เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต โดยเก็บข้อมูลตามสะดวก เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม ถึง 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 174 คน ซึ่งผลการสำรวจสามารถอ่านได้ที่ภาคผนวกในหัวข้อ การสรุปผลเชิงปริมาณจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับเว็บไซต์ และจิตวิทยา

3. **สรรหาทีมงาน (Staffing)** เพื่อค้นหาทีมงานที่จะทำเว็บไซต์ ได้แก่ ตำแหน่งนักเขียน ผู้จัดทำสื่อ และโปรแกรมเมอร์ ซึ่งขั้นตอนนี้เป็น การตอบคำถามที่ว่า ให้ใครเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาและด้านการจัดทำเว็บไซต์ ผู้จัดทำได้ประชาสัมพันธ์เปิดรับสมัครคนที่สนใจเข้ามาทำเว็บไซต์ในตำแหน่งนักเขียนและผู้จัดทำสื่อ แต่ผลตอบรับมีน้อยและยังไม่มีใครสนใจเลย แต่เมื่อเว็บไซต์ได้ผ่านขั้นตอนต่างๆและเมื่อได้ทดลองเปิดเว็บไซต์ไปจึงมีคนสนใจมาเป็นผู้เขียนเพิ่มขึ้น ส่วนตำแหน่งโปรแกรมเมอร์นั้นผู้จัดทำโครงการพบว่าไม่สามารถหาได้ เพราะ โปรแกรมเมอร์มีค่าจ้างที่สูงเกินกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ จึงทำให้ผู้จัดทำตัดสินใจวางระบบเว็บไซต์ด้วยตัวเอง

4. **ทดลองติดตั้งระบบเว็บไซต์ (Web Design)** คือ การสร้างระบบเว็บไซต์ขึ้นมา โดยก่อนที่จะสร้างนั้นผู้จัดทำได้นำผลการสำรวจจากแบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับเว็บไซต์และจิตวิทยาเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการติดตั้งระบบเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นการจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์เป็น Psychola.com เนื่องจากเป็นชื่อเว็บไซต์ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด นอกจากนี้ชื่อเว็บไซต์ก็นำข้อมูลจากแบบสำรวจดังกล่าวมาใช้ในการออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์ด้วย รวมถึงการเลือกใช้สีเพื่อให้เกิดเอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) และการออกแบบโลโก้เพื่อให้เว็บไซต์มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในขั้นตอนนี้ผลลัพธ์ที่ออกมาคือได้ตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเพียง 1-3 หน้า เป็นเพียงแค่การทดสอบระบบเว็บไซต์ที่ผู้จัดทำได้เลือกใช้ระบบบล็อก (Blog) ชื่อโปรแกรมว่า Wordpress เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่มีผู้นิยมใช้และมีความยืดหยุ่นใช้งานง่าย และที่สำคัญคือ เหมาะสมในการทำเว็บไซต์ของโครงการนี้ ซึ่งจะต้องรองรับทั้งเนื้อหาที่เป็นข้อความ (Text) ภาพ (Image) วิดีทัศน์ (Video) และเสียง (Sound)

5. **ผลิตเนื้อหาเว็บไซต์ (Content Design)** คือ การผลิตองค์ประกอบเนื้อหาต่างๆ ภายในเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็น บทความ รูปภาพประกอบ ภาพเคลื่อนไหว มัลติมีเดียต่างๆ นับว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญเพราะ สิ่งที่สำคัญในการสร้างเว็บไซต์ไม่ใช่ที่การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์ที่สวยงาม แต่คือการออกแบบเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้ดี (Content Design) เนื้อหาต้องน่าสนใจและสามารถ

ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ เพราะเว็บไซต์จะดีหรือแย่ เว็บไซต์จะอยู่ต่อไปหรือจะจบอย่างรวดเร็ว นั้นสำคัญที่เนื้อหาเป็นหลัก

แนวทางในการผลิตเนื้อหาเว็บไซต์ของเว็บไซต์โคล่า คือ

- 5.1. การคิดเรื่องราวที่เยาวชนน่าจะสนใจและเขียนไล่เรียงลงมา (Listing) เพื่อระดมความคิดว่ามีเรื่องใดที่น่าสนใจเขียนบ้าง นอกจากคิดเรื่องที่เยาวชนจะสนใจแล้ว ยังมีการคิดเรื่องจิตวิทยาที่เยาวชนควรรู้ด้วย ในขั้นตอนย่อยนี้ทำให้ได้ผลลัพธ์สำคัญคือรายชื่อเรื่องที่น่าสนใจจะนำมาผลิตเนื้อหาป้อนให้กับเว็บไซต์ต่อไป
- 5.2. หลังจากนั้นเลือกหัวข้อที่จะนำมาผลิตจริง แล้วพยายามหางานวิจัยมาช่วยสนับสนุน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของสาร โดยนำข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต เช่น ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, sciencedirect.com เป็นต้น
- 5.3. แต่เนื่องจากงานวิจัยเป็นข้อมูลที่มีความหนักและดูเป็นทางการ ผู้จัดทำจำเป็นต้องทำการย่อสาร เพื่อให้เยาวชนสามารถบริโภคข้อมูลได้ง่ายขึ้น ตรงนี้เป็นการนำแนวคิดด้านนิเทศศาสตร์เข้ามาประยุกต์ใช้ แนวทางการย่อสารของผู้จัดทำคือ การตัดรายละเอียดที่ไม่น่าสนใจออกไป เช่น สมมติฐานหลากหลายข้อ เป็นต้น การเปลี่ยนระดับภาษา จากภาษาระดับทางการจะเปลี่ยนเป็นภาษาพูดเนื่องจากเป็นสิ่งที่ยาวจนคุ้นเคยมากกว่า และยังใช้ภาษาที่เยาวชนนิยมใช้กันอีกด้วย เพื่อให้การสื่อสารความรู้ออกไปนั้นมีประสิทธิภาพ หมายถึง เยาวชนดูและอ่านรู้เรื่อง เข้าใจ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อไป
- 5.4. ขั้นสุดท้ายในการผลิตเนื้อหาเว็บไซต์โคล่า คือ การเลือกใช้การนำเสนอที่เหมาะสม (Presentation) เนื่องจากคำแนะนำเกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์สำหรับเยาวชนนั้นบอกไว้ว่า เยาวชนมักจะชอบเว็บไซต์ที่การปฏิสัมพันธ์สูง (Interactive) เช่น มีลิงค์ให้คลิกเป็นทางเลือก มีเกมส์ให้เล่น มีวิดีโอที่เคลื่อนไหว มีภาพเคลื่อนไหวแฟลช (Flash Movie) มีการถามตอบ เป็นต้น ดังนั้นผู้จัดทำจึงต้องคำนึงถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานและเว็บไซต์โคล่าด้วย

การนำเสนอที่มีให้เลือกใช้นั้นมีมากมาย และก่อให้เกิดความหลากหลาย น่าสนใจ ขอบกตัวอย่างการนำเสนอที่ได้นำมาใช้จริงในเว็บไซต์โคล่า ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาด้วยบทความ นิทานภาพ วิดีทัศน์ เสียง เพลง มีวสิควิดีโอ รายการวิทยุ เกมส์ สไลด์ เป็นต้น

6. **ทดลองใช้งานเว็บไซต์ครั้งที่ 1 (Open Beta)** คือ การเปิดระบบเว็บไซต์ให้ผู้ใช้งานกลุ่มเล็กๆ ได้ทดลองใช้งาน โดยทำการเปิดทดลองใช้หลังจากผลิตเนื้อหาสำหรับเว็บไซต์และนำมาใส่ในระบบเว็บไซต์ประมาณ 15 เรื่อง

7. **ประเมินผลการทดลองการเปิดเว็บไซต์ (Open Beta Evaluation)** หลังจากผู้จัดทำเปิดการทดสอบเพื่อหาข้อบกพร่องต่างๆ ผู้จัดทำได้ประเมินผลการทดลองการเปิดเว็บไซต์ด้วยการทำแบบสอบถามความคิดเห็นออนไลน์เพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์และรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้งานแบบตัวต่อตัวโดยการให้ผู้ใช้ทดลองใช้งานและวิจารณ์ในสิ่งที่ยังบกพร่อง เช่น มีคำแนะนำว่าลิงค์ของหัวเรื่องต่างๆควรใช้เป็นรูปภาพเข้ามาประกอบลิงค์นั้นด้วยเพื่อดึงดูดความสนใจและช่วยสื่อความหมายได้ดี เป็นต้น

8. **ประชาสัมพันธ์เปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Site Launch)** คือ การเปิดตัวเว็บไซต์โคล่า หลังจากที่ได้ปรับปรุงเว็บไซต์ จากความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกล่าวว่าการเปิดเว็บไซต์จำเป็นต้องให้มีเนื้อหาในเว็บไซต์มากพอที่จะทำให้ผู้ใช้งานรับรู้ว่ามีเพียงต่อความต้องการของเขาในครั้งแรกที่เข้ามาใช้งาน เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจแรกพบ และเมื่อเว็บไซต์สามารถตอบสนองได้มากพอจะส่งผลทำให้ผู้ใช้งานอยากเข้ามาที่เว็บไซต์อีกในภายหลัง หากเว็บไซต์ยังมีเนื้อหาไม่มากพอ อาจจะทำให้ผู้ใช้งานรับรู้ว่าเป็นเว็บที่ยังทำไม่เสร็จ และอาจคิดว่า เป็นเว็บที่ไม่ดี จึงไม่อยากจะเข้ามาอีกในอนาคต ดังนั้นผู้จัดทำจึงรอกำหนดหน้าเว็บในเว็บมีมากกว่า 20 หน้า เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้งาน แล้วจึงทำการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ โดยวิธีดังต่อไปนี้

8.1. การใช้วิธีทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ วิธีที่เลือกคือการใช้เทคนิค SEO (Search Engine Optimization) เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์โดยผ่านเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล ได้แก่ www.google.com เช่น ผู้ที่ต้องการรู้เกี่ยวกับจิตวิทยาจะพิมพ์คำค้นหา (Keyword) ว่า จิตวิทยา แล้วเว็บไซต์โคล่าก็จะแสดงขึ้นมา เป็นต้น

- 8.2. การประชาสัมพันธ์ผ่านชุมชนออนไลน์ต่างๆ (Online Community) คือ การเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเว็บบอร์ด (Webboard) ในชุมชนออนไลน์ที่เข้าไปทำการประชาสัมพันธ์จะเป็นชุมชนออนไลน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักของเว็บไซต์ที่เข้าชมเป็นจำนวนมาก เช่น www.yenta4.com, www.dek-d.com, www.zheza.com เป็นต้น นอกจากการเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ธรรมดาแล้วยังต้องทำตัวกลมกลืนกับชุมชนนั้น โดยการตอบ (Comment) เรื่องราวต่างๆในเว็บไซตนั้นๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกคุ้นเคยมากกว่า สามารถดูตัวอย่างข้อความประชาสัมพันธ์ได้ที่ภาคผนวก
- 8.3. การประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องด้วยวิธีการตลาดทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email Marketing) หลังจากที่เว็บไซต์เปิดตัวอย่างเป็นทางการ ผู้จัดทำได้เตรียมช่องกรอกที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้งานที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ ผ่านทางจดหมายข่าว (Newsletter) และเมื่อมีการปรับปรุงเนื้อหาในเว็บไซต์ (Update) ผู้จัดทำจะส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปหา เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ให้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง
- 8.4. การร่วมมือกับเว็บไซต์อื่น (Web Partner) คือการแลกเปลี่ยนและแลกเปลี่ยนโฆษณาของเว็บที่ร่วมมือกัน โดยเว็บไซต์ได้ร่วมมือกับเว็บ www.clickmii.com เพื่อให้เว็บไซต์ทั้งคู่เป็นที่รู้จักไปพร้อมๆกัน
- 8.5. การประชาสัมพันธ์ผ่านสารบัญเว็บไซต์ (Web Directory) คือ การเพิ่มรายชื่อเว็บไซต์และรายละเอียดเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่สารบัญเว็บไซต์ต่างๆ เช่น www.sanook.com , www.hunsa.com, www.siamadd.com เป็นต้น

9. **สรุปประเมินผลโครงการ (Post-Launch Evaluation)** คือ การประเมินผลความสำเร็จของโครงการตามจุดประสงค์ของโครงการ โดยการพิจารณาผลตอบรับของเว็บไซต์ดังต่อไปนี้

- 9.1. รายงานสถิติผู้ใช้งานของเว็บไซต์ (User counter) คือ การเอาโปรแกรมนับผู้เข้าชมเว็บไซต์ไปติดตั้งที่หน้าแรกของเว็บไซต์ ผู้จัดทำได้นำโปรแกรมดังกล่าวมาจากเว็บไซต์ www.shinystat.com และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดสถิติของผู้ใช้งานนั้นมีความคลาดเคลื่อนเกินจริง จึงตั้งระบบโปรแกรมนับผู้เข้าชมให้นับหนึ่งครั้งต่อเครื่องคอมพิวเตอร์หนึ่งเครื่อง

เท่านั้น นั่นหมายความว่าโปรแกรมจะนับเฉพาะจำนวนผู้เข้าชม (Visitors) มีใช้นับเป็นจำนวนครั้งที่ผู้ใช้งานคนเดียวกันอาจจะคลิกเข้ามาชมหลายๆ ครั้งต่อหนึ่งวัน (Page View) และโปรแกรมจะแบ่งการรายงานผลทุกวัน โดยตัดทุกๆ วันในเวลา 24.00 น. ทำให้โปรแกรมสามารถแสดงจำนวนผู้ใช้งานแต่ละวันและสามารถนำเสนอออกมาเป็นกราฟสถิติผู้ใช้งานได้ (สามารถดูรายงานสถิติผู้ใช้งานของเว็บไซต์โคล่าได้ที่บทที่ 4 ปรับปรุงล่าสุดเมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2551)

9.2. รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ (Questionnaire) คือ การประเมินผลความสำเร็จของเว็บไซต์โคล่าตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ตั้งแต่แรก ผู้จัดทำต้องการทราบข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จึงได้จัดทำแบบสอบถามความคิดเห็นออนไลน์ โดยตั้งชื่อว่าแบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ PSYCHOLA.com (ดูแบบสอบถามได้ที่ภาคผนวก) ผู้จัดทำทำการสำรวจโดยการเชิญชวนให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์เข้ามาตอบแบบสอบถามด้วยการติดป้ายโฆษณาขนาด 177 x 83 พิกเซล (Pixel) และเป็นป้ายโฆษณาที่มีการเคลื่อนไหว เพื่อดึงดูดสายตาให้ผู้ใช้งานเข้ามาตอบแบบสอบถามมากขึ้นด้วย และเพื่อให้ผลจากแบบสอบถามมีความเที่ยงมากขึ้น ผู้จัดทำจึงต้องทำการคัดกรองประเภทผู้ตอบแบบสอบถามเสียก่อน โดยก่อนที่จะทำแบบสอบถามได้มีการถามถึงความพร้อมในการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้งานเสียก่อน โดยผู้ใช้งานนั้นจำเป็นต้องอ่านและใช้งานเว็บไซต์โคล่าอย่างทั่วถึงทุกส่วนของเว็บไซต์แล้วเท่านั้นจึงจะเป็นผู้มีสิทธิตอบข้อความคำถามต่างๆ ได้ ผู้จัดทำสามารถคัดกรองประเภทผู้ใช้งานระหว่างผู้ใช้งานที่มีความพร้อมในการตอบและผู้ใช้งานที่ยังไม่พร้อมที่จะตอบแบบสอบถามโดยการใช้โปรแกรมสร้างแบบสอบถามที่นำมาจากเว็บไซต์ www.formassembly.com สามารถดูรายงานผลการสำรวจจากแบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ PSYCHOLA.com ได้ที่บทที่ 4

9.3. รายงานกิจกรรมของผู้ใช้งานภายในเว็บไซต์ (User Activity) คือ การติดตามดูว่าผู้ใช้งานทำกิจกรรมอะไรบ้างในเว็บไซต์โคล่า และดูปริมาณการทำกิจกรรมต่างๆ ด้วย กิจกรรมของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ ได้แก่ การสมัครสมาชิก การบอกรับข่าวสารจากเว็บไซต์ การเขียนข้อความในเว็บบอร์ด และการตอบแสดงความคิดเห็นในบทความต่างๆ (Comment) ซึ่งเนื้อหาของคำตอบเท่าที่พบในเว็บไซต์โคล่านั้นสามารถแบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ การตอบประเภทชมเชย การตอบประเภทติ การตอบประเภทคำถาม การตอบประเภท

แบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนความรู้ และการตอบประเภทอื่นๆ เช่น ตอบไว้สาระ ตอบไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่อง เป็นต้น สามารถดูตัวอย่างกิจกรรมของผู้ใช้งานภายในเว็บไซต์ได้จากภาพประกอบ

เครื่องมือที่ใช้ในโครงการ

1. แบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับจิตวิทยาและเว็บไซต์

เป็นแบบสอบถามออนไลน์เพื่อสอบถามความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับจิตวิทยา

ดูตัวอย่างได้ที่ภาคผนวก

2. แบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ PSYCHOLA.com

เป็นแบบสอบถามออนไลน์เพื่อวัดความสำเร็จของเว็บไซต์ แบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สอบถามความพร้อมในการตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับเว็บไซต์

ส่วนที่ 3 ถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและความต้องการ

ส่วนที่ 4 สอบถามเจตคติต่อจิตวิทยา

ส่วนที่ 5 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ดูตัวอย่างได้ที่ภาคผนวก

3. เครื่องคอมพิวเตอร์

ผู้จัดทำได้ใช้คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook Computer) ส่วนตัวในการทำโครงการนี้ เป็นคอมพิวเตอร์ยี่ห้อ ATEC รุ่น Vegus 199 ส่วนประมวลผลกลาง คือ AMD Sempron 1.3 GHz

4. ผู้ให้บริการเช่าพื้นที่สร้างเว็บไซต์ (Web Hosting Service)

ผู้จัดทำได้เลือกใช้บริการเช่าพื้นที่สร้างเว็บไซต์กับโฮสต์โมเดิร์น (www.hostmodern.net) โดยเลือกชุด Promotion ให้ขนาดความจุในการสร้างเว็บไซต์ที่ 100 Megabyte ค่าใช้จ่ายรายปี 1,800 บาท

5. โปรแกรมระบบบริหารเว็บไซต์

ผู้จัดทำเลือกใช้โปรแกรม Wordpress (www.wordpress.net) ซึ่งเป็นโปรแกรมสร้างบล็อก (Blog) ที่เป็นที่ยอมรับมาก และมีความยืดหยุ่นสามารถเอาโปรแกรมเสริม (Plug-in) มาติดตั้งเพิ่มได้ทำให้เว็บไซต์มีกิจกรรมหลายอย่างให้ทำ

6. โปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการทำเว็บไซต์และผลิตเนื้อหาของเว็บไซต์

เนื้อหาของเว็บไซต์มีทั้งรูปภาพนิ่ง รูปวาด เสียง ภาพเคลื่อนไหวและภาพยนตร์ ดังนั้นโปรแกรมที่จำเป็นจึงมีหลากหลายโปรแกรม ได้แก่ โปรแกรมตกแต่งภาพ Adobe Photoshop รุ่น CS, โปรแกรมทำภาพเคลื่อนไหว Adobe Image Ready, โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ Ulead Video Studio 11, โปรแกรมตัดต่อเสียง Sony Acid Pro 6.0, โปรแกรมย้ายไฟล์ระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์กับพื้นที่สร้างเว็บไซต์ Core FTP, โปรแกรมจัดการตัวหนังสือ Notepad ,Microsoft Word 2003 และ Microsoft Powerpoint 2007

7. โปรแกรมในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์

คือ โปรแกรมที่ใช้สร้างแบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ต นำมาจากบริการของบริษัท Veer West LLC (www.formassembly.com)

8. โปรแกรมนับสถิติจำนวนผู้ใช้งาน

คือ โปรแกรมที่นำไปติดตั้งในหน้าแรกของเว็บไซต์โคล่า เพื่อคอยนับจำนวนผู้ใช้งานที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ นำมาจากบริการของบริษัท Shiny srl (www.shinystat.com)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 2 แบบสอบถามได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับจิตวิทยาและเว็บไซต์ และแบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ PSYCHOLA.com ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ และอภิปรายผลการดำเนินโครงการ

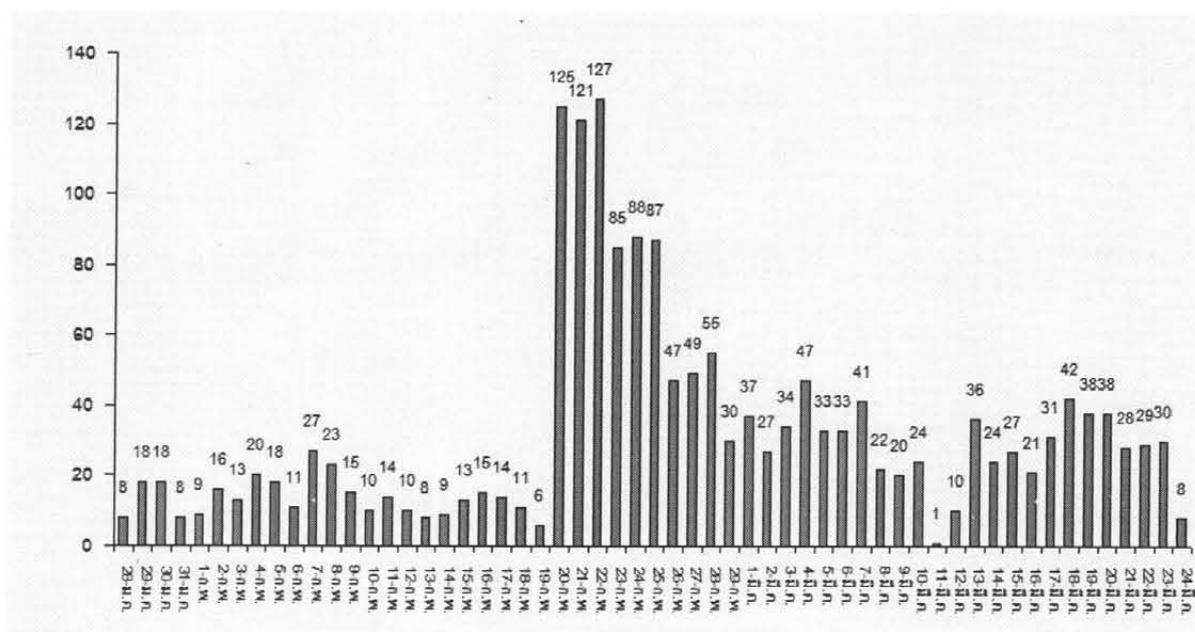
การประเมินผลความสำเร็จของโครงการต้องวัดโดยการพิจารณาผลตอบรับของผู้ใช้งานต่อเว็บไซต์ได้แก่

รายงานสถิติผู้ใช้งานของเว็บไซต์

รายงานสถิติผู้ใช้งานของเว็บไซต์ (User counter) ของเว็บไซต์โคล่า (www.psychola.com) โดยใช้ข้อมูล ณ วันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2551 เป็นดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ใช้งานเว็บไซต์โคล่าในแต่ละวัน

วันที่	จำนวน (คน)	วันที่	จำนวน (คน)	วันที่	จำนวน (คน)
28 มกราคม 2551	8	17 กุมภาพันธ์ 2551	14	8 มีนาคม 2551	22
29 มกราคม 2551	18	18 กุมภาพันธ์ 2551	11	9 มีนาคม 2551	20
30 มกราคม 2551	18	19 กุมภาพันธ์ 2551	6	10 มีนาคม 2551	24
31 มกราคม 2551	8	20 กุมภาพันธ์ 2551	125	11 มีนาคม 2551	1
1 กุมภาพันธ์ 2551	9	21 กุมภาพันธ์ 2551	121	12 มีนาคม 2551	10
2 กุมภาพันธ์ 2551	16	22 กุมภาพันธ์ 2551	127	13 มีนาคม 2551	36
3 กุมภาพันธ์ 2551	13	23 กุมภาพันธ์ 2551	85	14 มีนาคม 2551	24
4 กุมภาพันธ์ 2551	20	24 กุมภาพันธ์ 2551	88	15 มีนาคม 2551	27
5 กุมภาพันธ์ 2551	18	25 กุมภาพันธ์ 2551	87	16 มีนาคม 2551	21
6 กุมภาพันธ์ 2551	11	26 กุมภาพันธ์ 2551	47	17 มีนาคม 2551	31
7 กุมภาพันธ์ 2551	27	27 กุมภาพันธ์ 2551	49	18 มีนาคม 2551	42
8 กุมภาพันธ์ 2551	23	28 กุมภาพันธ์ 2551	55	19 มีนาคม 2551	38
9 กุมภาพันธ์ 2551	15	29 กุมภาพันธ์ 2551	30	20 มีนาคม 2551	38
10 กุมภาพันธ์ 2551	10	1 มีนาคม 2551	37	21 มีนาคม 2551	28
11 กุมภาพันธ์ 2551	14	2 มีนาคม 2551	27	22 มีนาคม 2551	29
12 กุมภาพันธ์ 2551	10	3 มีนาคม 2551	34	23 มีนาคม 2551	30
13 กุมภาพันธ์ 2551	8	4 มีนาคม 2551	47	24 มีนาคม 2551	8
14 กุมภาพันธ์ 2551	9	5 มีนาคม 2551	33		
15 กุมภาพันธ์ 2551	13	6 มีนาคม 2551	33		
16 กุมภาพันธ์ 2551	15	7 มีนาคม 2551	41		
				รวม	1,809



ภาพที่ 8 แสดงสถิติจำนวนผู้ใช้งานเว็บไซต์ไคล์ในในแต่ละวัน
ตั้งแต่วันที่ 28 มกราคม 2551 ถึงวันที่ 24 มีนาคม 2551

รวมจำนวนผู้เข้าใช้งานตั้งแต่วันที่ 28 มกราคม 2551 ถึงวันที่ 24 มีนาคม 2551 ทั้งหมด

1,809 คน

อภิปรายผลรายงานสถิติผู้ใช้งานของเว็บไซต์

จากผลรายงานสถิติผู้ใช้งานของเว็บไซต์ จะเห็นได้ว่าหลังจากที่ได้เปิดตัวเว็บไซต์อย่างเป็นทางการและทำการประชาสัมพันธ์ในวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2551 แล้วพบว่าผู้ใช้งานเว็บไซต์สูงขึ้นมาก และมีแนวโน้มลดลงหลังจากที่ประชาสัมพันธ์ไปเพียงช่วงเวลาเดียว สังเกตได้ว่าหลังจากวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2551 นั้นก็ยังมีจำนวนผู้ใช้งานในระดับคงที่ต่อเนื่องมาเรื่อยๆ โดยที่มีได้มีการประชาสัมพันธ์เพิ่มแต่อย่างไร แสดงว่าอาจมีผู้เข้าชมซ้ำหรือไม่ก็เป็นผู้ที่สนใจจิตวิทยาที่ทำการค้นหาข้อมูลและไปพบข้อความการประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ที่เคยได้ไปประชาสัมพันธ์เอาไว้ จากสถิติผู้เข้าใช้งานนี้ถือว่าเว็บไซต์ไคล์ประสบความสำเร็จในด้านที่สามารถรักษาระดับจำนวนผู้เข้าใช้งานให้ได้อย่างต่อเนื่องได้ อาจเป็นเพราะเว็บไซต์ไคล์มีการปรับปรุงเว็บไซต์อยู่เสมอ (Update) ประมาณสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ซึ่งส่งผลทำให้ผู้เข้าใช้งานรับรู้ว่าการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเมื่อเข้าเว็บไซต์นี้ครั้งใดก็มีเรื่องใหม่ๆให้ตนเองได้เห็นอยู่เสมอ แต่ทว่าเว็บไซต์ไคล์นั้นไม่ประสบความสำเร็จในการทำให้มีจำนวนผู้เข้าใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามที่เคยได้วางแผนไว้ อาจเป็นเพราะยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง แต่ผู้จัดทำก็คำนึงถึงความเพียงพอในการ

ให้บริการด้วย เพราะ ถ้าหากมีผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก และได้รับความสนใจมากแต่ความสามารถในการให้บริการมีน้อย เช่น การตอบปัญหาที่ไม่ทั่วถึง ตรงจุดนี้จะส่งผลร้ายต่อเว็บไซต์ได้เพราะ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ทัน ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความไม่พึงพอใจต่อเว็บไซต์และจะไม่เข้ามาชมเว็บไซต์อีกต่อไป ผู้จัดทำจึงเห็นว่าถ้าหากมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น จะต้องมีความสามารถในการให้บริการเพิ่มขึ้นตามไปด้วยถึงจะเหมาะสม

รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์

ผลจากการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ (Questionnaire) เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2551 จนถึงวันที่ 24 มีนาคม 2551 รวมเป็นระยะเวลาทั้งหมด 31 วัน สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 30 คน โดยแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้เข้าชมเว็บไซต์อย่างทั่วถึง ซึ่งจะตอบแบบสอบถามได้ทุกข้อ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เข้าชมเว็บไซต์อย่างทั่วถึง ซึ่งจะตอบแบบสอบถามได้เฉพาะส่วนที่ 5 ตามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 30)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม		
ผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้เข้าชมเว็บไซต์อย่างทั่วถึง	21	70
ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เข้าชมเว็บไซต์อย่างทั่วถึง	9	30
รวม	30	100.0

ผู้จัดทำขอแบ่งการวิเคราะห์ผลออกเป็น 2 แบบ ได้แก่

1. วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ประเภทรวมกันในเฉพาะส่วนที่ 5 ซึ่งถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ดูที่ตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 30)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	12	40
หญิง	18	60
รวม	30	100.0
2. ช่วงอายุ (ปี)		
0-10	0	0
11-15	3	10
16-20	10	34
21-25	14	47
26-30	1	3
31-35	1	3
มากกว่า 35	1	3
รวม	30	100.0
3 ระดับการศึกษา		
ไม่ได้รับการศึกษา	0	0
ไม่ได้เรียนในระบบ	0	0
อนุบาล	0	0
ประถมศึกษา	0	0
มัธยมศึกษา	12	40
อุดมศึกษา	18	60
สายอาชีพ	0	0
รวม	30	100.0
4.ภูมิลำเนา		
กรุงเทพและปริมณฑล	19	63
ภาคเหนือ	3	10
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	7
ภาคตะวันออก	0	0
ภาคกลาง	1	3
ภาคตะวันตก	1	3
ภาคใต้	4	14
ต่างประเทศ	0	0
รวม	30	100.0

2. วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้เข้าชมเว็บไซต์อย่างทั่วถึง ในส่วนที่ 2 ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับเว็บไซต์โคล่า, ส่วนที่ 3 ซึ่งถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและความต้องการของผู้ใช้งานและ ส่วนที่ 4 ซึ่งสอบถามเจตคติต่อจิตวิทยา

ตารางที่ 4 แสดงผลการประเมินด้านเว็บไซต์ (N = 21)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เว็บไซต์มีข้อมูลน่าสนใจ		
ใช่	20	95
ไม่ใช่	0	0
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	1	5
รวม	21	100.0
2. เว็บไซต์มีข้อมูลเป็นประโยชน์		
ใช่	20	95
ไม่ใช่	1	0
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	0	5
รวม	21	100.0
3. เว็บไซต์ดาวน์โหลดเร็ว		
ใช่	12	57
ไม่ใช่	4	19
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	5	24
รวม	21	100.0
4. เว็บไซต์มีการปรับปรุงข้อมูลสม่ำเสมอ		
ใช่	10	47.5
ไม่ใช่	1	5
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	10	47.5
รวม	21	100.0
5. เว็บไซต์ใช้งานง่าย		
ใช่	14	67
ไม่ใช่	5	24
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	2	9
รวม	21	100.0

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. เว็บไซต์มีระบบการค้นหาที่ง่าย		
ใช่	9	43
ไม่ใช่	3	14
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	9	43
รวม	21	100.0
7. เว็บไซต์มีการออกแบบที่สวยงาม		
ใช่	17	81
ไม่ใช่	0	0
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	4	19
รวม	21	100.0
8. มีความต้องการกลับมาใช้บริการเว็บไซต์อีกครั้ง		
ใช่	21	100
ไม่ใช่	0	0
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	0	0
รวม	21	100.0

ตารางที่ 5 แสดงผลการประเมินผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจ (N = 21)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รู้จักจิตวิทยามากขึ้น		
ใช่	20	95
ไม่ใช่	1	0
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	0	5
รวม	21	100.0
2. สามารถอธิบายจิตวิทยาได้อย่างถูกต้องมากขึ้น		
ใช่	17	81
ไม่ใช่	1	5
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	3	14
รวม	21	100.0
3. ได้รับความรู้จิตวิทยามากขึ้น		
ใช่	19	90
ไม่ใช่	1	5
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	1	5
รวม	21	100.0
4. สามารถนำความรู้จากเว็บไซต์ไปอธิบายให้ผู้อื่นได้		
ใช่	12	57
ไม่ใช่	3	14
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	6	29
รวม	21	100.0

ตารางที่ 6 แสดงผลการประเมินผู้ตอบแบบสอบถามด้านเจตคติต่อจิตวิทยา ($N = 21$)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. จิตวิทยาเป็นสิ่งที่ขาดความน่าสนใจ		
ใช่	4	19
ไม่ใช่	17	81
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	0	0
รวม	21	100.0
2. จิตวิทยาเป็นความรู้ที่สังคมต้องการ		
ใช่	19	90.5
ไม่ใช่	0	0
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	2	9.5
รวม	21	100.0
3. สนใจทำงานด้านจิตวิทยา		
ใช่	19	90.5
ไม่ใช่	2	9.5
ไม่ทราบ/ตอบไม่ได้	0	0
รวม	21	100.0

อภิปรายผลรายงานการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 21-25 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาจเป็นเพราะ บุคคลที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้นั้นมักอยู่ในเขตเมือง และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครก็มีครอบคลุมทั่วถึงมากที่สุด และผู้ที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษา ระดับอุดมศึกษาก็มักจะศึกษาอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองที่มีมหาวิทยาลัยมากที่สุด

จากตารางที่ 4 เป็นการประเมินผลด้านเว็บไซต์ www.psychola.com โดยผู้จัดทำได้นำเกณฑ์ประเมินผลเหล่านี้จากปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเลือกเข้าใช้บริการเว็บไซต์ต่าง ๆ (เรวัตม แม่นยำ, 2543) จากตารางที่ 4 อภิปรายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเว็บไซต์ไซโคลามีข้อมูลที่น่าสนใจ มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เป็นเว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย มีการออกแบบที่สวยงาม และมีความต้องการกลับมาใช้บริการเว็บไซต์นี้อีกครั้ง ส่วนด้านการ

ปรับปรุงเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอและระบบการค้นหาที่ง่ายขึ้นผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยมั่นใจในคำตอบโดยตอบว่าใช่และไม่ทราบหรือตอบไม่ได้ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน จากผลการสำรวจนับได้ว่าเว็บไซต์โคล่านั้นประสบความสำเร็จและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานได้

จากตารางที่ 5 อภิปรายได้ว่าผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์รู้จักจิตวิทยามากขึ้นและสามารถอธิบายจิตวิทยาได้อย่างถูกต้อง นั่นหมายความว่า ผู้ใช้งานมีความเข้าใจจิตวิทยามากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าได้รับความรู้จิตวิทยามากขึ้น แต่ยังไม่ค่อยมั่นใจในการนำความรู้จากเว็บไซต์ไปอธิบายให้ผู้อื่นได้ นับได้ว่าผู้ใช้งานมีความรู้จิตวิทยาจากเว็บไซต์มากขึ้น

และนอกจากนี้ผู้จัดทำสนใจเพิ่มเติมว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีเจตคติต่อจิตวิทยาอย่างไร จึงเพิ่มข้อความถามในแบบสอบถาม ผลจากการสำรวจ ตามตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตคติต่อจิตวิทยาว่า จิตวิทยาเป็นความรู้ที่สังคมต้องการ จิตวิทยาเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และส่วนใหญ่สนใจที่จะทำงานเกี่ยวกับด้านจิตวิทยา ทำให้พอสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตคติด้านบวกต่อจิตวิทยา และอาจจะมีผู้สนใจทำงานจิตวิทยามากขึ้น และมีแนวโน้มที่บุคลากรด้านจิตวิทยาจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ข้อจำกัดของผลรายงานการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ครั้งนี้ คือ มีผู้เข้ามาตอบแบบสอบถามเพียง 30 คนและมีข้อมูลที่ใช้ในการประเมินผลโครงการได้เพียง 21 คน และการมาตอบแบบสอบถามนี้ ผู้ที่มีตอบจะเข้ามาตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจเอง ผู้จัดทำไม่สามารถบังคับให้ผู้เข้าชมทุกคนตอบแบบสอบถามได้

ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม 21 คนดังกล่าวนี้ อาจเป็นกลุ่มที่ใช้การคัดเลือกด้วยตนเอง (Self-selection) เพราะผู้ใช้งานที่ไม่ชอบหรือไม่ประทับใจเว็บไซต์ก็อาจจะไม่สนใจเข้ามาตอบแบบสอบถามตั้งแต่แรก จึงอาจจะเป็นไปได้ที่มีเพียงแต่ผู้ใช้งานที่ประทับใจเว็บไซต์เข้ามาตอบแบบสอบถามเท่านั้น

เมื่อดูจากผลรายงานการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ก็พอจะบอกแนวโน้มการประเมินเว็บไซต์ที่เป็นไปในทางบวกได้ แต่ยังไม่สามารถสรุปได้แน่นอน จึงต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้ได้จำนวนมากกว่านี้

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ความเข้าใจศาสตร์ทางด้านจิตวิทยาโดยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มเป้าหมาย

จะเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุ 15-25 ปี เพราะเป็นกลุ่มที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในโครงการ

1. แบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับจิตวิทยาและเว็บไซต์
เพื่อสอบถามความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์
2. แบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ PSYCHOLA.com
เพื่อวัดความสำเร็จของเว็บไซต์
3. เครื่องคอมพิวเตอร์
4. ผู้ให้บริการเช่าพื้นที่สร้างเว็บไซต์ (Web Hosting Service)
ขนาดความจุในการสร้างเว็บไซต์ที่ 100 Megabyte ค่าใช้จ่ายราย ปี 1,800 บาท
5. โปรแกรมระบบบริหารเว็บไซต์
โปรแกรมสร้างบล็อกชื่อ Wordpress
6. โปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการทำเว็บไซต์และผลิตเนื้อหาของเว็บไซต์
โปรแกรม Adobe Photoshop รุ่น CS, Adobe Image Ready, Ulead Video Studio 11, Sony Acid Pro 6.0, Core FTP, Notepad , Microsoft Word 2003 และ Microsoft Powerpoint 2007
7. โปรแกรมในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์
คือ โปรแกรมที่ใช้สร้างแบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ต www.formassembly.com
8. โปรแกรมนับสถิติจำนวนผู้ใช้งาน
คือ โปรแกรมนับจำนวนผู้ใช้งานที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ www.shinystat.com

วิธีการดำเนินโครงการ

1. ตั้งแนวคิดของเว็บไซต์
2. การทำแบบสำรวจความคิดเห็นครั้งที่ 1
3. สรรหาทีมงาน
4. ทดลองติดตั้งระบบเว็บไซต์
5. ผลิตเนื้อหาเว็บไซต์
6. ทดลองใช้งานเว็บไซต์ครั้งที่ 1
7. ประเมินผลการทดลองการเปิดเว็บไซต์
8. ประชาสัมพันธ์เปิดตัวอย่างเป็นทางการ
9. สรุปประเมินผลโครงการ

ผลการดำเนินโครงการ

ผลลัพธ์จากโครงการคือเว็บไซต์จิตวิทยาชื่อว่า www.psychola.com

จากรายงานสถิติผู้ใช้งานของเว็บไซต์ มีจำนวนผู้เข้าใช้งานตั้งแต่วันที่ 28 มกราคม 2551 ถึงวันที่ 24 มีนาคม 2551 ทั้งหมด 1,809 คน

จากผลการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ เว็บไซต์โคล่านั้นประสบความสำเร็จและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานได้ และมีแนวโน้มผลการประเมินที่เป็นไปในทางบวก

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาต้องให้การสนับสนุนทางด้านเนื้อหาแก่เว็บไซต์ เพื่อให้เว็บไซต์อยู่รอดต่อไป
2. แต่งตั้งผู้ดูแลเว็บไซต์หรือผู้ประสานงานเว็บไซต์ เพื่อบริหารเว็บไซต์ต่อไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- เรวัตม แม่นยำ. (2543). *แบบจำลองการวัดความสำเร็จของเว็บไซต์ประเภทหนึ่งที่น่าเสนอเนื้อหา*.
ได้รับเมื่อ 5 มกราคม 2551, จาก
http://library.utcc.ac.th/onlinethesis/detail.asp?bib_id=278
- อภิชาติ อนุกุลเวช. (2547). *รูปแบบจำลอง SMCR Model*. ได้รับเมื่อ 22 มีนาคม 2551, จาก
http://www.chontech.ac.th/~abhichat/Edu_Theory/Edu_SMCR.htm
- Thinkandclick.com. (2007). *E- Marketing, E-commerce, E-Business อะไรกันนี่ สับสนไปหมดแล้ว*. ได้รับเมื่อ 4 ตุลาคม 2550 จาก http://www.thinkandclick.com/e-marketing_tips/what-is-emarketing.html

ภาษาอังกฤษ

- Amichai-Hamburger, Y. et al. (2004). *The impact of Internet interactivity and need for closure on consumer preference*. Computers in Human Behavior, 20, 103-117.
- Denise, E. Agosto (2002). *A model of young people's decision-making in using the Web*. Library & Information Science Research, 24, 311-341.
- Grigorovici, D. et al. (2003). *The effects of online syllabus interactivity on students' perception of the course and instructor*. Internet and Higher Education, 6, 41-52.
- Gwizdka, J. & Spence, I. (2007). *Implicit measures of lostness and success in web navigation*. Interacting with Computers, 19, 357-369.
- Kaynar, O. & Amichai-Hamburger, Y. (2007). *The effects of Need for Cognition on Internet use revisited*. Computers in Human Behavior.
- Lynch, P. & Horton, S. (2005). *WEB STYLE GUIDE 2nd edition*. Retrieved November, 25, 2007 from <http://webstyleguide.com/>
- Nielsen, J. (2006). *F-Shaped Pattern For Reading Web Content*. Retrieved February, 17, 2008 from http://www.useit.com/alertbox/reading_pattern.html
- Nielsen, J. & Pernice, K. (2006). *Eyetracking Research*. Retrieved February, 17, 2008 from <http://www.useit.com/eyetracking/>

- Robins, D. & Holmes, J. (2007). *Aesthetics and credibility in web site design*. Information Processing and Management.
- Tana, G. W. & Wei, K. K. (2006). *An empirical study of Web browsing behaviour: Towards an effective Website design*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 5, 261-271.
- Taylor, M. J, McWilliam, J., Forsyth, H. & Wade, S. (2002). *Methodologies and website development: a survey of practice*. *Information and Software Technology*, 44, 381-391.
- WikiPedia. (2008). *Usability*. Retrieved March, 21, 2008 from <http://en.wikipedia.org/wiki/Usability>

ภาคผนวก

ตัวอย่างเนื้อหาในเว็บไซต์

บทความ

ละครน้ำเน่า ความสุขที่เคาได้

เรื่อง: NusNus



<http://www.psychola.com/wordpress/multimedia/soap-opera/>

วันก่อนไปนั่งกินข้าวกับเพื่อนที่ตลาดสามย่าน สามย่านเป็นตลาดที่มีจุดเด่นบางอย่าง คือทีวีเปิดช่องเดียวกันหมดทุกร้าน อาจจะเป็นกลยุทธ์ความเท่าเทียมของร้านอาหารที่นั่นก็คือ ชนิดอาหาร ราคาอาหาร คุณภาพอาหาร และรายการทีวีที่ดูแก้เล็มอาหารเหมือนกันหมด! แต่วันนี้ไม่ได้จะพูดเรื่องการตลาดหรือรสชาติอาหาร แต่ที่จะพูดถึงคือสิ่งที่เปิดในขณะนั้นคือละครเรื่อง “จำเลยรัก” ที่ทำให้ผู้เขียนตระหนักว่าละครน้ำเน่ายังคงอยู่คู่สังคมไทยมานานจนถึงปัจจุบัน

ก่อนอื่นขอจำกัดความก่อนว่า “ละครน้ำเน่า” ที่เรียกในที่นี้ไม่ได้มองในแง่ลบ แต่มันเป็นชื่อประเภทของละครที่คนไทยรู้และเข้าใจเป็นอย่างดี (ถ้าเป็นภาษาอังกฤษเขาเรียกกันว่า soap opera)

ตั้งแต่ยังเด็กแล้วพ่อชอบบ่นเสมอ ๆ ขณะที่คนทั้งบ้าน (แน่นอนคนเขียนคอลัมน์ด้วย) นั่งดูละครน้ำเน่าเรื่องต่าง ๆ ว่าซ้ำซาก ไร้สาระ เนื้อเรื่องเดาออก แต่คนทั้งบ้านก็ไม่ค่อยจะสนใจและก็นั่งดูต่อไป จนถึงเมื่อวันทีพูดแต่ต้นเรื่อง เพื่อนผู้ชายที่นั่งกินข้าวด้วยกันก็ยังบ่นว่า ละครน้ำเน่าไม่มีคุณภาพ และไร้สาระ เรียกกันว่าก็บ่นกันมาร่วมสิบกว่าปีเลยทีเดียว!

ถึงจะมีคนบ่น คนด่ายังไง แต่ที่น่าสนใจคือละครน้ำเน่ายังคงอยู่คู่สังคมไทยมานานแสนนาน และยังคงครองใจประชากรส่วนใหญ่ที่ดูทีวีในช่วงหลังข่าวภาคค่ำ ไม่ว่าจะเป็คุณหญิงนักเรียน แม่ค้า ไปจนถึงทุกคนที่มีทีวี ถึงแม้ตอนนี้เคเบิลทีวีจะได้รับความนิยมเท่าไร แต่เวลาหลังข่าวก็ยังคงเป็นของละครอยู่ดี

แน่นอนว่าจิตวิทยาอธิบายเกี่ยวกับคน การที่คนชอบละครน้ำเน่าก็น่าจะอธิบายด้วยจิตวิทยาได้เช่นกัน

อาจารย์จิตวิทยาสังคมท่านหนึ่งเคยพูดประเด็นนี้ในห้องเรียน แล้วเคยบอกให้ฟังว่า ละครน้ำเน่าเป็นที่ชื่นชอบของคนไทยส่วนใหญ่ เพราะคนไทยส่วนมากเป็นคนที่มียายได้ปานกลางถึงต่ำ ละครน้ำเน่าที่มีเรื่องราวของบุคคลร่ำรวย ใส่เสื้อผ้าหรูหราฟูฟ่า นางเอกสวย

พระเอกหล่อ มันก็เหมือนกับสิ่งที่ไม่ได้เจอในชีวิตประจำวัน และสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการจะได้ แม่ค้าที่ขายข้าวอยู่ในตลาดกลับมาบ้านคงไม่ยากดูละครที่ทั้งวันนางเอกอยู่ในตลาด พระเอกทำงานอยู่ในโรงงาน เพราะสิ่งเหล่านี้เขาก็คงเห็นอยู่ทุกวันจนเบื่อ

อีกส่วนหนึ่งคือเนื้อเรื่องเดิม ๆ เช่น ตัวอิจฉาแย่งพระเอกจากนางเอก พระเอกหึงนางเอกที่อยู่กับเพื่อนเก่า การแก่งแย่งมรดกหลายล้าน จนถึงการสลับลูกของคนรวยและคนจน ทำให้คนถึงยังอยากดูเรื่องราวแบบนี้ ที่หลายเรื่องแค่ดูสองสามตอนแรกก็พอจะเดาตอนอวสานได้แล้ว

ตามธรรมชาติของคนเราชอบที่จะเข้าใจมากกว่าจะไม่เข้าใจ เช่น ท่านผู้อ่านที่อ่านมาถึงย่อหน้านี้แล้วยังไม่เข้าใจว่าคนเขียนมันเขียนอะไรของมัน ก็คงไม่ชอบใจแน่ ๆ และคนเราพยายามเติมเต็มสิ่งที่ขาดหาย ถึงแม้จะมีไม่ครบแต่คนเราก็พยายามจะมองให้มันสมบูรณ์ เช่น ท่านผู้อ่านลองอ่านประโยคนี้ "กา_ครั้_หนึ่_น_นม_แล้_" อ่านว่า "กาลครั้งหนึ่งนานมาแล้ว" ถูกต้องเก่งมาก เอาไปสืบคะแนน จันลองข้อต่อไป "_ม_อ_อี_แ_"

เดาถูกใหม่ว่ามันอ่านว่า "ไม่เอาอีกแล้ว" คนไหนอ่านออกก็ไม่เป็นไร เก่งมากตบมือให้เลย แปะระ แปะระ แต่คนอ่านไม่ออกสิ รู้สึกขี้ใจบ้างไหม เช่นเดียวกัน ละครไทยเหมือนใจทย์ข้อแรก มองปุ๊บก็เข้าใจทะเลอุปบุประ เรื่องราวหรือปมปริศนาในเรื่องก็เดาได้ไม่ยาก จะให้พูดก็คือดูแล้วไม่เครียด และไม่ขี้ใจนั่นเอง

อีกอย่างคือคนเราชอบความคงเส้นคงวา หรือเสมอต้นเสมอปลาย เช่น

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 15 28

รู้สึกขี้ใจกับ 15 28 มั้งหรือเปล่า ถ้าเปลี่ยนเป็น 14 15 จะดูราบรื่นกว่า ละครน้ำเน่าจะมีเนื้อเรื่องที่เดาง่าย และคงเส้นคงวา เช่น ตอนต้นเรื่องนางเอกเกลียดพระเอก ต่อมาเมื่อเหตุการณ์ที่ทำให้ทั้งสองคนรักกัน ต่อมาจะมีเหตุการณ์ทำให้ทั้งสองผิดใจกัน แต่ในที่สุดทั้งสองก็จะแต่งงานกันอย่างมีความสุข เรียกได้ว่าพอดูปุ๊บก็รู้ตอนจบทันที แล้วก็จบแบบนั้นจริง ๆ เสียด้วย ไม่มีเลข 15 28 มาให้ขี้ใจเหมือนหนังสือสมัยใหม่ที่มีหักมุม ซอนเงื่อน

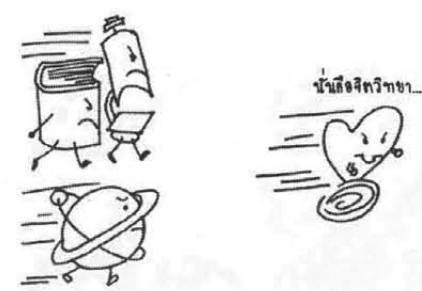
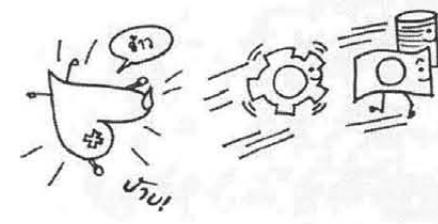
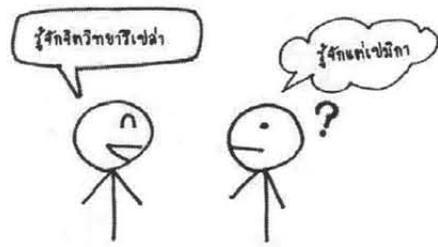
ก็ไม่ได้หมายความว่าละคร หรือหนังที่มีปริศนาเข้าใจยาก หรือเดาเนื้อเรื่องไม่ได้เลย จะไม่ใช่ละครที่ดี แต่ว่ากลุ่มเป้าหมายมันต่างกัน เพราะคนส่วนใหญ่ที่ดูละครน้ำเน่า ดูเพื่อคลายเครียดจากการทำงานเหนื่อยล้ามาทั้งวัน เรื่องที่เข้าใจง่ายเดาง่ายมันย่อมไม่ขี้ใจ และเบาสมองมากกว่า เรื่องแบบนี้ไม่ว่าเวลาผ่านไปนานเท่าไรก็เหมือนเดิม

เสน่ห์อีกอย่างของละครไทยคือต้องดูเป็นหมู่คณะถึงจะสนุก ดูแล้วเจี๊ยบ ๆ คิดอยู่คนเดียวไม่สนุกแน่ ๆ ต้องดูกับเพื่อนฝูง หรือครอบครัว คอยวิจารณ์ และเดากับคนอื่น ๆ ว่าจากต่อไปจะเกิดอะไรขึ้นจะสนุกมากขึ้นหลายเท่า ไม่เชื่อก็นี่หลังข่าวลองเรียกคนในครอบครัวมาดู อาจได้อรรถรส และสร้างความสามัคคีในหมู่คณะไปในตัว.

สื่อประสม (Multimedia)

นิทานภาพ

<http://www.psychola.com/wordpress/multimedia/psy-tale/>

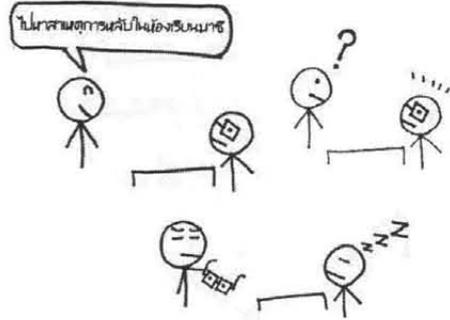
<p>ตอนที่โลกมีศาสตร์หนึ่งที่กำลังมาแรง</p>  <p>นั่นคือจิตวิทยา...</p> <p>1.</p>	<p>แต่ไม่ใช่ในไทยนะจ๊ะ...</p>  <p>2.</p>
<p>เพราะคนไทยรู้จักจิตวิทยาน้อยมาก</p>  <p>3.</p>	<p>จิตวิทยามีความหมายตามคำของมัน คือศาสตร์ที่ศึกษา "จิตใจ"</p>  <p>รายการภาษาไทยและคำสองคำ</p> <p>4.</p>
<p>"จิตใจ" อาจเห็นเป็นภาพไม่ได้ จิตใจในทางนี้หมายถึง ส่วนที่ควบคุมการกระทำหรือความคิดของคน</p>  <p>เขามีคนควบคุม หุ่นยนต์โดย</p> <p>หุ่นกระป๋อง</p> <p>5.</p>	<p>คนเราอยากเข้าใจโลกของจิตมานานแล้ว</p>  <p>ทำไมถึงโกรธนะ</p> <p>6. อหากูมานานหลายหมื่นชั่วอายุ</p>

จนเกิดเป็นศาสตร์จิตวิทยาจีน



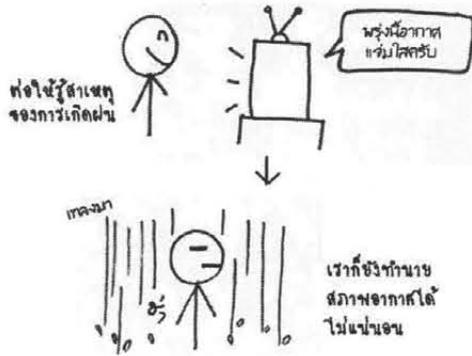
7.

ทำการศึกษากลโกล วิชาเหตุการณ์กระทำ และความคิดของมนุษย์มานานแสนนาน



8.

แต่จิตใจคนก็เหมือนลม ฟ้า อากาศ



9.

ฉันได้ก็ฉันนั้น กลไกการทำงานของกรกระทำ และความคิดของคนขาดความแน่นอน



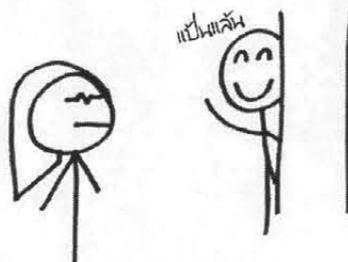
10.

เจ้า



11.

ชาย



12.

เช่น

13.

๓๑...

14.

ชิงอย่างไรก็ตาม แม้ไม่ตรง 100% แต่ก็ใกล้เคียงมากที่สุด เพราะนักจิตวิทยาใช้วิธีการสังเกตและวิทยาศาสตร์

15.

จิตวิทยามีประโยชน์นะ

16.

โลกนี้เต็มไปด้วยคน การได้เข้าใจคนจึงเป็นเรื่องใกล้ตัวและสำคัญ

17.

นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ไปใช้ได้อีกด้วย

18.

ดังนั้นถ้าอยากรู้คน หรืออะไรที่เกี่ยวข้องคน มาดูจิตวิทยาซะและไม่ต้องหา

19.

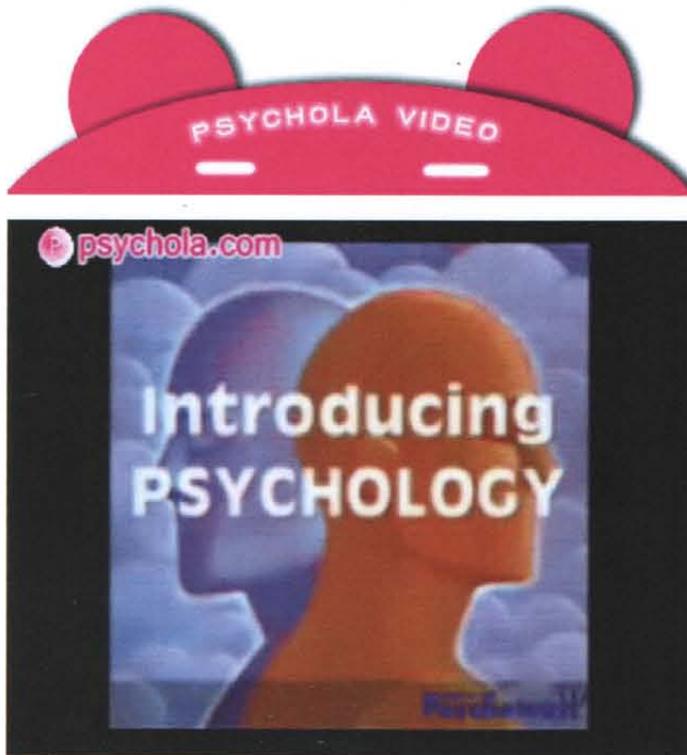
เด็กไทยมารู้จักจิตวิทยากันและ จิตวิทยาสากลทั่วโลก

THE END.

เรื่องภาพ : NusNus (2008)
ดูได้ที่ www.psychola.com

20.

วิดีโอ



รูปที่ 1 ตัวอย่างวิดีโอ เรื่อง แนะนำจิตวิทยา Introducing Psychology

<http://www.psychola.com/wordpress/multimedia/video-intro-psychology/>

เกมส์



รูปที่ 2 ตัวอย่างเกมส์ในเว็บไซต์

<http://www.psychola.com/wordpress/multimedia/game-jumjumjump/>

แบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับจิตวิทยาและเว็บไซต์

แบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับเว็บไซต์และจิตวิทยา

ขอความคิดเห็นจากน้องๆผู้มีไอดีเป็นเลิศ ให้ดีใจ ✓ นะ ถ้าอยากเขียนกับกระดาษได้เลยไม่ต้องเกรง
อ่านหน่อย! คือเลือกได้อย่างใดอย่างหนึ่ง, คือ เลือกได้หลายอย่างภายในข้อเดียวกัน

1. ชาย หรือ หญิง

2. เรียนอยู่ระดับ มัธยมที่..... หรือ มหาลัยปี..... ไม่บอก

3. ขอกถามเกี่ยวเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ต

☺ คิดว่าตัวเองเป็นคนอย่างไร?ระหว่าง

เป็นคนชอบใช้เน็ตใช้คอมพิวเตอร์ หรือ ใช้เน็ตบ้างแหละแต่ไม่ค่อยชอบเท่าไร

☺ ใช้เน็ตทำกิจกรรมอะไรบ้าง? เล่นสนุก เรียนหาความรู้ ทำงานดูซีเรียส

☺ เน็ตที่ใช้อยู่ประจำน่าจะเป็น Hi-Speed หรือ Low-speed?

☺ เคยใช้เน็ตเพื่อหาความรู้ใส่ตัว

บ่อย หรือ ไม่ค่อยอะ. แล้วเว็บเกี่ยวกับความรู้อะไรเธอ.....

☺ รู้จักไหมเว็บนี้ Eduzones.com, Vcharkarn.com, Dek-d.com Thaigoodview.com

ไม่รู้จัก

☺ ชอบเห็นเว็บสื่ออะไร ระบุมาสักสองสิ

☺ น้องชอบอันไหนมากกว่าระหว่าง

เว็บที่มีลิงค์เยอะๆแบบ Dek-d หรือ เว็บที่มีลิงค์ไม่เกินสิบลิงค์

☺ น้องชอบอ่านบทความบนเว็บไหม?

ชอบ และ ไม่ชอบ เพราะอะไร(ถ้าบอก).....

☺ ถ้าในเว็บมีสื่อ multimedia เช่น clip video, animation, เสียงพูด, เพลง ชอบคลิกเปิดเข้าไปดูไหม

ใช่ ไม่ใช่

☺ ให้ลองจินตนาการถึงเว็บที่น้องชอบมากที่สุดนะ แล้วบอกสิ่งที่น้องนึกออกมาให้มากที่สุด

☺ ออกเสียงคำว่า PSY ให้ฟังหน่อยสิ อ่านว่า.....และคิดว่ามันสื่อถึงอะไร? ตอบ.....

▶ คิดว่าจิตวิทยาเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแล้วใช่หรือไม่ ใช่ ไม่ใช่

▶ อยากรู้อะไรเกี่ยวกับจิตวิทยา ความรู้จิตวิทยาเพียวๆ ภาคทฤษฎี

การนำไปใช้ในชีวิต ภาคประยุกต์ แนวทางการศึกษาต่อด้านนี้

▶ ชอบแบบไหนระหว่าง ข้อมูลข้อเท็จจริงที่ดูน่าเชื่อถือ หรือ ข้อมูลข้อเท็จจริงที่ดัดแปลงให้ดูง่ายและสนุก

▶ น้อง สนใจเรียนจิตวิทยา หรือ ไม่สนใจจิตวิทยา อยากเรียนอย่างอื่น

▶ น้องคิดว่าเพื่อนของน้องที่อยู่โรงเรียนนะ เค้ายากหรือไม่ยากให้มีเว็บไซต์จิตวิทยา เพราะอะไรอะ

▶ ช่วยตั้งชื่อเว็บเกี่ยวกับจิตวิทยาหน่อยสิ คิดว่าอันไหนดี

psyin.com ddpsy.com psyyou.com psytree.com jittaa.com

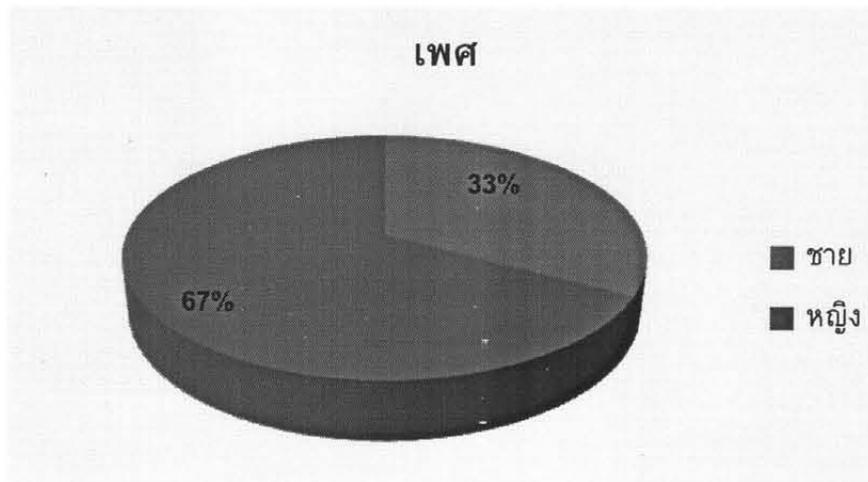
psychola.com hotpsy.com poppsy.com jittee.com psyomy.com

jitza.com psychoco.com mangapsy.com ชื่ออื่นเหอะ ชื่อว่า.....

การสรุปผลเชิงปริมาณจากการสำรวจด้วย
แบบสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับเว็บไซต์และจิตวิทยา
สำรวจโดยนายต่อทอง ทองหล่อ
เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม ถึง 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 174 คน

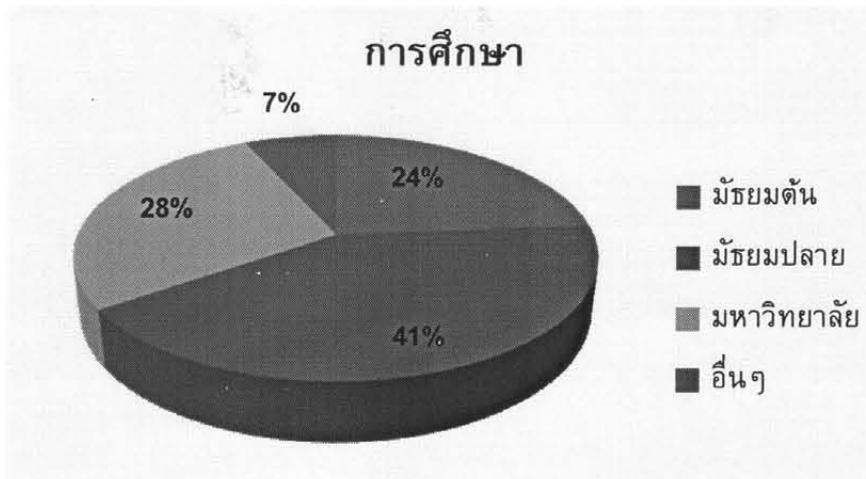
ผลการสำรวจเป็นดังนี้

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์



เพศ

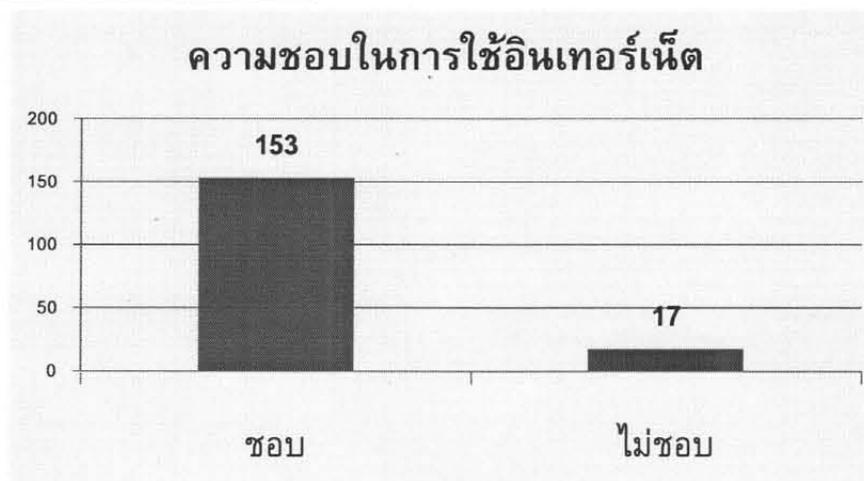
- ชาย 57
- หญิง 116



การศึกษา

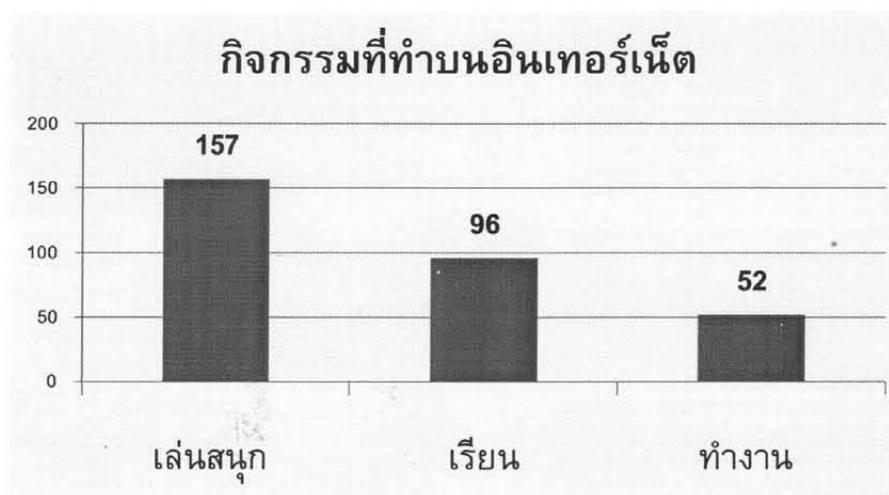
- มัธยมต้น 41
- มัธยมปลาย 72
- มหาลัย 48
- อื่นๆ 12

ความคิดเห็นเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต



ความชอบในการใช้อินเทอร์เน็ต

- ชอบ 153
- ไม่ชอบ 17



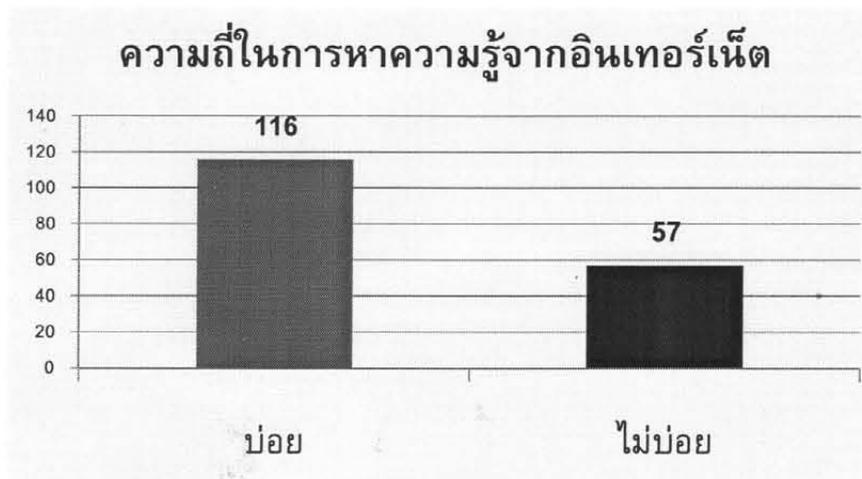
กิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ต

- เล่นสนุก 157
- เรียน 96
- ทำงาน 52



ความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่ใช้

- อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 152
- อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ 18

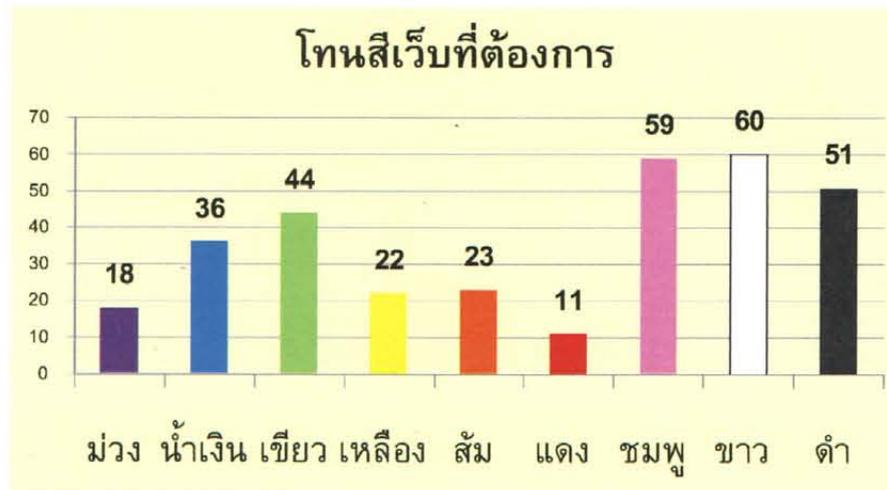


ความถี่ในการหาความรู้จากอินเทอร์เน็ต

- บ่อย 116
- ไม่บ่อย 57

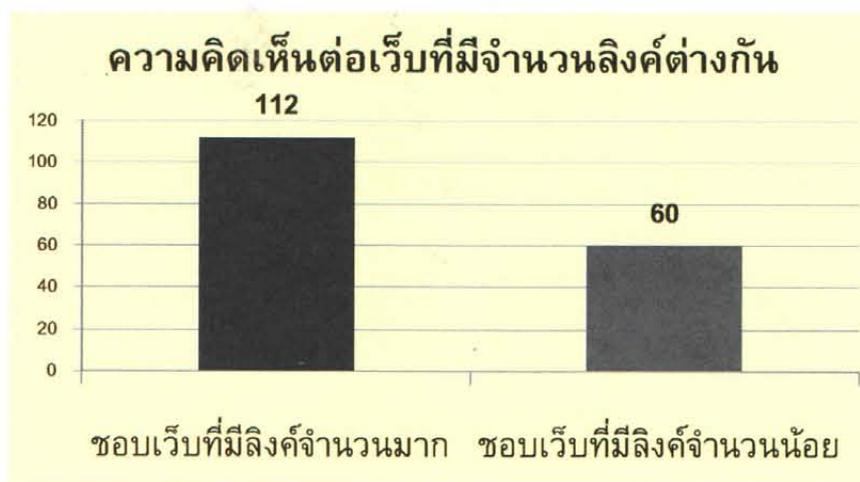
เว็บไซต์การศึกษาที่รู้จัก

- Eduzones.com 87
- Vcharkarn.com 62
- Dek-d.com 162
- Thaigoodview.com 32
- ไม่รู้จักเลย 9



โทนสีเว็บที่ต้องการ

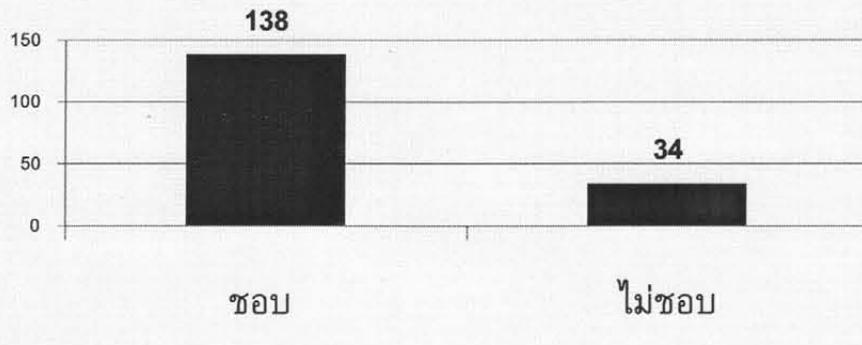
- ม่วง 18
- น้ำเงิน 36
- เขียว 44
- เหลือง 22
- ส้ม 23
- แดง 11
- ชมพู 59
- ขาว 60
- ดำ 51



ความคิดเห็นต่อเว็บที่มีจำนวนลิงค์ต่างกัน

- ชอบเว็บที่มีลิงค์จำนวนมาก 112
- ชอบเว็บที่มีลิงค์จำนวนน้อย 60

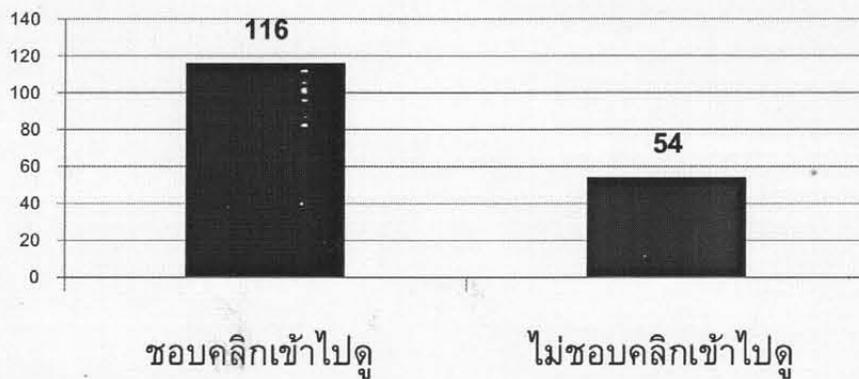
ความคิดเห็นต่อการอ่านบทความบน เว็บไซต์



ความคิดเห็นต่อการอ่านบทความบนเว็บไซต์

- ชอบ 138
- ไม่ชอบ 34

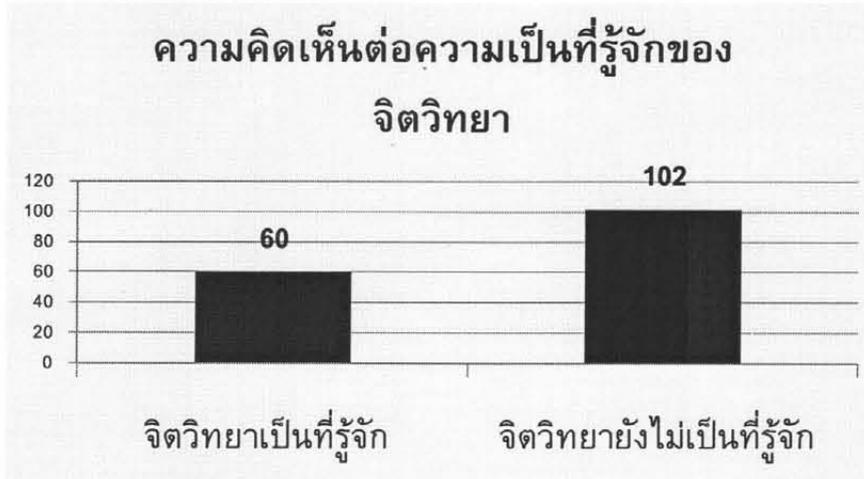
ความคิดเห็นต่อมัลติมีเดียในเว็บไซต์



ความคิดเห็นต่อมัลติมีเดียในเว็บไซต์

- ชอบคลิกเข้าไปดู 116
- ไม่ชอบคลิกเข้าไปดู 54

ความคิดเห็นเกี่ยวกับจิตวิทยา

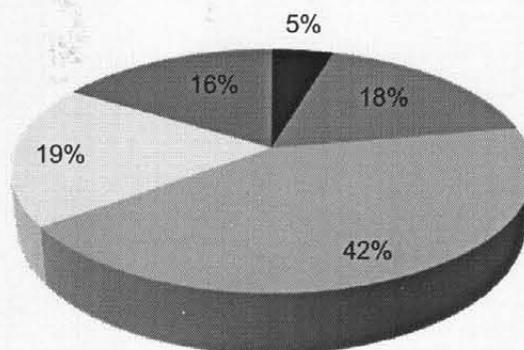


ความคิดเห็นต่อความเป็นที่รู้จักของจิตวิทยา

- จิตวิทยาเป็นที่รู้จัก 60
- จิตวิทยายังไม่เป็นที่รู้จัก 102

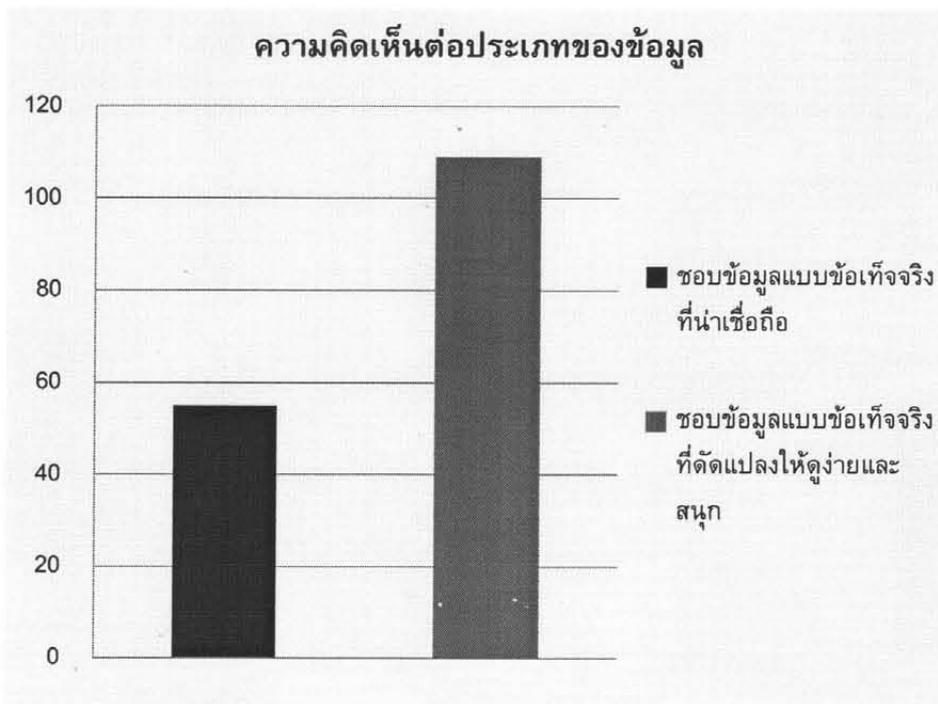
เรื่องราวเกี่ยวกับจิตวิทยาที่ต้องการทราบ

- ไม่ต้องการทราบ
- ความรู้จิตวิทยาแบบทฤษฎี
- ความรู้จิตวิทยาเชิงประยุกต์ใช้ในชีวิิต
- การแนะแนวการศึกษาต่อด้านจิตวิทยา
- การให้คำปรึกษา



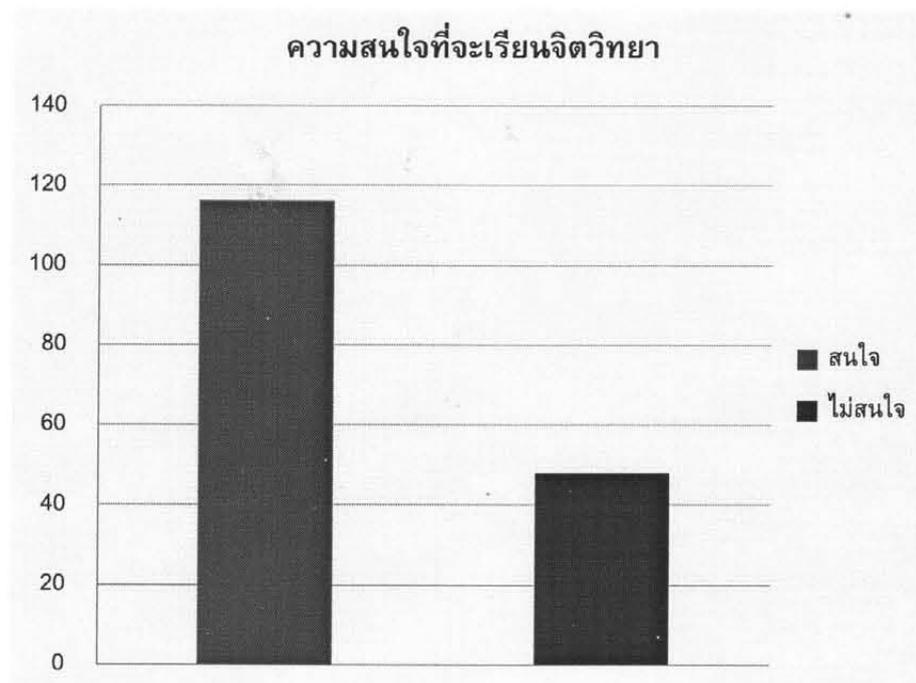
เรื่องราวเกี่ยวกับจิตวิทยาที่ต้องการทราบ

- ไม่ต้องการทราบ 14
- ความรู้จิตวิทยาแบบทฤษฎี 54
- ความรู้จิตวิทยาเชิงประยุกต์ใช้ในชีวิิต 130
- การแนะแนวการศึกษาต่อด้านจิตวิทยา 58
- การให้คำปรึกษา 50



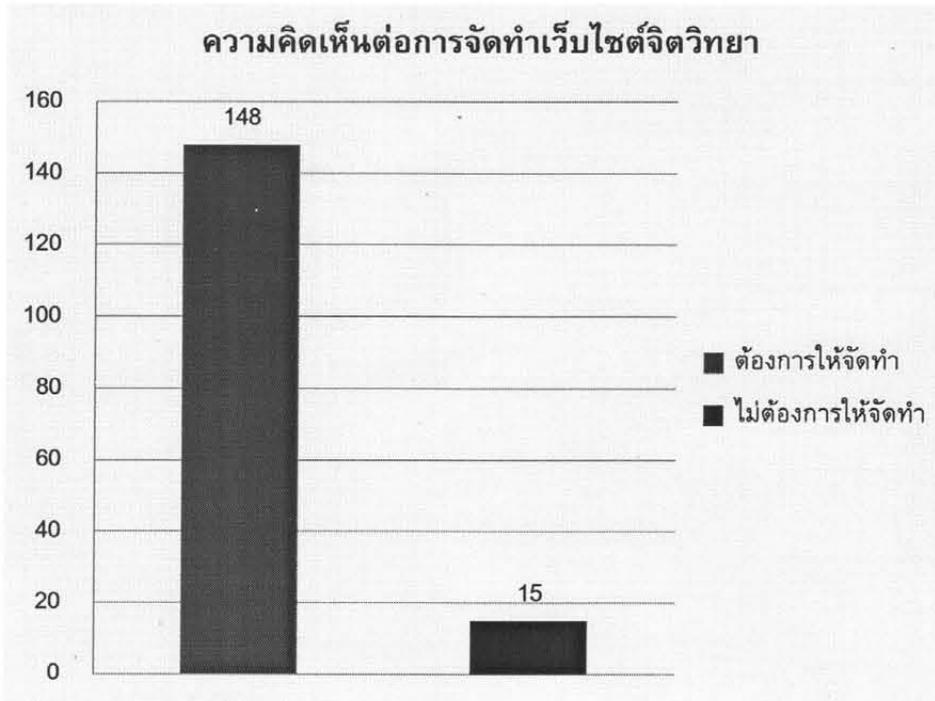
ความคิดเห็นต่อประเภทของข้อมูล

- ชอบข้อมูลแบบข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือ 55
- ชอบข้อมูลแบบข้อเท็จจริงที่ดัดแปลงให้ดูง่ายและสนุก 109



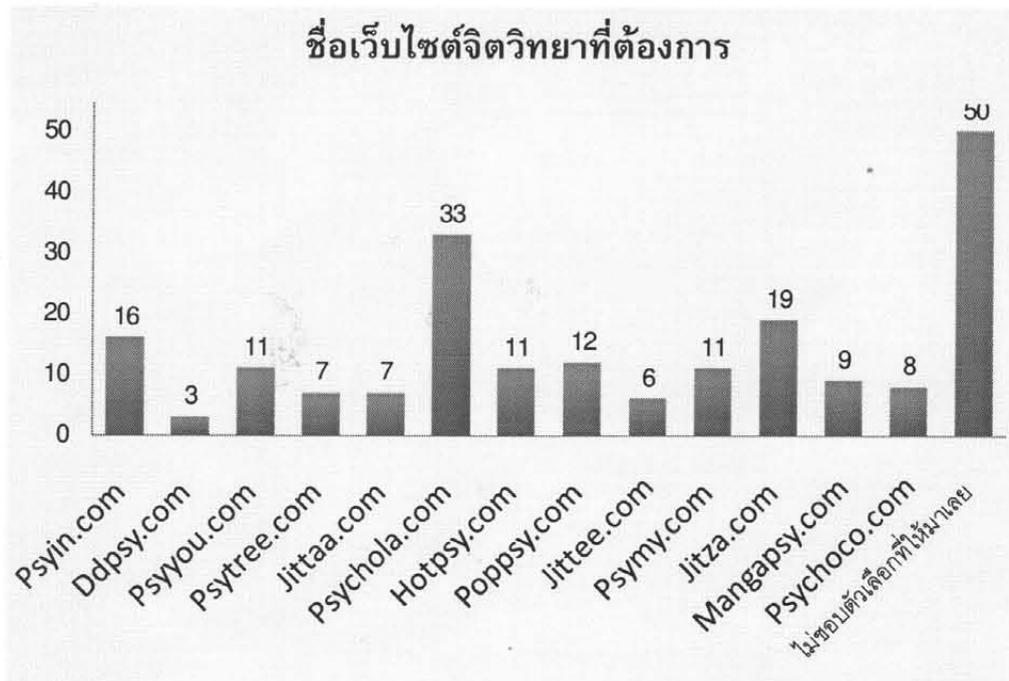
ความสนใจที่จะเรียนจิตวิทยา

- สนใจ 116
- ไม่สนใจ 48



ความคิดเห็นต่อการจัดทำเว็บไซต์จิตวิทยา

- ต้องการให้จัดทำ 148
- ไม่ต้องการให้จัดทำ 15



ชื่อเว็บไซต์จิตวิทยาที่ต้องการ

- | | |
|-------------------|--------------------------------|
| - Psyin.com 16 | - Poppsy.com 12 |
| - Ddpsy.com 3 | - Jittee.com 6 |
| - Psyyou.com 11 | - Psymy.com 11 |
| - Psytree.com 7 | - Jitza.com 19 |
| - Jittaa.com 7 | - Mangapsy.com 9 |
| - Psychola.com 33 | - Psychoco.com 8 |
| - Hotpsy.com 11 | - ไม่ชอบตัวเลือกที่ให้มาเลย 50 |

ตัวอย่างข้อความประชาสัมพันธ์

เว็บจิตวิทยาสำหรับน้องๆ เว็บเปิดใหม่ คลิ๊กดูเลย

สวัสดีจ้า น้องๆมัธยมและคนที่สนใจ

ตอนนี้เว็บไซต์เราดอทคอม

เป็นเว็บจิตวิทยาที่มีบทความ และ Multimedia มากมาย

เช่น วิดีโอแนะนำจิตวิทยา และอื่นๆ

มารู้จักจิตวิทยาอย่างสนุกสนานกันที่เว็บ www.psychola.com กันนะ

ไปพูดคุย ไปถามได้ที่เว็บบอร์ดของเราได้จ้า

ปล.เว็บนี้เพิ่งเปิดตัว กำลังต้องการข้อเสนอแนะที่ดีจากน้องๆนะจ้า

คลายเครียด ผ่อนคลาย สบายใจ กับเพลงเพื่อผ่อนคลาย คลิ๊กมาฟังสิ

เราไปเจอเว็บนี้มา

มีเพลงแบบซิลล์ๆ ให้ฟัง ตอนเครียดๆหรือโกรธใครมา

พอฟังแล้วรู้สึกเย็นลงเลยละ

ที่นี่ <http://www.psychola.com/wordpress/multimedia/relieve-music1/>

ละครน้ำเน่า ทำไมถึงดู ถึงติดกันจัง

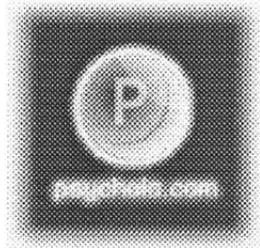
ลองอ่านที่เว็บนี้

<http://www.psychola.com/>

แล้วคลิ๊ก หัวข้อ ชื่อว่า "ละครน้ำเน่า ความสุขที่เดาได้"

ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ PSYCHOLA.com

แบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์ PSYCHOLA.com



อ่านก่อนทำจ้า : ขอขอบคุณทุกๆคนที่ยังเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์โคล่าแห่งนี้นะขอรับ [<http://www.psychola.com>]

วันนี้เราขอความกรุณาจากทุกๆคนช่วยให้ feedback แก่เราเพื่อนำคำตอบของท่านไปประยุกต์ก่อให้เกิดประโยชน์
แก่สังคมต่อไป รบกวนสละเวลาประมาณ 1-5 นาทีในการตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ดูความพร้อมในการตอบแบบสอบถาม

1. คุณได้เข้าเว็บอย่างทั่วถึงแล้ว ได้แก่ คอลัมน์ดูฟังเล่น คอลัมน์จี๊ดจิต คอลัมน์อ่านจิต คอลัมน์จิตวิทยาในเน็ต
คอลัมน์ข่าววงการ และเว็บบอร์ด ถ้าตอบใช่ให้ทำแบบสอบถามต่อได้เลยขอรับ ถ้าตอบว่าไม่ใช่ให้ข้ามไปข้อที่ 19
ได้เลย ใช่ ไม่ใช่

ถ้าตอบใช่ให้ทำแบบสอบถามต่อได้เลยขอรับ ถ้าตอบว่าไม่ใช่ให้ข้ามไปข้อที่ 19 ได้เลย

ตอนที่ 2 ตามเกี่ยวกับเว็บไซต์

2. Psychola.com มีข้อมูลที่น่าสนใจสำหรับคุณ ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

3. Psychola.com มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อคุณ ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

4. Psychola.com ดาวโหลดเร็วหรือไม่ (ประมาณ ไม่เกิน 5-6 วินาที) ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

5. Psychola.com มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เรื่อยๆ ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

6. Psychola.com ใช้งานง่าย คลิกลิงค์ไปไหนต่อไหนง่าย ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

7. Psychola.com มีฟังก์ชันการ Search ที่ง่าย ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

8. Psychola.com มีการออกแบบเว็บไซต์สวยงาม ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

9. คุณอยากเสนอแนะต่อคอลัมน์ต่างๆใน Psychola.com ว่าอย่างไร (ตอบสั้น-ยาวหรือเว้นว่างไว้ก็ได้)

- คอลัมน์จิตจิต (บทความธรรมดา)
- คอลัมน์ดูฟังเล่น (บทความ + มัลติมีเดีย)
- คอลัมน์จิตวิทยาในเน็ต (รวมลิงค์จิตวิทยา)
- คอลัมน์อ่านจิต (แนะนำหนังสือจิตวิทยา)

10. คุณอยากเข้ามาที่เว็บ Psychola.com อีกหรือไม่ ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

ตอนที่ 3 ถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและความต้องการ

11. คุณคิดว่าตัวเองรู้จักจิตวิทยามากขึ้นกว่าเดิมหรือไม่ ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

12. คุณคิดว่าตัวเองสามารถอธิบายจิตวิทยาได้อย่างถูกต้องมากขึ้นหรือไม่ ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

13. คุณคิดว่าตัวเองได้รับความรู้จิตวิทยาเพิ่มขึ้นหรือไม่ ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

14. คุณคิดว่าคุณสามารถเอาเรื่องที่ดูในเว็บไปอธิบายให้คนอื่นรู้เรื่องได้ ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

15. คุณอยากรู้เรื่องอะไรเกี่ยวกับจิตวิทยาอีกบ้าง การทำงาน การเรียน ความสัมพันธ์ของคน
 การเสพติด การเข้าใจตนเอง ความเครียด การเล่น เพศ ความวิตกกังวล
 เศรษฐกิจ ศาสนา ครอบครัว อาหาร บันเทิง ธุรกิจ สุขภาพ กีฬา
 เหตุการณ์สำคัญ เทคโนโลยี ท้องเที่ยว การเงิน วัฒนธรรม ดนตรี สัตว์
 สิ่งแวดล้อม กฎหมาย การเมืองการปกครอง ชื่อชายของ การออกแบบ ที่อยู่อาศัย
 ยานพาหนะ ความงาม หนังสือ ปรัชญา ภาษา

ตอนที่ 4 ถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อจิตวิทยา

16. คุณมองว่าจิตวิทยาเป็นสิ่งที่ขาดความน่าสนใจหรือเปล่า ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

17. คุณมองว่าจิตวิทยาเป็นความรู้ที่สังคมต้องการ ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

18. คุณคิดว่าคุณสนใจที่จะทำงานทางด้านจิตวิทยา ใช่ ไม่ใช่ ไม่รู้/ตอบไม่ได้

ตอนสุดท้าย ถามเกี่ยวกับลักษณะของคุณ

19.คุณเป็น หญิง ชาย

20.คุณมีอายุอยู่ในช่วง 0-10 ปี 11-15 ปี 16-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปี
มากกว่า 35 ปี

21.ระดับการศึกษาสูงสุดของคุณ ไม่ได้เรียนเลย เรียนแต่ไม่ได้เรียนในระบบ อนุปริญญา
ปริญญาตรี มัธยมศึกษา อุดมศึกษา สายอาชีพ

22.อาศัยอยู่ที่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคตะวันออก ภาคกลาง
 ภาคตะวันตก ภาคใต้ นอกประเทศไทย

23.อีเมลติดต่อ (optional จะกรอกหรือไม่กรอกก็ได้)

ขอขอบคุณทุกๆคนที่ตอบแบบสอบถาม คำตอบของท่านจะนำไปประยุกต์ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมต่อไป

จากใจ psychola.com



ตัวอย่างกิจกรรมของผู้ใช้งานภายในเว็บไซต์ (User Activity)

ข้อมูลเมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2551

1. มีสมาชิกเว็บไซต์ทั้งหมด 40 คน (Member)
2. มีผู้ต้องการรับข่าวสารทางอีเมลทั้งหมด 35 คน (E-mail Subscriber)
3. มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆทั้งหมด 130 ความเห็น (Comment)

ประเภทของความคิดเห็น

3.1 การตอบประเภทชมเชย เช่น ดีใจที่ได้มีเว็บไซต์นี้เกิดขึ้น มีประโยชน์มากครับ เพราะมันก็คือเรื่องที่เราพบเจอกันในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว ชื่นชมในความตั้งใจของทีมงาน ผมหวังว่าคงมีการพัฒนาขึ้นไปตามลำดับ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่จำทำให้คนเราอยู่ร่วมกันได้ด้วยความสงบสุข ขอเป็นกำลังใจให้ทุกคนครับ

3.2 การตอบประเภทติ เช่น ก่อนจะนำเสนอ หาข้อมูลให้รอบด้านกว่านี้ ลองค้นเน็ตหรือเปิดหนังสือสักหน่อยดีไหม

3.3 การตอบประเภทคำถาม เช่น อยากทราบว่าเรียนจิตวิทยาต่อโทอะไรได้บ้าง

3.4 การตอบประเภทแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนความรู้ เช่น มี Counseling

Psychology ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญด้วย

3.5 การตอบประเภทอื่นๆ เช่น ให้อภัยยยยย พี่หนูนั่งรอไหลตนะสุดยอด อ่าจ้ากก

4. มีผู้ใช้งานสมัครเป็นนักเขียน 8 คน (Author)
5. มีผู้ใช้งานตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ด 15 กระทู้ (Posting)