

พฤติกรรมกรสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศ  
ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์



นางสาวสุกานาฏ บัวบางพลู

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-3576-6

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION BEHAVIOR, EXPECTATION , USE AND GRATIFICATIONS  
OF INTRANET NETWORK SYSTEM AMONG THE EMPLOYEES OF  
CHAROEN POKPHAND GROUP

MISS SUPANARD BUABANGPLOO

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-3576-6



ศุภนาฏ บัวบางพลู : พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ  
ในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินทราเน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์  
(COMMUNICATION BEHAVIOR, EXPECTATION, USE AND GRATIFICATIONS OF  
INTRANET NETWORK SYSTEM AMONG THE EMPLOYEES OF CHAROEN POKPHAND  
GROUP) อ.ที่ปรึกษา : รศ. ดร. ปรมะ สตะเวทิน จำนวน 146 หน้า. ISBN 974-17-3576-6

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง  
การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ  
ศึกษามีจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอในรูปแบบ  
ของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว  
(ANOVA) การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของ Scheffe และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน  
ซึ่งประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัย พบว่า

- 1) พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งและอายุงาน  
ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มี  
เพศและกลุ่ม / สายงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet  
ไม่แตกต่างกัน
- 2) พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาด  
หวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 3) พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้  
ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 4) พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความ  
พึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 5) ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้  
ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 6) ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความ  
พึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 7) การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความ  
พึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

ลายมือชื่อผู้คิด.....

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2546

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

##4585248028 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : COMMUNICATION BEHAVIOR / EXPECTATION / USE AND GRATIFICATIONS / INTRANET NETWORK SYSTEM / CHAROEN POKPHAND GROUP

SUPANARD BUABANGPLOO : COMMUNICATION BEHAVIOR, EXPECTATION, USE AND GRATIFICATIONS OF INTRANET NETWORK SYSTEM AMONG THE EMPLOYEES OF CHAROEN POKPHAND GROUP. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. PARAMA SATAWEDIN, Ph.D., pp. 146 ISBN 974-17-3576-6

The purpose of this research was to study the correlation among communication behavior , expectation, use and gratifications of intranet network system among the employees of Charoen Pokphand group. The samples were 400 employees of Charoen Pokphand Group. Questionnaires were used to collect the data. Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, One-way Analysis of Variance, Multiple Comparison of Scheffe Method and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient were employed for the analysis of the data. SPSS program was used for data processing.

The results of the research were as follows :

- 1) Employees different in age, education level, income, position and years of service were different in communication behavior through intranet network system. But employees different in sex and business group were not different in communication behavior.
- 2) Communication behavior of employees of Charoen Pokphand Group correlated with expectation of advantage from intranet network system.
- 3) Communication behavior of employees of Charoen Pokphand Group correlated with the use of intranet network system.
- 4) Communication behavior of employees of Charoen Pokphand Group correlated with the gratification of intranet network system.
- 5) Expectation of employees of Charoen Pokphand Group correlated with the use of intranet network system.
- 6) Expectation of employees of Charoen Pokphand Group correlated with the gratification of intranet network system.
- 7) The use of intranet network system correlated with the gratification of intranet network system

Department Public Relations

Student's signature.....

Field of study Development Communication

Advisor's signature.....

Academic year 2003

Co-Advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยความช่วยเหลือและสนับสนุนของบุคคลหลายท่าน ลำดับแรกผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ปรมะ ทัศเวทิน ที่ให้เกียรติมาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ แก้ไข ตรวจสอบ และให้ความเอาใจใส่อย่างดียิ่งเสมอมา จนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ พัทณี เที่ยจรรยา และดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่ามาเป็นประธานในการสอบ และกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ตลอดจนได้ให้คำชี้แนะต่างๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์และถูกต้องยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทั้งสามท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ พี่ๆพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและกรุณาสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง สำหรับผู้วิจัย

ขอบคุณพี่หลิน, พี่นิพนธ์ สำนักคอมพิวเตอร์ , จี๊ป , จี๊ป , น้องเต้, น้องเปิ้ล, น้องหมวย ที่คอยเป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่องแก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ นิเทศศาสตร์พัฒนาการ (ภาคนอกเวลาราชการ) รุ่นที่ 8 ทุกคน ในน้ำใจ ความเอื้ออาทร ตลอดจนความช่วยเหลืออย่างจริงใจที่มีกันและกันเสมอมา ขอขอบคุณสถาบันการศึกษาแห่งนี้ที่ทำให้พวกเราได้รู้จักกัน...

ขอบคุณสมาชิกครอบครัวเหลืองสอาดทุกท่าน โดยเฉพาะน้ำวิสูตร และพี่ตุ้มที่คอยให้คำแนะนำปรึกษาดีๆ ตลอดมา รวมถึงน้องปราชญ์ที่คอยเป็นธุระในการประสานงานกับอาจารย์เกี่ยวกับเอกสารต่างๆ

และที่จะลืมไม่ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณกิติเดชและคุณเรืองรัตน์ บัวบางพลู คุณพ่อ คุณแม่อันเป็นที่รักยิ่งเหนือสิ่งใดๆ ในโลก โดยท่านทั้งสองได้มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาของลูก ให้มีโอกาสสำเร็จการศึกษาขั้นสูงสุดเท่าที่กำลังของลูกจะพึงมี ทั้งยังเป็นที่พักเป็นกำลังใจ ห่วงใย ดูแล ทำให้ผู้วิจัยสามารถฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ จนพบกับความสำเร็จในครั้งนี้ รวมทั้งขอขอบคุณน้องโบว์ นารินทร์ บัวบางพลู น้องสาวที่คอยเป็นแรงผลักดันและเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณบุคคลทุกท่านที่ไม่สามารถเอ่ยชื่อนามได้ ณ ที่นี้ ที่ได้คอยช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณจากใจ

ศุภานญา บัวบางพลู

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญแผนภูมิ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	13
ปัญหำนำการวิจัย.....	13
สมมติฐานในการวิจัย.....	14
ขอบเขตของการวิจัย.....	15
นิยามศัพท์.....	15
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	16
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	17
ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์.....	22
แนวคิดด้านลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร.....	27
ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร และพฤติกรรมกาสื่อสาร.....	30
ทฤษฎีและแนวคิดความคาดหวังจากสื่อ.....	46
แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	51
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	61

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	74
	ประชากร.....	74
	กลุ่มตัวอย่าง.....	74
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	75
	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	77
	หลักเกณฑ์ในการให้คะแนน.....	78
	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	82
บทที่ 4	ผลการวิจัย.....	83
	การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	84
	การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของกลุ่มตัวอย่าง	89
	การวิเคราะห์ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	
	Intranet ของกลุ่มตัวอย่าง.....	94
	การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	
	Intranet ของกลุ่มตัวอย่าง.....	95
	การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	
	Intranet ของกลุ่มตัวอย่าง.....	97
	การทดสอบสมมุติฐาน.....	98
	ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากคำถามปลายเปิด.....	107
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	110
	สรุปผลการวิจัย.....	111
	อภิปรายผลการวิจัย.....	116
	ข้อเสนอแนะ.....	128



รายการอ้างอิง.....	132
ภาคผนวก.....	140
ประวัติผู้เขียน.....	146



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	85
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	85
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ชั้นสูงสุดที่จบ.....	86
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	86
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	87
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุงาน.....	88
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่ม/สายงานที่สังกัด..	89
8. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย Intranet.....	90
9. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของความเร็วในการสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย Intranet.....	90
10. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเวลาโดยเฉลี่ยในการสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย Intranet ในแต่ละครั้ง.....	91
11. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของช่วงเวลาในการสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย Intranet มากที่สุด.....	92
12. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของวิธีการเรียนรู้ทักษะพื้นฐาน ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet.....	92
13. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของบุคคลที่ติดต่อสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย Intranet ด้วยบ่อยที่สุด.....	93
14. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับ จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet.....	94
15. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย Intranet.....	95

16. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet.....	97
17. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างเพศ.....	98
18. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างกลุ่มอายุที่ต่างกัน.....	98
19. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างระดับการศึกษาที่ต่างกัน.....	99
20. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน.....	100
21. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างตำแหน่งงานที่ต่างกัน.....	100
22. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างอายุงานที่ต่างกัน.....	101
23. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างกลุ่ม/สายงานที่สังกัดต่างกัน.....	102
24. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet.....	103
25. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet.....	103
26. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet.....	104
27. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความคาดหวังกับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet.....	105
28. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet.....	105

	หน้า
29. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการใช้ประโยชน์ กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet.....	106
30. แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของปัญหาในการใช้การสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย Intranet.....	107
31. แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของข้อเสนอแนะที่จะให้เพิ่มเติม แก้ไข ปรับปรุง บริการใดๆ ในระบบเครือข่าย Intranet.....	108

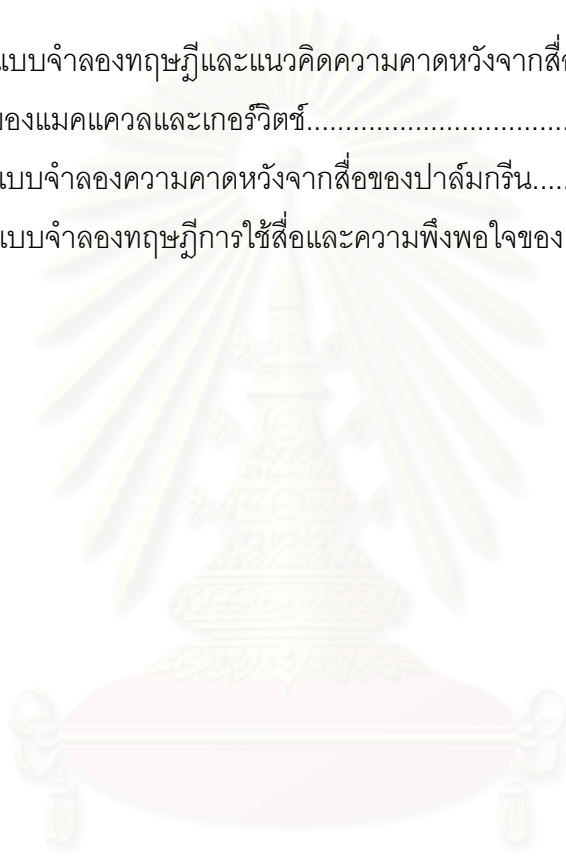


# สารบัญแผนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่

1. แบบจำลองทฤษฎีและแนวคิดความคาดหวังจากสื่อ  
ของแมคแควลและเกอริวิตซ์..... 48
2. แบบจำลองความคาดหวังจากสื่อของปาล์มกรีน..... 50
3. แบบจำลองทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ..... 53



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในภาวะสังคมปัจจุบันนี้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะองค์กรขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ต่างก็ให้ความสนใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในงานด้านต่างๆ กันมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ระบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือที่เรียกกันว่า “ระบบอินทราเน็ต” (Intranet) ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีสารสนเทศที่กำลังได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากระบบอินทราเน็ตสามารถรองรับและช่วยในการบริหารจัดการองค์กร ตลอดจนการติดต่อประสานงานภายในองค์กรให้เป็นอย่างราบรื่น คล่องตัวและมีประสิทธิภาพ อันช่วยประโยชน์ต่อการตอบสนองการขยายตัวของธุรกิจและการพัฒนาองค์กรได้ดียิ่งขึ้น

อินทราเน็ตเป็นระบบเครือข่ายสารสนเทศสำหรับใช้ภายในองค์กร ซึ่งมีการจำลองลักษณะเด่นของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต(Internet) มาประยุกต์ใช้งานในลักษณะระบบเครือข่ายท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การทำงานโดยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นไปอย่างคุ้มค่า มีความเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการหลักของผู้บริหารและความต้องการที่แท้จริงของแต่ละองค์กร อย่างไรก็ตาม การนำระบบอินทราเน็ตไปประยุกต์ใช้งานภายในองค์กรนั้น ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอยู่ภายในแต่ละองค์กรและลักษณะขององค์กรในขณะนั้นๆ ด้วย เช่น ความพร้อมของพนักงาน ขนาดขององค์กร เป็นต้น รวมถึงการขยายตัวขององค์กรในด้านต่างๆ อันอาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ในการศึกษาและวิเคราะห์ระบบอินทราเน็ตอย่างละเอียดและชัดเจน จะมีส่วนช่วยในการพัฒนาสร้างเสริมศักยภาพการบริหารโดยรวม และการดำเนินงานภายในองค์กรให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจและประเทศชาติต่อไป

## รูปแบบการให้บริการใน Intranet

โดยทั่วไป เครือข่าย Intranet มีการให้บริการต่างๆหลากหลายอย่าง นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างกว้างขวาง สามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้ คือ

### 1. การบริการติดต่อสื่อสารภายในสำนักงาน

เป็นการใช้งานในระดับพื้นฐานของระบบอินทราเน็ตที่องค์กรพึงมี โดยการบริการระดับนี้สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ในการประสานงานภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างบริการนี้ได้แก่ **จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail)** เป็นการรับ-ส่งข้อความที่มีขั้นตอนคล้ายกับการส่งจดหมายทางไปรษณีย์ แต่เป็นระบบอัตโนมัติผ่านทางคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออยู่กับระบบเครือข่าย ในปัจจุบันสามารถฝากเสียงผ่านไปได้ด้วยดีหากมีลำโพง และไม่โครโฟนในคอมพิวเตอร์ (Voice Mail)

### 2. การจัดสรรโปรแกรมและข้อมูลที่ใช้ร่วมกัน

เป็นระบบที่ถูกจัดสร้างขึ้นเพื่อประยุกต์ใช้งานในด้านการให้บริการรวบรวมและแจกจ่ายข้อมูลด้านเอกสาร และโปรแกรมประยุกต์ต่างๆ ร่วมกันบนระบบเครือข่ายท้องถิ่นภายในองค์กร โดยอาศัยมาตรฐานการเชื่อมต่อด้วยโปรโตคอล TCP / IP และ SNMP เป็นหลัก ตัวอย่างบริการนี้ได้แก่ **การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล (File Transfer Protocol - FTP)** ซึ่งเป็นบริการที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งในการที่จะโอนถ่ายข้อมูลจากเครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่งได้อย่างง่ายดาย มีทั้งข้อมูลทั่วไป ข่าวสารประจำวัน บทความ รวมถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์บนเครื่องต่างๆ ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์อื่นๆ ในระบบเครือข่ายแม้ว่าจะอยู่ห่างไกลก็ตาม ซึ่งคอมพิวเตอร์นั้นมีโปรแกรมการทำงานนอกเหนือไปจากเครื่องที่ตนใช้อยู่ก็สามารถเรียกโปรแกรมเหล่านั้นมาทำงานบนเครื่องของตนได้โดยไม่ต้องเดินทางไปที่เครื่องนั้น

### 3. การบริการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กร

เป็นการใช้งานด้วยลักษณะแบบ Web ซึ่งง่ายต่อการให้ข้อมูลและทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบและโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทาง Web นี้ ยังเป็นการช่วยเสริมสร้างความผูกพันและความภาคภูมิใจให้กับบุคลากรในองค์กรด้วย อย่างไรก็ตาม การบริการด้านนี้จำเป็นต้องมีการประยุกต์เพิ่มเติมจากระบบโปรแกรมพื้นฐาน และควรรองรับการปรับเปลี่ยนรายละเอียดที่อาจเกิดขึ้นได้เสมอตามความเหมาะสมของสภาพปัจจัยในการใช้งาน

### 4. การบริการข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการเฉพาะทาง

การดำเนินงานกิจกรรมบางส่วนขององค์กรอาจมีความจำเป็นในการนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการบริการข้อมูลที่ต้องรองรับการใช้งานเป็นกรณีพิเศษ เช่น ระบบควบคุมตรวจสอบระบบเครือข่าย ระบบการประชุมทางไกล และระบบตรวจสอบรายชื่อผ่านทาง Web เป็นต้น ทั้งนี้ การให้บริการลักษณะนี้ค่อนข้างมีความซับซ้อน ในการให้ข้อมูล

### 5. การบริการข้อมูลเพื่อช่วยตัดสินใจและประกอบการวางแผน

เป็นการให้บริการข้อมูลทุกรูปแบบที่จำเป็นต่อการวางแผนนโยบายและทำการตัดสินใจได้อย่างรอบคอบ ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนและการเชื่อมโยงระบบโปรแกรมพื้นฐานกับโปรแกรมประยุกต์บนระบบเครือข่ายที่ได้รับการออกแบบอย่างชัดเจน ทั้งนี้ การให้บริการจะมีข้อจำกัดสูงในการควบคุมและบริหารระบบเป็นไปตามความต้องการที่หลากหลาย

### 6. การบริการกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bulletin Boards Services)

กระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์จะเป็นบริการแลกเปลี่ยนข่าวสารรวมทั้งแสดงความคิดเห็นผ่านกระดานข่าวของกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ผู้สนใจสามารถเข้ามาชมและฝากข้อความไว้ได้ ทำให้ข่าวสารสามารถแลกเปลี่ยนกันได้รวดเร็วและกว้างขวาง



## ประโยชน์ของระบบเครือข่าย Intranet

ประโยชน์ของการนำเอาระบบเครือข่าย Intranet มาใช้ในองค์กรต่างๆ คือ

- ลดต้นทุนในการบริหารข่าวสารข้อมูล เนื่องจากการจัดเก็บข่าวสารต่างๆ ภายในองค์กร สามารถจัดเก็บในรูปอิเล็กทรอนิกส์อย่างง่าย ด้วยการใช้ภาษา HTML ( Hyper Text Makeup Language ) และใช้เบราว์เซอร์ในการอ่านเอกสาร ทำให้ลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการจัดพิมพ์เอกสารกระดาษ
- ช่วยให้ได้รับข่าวสารที่ใหม่ล่าสุดอยู่เสมอ เนื่องจากการจัดเก็บเอกสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยากเหมือนการพิมพ์ลงกระดาษ และไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถรับรู้ข่าวสารใหม่ล่าสุดได้เสมอ
- ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้รวดเร็ว ง่ายดาย ไม่ว่าจะบุคลากรจะอยู่คนละชั้น คนละตึก หรือคนละจังหวัด ด้วยการใช้เทคโนโลยีจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีการคุยผ่านแป้นพิมพ์ หรือแม้กระทั่งเทคโนโลยีการประชุมทางไกล เป็นการช่วยลดการสูญเสียเวลาของบุคลากร ตลอดจนช่วยให้ทีมงานประสานงานกันมากขึ้น
- เสียค่าใช้จ่ายต่ำ เนื่องจากไม่ต้องติดตั้งอุปกรณ์ใดๆเพิ่มมาก และโปรแกรมต่างๆ ก็มีให้ Download จาก Internet มาใช้งานข้ามระบบได้ (Cross platform) ได้ทันที

ไมเคิล เอิร์ล (Michael Earl อ้างใน ชนิตา เตรียมชัยศรี, 2542 : 4) แห่งมหาวิทยาลัย อ็อกซ์ฟอร์ด ประเทศอังกฤษ ได้สรุปลักษณะสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศว่ามีความสำคัญระดับวิกฤติต่อหน่วยงานต่างๆ ทั้งของราชการ และเอกชน เรื่องนี้เห็นได้ชัดเจน ถ้าองค์กรธุรกิจต่างๆ ยังไม่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ก็กิจการค้าต่างๆก็คงยังไม่ขยายตัวอย่างทุกวันนี้ โลกในอนาคตเป็นโลกที่มีการแข่งขันกันด้านเศรษฐกิจการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศจึงเป็นอาวุธด้าน กลยุทธ์ที่สำคัญที่บริษัทและหน่วยงานต่างๆ จำเป็นจะต้องกำหนดในด้านต่างๆอย่างเหมาะสม กลยุทธ์ที่สำคัญทั้ง 4 ประการ คือ

- การช่วงชิงความได้เปรียบในการแข่งขัน
- การเพิ่มผลผลิต และสมรรถนะในการทำงาน
- การค้นหาแนวทางใหม่ในการบริหารจัดการ
- การพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ

จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในโลกธุรกิจสูง เทคโนโลยีได้ถูกนำมาใช้เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในด้านการแข่งขัน เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การใช้คอมพิวเตอร์บันทึกข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการค้าและเศรษฐกิจ เพื่อควบคุมจัดการหรือวางนโยบายแก้ไขป้องกันวิกฤติการณ์ด้านเศรษฐกิจได้อย่างทัน่วงที่ เป็นต้น นอกจากนี้ เทคโนโลยีได้ถูกนำมาใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบโดยต่างก็ถือว่าหลักธุรกิจใดที่มีข้อมูลข่าวสารอยู่ในมือมาก รวดเร็ว และเป็นจริงเท่าใด โอกาสความเจริญก้าวหน้าและมั่นคงของธุรกิจก็จะยิ่งสูงเท่านั้น การนำเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เพื่อเข้ามาใช้ในธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่จะช่วยผลักดันให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการอย่างรวดเร็ว

ดังนั้น การนำระบบเครือข่าย Intranet เข้ามาใช้ในองค์กรธุรกิจ จึงเป็นการสร้างเครื่องมือในการสื่อสารภายในองค์กรที่สะดวก รวดเร็ว ประหยัด และได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

### บริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ เริ่มจากกิจการร่ำขายจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ฝักและปุ๋ยเจียไต๋ในปี พ.ศ. 2464 บริเวณย่านวัดเกาะ ถนนทรงสวัสดิ์ ซึ่งเป็นย่านการค้าสำคัญของกรุงเทพมหานครในสมัยนั้น โดยนายเจีย เอ็กซอ และในเวลาต่อมา นายชนม์เจริญ เจียรนวนนท์ น้องชายก็ได้เข้าร่วมบุกเบิก ด้วยความทุ่มเทของ 2 พี่น้อง ทำให้กิจการเจริญรุ่งเรืองขึ้นโดยลำดับ

ต่อมา นายจรัญ เจียรนวนนท์ บุตรชายคนโตของนายเจีย เอ็กซอ ได้หันมาบุกเบิกและจำหน่ายอาหารสัตว์ โดยได้รับการสนับสนุนจากนายชนม์เจริญ ผู้เป็นอาและหลวงวิวัฒน์โยธิน ก่อตั้งร้านเจริญโภคภัณฑ์ขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2496 กิจการได้พัฒนาเจริญรุ่งเรืองไปอย่างต่อเนื่อง โดยนำเอาวิทยาการและสรรหาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้กับการเกษตรในประเทศ จนสามารถขยายกิจการเจริญรุดหน้ามาเป็นลำดับ

ปัจจุบันเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลามากกว่า 7 ทศวรรษ ด้วยปรัชญาการดำเนินธุรกิจที่ว่า **“เกษตรเปรียบเสมือนคูชีวิต หากเกษตรกรอยู่ไม่ได้ บริษัทก็อยู่ไม่ได้”** ดังนั้น ต้องทำธุรกิจที่ให้เกษตรกรอยู่รอดมีกำไร ในขณะที่เดียวกัน ผู้บริโภคคือเจ้านาย ถ้าผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้า เกษตรกรและบริษัทก็อยู่ไม่ได้ ดังนั้นจึงต้องผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ และราคาถูกต้องตามความต้องการของผู้บริโภคโดยยึดหลักการดำเนินงานอยู่ 3 ประการคือ **“การดำเนิน**

**ธุรกิจจะต้องเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ ประชาชน และบริษัท** ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เจริญรุดหน้าและประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้

เครือเจริญโภคภัณฑ์ สามารถขยายเครือข่าย ยุโรป และสหรัฐอเมริกา กล่าวได้ว่าเป็นบริษัทระดับนานาชาติรายแรกของไทยที่มีความพร้อมทั้งทางด้านการลงทุนและการจัดการในการที่จะขยายไปยังธุรกิจต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาคของโลก

ปัจจุบัน ประกอบด้วย 9 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่

**1. กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และเคมีเกษตร** เป็นธุรกิจเริ่มแรกของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่ดำเนินการมากกว่า 7 ทศวรรษ ในชื่อของ “บริษัทเจียไต๋ จำกัด” ปัจจุบันประกอบด้วยธุรกิจต่างๆ ดังนี้

- การผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์พืช บริษัทเจียไต๋ได้ดำเนินการค้นคว้าวิจัยสายพันธุ์ผักประเภทต่างๆ มากกว่า 300 สายพันธุ์ โดยมีศูนย์วิจัยและพัฒนาพันธุ์ผักที่จังหวัดเชียงใหม่ กาญจนบุรี ราชบุรี ประเทศจีนและอินโดนีเซีย และสถานีผลิตเมล็ดพันธุ์หลักที่ลำปางและอุบลราชธานี

- ธุรกิจจำหน่ายและฝึกสด เมล่อน แตงโม ตลอดจนโรงเรือนที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง, ผ้าเส้นใยป้องกันแมลงเจียไต๋ผลิตภัณฑ์จากบริษัทชนม์เจริญฟาร์ม รวมถึงการจัดจำหน่ายปุ๋ยและเคมีเกษตร ปุ๋ยสูตรต่างๆ คุณภาพครบสูตร สารป้องกันกำจัดวัชพืช แมลงและอาหารเสริมบำรุงพืชต่างๆ

**2. กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม** เป็นธุรกิจหลักของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ดำเนินการในรูปของเกษตรเชิงธุรกิจแบบ “ครบวงจร” คือ การผลิต-แปรรูป-การตลาด โดยสรรหาเทคโนโลยีและวิชาการอันทันสมัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตอาหารสัตว์, การเลี้ยงสัตว์, การแปรรูปอาหาร, พัฒนาคุณภาพ เพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตร ตลอดจนการพยายามลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำ เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันกับต่างประเทศ ขณะเดียวกันผู้บริโภคในประเทศก็ต้องได้รับสินค้าที่ดีราคาเหมาะสมด้วย โดยมีเป้าหมายการเป็นผู้ผลิตอาหารเลี้ยงประชากรโลก โดยมีบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในไทยเป็นแม่ทัพใหญ่ริเริ่มนโยบาย “Kitchen of The World” สร้างผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปภายใต้ยี่ห้อต่างๆ เพื่อจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

**3. กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ** ดำเนินกิจการครอบคลุมการผลิต การตลาด การจัดจำหน่าย การนำเข้าและส่งออกสินค้านานาชาติ รวมถึงการให้บริการทางการค้าและการขนส่งสินค้าอย่างครบวงจร ปัจจุบันกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ แบ่งเป็น 4 สายธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการค้าทั่วไป ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจพืชครบวงจร ธุรกิจการบริการขนส่งในประเทศและต่างประเทศ ปัจจุบัน กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ มีสำนักงานตัวแทนการค้า 12 แห่งทั่วโลก ครอบคลุมประเทศบังคลาเทศ พม่า กัมพูชา จีน ฮองกง อินเดีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ แอฟริกาใต้ เกาหลีใต้ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และเวียดนาม

**4. กลุ่มธุรกิจการค้าและการจัดจำหน่าย** เป็นกลุ่มธุรกิจที่พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายโดยนำเอาเทคโนโลยีในการจัดการร้านค้าปลีก-ค้าส่งจากบริษัทชั้นนำในต่างประเทศเข้ามาพัฒนาในรูปแบบร้านค้าปลีก-ค้าส่งในประเทศ เพื่อให้เกิดการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคอย่างทั่วถึงด้วยความสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ ร้าน 7-ELEVEN เป็นร้านค้าปลีกในรูปแบบของ Convenience Store โดยได้รับลิขสิทธิ์จากบริษัท Southland Inc. สหรัฐอเมริกา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2542 มีร้าน 7-ELEVEN ทั่วประเทศ 1,320 สาขา โดยมีร้าน 7-ELEVEN เกิดขึ้นทุก 40 ชั่วโมง คาดว่าในสิ้นปี 2546 จะมีร้าน 7-ELEVEN ถึง 2,000 สาขา นอกจากนี้ยังมี บริษัท ซี.พี.คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ และจากผู้ผลิตภายในประเทศ และบริษัทซี.พี.รีเทลลิงค์ แอนด์ มาเก็ตติ้ง จำกัด ผลิตสินค้าประเภทอาหารและเบเกอรี่

**5. กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมี** นโยบายหลักของกลุ่มธุรกิจปิโตรเคมี คือทุกบริษัทต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล ในขณะเดียวกันก็ต้องให้บริการที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า และเน้นให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม จึงทำให้ทุกบริษัทในกลุ่มประสบความสำเร็จ ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO9002 และ ISO14001 จากสถาบันตรวจสอบมาตรฐานอุตสาหกรรมชั้นนำของโลก ซึ่งหมายถึง ความพร้อมของกลุ่มในการก้าวสู่ความสำเร็จอีกขั้นหนึ่งกิจการในกลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีในประเทศไทย ประกอบด้วย บริษัทซีพีซี-เดคคอร์เรทีฟ โปรดักส์ จำกัด, บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ ปิโตรเคมี จำกัด, บริษัทซี.เอ็น.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, บริษัทซี.จี.ปิโตรเคมี จำกัด ฯลฯ ในประเทศจีนประกอบด้วย บริษัท เซียงไฮ้ เบสตัน ปิโตรเคมี จำกัด, บริษัทเซียงไฮ้ เบสตัน พลาสติก จำกัด, บริษัท นิงโบ เบสตัน พลาสติก จำกัด, บริษัทนิงโบ เจียไต๋ แซมโซไนท์ จำกัด ซึ่งล้วนได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO9002 มาแล้วทั้งสิ้น

**6. กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์** เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วในช่วง 10 ปีที่แล้วควบคู่กับเครื่องเจริญโภคภัณฑ์ที่มีที่ดินอยู่เป็นจำนวนมาก บริษัทซี.พี. แลนด์ จำกัด จึงถูกจัดตั้งขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นที่สำนักงานให้เช่าโดยเริ่มจากโครงการสำนักงานที่ อาคารซี.พี. ทาวเวอร์ ถนนสีลม เป็นโครงการแรก จากนั้น บริษัทฯ ได้ขยายตัวโดยพัฒนาโครงการต่างๆ เพิ่มขึ้น แบ่งได้เป็น 4 ประเภทคือ โครงการที่พักอาศัย, อาคารสำนักงาน, ศูนย์การค้า และโครงการพิเศษ นอกจากนี้ยังมีการร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ จัดตั้งบริษัทร่วมทุนขึ้น เพื่อดำเนินธุรกิจภาพยนตร์และบันเทิงอีกด้วย

**7. กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม** บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ทีเอ เป็นกลุ่มธุรกิจด้านโทรคมนาคมของเครื่องเจริญโภคภัณฑ์ ผู้ก่อสร้างและให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์ 2.6 ล้านเลขหมายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี) ภายใต้สัญญาความร่วมมือการงานฯ กับองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) เทเลคอมเอเชียได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดทางด้านโทรคมนาคมมาใช้ในโครงข่ายโทรศัพท์ 2.6 ล้านเลขหมาย ตั้งแต่อุปกรณ์ชุมสายดิจิทัลถึง 100% ของโครงข่าย มีใยแก้วนำแสงเชื่อมโยงทั้งในโครงข่ายหลักและโครงข่ายกระจาย ตลอดจนได้พัฒนาเทคโนโลยีและบริการเสริมในรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นในประเทศไทย เช่น บริการโทรศัพท์บ้านพกพา PCT เพื่อเสริมบริการโทรศัพท์พื้นฐานให้ลูกค้าสามารถใช้โทรศัพท์ติดต่อได้ตลอดเวลา ล่าสุดได้มีการร่วมทุนกับบริษัท Orange ของประเทศอังกฤษ ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

**8. กลุ่มอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ** เนื่องด้วยศักยภาพความพร้อมของประเทศไทยเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ประกอบกับแนวโน้มความต้องการบริโภคมากขึ้นของตลาด เครื่องเจริญโภคภัณฑ์จึงเล็งเห็นโอกาสที่จะขยายธุรกิจเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำให้เจริญก้าวหน้าอย่างกว้างขวาง อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถยึดเป็นอาชีพได้อย่างมั่นคง ขณะเดียวกันได้นำเอาเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่มาวิจัยและพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อให้ธุรกิจเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำดำเนินไปอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยคำนึงถึงการป้องกันและรักษาสุขภาพแวดล้อมเป็นสำคัญ

**9. กลุ่มธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม** - เป็นกลุ่มธุรกิจของเครื่องเจริญโภคภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีโอกาสและความเป็นไปได้ในอันที่จะขยายธุรกิจให้กว้างขวาง เพื่อสร้างความก้าวหน้าแก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศ มีโรงงานตั้งอยู่ในประเทศไทยและประเทศจีน



ประเทศการค้า ได้แก่ อาร์เจนตินา บังคลาเทศ เบลเยียม บราซิล กัมพูชา จีน ซิลี ดูไบ เยอรมัน ฮองกง อินเดีย ญี่ปุ่น พม่า เปรู แอฟริกาใต้ เกาหลีใต้ สิงคโปร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเวียดนาม

ประเทศที่มีการลงทุน ได้แก่ กัมพูชา จีน อินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย พม่า ใต้หวัน ตุรกี เวียดนามและสหรัฐอเมริกา

### ระบบ Intranet ของบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์

แต่เดิม ระบบอินเทอร์เน็ตของบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีการใช้แต่เฉพาะในกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ โดยสำนักสารสนเทศเป็นผู้รับผิดชอบดูแล ต่อมา ได้มีการยุบรวมสำนักสารสนเทศ เข้ากับสำนักคอมพิวเตอร์กลาง ผู้บริหารระดับสูงจึงมีนโยบายที่จะขยายระบบอินเทอร์เน็ตให้ใช้ในทุกลูกธุรกิจของบริษัทฯ โดยจะเน้นที่พนักงานระดับฝ่ายและระดับปฏิบัติการ ขณะนี้ มีจำนวนพนักงานที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของบริษัทฯ ประมาณเกือบ 4,000 คน และมีการขยายจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยระบบ Intranet ของบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

1. ระบบ Electronic Mail ระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์เป็นระบบ Lotus Note ที่มีฟังก์ชันการใช้งานเหมือนกับระบบ E-mail ทั่วไป โดยจะมีการแจก E-mail address ([staffname@cpf.co.th](mailto:staffname@cpf.co.th)) ให้กับพนักงานระดับฝ่ายและระดับปฏิบัติการ ที่มีความจำเป็นในการประสานงานผ่านระบบ Intranet ซึ่งพนักงานทุกคนสามารถตั้ง Password ในการเข้าสู่ระบบได้เองจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของตน โดยสามารถรับ-ส่ง File ต่างๆ, ข้อมูลที่พิมพ์เรียบร้อยแล้ว, รูปภาพ ฯลฯ เป็นการช่วยประหยัดการส่งเอกสารได้มาก สำหรับพนักงานที่ประจำอยู่ในต่างจังหวัด/ต่างประเทศ ที่ไม่มี Network ก็สามารถติดต่อพนักงานในประเทศไทยได้ผ่านทาง [www.cpf.co.th](http://www.cpf.co.th)

2. การใช้คอมพิวเตอร์อื่นๆ ในระบบเครือข่าย คือเครื่องคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน แล้วทำงานอยู่ในหน่วยงานเดียวกัน ถูกทำให้ Link เครือข่ายเข้าหากัน เมื่อพนักงานคนใดทำงานไว้ในเครื่องใดเครื่องหนึ่งแล้ว ก็สามารถ Share File หรืองานนั้นให้เพื่อนร่วมงานสามารถเข้าไปใช้งานในเครื่องนั้นได้เช่นกัน

### 3. ข่าวต่างๆ เป็นข่าวสารจากระบบงานส่วนต่างๆ ของในเครือข่าย ได้แก่

- ข่าวสารทั่วไป ; จดหมายข่าว ERP (ERP Newsletter) โดยมีทีมงานบริหาร การเปลี่ยนแปลง (Change Management) เป็นผู้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับโครงการนำซอฟต์แวร์ระบบ SAP และ Peoplesoft มาใช้ในกิจการเครือข่าย ซี.พี. ให้พนักงาน ทราบความเคลื่อนไหวเป็นระยะๆ

- ระบบงานทั่วไป ; คู่มือ Lotus Note ภาษาไทย เป็นระบบช่วยเหลือในการ ให้ข้อมูลและคำแนะนำในการใช้ Lotus Note ว่าพนักงานสามารถใช้ประโยชน์จากองค์ประกอบ ต่างๆ ของ Lotus Note ได้อย่างไรบ้าง

- ระบบสำนักงานกฎหมาย ; คู่มือการขอใช้บริการ

- ระบบสำนักงานคอมพิวเตอร์ ; Notes Guide เช่น การปรับแต่ง Notes , การค้นหาข้อมูล, การทำงานโดยอัตโนมัติ, ความสามารถในการวินิจฉัย วิเคราะห์ปัญหา, การ เรียกดู web โดยใช้ Notes / ถาม-ตอบคอมพิวเตอร์ (Computer Discussion) ซึ่งพนักงานที่มี ข้อสงสัยเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์สามารถสอบถามและตั้งกระทู้ถาม-ตอบผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ โดยตรงกับสำนักงานคอมพิวเตอร์

- ระบบงานสำนักธุรการ ; แจ้งงานช่าง (ตึก CP Tower) / บันทึกทรายการ รถยนต์ / ระเบียบธุรการ

- ระเบียบสำนักธุรการ ; ประกอบด้วยโครงสร้างการบริหาร ระเบียบงานธุรการ และการประสานงานราชการ / สำนักธุรการ CP TOWER (เช่น งานรักษาความสะอาด, ขอติด โทศัพท์, การใช้บริการห้องประชุม, ระบบป้องกันและระงับอัคคีภัยในสำนักงาน, งานพิธีการต่างๆ ฯลฯ) / สำนักธุรการตรอกจันทร์ / สำนักธุรการวอชิงตัน / สำนักธุรการ CP TOWER 2 / สำนัก ประสานงานราชการ / ฝ่ายรักษาความปลอดภัย

- ข่าวสารไวรัส & Download ; Virus Alert เป็นการให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับไวรัส คอมพิวเตอร์ที่ค้นพบในระบบว่าเป็นชนิดใด ค้นพบเมื่อไหร่ ระดับความรุนแรง รายละเอียดเชิง เทคนิค วิธีการแพร่ระบาด ตลอดจนวิธีกำจัด

4. วารสารบัวบาน เป็นวารสารภายในเครือข่ายเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งนอกจากจะจัดทำเป็น วารสารแจกจ่ายไปยังฝ่าย / แผนกต่างๆ เป็นประจำทุกเดือนแล้ว ยังมีการนำมา Link ไว้บน ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อเพิ่มความสะดวกและสามารถเข้าถึงพนักงานได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น รายละเอียด / คอลัมน์ต่างๆ ที่นำมาลงในระบบ จะเหมือนกับเนื้อหาในวารสาร ได้แก่ ข่าวพาด หั่ว, ข่าวรอง, บทความพิเศษ, ปกิณกะ , Book Corner , มุมพัฒนาองค์กร, สรรสารบนความ อร่อย, บทความวิชาการ ฯลฯ

5. **ประกาศเครือข่าย** เป็นลักษณะการเวียนเอกสารภายในเครือข่าย ที่ผ่านสำนักธุรการกลาง CP Tower ได้แก่ การย้าย ยุบสำนักงาน, แต่งตั้ง โอน ย้ายพนักงาน, วันหยุดประจำปี, มรณกรรม, หนังสือเชิญชวนต่างๆ, หนังสือเพื่อทราบ, หนังสือขอความร่วมมือ, จดหมายข่าว SAP ฯลฯ

6. **Safety World** เป็น Web Page ที่ให้ความรู้แก่พนักงานในเรื่องความปลอดภัย สุขภาพอนามัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดี เช่น ระบบป้องกันอัคคีภัยที่เหมาะสม, จิตสำนึกแห่งความปลอดภัย ฯลฯ

7. **สมุดโทรศัพท์** เป็นการรวบรวมรายชื่อพนักงานในเครือข่าย โดยสำนักธุรการ และนำมา Link ไว้บนระบบเครือข่าย Intranet ทำให้สามารถค้นหาพนักงานของบริษัทในเครือข่ายทั้งหมด ที่ต้องการจะติดต่อได้อย่างรวดเร็ว โดยสามารถค้นหาจากชื่อ-นามสกุล, ชื่อบริษัท, สถานที่ตั้ง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

8. **อัตราแลกเปลี่ยนธนาคารกรุงเทพฯ และผลอัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์** เป็นการให้บริการข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนที่มีการ Update ทุกวัน ทำให้พนักงานสามารถตรวจสอบข้อมูลได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลา

9. **SAP Newsletter** เป็นการรายงานความคืบหน้าของโครงการ SAP ให้พนักงานในเครือข่าย และผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ โดยโครงการนี้เป็นโครงการผู้บริหารระดับสูงของในเครือข่าย ต้องการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SAP) ซึ่งเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระดับโลก ที่นานาประเทศยอมรับ มาใช้ในส่วนธุรกิจของในเครือข่าย เพื่อให้บริษัทเข้าสู่มาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับในตลาดหุ้นมากขึ้น โดยมีการศึกษา package นี้ว่าจะนำมาใช้กับบริษัทของเราอย่างไร และองค์กรต้องปรับเปลี่ยนจุดใดบ้าง นำมารายงานให้พนักงานในเครือข่าย ทราบเป็นระยะๆ

10. **Calendar** พนักงานทุกคนสามารถที่จะกำหนด / เปลี่ยนรายละเอียดในปฏิทินส่วนตัวของเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนได้ เสมือนเป็นเครื่องบอกเวลาและเตือนความจำอัตโนมัติ และยังสามารรถนัดประชุมกับพนักงานท่านอื่นได้ ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต



**11. สำนักที่ปรึกษาทางเศรษฐกิจ** เป็นส่วนที่ให้บริการข้อมูลแก่ผู้บริหาร พนักงานเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจในงานต่างๆ โดยจะมีการ Update ข้อมูลเป็นระยะ เช่น ข้อมูลปศุสัตว์ ประกอบด้วยสถานการณ์และแนวโน้ม, แวดวงปศุสัตว์, กฎ ระเบียบ EU และข้อมูลทางเศรษฐกิจ นโยบายการนำเข้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ตลอดจนการคาดการณ์ต่างๆ

**12. [www.PerfectCompanion.com](http://www.PerfectCompanion.com)** เป็นเว็บไซต์ไทยเพื่อคนรักสัตว์ จัดทำโดยบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทของเครือฯ ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุนัข แมว และสัตว์ต่างๆ และมีการ Link เว็บไซต์กับระบบของเครือฯ เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรทางหนึ่ง

**13. พันธวนิช** เป็นผู้ให้บริการประมูลออนไลน์ และระบบจัดซื้ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นเว็บไซต์ของบริษัทข้างนอกที่มา Link กับระบบของเครือฯ เพื่อประชาสัมพันธ์ [www.pantavanij.com](http://www.pantavanij.com)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นองค์กรธุรกิจภาคเอกชนขนาดใหญ่ ที่มีบริษัทในเครือมากมายที่ดำเนินธุรกิจหลายประเภท มีสายงานสลับซับซ้อนและมีบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่รวมกันเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทางผู้บริหารเครือฯ จึงได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอันทันสมัยมาช่วยในการติดต่อประสานงานของพนักงานภายในเครือฯ ทั้งนี้เพราะเครือข่าย Intranet เป็นระบบการติดต่อสื่อสารที่สำคัญในการเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคลากรภายในองค์กรให้ติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่เป็นสาระประโยชน์ต่อพนักงานในหลายๆ ด้าน อีกทั้งเป็นการเพิ่มคุณภาพของบุคลากรและการบริหารงานในองค์กรได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ดี ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมายังไม่ได้มีการศึกษาถึงการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างจริงจัง ดังนั้น การศึกษาถึง “พฤติกรรม การสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์” จึงเป็นการวิจัยเพื่อจะได้ทราบถึงรูปแบบการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือฯ ในปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในอนาคต นอกจากนี้ ยังอาจเป็นแนวทางในการวางแผนการนำระบบการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มาใช้ในบริษัทหรือหน่วยงานอื่นๆ หรืออาจนำเอารูปแบบการวิจัยและผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการพิจารณาประกอบการวิจัย และการวางแผนการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ต่อไป.

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet กับความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet กับการใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet กับความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์
9. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์

## ปัญหานำในการวิจัย

1. พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นอย่างไร
2. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แก่อะไร
3. ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ หรือไม่
4. พฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ หรือไม่



## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ปัญหา ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากระบบเครือข่าย Intranet ในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ โดยศึกษาเฉพาะพนักงานที่มีการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet เท่านั้น

## นิยามศัพท์

**ระบบเครือข่าย Intranet** หมายถึง ระบบเครือข่ายภายในองค์กรที่นำเทคโนโลยีแบบเปิด Internet มาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยให้การทำงานร่วมกัน (Workgroup) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ โดยจะเป็นการทำงานผ่านเครือข่ายของระบบคอมพิวเตอร์ในองค์กร รวมถึงบริการต่างๆ ในระบบเครือข่ายนี้ทั้งหมด

**พนักงานในกลุ่มเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์** หมายถึง พนักงานที่ได้รับการบรรจุในระดับชั้นต้น ตำแหน่งปฏิบัติการขึ้นไป ทั้งที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่และบริษัทในเครือฯ ตามต่างจังหวัด และมีการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ลักษณะทางประชากร** หมายถึง อายุ เพศ ลักษณะงาน สถานที่ทำงาน (สำนักงานใหญ่ สীลม / สำนักงานต่างจังหวัด) อายุงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet** หมายถึง รูปแบบ / ลักษณะและปริมาณการใช้ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อการติดต่อสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ โดยปริมาณการใช้วัดจาก ความถี่และระยะเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet** หมายถึง ข้อขัดข้องหรือความไม่ราบรื่นที่พบจากการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์

**ความคาดหวังจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet** หมายถึง ระดับการคาดคะเนต่อการใช้ประโยชน์ด้านต่างๆ ที่พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์คาดว่าจะได้รับจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

**การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet** หมายถึง การใช้ประโยชน์ต่างๆ ในระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการในแต่ละด้าน ได้แก่ การใช้ E-Mail ติดต่อสื่อสาร, การถ่ายโอนข้อมูล, การติดตามข้อมูลข่าวสาร / ประกาศของในเครือข่าย , การใช้สมุดโทรศัพท์ในเครือข่าย , อัตราแลกเปลี่ยนธนาคารกรุงเทพ, วารสารบัวบาน, Safety World, SAP Newsletter, Calendar, สำนักที่ปรึกษาทางเศรษฐกิจ, [www.PerfectCompanion.com](http://www.PerfectCompanion.com) และพันธมิตร

**ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet** หมายถึง ระดับของความพึงพอใจที่พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์มีต่อการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet , รูปแบบการให้บริการในด้านต่างๆ , รูปแบบการนำเสนอการใช้ระบบเครือข่าย Intranet

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวคิดและแนวทางสำหรับผู้ผลิตและดูแลระบบเครือข่าย Intranet ในการที่จะพัฒนาและผลิตสื่อชนิดนี้ ให้สอดคล้องกับความต้องการ และลักษณะการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการติดต่อประสานงานภายในองค์กร
2. เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ในปัจจุบัน ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อไป
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาระบบเครือข่าย Intranet ของหน่วยงานอื่น ต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าและรวบรวมทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเสนอเป็นกรอบแนวความคิด หลักการ และเหตุผล สำหรับการทําวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์” ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)
2. ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication)
3. แนวคิดด้านลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics)
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและพฤติกรรมสื่อสาร (Communication and Communication Behaviour)
5. ทฤษฎีและแนวคิดความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)
6. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Theory)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หรือที่เรียกกันว่า “ไอที” มีผู้ให้นิยามไว้อย่างหลากหลาย เช่น หมายถึง “การประสานคอมพิวเตอร์อิเล็กทรอนิกส์โทรคมนาคม และมนุษย์ให้เข้ามาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบหนึ่งที่มีความสมบูรณ์” (กาญจนา แก้วเทพ, 2539 : 91)

หรือ “เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเทคโนโลยีหลายกลุ่มรวมกันเพื่อก่อให้เกิดการติดต่อ เชื่อมโยงหรือการจัดการ การวิเคราะห์ประมวลผล การจัดเก็บและจัดการ การเผยแพร่และการใช้สารสนเทศ (ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ข่าวสารและข้อมูลดิบ จนถึงความรู้วิชาการ) ให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบของสื่อต่างๆ ทั้งเสียง ภาพและตัวอักษร ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์” (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2539 : 19)



แอลวิน ทอฟเลอร์ (Alvin Toffler , 1992) ได้ให้นิยามคำว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ไว้ว่า “การประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจในระบบการสื่อสาร และการใช้คอมพิวเตอร์บนฐานข้อมูลเดียวกัน ในการค้นคว้าหาข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูล และการติดต่อสื่อสารด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง” โดยได้แบ่งยุคของเทคโนโลยีออกเป็น 3 ยุค โดยเปรียบเทียบกับคลื่น 3 ลูกดังนี้ คือ

คลื่นลูกที่ 1 คือ การปฏิวัติเกษตรกรรม การผลิตอยู่ในครอบครัว เป็นกรอบกำหนดพฤติกรรมการผลิตของแรงงาน ตามฤดูกาลธรรมชาติ สถาบันครอบครัวมีบทบาทเด่นในสังคมเป็นตัวกำหนดการทำงาน

คลื่นลูกที่ 2 คือ อารยธรรมยุคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม ชาวไร่ ชาวนากลายสภาพเป็นโรงงาน กระบวนการผลิตแยกออกเป็น ส่วน ๆ คนงานทำงานตามขอบเขตของงานแบบแคบ ๆ ซ้ำแล้วซ้ำเล่า เมื่อขยายงานในสำนักงานก็มีการนำงานจากโรงงานมาใช้ในสำนักงาน แต่ละคนเชื่อว่าได้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด มีการบริหารงานในองค์กรแบบผู้บริหารงานผู้บังคับบัญชา และเป็นระดับขั้นตอน เช่นเดียวกับระบบครอบครัว แต่ครอบครัวมีขนาดเล็กลง

คลื่นลูกที่ 3 คือ อารยธรรมเทคโนโลยีระดับสูง เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายโทรคมนาคมใหม่ ๆ เป็นสิ่งจำเป็นในการก้าวตามเศรษฐกิจ และเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ตัวอย่างการผลิตชิ้นส่วนของรถยนต์ต้นหนึ่ง ส่วนต่าง ๆ ผลิตมาจากแหล่งผลิตต่าง ๆ กันมีลักษณะโลกาภิวัตน์ (Globalization) การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในโลกของเทคโนโลยี (Techno Sphere) ส่งผลกระทบต่อโลกการสื่อสาร (Info Sphere) คือ เครื่องมือสื่อสารใหม่ ๆ ก่อให้เกิดลักษณะที่เรียกว่า แบ่งแยกเฉพาะกลุ่ม (De-massified) ขึ้นในสื่อมวลชน ผู้รับสารสามารถเลือกสื่อที่ตนเองพอใจเป็นช่องทางในการเปิดรับข่าวสารได้มากขึ้น คือ เปลี่ยนจากลักษณะมวลชนมาเป็นลักษณะเฉพาะกลุ่ม

ส่วนสัญลักษณ์ของคลื่นลูกที่ 3 ก็คือ ทางด่วนข้อมูล ซึ่งทำหน้าที่เป็น “ถนน” หรือไฮเวย์ที่ก่อสร้างไว้สำหรับยานพาหนะเพื่อทำหน้าที่ขนถ่ายข้อมูลหลายสิ่ง หรือการส่งผ่านในลักษณะสื่อผสม (Multimedia) เป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ให้มีระบบข่ายงาน (Information Network) เป็นระบบที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ โดยมีการนำโทรศัพท์มาใช้ในการเชื่อมต่อระบบการสื่อสารทางไกล และเป็นการสื่อสารที่ติดต่อถึงกันได้ทั่วโลกด้วยเคเบิลใต้น้ำอีกข่ายหนึ่ง “FLAG” (fiber optic link around the globe) เช่น ระบบ “อินเทอร์เน็ต”

นอกจากนี้ Graham Taylor ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ ว่าหมายถึง แนวความคิด ระบบ วิธี เครื่องมือ เครื่องใช้ทางการสื่อสาร หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเก็บ ประมวลผล คำนวณ และเผยแพร่สารสนเทศ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ ระบบสื่อสารข้อมูล และ โทรคมนาคม รวมทั้ง การประยุกต์ใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์สารสนเทศเหล่านั้นในงานสารสนเทศ หรืองานบริการด้านอื่นๆ ซึ่งอาจจะแบ่งออกไปเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computer Technology) หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์ ทั้งไมโครคอมพิวเตอร์ มินิคอมพิวเตอร์ และเวิร์คสเตชัน ในการรับข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การบันทึกข้อมูลจากภายนอกและมีการแปลงเป็นสารสนเทศ โดยผ่าน Input Devices ต่างๆ ได้แก่ แป้นพิมพ์ (Keyboard) ดิจิไทเซอร์ (Digitizer) สแกนเนอร์ (Scanner) กล้องถ่ายภาพดิจิทัล (Digital Photo) เครื่องถ่ายสไลด์ดิจิทัล (Slide Maker) ดิจิตอลเซนเซอร์ (Digital Sensor) ผ่านเครื่องพิมพ์แบบต่างๆ หรือจอภาพ LCD (Color Liquid Crystal Display Screen) หรือ HDTV (High-Definition TV) และเครื่องพลอตภาพ (Plotter) เป็นต้น

2. เทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารคมนาคม (Telecommunication Technology) หมายถึง เครื่องมือเพื่อการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ ได้แก่ โทรศัพท์ธรรมดา โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเซลลูลาร์ (Cellular Mobile Telephone) โทรศัพท์เคลื่อนที่ดิจิทัล (Digital Mobile Telephone) วิทยุโทรศัพท์ (Mobile Radio / WalkyTalky Mobile Radio) วิทยุติดตามตัว (Pager) เครื่องโทรสาร (Fascimile Machine / Fax) เครื่องโทรพิมพ์ / เทเลกซ์ (Teletype / Telex) เครื่องโทรภาพ 3. เทคโนโลยีระบบสื่อสาร (Communication System Technology) หมายถึง ระบบการสื่อสาร และ/หรือข่ายที่เป็นส่วนเชื่อมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบข้อมูลดิจิทัล เช่น เครือข่ายโทรศัพท์ดิจิทัล เครือข่ายประมวลผลร่วม (ISDN-Integrated Service Digital Network) ระบบสื่อสารเคเบิลใยแก้ว (Fiber Optic System) แฟกซ์โมเด็ม (Fax/Modem) รวมถึงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบแลน (LAN-Local Area Network) ระบบWAN (Wide Area Network) เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากคำนิยามต่างๆ ข้างต้น จึงอาจสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการดำเนินงานต่างๆ เพื่อจัดทำสารสนเทศไว้ใช้งาน ซึ่งจะประกอบด้วย เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีโทรคมนาคม เป็นหลัก และยังรวมถึงเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลข่าวสารมาใช้ให้เกิดประโยชน์



ครรรชิต มาลัยวงศ์ (2537: 20-22) ได้สรุปลักษณะสำคัญที่ทำให้เทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างจากเทคโนโลยีอื่นๆ ไว้ 4 ประการ ดังนี้ คือ

1. เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายสูง เพราะต้องใช้อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ที่ก้าวหน้าและราคาแพง เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สำนักงานอัตโนมัติ และอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องใช้นักบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมากกว่าระดับพนักงานทั่วไป จึงทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างบุคลากรเหล่านี้มาปฏิบัติงานสูงขึ้น

2. เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญระดับวิกฤติต่อหน่วยงานต่างๆ ทั้งของราชการและเอกชน กล่าวคือ เทคโนโลยีสารสนเทศจะสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศได้ เช่น บริษัทอุตสาหกรรมอาจใช้คอมพิวเตอร์ออกแบบผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็วขึ้น ทำให้เสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งกว่าคู่แข่ง หน่วยงานราชการสามารถบันทึกข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการค้าและเศรษฐกิจเพื่อควบคุมจัดการหรือวางนโยบายแก้ไขป้องกันวิกฤตการณ์ด้านเศรษฐกิจได้ทันท่วงที

3. เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอาวุธด้านกลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัทและหน่วยงานต่างๆ อันได้แก่ การชั่งชั่งความได้เปรียบในการแข่งขัน การเพิ่มผลผลิตและสมรรถนะในการทำงาน การค้นหาแนวทางใหม่ๆ ในการบริหารจัดการและการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ

4. เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลกระทบต่อการบริหารจัดการทุกระดับ เช่น การขยายตัวของการใช้คอมพิวเตอร์อย่างกว้างขวาง นับตั้งแต่พนักงานขาย เสมียน เลขานุการ หัวหน้าแผนกไปจนถึงประธานบริษัท

ในส่วนของการสื่อสารหรือสารสนเทศ ซึ่งหมายถึง ความรู้ที่ตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นจริงนั้น แอล เอช ฮาร์ม (L.H.Harms ,1980) ได้จำแนกระเบียบของข่าวสารไว้ 5 ยุคด้วยกัน คือ

1. ยุคก่อนการสนทนา (Pre-Conversation Order) เริ่มตั้งแต่ 4 ล้านปีก่อนคริสตกาล ถึง 500,000 ปีก่อนคริสตกาล การสื่อสารในยุคนี้เป็นยุคของการพัฒนาไกลต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการพูดคุยสนทนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของสมองและหลอดเลือด พร้อมทั้งระบบการควบคุมประสาทส่วนกลางที่ใช้ในการออกเสียง รวมถึงการพัฒนาไกลในการรับฟัง

2. ยุคการสนทนา (Conversation Order) เริ่มตั้งแต่ 500,000 ปีก่อนคริสตกาล จนถึง 3,000 ปีก่อนคริสตกาล ในยุคนี้ มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารโต้ตอบกันด้วยวาจาระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคลเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ร่วมมือกันทำกิจกรรม และมีการตกลงร่วมกัน มนุษย์ยุคนี้มีความฉลาดเพิ่มขึ้น ข่าวสารที่เกิดขึ้นจะเป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างข่าวสารใหม่ ๆ ต่อไป

3. ยุคการรู้หนังสือ (Literacy Order) เริ่มตั้งแต่ 3,000 ปีก่อนคริสตกาล จนถึง คริสต์ศักราช 1870 ยุคนี้มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ เป็นยุคการจัดระเบียบในยุคสื่อสารมวลชน มีการสื่อสารทั้งวัจนภาษา และอวัจนภาษา คือ ทั้งคำพูดและท่าทาง การรู้หนังสือ เกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนวิธีการผลิตที่สำคัญ นั่นคือ เปลี่ยนจากการล่าสัตว์มาเป็นการทำกสิกรรม ผลผลิตจากการทำกสิกรรม ทำให้เกิดกิจกรรมทางการค้าขายอย่างมีระเบียบ ซึ่งนำมาสู่ สังคมเมือง จะเห็นได้ว่า การรู้หนังสือกับสังคมเมืองเป็นสิ่งคู่กัน การรู้หนังสือเป็นปัจจัยพื้นฐานของการสื่อสารทางเดียว ซึ่งจะกลายมาเป็นรากฐานของการจัดระเบียบในยุคสื่อสารมวลชน

4. ยุคการสื่อสารมวลชน (Mass Media Order) เริ่มตั้งแต่คริสตศักราช 1870 จนถึงคริสตศักราช 1970 เป็นยุคที่การสื่อสารเป็นไปในลักษณะการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยัง ผู้รับจำนวนมากทั่วประเทศ กิจกรรมส่วนใหญ่จะมุ่งพัฒนาประเทศและควบคุมพฤติกรรมของ สังคม การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารจะติดต่อระหว่างเมืองใหญ่ ๆ ที่สำคัญของประเทศ และจาก เมืองใหญ่สู่เมืองเล็กและสู่ชนบท ปฏิกริยาย้อนกลับ (Feedback) ของผู้รับสารเป็นไปอย่าง ค่อนข้างช้า และผู้ส่งสารเองก็มักไม่ค่อยสนใจปฏิกริยาย้อนกลับเหล่านี้ ดังนั้น จึงอาจถือได้ว่าการ สื่อสารมวลชนเป็นลักษณะการสื่อสารทางเดียว

5. ยุคการจัดระเบียบใหม่ทางการสื่อสาร (New Communication Order) เริ่ม ตั้งแต่คริสตศักราช 1970 จนถึงคริสตศักราช 2020 เกิดการสื่อสาร 2 ทาง นั่นคือ เกิดการโต้ตอบ ซึ่งกันและกันและการเข้ามามีส่วนร่วม โดยขอบเขตการสื่อสารจะแพร่กระจายครอบคลุมไปทั่วโลก ชาวโลกมีสิทธิ์ที่จะใช้ทรัพยากรเหล่านั้น สื่อสารโต้ตอบกันได้และเปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วม (Participation) เรียกยุคนี้ว่า “ยุคสังคมข่าวสาร” (Information Society) มนุษย์เปลี่ยนจากมนุษย์ เศรษฐกิจ (Homo Economics) เป็นมนุษย์สื่อสาร (Homo Information) ข่าวสารกลายมาเป็น สินค้าที่มีการผลิตจำหน่ายเพื่อสนองตอบความต้องการของมนุษย์เช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป ข่าวสารจะไหลสู่บุคคลโดยผ่านเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่หลากหลายชนิด มนุษย์จึงพยายาม ปรับตัวให้ทันความก้าวหน้าอยู่เสมอ ถ้าหากช้าไปก็ตามไม่ทันและไม่เข้าใจเหตุการณ์ภายนอกที่ เกิดขึ้นในช่วงต่อมา

จากแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศข้างต้นนี้ สรุปได้ว่า นับวัน เทคโนโลยีสารสนเทศก็ยิ่งเข้ามามีบทบาทและอิทธิพลสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์เกือบทุกหนแห่งทั่วโลก โดยจะครอบคลุมถึงการดำเนินกิจการแทบทุกแขนง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของธุรกิจ ภาคเอกชน หรือหน่วยงานภาครัฐ เรื่องการเมือง ศาสนา สังคม สาธารณสุข เศรษฐกิจหรือบันเทิง ทั้งนี้เพราะเทคโนโลยีสารสนเทศได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่าเป็นเครื่องมือที่ทรงประสิทธิภาพในการพัฒนาประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนคุณภาพชีวิตของประชาชน

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเทคโนโลยีสารสนเทศอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานธุรกิจไทย และมีแนวโน้มการใช้ที่ขยายตัวมากขึ้นในอนาคต นั่นคือ ระบบอินทราเน็ต (Intranet) ซึ่งเป็นการนำลักษณะเด่นของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่มีการติดต่อสื่อสารกันทั่วโลก มาจำลองให้กลายเป็นระบบเครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet) เพื่อใช้ติดต่อสื่อสารเฉพาะในหน่วยงานองค์กร ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารและการใช้ทรัพยากรกระดาษ รวมถึงเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการรับ-ส่ง-กระจายข้อมูลอีกด้วย

## 2. ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication)

เกอร์ และฮิลซ์ (Elaine B. Kerr and Starr Roxanne Hiltz, 1982) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ไว้ว่า

1. ปัจจัยสำคัญในกระบวนการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ได้แก่ ซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ในการควบคุมระบบการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ต้องสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ เช่น ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล การประมวลผลและความสามารถในการโต้ตอบ นอกจากนี้ผู้วางระบบได้กำหนดให้คุณสมบัติในการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้านการแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ (Feed Back) ในรูปของข้อความ (Text Base Communication) เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน

2. ผลกระทบที่เกิดจากการใช้คอมพิวเตอร์ในระบบการสื่อสาร ต่อพฤติกรรมของบุคคลเป็นการเข้าไปเกี่ยวข้องกับคุณภาพของชีวิตการทำงานและการตัดสินใจ การเพิ่มโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินชีวิต เช่น การมีเวลาว่างมากขึ้น หรือมีทางเลือกและเวลาในการสื่อสารเพิ่ม

มากขึ้น เพลิดเพลินกับการทำงานมากขึ้น ประหยัดเวลาในการเดินทาง เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็อาจก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านของกิจกรรมยามว่าง หรืองานอดิเรก เปลี่ยนแปลงวิธีการจัดข้อมูลจากเดิมที่เป็นเอกสารจำนวนมาก ส่วนผลกระทบต่อพฤติกรรมของกลุ่ม ได้แก่ การเพิ่มความต่อเนื่องในการเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการธรรมชาติของโครงสร้างทางสังคม เช่น การเพิ่มการสื่อสารในกลุ่มในลักษณะที่ไม่เป็นทางการให้มากขึ้น การกระจายการสื่อสารออกไปได้ การสามารถขยายขนาดของกลุ่มให้ใหญ่ขึ้น เป็นต้นกระบวนการในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication : CMC) ซึ่งเป็นการใช้ E-mail และ Computer Conferencing พร้อม ๆ กันในเวลาเดียวกัน หรือ ใช้อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งผู้ส่งสารจะทำการเข้ารหัสสาร (Encoding) ในรูปของข้อความ (Text) ส่งผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร โดยผ่านเครื่องรับสัญญาณ (Communication Research Vol. 19 No. 1 February 1992 p.52) ซึ่งในยุคเริ่มแรกของการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์จะเป็นการสื่อสารกับด้วยข้อความ (Text) โดยปราศจากภาพ เสียง หรือภาพเคลื่อนไหวอย่างในปัจจุบัน จากจุดนี้เมื่อ World Wide Web ได้ถูกค้นขึ้นทำให้สามารถใช้คอมพิวเตอร์เครือข่ายในการสื่อสารได้ทั้งข้อความ ภาพ เสียง แม้แต่ ภาพเคลื่อนไหว และพัฒนาไปสู่ความเป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์โดยการใช้กระบวนการสื่อสารในลักษณะโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

#### คุณลักษณะของการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต

โรนัลด์ ไรซ์ (Ronald Rice, 1989 : p. 439) ได้วิเคราะห์ถึงศักยภาพของการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ โดยเปรียบจากคุณสมบัติในการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์และข้อจำกัด (Freedom of constraints) เช่น การกำหนดสถานะของผู้ส่งสาร การผูกขาดความเป็นเจ้าของสื่อ การไม่สามารถเลือกกลุ่มผู้รับเฉพาะเป้าหมายได้ การกำหนดช่วงเวลาในการรับข่าวสาร หรือการไม่สามารถเรียกคืนข้อมูลได้ เป็นต้น
2. ขอบเขตการสื่อสาร (Mode or technical band width) หมายถึง ระยะเวลาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือเนื้อหาที่สามารถนำเสนอให้หลายลักษณะทั้งที่เป็นคำพูด สัญลักษณ์หรือเสียง

3. การสนองตอบและปฏิสัมพันธ์ (Feedback and interactivity) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเกิดขึ้นได้โดยสะดวกและในระยะเวลาอันรวดเร็ว

4. การติดต่ออย่างเป็นเครือข่าย (Network flows) ซึ่งมีผลต่อการกระจายตัวรวมทั้งการเข้าถึงสื่อและข้อมูลที่มีการเชื่อมโยงกัน

จากศักยภาพดังกล่าวเราอาจพิจารณาเปรียบเทียบการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์กับสื่อระหว่างบุคคลที่แม้ว่าจะมีศักยภาพในการสนองตอบและปฏิสัมพันธ์ได้ในเวลาอันรวดเร็ว แต่สื่อระหว่างบุคคลดังกล่าวยังคงมีข้อจำกัดในเรื่องการกำหนดเวลาในการสื่อสารที่ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารจะต้องอยู่ร่วมกันในเวลาเดียวกัน รวมทั้งการกระจายตัวของข้อมูลและการเชื่อมโยงกับเครือข่ายข้อมูลอื่น ๆ ก็ไม่อาจทำได้ง่ายด้าย หรืออาจเกิดความผิดพลาดทางการสื่อสารได้ง่าย เมื่อเปรียบเทียบกับการสื่อสารแบบมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นั้น แม้ว่าจะมีความคล่องตัวและเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์และข้อจำกัดทางการสื่อสารมากกว่าสื่อระหว่างบุคคล แต่หนังสือพิมพ์ก็ยังคงมีจำกัดทางด้านการสนองตอบและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นอกจากนี้ ขอบเขตการสื่อสารยังคงจำกัดอยู่แค่การสื่อสารที่เป็นตัวหนังสือ หรือรูปภาพ เท่านั้น หากพิจารณาถึงภาพรวมของศักยภาพที่มีอยู่ของการสื่อสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์แล้ว จะเห็นว่าการสื่อสารในรูปแบบใหม่นี้เป็นเสมือนการหลอมรวมของลักษณะที่เป็นคุณของการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน

สำหรับการสื่อสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในขณะนี้ ได้แก่ “อินเทอร์เน็ต” (Internet) ซึ่งเป็นเครือข่ายข้อมูลข่าวสารระดับโลก ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถท่องเที่ยวในโลกของข้อมูลข่าวสารจากแหล่งหนึ่ง และสามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งอื่นๆ ได้อย่างไม่จำกัดแหล่งข้อมูล ซึ่งเป็นข้อแตกต่างจากสื่อประเภทอื่นๆ อีกประการหนึ่ง นอกเหนือจากความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์

จอห์น ดีเซมเบอร์ (John December, 1996: P.22) ได้แบ่งลักษณะและรูปแบบการสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ตเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

- การสื่อสารจากจุดหนึ่งไปสู่อีกจุดหนึ่ง (Point to point) เป็นการสื่อสารข้อมูลส่วนบุคคลจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail) เป็นต้น



- การสื่อสารจากจุดหนึ่งไปสู่หลาย ๆ จุด (Point to multipoint) คือ การสื่อสารของบุคคลหนึ่งไปสู่กลุ่มผู้รับที่เฉพาะเจาะจง
- การสื่อสารจากจุดหนึ่งไปสู่ศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการแบบทั่วไป (Point to server broadcast) คือ การสื่อสารข้อมูลของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งที่ส่งไปศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการแบบทั่วไปโดยผู้รับสารเป็นใครก็ได้ เช่น การสนทนาบนอินเทอร์เน็ต (Internet relay chat) หรือเครือข่ายผู้ใช้ข่าวสาร (Usenet news) หรือ ระบบกระดานข่าวคอมพิวเตอร์ (Computer bulletin board system-CBBS) เป็นต้น
- การสื่อสารจากจุดศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการเฉพาะกลุ่ม (Point to server narrowcast) คือการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการโดยที่ผู้รับจะต้องเป็นกลุ่มเฉพาะที่อาจเป็นสมาชิก หรือลงทะเบียนได้ และการเข้าถึงข้อมูลนี้จะต้องใช้การใส่ชื่อและรหัสผ่านด้วย)
- การสื่อสารจากศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการแบบทั่วไป (Server broadcast) คือ การเรียกใช้ หรือค้นหาข้อมูลที่เก็บไว้โดยศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการ ซึ่งผู้ที่สร้างหรือจัดการข้อมูลเหล่านี้อาจเป็นกลุ่มองค์กร หรือบุคคลผู้มีศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการ เช่น แหล่งข่าวสารบนเครือข่าย (Web site)
- การสื่อสารจากศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการแบบเฉพาะกลุ่ม (server narrowcast) คือ การสื่อสารข้อมูลโดยผ่านศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการที่ผู้รับที่จะสามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ได้ จะต้องเป็นกลุ่มที่ถูกคัดเลือกโดยเฉพาะ เช่น เป็นลูกค้าในระบบรับข่าวสารผ่านสาร (Online News) เป็นต้น

คุณลักษณะพิเศษที่เห็นได้ชัดเจนของการสื่อสารอินเทอร์เน็ต คือ ความสามารถในการลดข้อจำกัดเรื่องเวลาและระยะทางในการสื่อสาร (time and space) ออกไปได้อย่างสิ้นเชิง เพราะไม่ว่าผู้ส่งสารหรือผู้รับสารจะอยู่บริเวณซีกโลกใด ๆ ของโลกต่างก็สามารถสื่อสารถึงกันได้ เมื่อเข้าไปอยู่ในการสื่อสารอินเทอร์เน็ต และในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ (User) สามารถที่จะควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปิดรับหรือเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่เห็นว่ามีไม่น่าสนใจได้อย่างสะดวก นอกจากนั้น บรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ด้วยตนเองและกระบวนการเรียกและค้นหาข้อมูลข่าวสารแบบ Non-Linear ทำให้ไม่มีขีดจำกัดในการเลือกเปิดรับข่าวสาร รวมทั้งสามารถควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปิดรับได้มากกว่าสื่ออื่นๆ ในปัจจุบัน ผู้รับสารจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารตามความพอใจของตน (Information on Demand) เมื่อผู้รับสารมีความสนใจเป็นพิเศษต่อข้อมูลข่าวสารก็จะมีปฏิสัมพันธ์ (Interact) เพื่อติดต่อกับผู้

ส่งสาร เพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็นโดยการใช้อีเมลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ได้อีกด้วย

ฮอฟฟ์แมนและโนวาก (Donna L. Hoffman and Thomas P. Novak, 1995) พบว่าอินเทอร์เน็ตมีคุณลักษณะของการสื่อสารแบบการแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ (Information Pull) ซึ่งต่างจากสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ ที่เป็นการสื่อสารแบบผลักดันข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชน (Information Push) ซึ่งทำให้การบริโภคข้อมูลข่าวสารของสื่อทั้ง 2 ประเภทมีความแตกต่างกัน เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ใช้งานมากกว่าจะเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ส่งสาร ในบางครั้งผู้รับสารจากสื่อสารมวลชนไม่ได้ถูกจำกัดเหมือนอินเทอร์เน็ต การควบคุมกระบวนการสื่อสารที่เปลี่ยนจากผู้ส่งสารไปเป็นผู้รับสารมีแนวโน้มที่สื่อจะแยกย่อยมากขึ้น (Fragmentation) มีความหลากหลาย (Diversity) และมีลักษณะแตกต่างกันมากยิ่งขึ้น (Heterogenization)

จากแนวความคิดของระบบอินเทอร์เน็ตในการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์หลากหลายชนิดจากทุกมุมโลกเข้าไว้ด้วยกัน รวมทั้งการที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลจากแหล่งกำเนิดการมีบริการที่เป็นประโยชน์และความสามารถในการแสดงผลได้ตามที่ตัวเองต้องการนี้เอง ทำให้เกิดแนวคิดในการนำเทคโนโลยีของระบบดังกล่าวมาใช้ในงานในหน่วยงานหรือองค์กรขึ้น และนี่คือที่มาของระบบเครือข่ายที่ชื่อว่า “อินทราเน็ต” (Intranet)

อินทราเน็ตไม่ใช่แนวคิดที่แปลกใหม่มากนัก แต่เป็นการนำเทคโนโลยีของระบบอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการยอมรับและเป็นมาตรฐานในการเชื่อมโยงระบบคอมพิวเตอร์ต่างๆ ทั่วโลกเข้าด้วยกันมาประยุกต์ใช้ในองค์กรหรือหน่วยงาน โดยที่จะมีลักษณะการทำงานคล้ายกันเพียงแต่ว่าอินทราเน็ตจะเป็นระบบอินเทอร์เน็ตที่ใช้ภายในแต่ละองค์กร หน่วยงาน โดยมีประสิทธิภาพในการรองรับซอฟต์แวร์ , ฮาร์ดแวร์ และการจัดการกับระบบเครือข่ายที่เหมาะสมกับระบบอินทราเน็ตอีกด้วย โดยที่สามารถเรียกได้ว่าอินทราเน็ตนั้น เป็นระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร เมื่อมีการนำระบบอินทราเน็ตมาใช้ในการสื่อสารในองค์กรธุรกิจต่างๆ ก่อให้เกิดเป็นกระบวนการสื่อสารแบบสองทางที่โต้ตอบกันได้ทันที (Interactive) และแบบหลายสื่อ (Multimedia) ทำให้รูปแบบการสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และด้วยความสามารถของระบบที่สามารถเชื่อมต่อระบบกับคอมพิวเตอร์ทุกชนิด ทำให้การขยายตัวของการใช้ระบบนี้เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ (เวรดี คงสุภาพ , 2539) ระบบอินทราเน็ตทำให้การทำงานภายในองค์กรธุรกิจเป็นเรื่องง่ายตายขึ้น และเป็นการ Re-Engineering วิธดำเนินการทางธุรกิจอีกรูปแบบหนึ่งด้วย ซึ่งทุกๆ องค์กรจำเป็นต้องหันมาใช้ เพื่อ

ทำให้ศักยภาพของบริษัท องค์กรของตนเพิ่มพูนกว่านี้ อันจะทำให้อยู่ในตำแหน่งที่แข่งขันได้ดียิ่งขึ้น ข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรจะถูกประมวลผลบ่อยครั้งขึ้น แม้ว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ และการดำเนินทางธุรกิจรูปแบบที่เปลี่ยนไปนี้ มักต้องการให้มีการอบรมภายในองค์กรอยู่เสมอๆ จะต้องข้องเกี่ยวกับงานหลายๆ ฝ่ายและเสียเวลาในการจัดการไปพอสมควร แต่ผลตอบแทนที่ได้รับก็คุ้มค่าและทำให้องค์กรดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (it.week ฉบับที่ 76 , 24) หน่วยงานองค์กรที่นำเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบอินทราเน็ตมาใช้ จะสามารถประหยัดเงินได้เป็นอย่างมากในด้านต่างๆ เพราะสามารถช่วยให้บุคลากรในหน่วยงานนั้นสามารถเข้าถึงสารสนเทศภายในหน่วยงานและทั่วโลกได้อย่างกว้างขวางและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

### 3. แนวคิดด้านลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics)

แนวคิดด้านลักษณะทางประชากรนี้ เป็นแนวทฤษฎีที่เชื่อในหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ เชื่อว่าคนเราทำพฤติกรรมต่างๆ ตามแรงผลักดันจากภายนอก (Exogeneous Factors) และพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางไว้ เช่น คนรุ่นไหนควรจะทำพฤติกรรมอย่างไร และสังคมต่างๆ ไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้สื่อและรับสาร ซึ่งเป็นพฤติกรรมทางสังคมอย่างหนึ่งก็เป็นไปตามหลักดังกล่าวด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 302)

เบเรลสัน และสไตเนอร์ (Berelson and Steiner, 1964) ได้แสดงความเห็นว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะดูและฟังการสื่อสารที่สอดคล้องกับกรอบอ้างอิงทางความคิดของเขา ซึ่งกรอบอ้างอิงทางความคิดนี้ หมายรวมถึง บทบาททางเพศ การศึกษา ความสนใจ และความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ สถานภาพทางสังคมและอื่นๆ ที่เป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญของบุคคล โดยกรอบอ้างอิงทางความคิดเหล่านี้ ทำให้เกิดความแตกต่างกันเรื่องของความรู้ ความคิด ความเชื่อทัศนคติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของคน

ตัวแปรทางด้านลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่นิยมนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อ มีดังต่อไปนี้



1. เพศ (Sex) จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่อง แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมการสื่อสารของหญิงและชายต่างกันด้วย โดยผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หยั่งถึงจิตใจคนได้ดีกว่าและถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง และจะจดจำข่าวสารได้มากกว่า ดังนั้น ความแตกต่างทางเพศจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร และความต้องการในการรับข่าวสารแตกต่างกัน

นอกจากนี้ งานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ยังชี้ให้เห็นว่า ผู้หญิงมักจะถูกโน้มน้าวใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย และมักเผยแพร่ความคิดเห็นที่ได้รับการจูงใจนั้นให้ผู้อื่นต่อไปอีกด้วย นอกจากนี้ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ (Age) โดยทั่วไปบุคคลที่มีอายุมาก จะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น ในประเด็นนี้ กาญจนา แก้วเทพ ได้อธิบายว่า ปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนไป เนื่องจากในแต่ละช่วงชีวิต คนเราจะเปลี่ยนสถานที่ที่ใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ เช่น เด็กเล็กต้องอยู่ในบ้าน วัยรุ่นอยู่กับกลุ่มเพื่อนหรือในโรงเรียน ผู้ใหญ่อยู่นอกบ้านหรือที่ทำงาน เป็นต้น แบบแผนการใช้เวลาเปลี่ยนไป เช่น เด็กเล็กจะเล่นและว่างเป็นหลัก ในขณะที่ผู้ใหญ่จะทำงานและมีเวลาว่างเป็นส่วนน้อย นอกจากนี้ลักษณะของกิจกรรมที่ทำและกลุ่มบุคคลที่แวดล้อมก็จะเปลี่ยนไป การเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรชีวิต (Life Cycle) ดังกล่าว จึงมีผลต่อปริมาณการใช้สื่อ เช่น (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 303)

- เด็กเล็กจะใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่ และใช้เพื่อความบันเทิง
- วัยรุ่นจะใช้สื่อนอกบ้านและใช้สื่อพร้อมกลุ่ม และใช้สื่อเพื่อความบันเทิง
- ผู้ใหญ่จะใช้สื่อทั้งในและนอกบ้าน แต่จะมีเป้าหมายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการใช้งานมากกว่า
- คนชราจะหันมาใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่อีกครั้ง แต่จะใช้เพื่อฆ่าเวลาหรือเป็นเพื่อนเป็นหลัก

นอกจากนี้ อายุจะเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย โดยพบว่าเมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง รวมถึงคนที่มียุวัยต่างกัน มักจะมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน, การรักษาพยาบาล ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจสนใจในเรื่องการศึกษาและความเสมอภาคในสังคม เป็นต้น

**3. การศึกษา (Education)** นักวิชาการสื่อสารพบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับสารและการใช้สื่อ การศึกษาของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป โดยคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาและสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป โดยคนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายๆ เรื่อง, มีความเข้าใจศัพท์มาก และสามารถเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานและเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีการศึกษาสูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ, โทรทัศน์และภาพยนตร์

**4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status)** โดยดูจากรายได้ อาชีพ ความเป็นอยู่ เชื้อชาติ ภูมิภาคของครอบครัว เป็นต้น โดยสิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยมและเป้าหมายที่แตกต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลายถือว่าครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคล และมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล ดังนั้น คนที่มีพื้นฐานครอบครัวต่างกัน ย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน

ตัวแปรรายได้จัดได้ว่าเป็นตัวแปรสำคัญอีกประการที่กำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนความต้องการของบุคคล ดังนั้น การศึกษาวิจัยที่ใช้แนวทฤษฎีประชากรศาสตร์ จึงมักมีตัวแปรรายได้ของบุคคลรวมอยู่ด้วยเสมอ เพื่อช่วยให้มองเห็นความสำคัญของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และพฤติกรรมของบุคคลชัดเจนขึ้น จากงานวิจัยพบว่า คนที่มีฐานะดี หรือมี

รายได้สูง อาศัยอยู่ในเมือง มีโอกาสที่จะเลือกใช้สื่อได้หลากหลายประเภทกว่าและบ่อยครั้งกว่า โดยเฉพาะสื่อที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้ นอกจากนี้คนที่มีฐานะดีมักมีการใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารเรื่องราวที่หนัก เช่น อ่านบทบรรณาธิการ, ติดตามข่าวสารเรื่องการเมือง, ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ(2534:70-71) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า รายได้เป็นตัวแปรที่สามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลได้ดีเช่นเดียวกับกรณีตัวแปรการศึกษา เพราะเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกันและมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก กล่าวคือ ผู้มีรายได้สูงนั้น มักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับสื่อจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มอื่น

โดยสรุปแล้ว แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เป็นแนวคิดที่พยายามชี้ให้เห็นประเด็นความแตกต่างในด้านคุณสมบัติทางประชากรระหว่างบุคคล ซึ่งมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป นั่นคือ มองว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน ก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรทางประชากรศาสตร์ที่จะนำมาศึกษา คือ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ตำแหน่ง ลักษณะการใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

#### 4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและพฤติกรรมการสื่อสาร (Communication and Communication Behaviour)

การให้คำจำกัดความของคำว่า “การสื่อสาร” นั้นมีนักวิชาการและผู้รู้จำนวนมากได้ให้คำนิยามแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

อริสโตเติล (Aristotle) ได้ให้คำจำกัดความของการศึกษาวิชาวาทศิลป์ (rhetoric) หรือการสื่อสาร (communication) ว่าเป็น การแสวงหา “วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ”

ยอร์ช เอ มิลเลอร์ (George A. Miller) กล่าวว่า “การสื่อสาร หมายถึงการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง”

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ส และเอฟ ฟลอยด์ ชูเมเกอร์ (Everett M.Rogers and F.Floyd Shoemaker) เห็นว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร”

วิลเบอร์ แชรรมม์ (Schramm, 1974 : 13) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (informational signs)”

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1965 : 129) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือรูปแบบหนึ่งของการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างบุคคล ซึ่งหากจะกล่าวในเชิงโวหารแล้ว การแลกเปลี่ยนนั้นอาจทำให้บุคคลสามารถเข้าถึงจิตใจของผู้อื่นได้”

ปรมะ สตะเวทิน (2537 : 12) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)”

เกศินี จุฑาวิจิตร (2542 : 4) กล่าวว่า “การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

จากนิยามของนักการสื่อสารหลายท่าน ข้างต้นนั้น เราจะเห็นได้ว่าสิ่งหนึ่งที่มีความหมายเหล่านี้มีอยู่ร่วมกัน ก็คือ การสื่อสารของมนุษย์ตั้งอยู่บนหลักของความสัมพันธ์ (relationship) กล่าวคือ ในการสื่อสารนั้นจะต้องมีผู้เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย ฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร อีกฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ทั้งสองฝ่ายมีความเกี่ยวพัน (สัมพันธ์) กัน กระบวนการสื่อสารจึงจะเกิดขึ้นได้ เราจึงพอสรุปได้ว่า

“การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel)”

### ● ความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญในชีวิตมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ ที่เป็นสิ่งจำเป็นอันได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค เพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่นั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของมนุษย์ ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อน และประกอบไปด้วยผู้คนจำนวนมากเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมที่นำมาซึ่งความสับสน ก่อให้เกิดความไม่เข้าใจแก่สมาชิกของสังคม ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ปรมะ สตะเวทิน , 2526 : 1-7)

## การสื่อสารมีความสำคัญต่อมนุษย์ 5 ประการ คือ

1. ความสำคัญต่อความเป็นสังคม การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่ทำให้มนุษย์รวมกันเป็นสังคม เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน เพื่อสร้างกฎเกณฑ์ของสังคม และพฤติกรรมของสมาชิกของสังคม อันจะทำให้อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข
2. ความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน ตลอดเวลาตั้งแต่เราตื่นนอน เราทำการสื่อสารเป็นประจำ ทั้งในฐานะผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ทั้งในการทำงาน การสมาคมติดต่อกับบุคคลอื่น และการพักผ่อน
3. ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ เช่น ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้า และบุคคลกลุ่มต่างๆ ใช้ในการโฆษณา ชักจูงใจผู้บริโภค และใช้การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ในการบริหารงาน และปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ
4. ความสำคัญต่อการปกครอง ในการดำเนินการปกครองนั้น รัฐบาลจะต้องเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และได้รับความร่วมมือจากประชาชน รวมทั้งตรวจสอบประชามติเพื่อให้ทราบความรู้สึกนึกคิดของประชาชน
5. ความสำคัญต่อการเมืองระหว่างประเทศ สังคมโลกปัจจุบันเป็นสังคมระหว่างประเทศ แต่ละประเทศจำเป็นต้องหาการสนับสนุนทางด้านการเมืองจากประเทศอื่น ซึ่งทำให้จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ

### ● องค์ประกอบของการสื่อสาร

1) **ผู้ส่งสาร (Sender)** หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสาร ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสารและวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้น ผู้ส่งสารอาจเป็นคนๆ เดียว คนหลายคน เช่น กลุ่มนักเรียน กลุ่มผู้ประท้วง หรืออาจเป็นสถาบัน เช่น พรรคการเมือง บริษัท รัฐบาล หน่วยงานราชการก็ได้ (ระวีวรรณ ประกอบผล ,2529 : 144)

ผู้ส่งสารไม่ว่าจะในการสื่อสารประเภทหรือระดับใดก็ตาม ย่อมต้องมีหน้าที่และบทบาทในการสื่อสารที่สำคัญ ได้แก่ การมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่แจ่มชัด การเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเพียงพอในเนื้อหาของเรื่องราวที่ตนจะต้องสื่อสารกับผู้อื่น และการเป็นผู้มีความพยายามที่จะเข้าใจความสามารถและความพร้อมในการรับสารของผู้ที่ตนสื่อสารด้วย ตลอดจนการเป็นผู้รู้จักเลือกใช้วิธีการในการสื่อสารให้เหมาะสมกับเรื่อง โอกาส และผู้รับสารของตน



ตามแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo, 1960) นั้น ผู้ส่งสารก็คือบุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสาร ทำหน้าที่ในการเข้ารหัสสาร ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่ในการสื่อสารได้ดีหรือไม่เพียงไรนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติในด้านต่างๆ 5 ประการ คือ

**1. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills)** ได้แก่ ความสามารถในการพูด การเขียน การฟัง การอ่าน และการคิดหรือการใช้เหตุผล ทักษะในการสื่อสารเหล่านี้เป็นทักษะที่จำเป็นต่อตัวผู้ส่งสาร และมีอิทธิพลต่อความสามารถในการเตรียมและการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร เช่น ความสามารถในการจัดระเบียบความคิดของตนเองได้อย่างชัดเจน ความสามารถในการอธิบายความคิดของตนเองให้ผู้อื่นทราบ ตลอดจนความสามารถในการแสดงสีหน้าและท่าทางอย่างมีประสิทธิภาพ

ความสามารถในการใช้ทักษะการสื่อสารของผู้ส่งสารเป็นเรื่องสำคัญ เพราะถ้าขาดทักษะเหล่านี้เสียแล้ว ผู้ส่งสารก็จะถูกจำกัด จะไม่สามารถที่จะทำการส่งสารให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตนต้องการได้หรืออาจทำได้แต่ไม่ประสบความสำเร็จเต็มที่ตามที่คาดหวัง นอกจากนี้ การขาดทักษะในการสื่อสารก็จะมีผลต่อการคิด เป็นการจำกัดความสามารถในการใช้ความคิดได้อีกด้วย

**2. ทักษะคติ (Attitude)** หมายถึง วิธีการที่บุคคลประเมินสิ่งต่างๆ โดยความโน้มเอียงของตนเอง เพื่อที่จะเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงสิ่งนั้นๆ ทักษะคติของผู้ส่งสาร มีด้วยกันหลายประการ เช่น ทักษะคติที่ผู้ส่งสารมีต่อตนเอง ทักษะคติต่อเรื่องที่จะทำการสื่อสาร ทักษะคติต่อผู้รับสาร และทักษะคติต่อสถานการณ์แวดล้อมการสื่อสารในขณะนั้น ซึ่งทักษะคติเหล่านี้จะมีผลโดยตรงต่อการสื่อสาร เช่น บางคนอาจจะหลีกเลี่ยงที่จะสื่อสารกับผู้อื่นในเรื่องเกี่ยวกับศาสนาและการเมือง เพราะเหตุว่าตนมีทัศนคติที่รุนแรงในเรื่องนั้นๆ จนเกินกว่าที่จะพูดคุยกับผู้อื่น ทักษะคติของผู้ส่งสารต่อผู้รับสารจะมีผลต่อการสื่อสารมาก เช่น เราจะทำการสื่อสารได้ดีกว่ากับคนที่เราไว้นใจเชื่อใจมากกว่าคนที่เราไม่ค่อยจะรู้จัก นอกจากนี้ ทักษะคติต่อเรื่องที่เราจะพูดก็เป็นเรื่องสำคัญที่จะมีผลต่อการสื่อสารในครั้งนั้นๆ

**3. ระดับความรู้ (Knowledge Level)** เป็นคุณสมบัติประการสำคัญของผู้ส่งสาร โดยหมายรวมถึง ความรู้ของผู้ส่งสารใน 3 ประเด็นคือ ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่จะสื่อสาร ความรู้ในวิธีการที่เหมาะสมที่จะใช้ในการสื่อสารและความรู้ในเรื่องกระบวนการสื่อสาร ความรู้ในเรื่องต่างๆ ทั้ง 3 ด้านจะเป็นคุณสมบัติอันสำคัญที่จะทำให้ผู้ส่งสารได้รับการยอมรับ ความไว้วางใจจาก

ผู้รับสาร เพราะความรู้จะเป็นส่วนที่นำมาซึ่งความน่าเชื่อถือ อันจะมีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร

**4. ระบบสังคม (Social System)** ผู้ส่งสารที่ดีควรมีคุณสมบัติของการเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในผู้อื่น เข้าใจถึงระบบสังคมที่ตัวกำหนดพฤติกรรมและการสื่อสารของบุคคล ทั้งนี้เพราะผู้ส่งสารทุกคนต่างก็เป็นสมาชิกของสังคม ต้องขึ้นอยู่กับกลุ่มทางสังคม ทั้งที่เป็นกลุ่มปฐมภูมิและกลุ่มทุติยภูมิ สิ่งที่ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีความเข้าใจเป็นเบื้องต้นคือ เรื่องของความต้องการ (Need) ของมนุษย์ นักจิตวิทยาเชื่อว่า มนุษย์แต่ละคนนั้นต่างก็มีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ความต้องการเป็นแรงผลักดันให้มนุษย์หาทางตอบสนองด้วยการแสดงพฤติกรรมต่างๆ ผู้ส่งสารที่หวังในประสิทธิผลของการสื่อสารย่อมต้องพยายามทำความเข้าใจถึงความต้องการในระดับต่างๆ ของผู้ที่จะติดต่อ สื่อสารด้วย จะช่วยทำให้ผู้ส่งสารสามารถที่จะได้รับปฏิกิริยาตอบสนองตามที่ตนประสงค์

**5. ระบบวัฒนธรรม (Cultural System)** หมายถึง ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ ซึ่งเป็นของมนุษย์ในสังคม และเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลต่างวัฒนธรรมอาจประสบความล้มเหลวได้อันเนื่องมาจากความคิดและความเชื่อที่ไม่เหมือนกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

2) **สาร (Message)** หมายถึง ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสารและวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปของรหัส เช่น เมื่อเราพูด สารคือถ้อยคำที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารคือตัวหนังสือที่เราเขียนเป็นคำ เป็นประโยค เมื่อเราแสดงกิริยาท่าทาง สารก็ปรากฏอยู่ในกิริยาท่าทางที่เราแสดงออกมา และเมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ สารก็คือข่าว ข้อความและภาพที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์นั่นเอง ในการแสดงออกซึ่งความคิดนี้ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดๆ ก็ตาม ย่อมขึ้นอยู่กับทักษะของผู้กระทำทั้งสิ้น

ความสำคัญของสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร ก็คือ การทำหน้าที่เราให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมาย และมีปฏิกิริยาตอบสนอง การที่ผู้รับจะรับสารที่ถูกส่งมาในรูปของสัญลักษณ์ได้หรือไม่ขึ้น ก็ขึ้นอยู่กับว่า ผู้รับมีทักษะในการรับสารมากหรือน้อย ซึ่งผู้รับจะแสดงพฤติกรรมมารับสารอย่างใดอย่างหนึ่งอันเป็นพฤติกรรมมารับสารที่ตรงกับพฤติกรรมของผู้ส่ง ได้แก่ ฟัง อ่าน ดู สังเกต ฯลฯ ผู้รับสารซึ่งมีทักษะในการรับสาร ได้แก่ ความสามารถในการคิด พิจารณา ความเข้าใจ ภาษาทั้งพูดและเขียน ย่อมจะช่วยให้พฤติกรรมมารับสารเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ



โดยทั่วไปแล้ว สาร มีส่วนประกอบสำคัญ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. **รหัสสาร (Message Codes)** รหัสของสารก็คือ ภาษา (Language) หรือ สัญลักษณ์ (Symbolic) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดขึ้นเพื่อใช้แสดงออกแทนความคิดเกี่ยวกับบุคคลและสรรพสิ่งต่างๆ เราสามารถแบ่งรหัสของสารออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1.1 **รหัสของสารที่ใช้คำ (Verbal Message Codes )** ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เป็นระบบ สัญลักษณ์ที่มนุษย์พัฒนาขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ภาษาทุกภาษาของมนุษย์มีการสร้างขึ้นและพัฒนาสืบทอดมาโดยลำดับเป็นระบบสัญลักษณ์ซึ่งทำให้สารปรากฏขึ้นได้

1.2 **รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (Non-Verbal Message Codes)** ได้แก่ ระบบสัญลักษณ์ สัญญาณ หรือเครื่องหมายใดๆ ก็ตามที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้ถ้อยคำ เช่น อากัปกริยา ธง ไฟ ฯลฯ ซึ่งมนุษย์ในแต่ละสังคม แต่ละวัฒนธรรมพัฒนาขึ้น และรับรู้ความหมายร่วมกัน เช่น การพยักหน้า แสดงอาการตอบรับหรือแสดงความเข้าใจ เห็นด้วย ส่วนธงหรือไฟสัญญาณ ต่างๆ ล้วนแล้วแต่เป็นรหัสของสารที่ไม่ใช้คำ ทำหน้าที่เป็นสาร บอกเรื่องราวที่มนุษย์ตกลงรับรู้ความหมายร่วมกัน

2. **เนื้อหาสาร (Message Content)** เนื้อหาของสารประกอบด้วยข้อคิดและประเด็นต่างๆ ในข่าวสารสำหรับสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่กำหนดขึ้น รหัสสารและเนื้อหาสารจะถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในกระบวนการสื่อสาร ในการเข้ารหัสข่าวสารบางข่าวสาร ผู้ส่งสารจะต้องเลือกเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร เราอาจแบ่งเนื้อหาของสารได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 **สารประเภทข้อเท็จจริง** ได้แก่ สารที่รายงานให้ทราบถึงความจริงต่างๆ ที่มีอยู่ในโลกทางกายภาพ อันอยู่ในวิสัยที่มนุษย์จะตรวจสอบได้ถึงความแน่นอนถูกต้องของสารนั้น ถ้าพิสูจน์ตรวจสอบแล้ว สารนั้นเป็นจริง สารนั้นก็จัดได้ว่าเป็นสารที่มีคุณภาพ ควรแก่การเชื่อถือ

2.2 **สารประเภทข้อคิดเห็น** ได้แก่ สารซึ่งเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจจากการประเมินของผู้ส่งสาร อาจเป็นความรู้สึก แนวคิด ความเชื่อที่บุคคลมีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น ต่อวัตถุ หรือต่อเหตุการณ์ใดๆ ก็ตาม สารประเภทนี้เป็นสารที่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะถูกตรวจสอบได้ว่าเป็นจริงหรือไม่ อาจทำได้เพียงแต่การประเมินความน่ารับฟัง ความสมเหตุสมผล ตลอดจนความเป็นไปได้ของสารนั้นเท่านั้น สารประเภทนี้ยังสามารถแบ่งได้เป็น

ก) ข้อคิดเห็นเชิงประเมินค่า ได้แก่ สารที่บ่งชี้ลงไปว่าจะอะไรดีหรือไม่ดี ควรหรือไม่ควร ถูกหรือผิด มีประโยชน์หรือโทษ ฯลฯ

ข) ข้อคิดเห็นเชิงแนะนำ ได้แก่ สารที่บอกกล่าวให้ผู้รับสารทราบว่าควรทำอะไร ด้วยขั้นตอนอย่างไร จึงจะได้ผลสมความมุ่งหมาย

ค) ข้อคิดเห็นเชิงตั้งข้อสังเกต ได้แก่ สารที่ชี้ให้เห็นลักษณะที่แอบแฝงอยู่ของบุคคล วัตถุ เหตุการณ์ และพฤติกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการพิจารณาอย่างถ่องแท้ นำระมัดระวัง

ง) ข้อคิดเห็นเชิงตัดสินใจ ได้แก่ สารที่เป็นข้อเสนอ หลักการทางเลือกเพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ

จ) ข้อคิดเห็นเชิงแสดงอารมณ์ ได้แก่ สารซึ่งแสดงสภาพอารมณ์ ความรู้สึก นิสัยใจคอ ทศนคติ ความกระตือรือร้นของผู้ส่งสาร สารประเภทนี้อาจกินความกว้างขวางมาก ตั้งแต่คำทักทายไปจนถึงภาพเขียนและกวีนิพนธ์ที่เขียนแสดงบรรยายความรู้สึกและอารมณ์อันลึกซึ้งต่อสิ่งต่างๆ

**3. การจัดการ (Message Treatment)** ผู้ส่งสารจะต้องหาวิธีจัดรหัสและเนื้อหาสารที่เขาเลือกและต้องทดสอบข้อคิดหรือประเด็นเหล่านั้นกับผู้รับที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประโยชน์สูงสุด โดยประเด็นสำคัญที่จะช่วยในการจัดการ คือ การจัดเรียงเรียงข้อความ

**3) ช่องทางหรือสื่อ (Channel or Medium)** หมายถึง สิ่งที่น่าหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว สารที่ถูกถ่ายทอดจากผู้ส่งไปยังผู้รับสารจะเข้าไปสู่ระบบการรับรู้ของมนุษย์โดยผ่านประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่ง หรือหลายทาง ได้แก่ ทางการเห็น โดยประสาทตา, ทางการได้ยิน โดยประสาทหู, ทางการได้กลิ่น โดยประสาทจมูก, ทางการสัมผัส โดยประสาทกาย, ทางการลิ้มรส โดยประสาทลิ้น

ในการจัดแบ่งประเภทสื่อที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารนั้น อาจจัดแบ่งประเภทของสื่อได้หลายแบบด้วยกัน ไม่มีข้อกำหนดที่แน่นอนตายตัว เช่น อาจแบ่งโดยใช้ลักษณะของสื่อเป็นเกณฑ์ หรืออาจแบ่งโดยใช้จำนวนและลักษณะของการเข้าถึงผู้รับสารเป็นเกณฑ์ เป็นต้น

การแบ่งประเภทของสื่อโดยใช้ลักษณะของสื่อเป็นเกณฑ์ อาจแบ่งสื่อออกได้เป็น 5 ประเภท คือ

1. สื่อธรรมชาติ ได้แก่ บรรยากาศที่อยู่รอบตัวมนุษย์อันมีอยู่ตามธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นทางติดต่อของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบอยู่ต่อหน้ากัน
2. สื่อมนุษย์ ได้แก่ บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อข่าวสารไปสู่ผู้รับ เช่น คนนำสาร นักเล่านิทาน โฆษก พ่อสื่อ แม่สื่อ ตัวแทนการเจรจาปัญหา เป็นต้น
3. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ สื่อทุกชนิดที่อาศัยเทคนิคการพิมพ์ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ โบชอก โบปลิว แผ่นพับ วารสาร นิตยสาร โบประกาศหรือแจ้งความ โปสเตอร์ ภาพ ฯลฯ
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อที่พัฒนาขึ้นโดยใช้ระบบเครื่องกลไกไฟฟ้าเป็นหลัก เช่น วิทยุ โทรศัพท์ โทรพิมพ์ เทปเสียง เทปภาพทัศน เครื่องฉายภาพ เครื่องฉายภาพยนตร์ ฯลฯ
5. สื่อระคน ได้แก่ สื่อที่ทำหน้าที่นำสารได้ แต่ไม่อาจจัดไว้ใน 4 ประเภท ข้างต้น เช่น หนังสือพิมพ์กำแพง วัตถุประสงค์ สื่อพื้นบ้าน เป็นต้น

การแบ่งประเภทของสื่อโดยใช้จำนวนและลักษณะของการเข้าถึงผู้รับสารเป็นเกณฑ์ อาจแบ่งสื่อออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. สื่อระหว่างบุคคล สื่อบุคคลเป็นสื่อซึ่งมนุษย์ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่ห่างไกลกัน จนไม่อาจจะติดต่อกันโดยไม่ผ่านสื่อได้ เป็นสื่อซึ่งใช้เฉพาะบุคคล มีลักษณะเป็นส่วนตัว ไม่เกี่ยวกับผู้อื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับสื่อสารในขณะนั้นๆ อาทิ เช่น จดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ ภาพถ่ายในครอบครัว บันทึกช่วยจำ อนุทิน ฯลฯ ทำหน้าที่ช่วยให้การส่งสารระหว่างผู้ส่งถึงผู้รับที่อยู่ห่างไกลกันมีความเป็นไปได้ นอกจากนั้น ก็ยังมีเครื่องมืออุปกรณ์บางชนิดที่จัดว่าเป็นสื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคล อาทิ การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนการสอน ซึ่งจำเป็นจะต้องใช้สื่อต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น กระดานดำ แบบจำลอง หนังสือ เอกสาร เป็นต้น

2. สื่อมวลชน มนุษย์คิดสื่อมวลชนขึ้นเพื่อที่จะติดต่อกับผู้รับสารเป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกันได้ โดยทั่วไปแล้ว สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ซึ่งก็ยังมีผู้นิยมจัดแบ่งประเภทลงไปอีกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์อย่างหนึ่ง และสื่อมวลชนประเภทไฟฟ้าอย่างหนึ่ง สื่อมวลชนมีประโยชน์ในแง่ของการเผยแพร่ข่าวสารไปยังมวลชนได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว

3. สื่อเฉพาะกิจ คือ สื่อซึ่งถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้สำหรับการสื่อสารที่สนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ จำนวนและกลุ่มผู้รับสารมีลักษณะที่แน่นอน เมื่อเทียบกับสื่อมวลชนแล้ว สื่อเฉพาะกิจจะแคบกว่าในแง่ของการเข้าถึงผู้รับสาร เช่น นิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน การทำเทปภาพทัศนียภาพและแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง และเทปเสียงสอนวิธีทำสมาธิ เป็นต้น

4. สื่อประสม ได้แก่ การนำสื่อประเภทต่างๆ ทั้ง 3 ประเภทข้างต้นไปใช้ในการสื่อสาร อันจะทำให้ประสิทธิผลในการสื่อสารครั้งนั้นๆ เพิ่มมากขึ้น

4) **ผู้รับสาร (Receiver)** หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ดังนั้นผู้รับสารจึงอาจเป็นใครๆ เดี่ยว คนหลายคน เช่น กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย มวลชน หรืออาจเป็นสถาบัน เช่น บริษัท องค์การ พรรคการเมือง เป็นต้น

ในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้รับสารมีบทบาทขั้นพื้นฐานอยู่ 2 ประการ คือ

1. การกำหนดรู้ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสารผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตน

2. การแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร

ดังนั้น ในกระบวนการสื่อสารใดๆ ก็ตาม การสื่อสารจะเกิดประสิทธิผลได้ก็ต่อเมื่อผู้รับสารได้พัฒนาตนเองให้เป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ การเป็นผู้ฟัง ผู้อ่าน ตลอดจนการเป็นผู้ที่สามารถคิดและรับรู้ความหมายได้ การมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร ต่อเรื่องที่สื่อสาร ตลอดจนการเป็นผู้มีความพยายามในการรับสาร และสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร ทั้งนี้ เพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมายได้

## ● การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis)

ในการสื่อสารที่มีประสิทธิผลนั้น ผู้ส่งสารจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับตัวผู้รับสาร เพื่อทราบถึงองค์ประกอบต่างๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อการรับรู้และการตีความสารที่ได้รับ ทั้งนี้ เนื่องจากความหมายของสารมีได้อยู่ที่ตัวสารเอง แต่อยู่ที่การตีความของผู้รับสาร ยิ่งผู้ส่งสารมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับผู้รับสารมากเท่าใด โอกาสที่การสื่อสารนั้นจะประสบความสำเร็จย่อมมีมากขึ้น

การสื่อสารในแต่ละระดับและในแต่ละสถานการณ์ อาจมีจุดเน้นในการวิเคราะห์ผู้รับสารต่างกัน เช่น ขณะที่ทำการสื่อสารแบบซึ่งหน้า (Face to Face Communication) ผู้ส่งสารอาจสามารถวิเคราะห์ความสนใจ และอวัจนภาษาของผู้รับสารได้ แต่ผู้ส่งสารไม่อาจทำได้ในการสื่อสารมวลชน หรือครูซึ่งกำลังสื่อสารเพื่อให้ความรู้แก่นักเรียน อาจสนใจที่จะทราบระดับความรู้ และประสบการณ์ของนักเรียนเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ มากกว่าที่จะวิเคราะห์ความต้องการและทัศนคติของผู้รับเหมือนเช่นการโฆษณา หรือการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจอื่นๆ

โดยทั่วไป ผู้ส่งสารอาจศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับสารในแง่ต่างๆ ต่อไปนี้คือ (พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์านุกูล, ธีรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 :19-21)

### 1. ลักษณะทางกายภาพหรือทางประชากรศาสตร์และทางเศรษฐกิจสังคม

(Physical/ Demographic and Socioeconomic) ประเด็นวิเคราะห์ ได้แก่ เพศ วัย รูปร่าง หน้าตา ระดับการศึกษาและสาขาการศึกษา ประสบการณ์ ภูมิหลังทางครอบครัว อาชีพ รายได้ ศาสนา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม บำบาทและสถานภาพทางสังคม/ตำแหน่ง ชมรมหรือสโมสรที่เป็นสมาชิกอยู่ ฯลฯ

### 2. ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological) ประเด็นวิเคราะห์ ได้แก่

ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม แรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ความสนใจ อารมณ์และความรู้สึก สมาธิ อคติหรือความโน้มเอียง ความเข้าใจ ความไม่ไว้วางใจ ฯลฯ

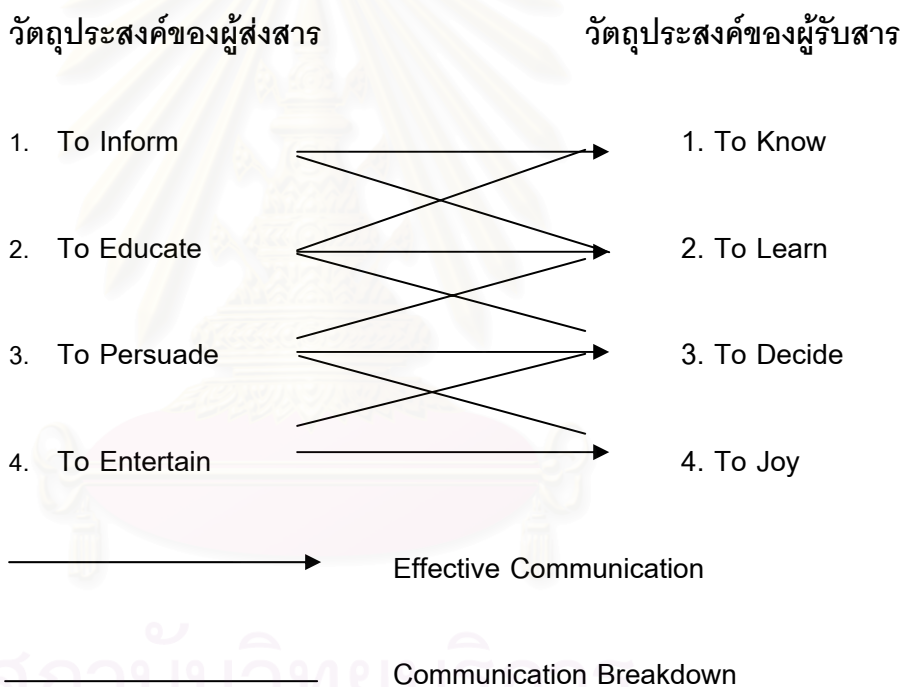
### 3. ลักษณะบุคลิกนิสัย (Personality / Characteristics) ประเด็น

วิเคราะห์ ได้แก่ เปิดตัว/ปิดตัว ใจกว้าง/ใจแคบ ยอมรับการเปลี่ยนแปลง/ดื้อรั้น รักความก้าวหน้า/เฉื่อยชา พุดเก่ง/พุดน้อย มีลักษณะเผด็จการ/เป็นประชาธิปไตย มีความเชื่อมั่นในตนเอง/ขาดความเชื่อมั่น ฯลฯ

4. ประเภทของผู้รับสาร ประเด็นวิเคราะห์ ได้แก่ สมัครใจหรือสนใจที่จะสื่อสารด้วย (Volunteer/Active) ถูกเกณฑ์หรือมอบหมายให้มาฟังหรือสื่อสารด้วย (Captive/passive) สัญจรไปมาและสนใจเพียงชั่วคราว (Casual/Pedestrian)

● **วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร**

เมื่อมีการสื่อสารเกิดขึ้น ผู้ส่งสารกับผู้รับสารต้องมีวัตถุประสงค์ที่ตรงกัน หรือสอดคล้องกัน จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ (Effective Communication) หากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารต่างกัน จะก่อให้เกิดความล้มเหลวทางการสื่อสาร (Communication Breakdown) ได้ ดังแสดงในรูปต่อไปนี้



ดังจะขอเสนอรายละเอียดของวัตถุประสงค์การสื่อสาร ดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2542 : 5)



1. **เพื่อแจ้งให้ทราบ (To Inform)** คือ ผู้ส่งสารต้องการเผยแพร่หรือบอกกล่าว เหตุการณ์ กิจกรรม ความเคลื่อนไหว ฯลฯ เพื่อให้ผู้รับสารได้รับทราบข่าวและนำไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน

2. **เพื่อให้การศึกษา (To Educate)** เป็นการส่งสารเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิด ความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ

3. **เพื่อน้อมน้ำใจ (To Persuade)** เป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึก ชอบใจ สนใจหรือคล้อยตาม สนับสนุนและต้องการที่จะปฏิบัติตาม และใช้เป็นข้อมูลสำหรับการ ตัดสินใจ

4. **เพื่อความบันเทิง (To Entertain)** เป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความ พึงพอใจ สนุกสนาน เพลิดเพลินใจ และผ่อนคลายจากความเครียด

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการสื่อสารแต่ละครั้ง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ ที่ชัดเจน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ทั้งสองฝ่ายจะมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว เช่น ในการสื่อสารเพื่อแจ้งให้ทราบ ผู้ส่งสารอาจจะต้องการสร้างสารเพื่อบอกกล่าวเรื่องราวต่างๆ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการให้ผู้รับสารนำข้อมูลนั้นไปใช้ประกอบการตัดสินใจด้วยก็ได้

#### ● พฤติกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมการสื่อสาร หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ที่มี ลักษณะบ่งบอกว่าเป็นเครื่องสื่อความหมาย โดยอาศัยกระบวนการถ่าย ทอดและแลกเปลี่ยน ข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างกันและกัน เพื่อวัตถุประสงค์หลัก คือ ความเข้าใจร่วมกัน (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2531 : 8)

1.1 พฤติกรรมการสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ กล่าวคือ การแสดงออกซึ่ง การติดต่อสื่อความหมายของมนุษย์ในสังคม มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เป็น ปรัชญาการณที่ไม่มีจุดเริ่มต้น และสิ้นสุด อีกทั้งไม่มีขอบเขตอย่างแน่ชัด ผู้ร่วมกระทำการสื่อสาร ทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ส่งสาร และผู้รับสารต่างสลับเปลี่ยนบทบาทสลับไปมาโดยอัตโนมัติ ต่างฝ่าย ต่างแสดงปฏิกริยาโต้ตอบและตอบสนองระหว่างกันและกันจนกระทั่งเกิดความเข้าใจร่วมกัน



1.3 พฤติกรรมการณ์สื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร หมายถึงว่า กระบวนการสื่อสารมิได้เกิดขึ้นในบรรยากาศที่ว่างเปล่าแต่เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์ หรือสภาพแวดล้อมภายนอกนอกระบบการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเมือง เศรษฐกิจ ฯลฯ ดังนั้นพฤติกรรมการณ์สื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล จะเกิดขึ้นหรือไม่ ด้วยสาเหตุประการใดและมีผลในลักษณะใดบ้าง ขึ้นอยู่กับปัจจัยและความผันแปรของปัจจัยสภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์ภายนอกนอกระบบการสื่อสารด้วยส่วนหนึ่ง ปัจจัยดังกล่าวนี้เช่น ด้านสรีระ เวลา โอกาส ระยะทาง การเงิน ฯลฯ จึงมีส่วนสำคัญยิ่งต่อการส่งเสริมหรือสกัดกั้นต่อการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น เป็นต้น

1.4 พฤติกรรมการณ์สื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณและจากการเรียนรู้ทางสังคม กล่าวคือ คนเราทุกคนมีสัญชาตญาณที่ต้องการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการณ์สื่อสารมาโดยกำเนิดตามธรรมชาติของมนุษย์ชาติ นับตั้งแต่วินาทีแรกที่ลืมตาดูโลก เด็กทารกส่งเสียงร้องเพื่อเป็นการบอกกล่าวอะไรบางอย่าง เช่น หิว ง่วงนอน ปวดท้อง เป็นต้น ครั้นเมื่อเติบโตขึ้น เด็ก ๆ จะเริ่มเรียนรู้และจดจำแบบอย่างการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการณ์สื่อสารจากแม่แบบทางสังคมเริ่มตั้งแต่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิด เช่น บิดามารดา ครูอาจารย์ เพื่อนฝูง เป็นต้น อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าโครงสร้างและส่วนประกอบของระบบสังคม ต่างมีส่วนในการเตรียมและกำหนดรูปแบบแห่งพฤติกรรมการณ์สื่อสาร เพื่อให้สมาชิกในสังคมนั้นได้เรียนรู้และถือเป็นแนวทางปฏิบัติสืบทอดกันไป เช่น การพนมมือไหว้เพื่อแสดงความเคารพ ทักทาย หรือขอบคุณ เป็นต้น

- รูปแบบของกระบวนการการเกิดพฤติกรรมการณ์สื่อสาร

การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในสังคมเป็นพฤติกรรมทางสังคมซึ่งจำแนกเป็นกระบวนการใน 2 ลักษณะคือ (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2531: 10-11)

1. พฤติกรรมการณ์ปกปิด (Covert Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการณ์สื่อสารที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอก เกิดจากกระบวนการภายในตัวบุคคล เกี่ยวข้องกับระดับสติปัญญา จิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ พฤติกรรมการณ์สื่อสารในรูปแบบดังกล่าวนี้ จัดว่าเป็นพฤติกรรมภายใน ซึ่งมีได้แสดงออกมาอย่างเปิดเผยให้สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ในการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับโครงการใหม่ของบริษัท พนักงานผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนต่างนั่งฟังประธานอธิบายด้วยท่าที่ตั้งใจตั้งใจ แต่ไม่มีใครสามารถทราบว่แต่ละคนกำลังคิดอะไรอยู่ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ตัดสินใจให้ความร่วมมือ หรือตั้งใจจะขัดขวางโครงการ เป็นต้น

2. พฤติกรรมกรรการเปิดเผย (Overt behavior) หมายถึง พฤติกรรมกรรการสื่อสารที่สามารถสังเกตได้จากภายนอกเกิดจากกระบวนการที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์ เหตุการณ์หรือสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม อันเป็นผลที่ทำให้พฤติกรรมกรรการสื่อสารปรากฏออกมาในรูปแบบที่สามารถเห็นได้ เช่น พฤติกรรมกรรการพูด การเขียน การหัวเราะ การแสดงสีหน้า และการแต่งกาย เป็นต้น

รูปแบบพฤติกรรมกรรการสื่อสารใน 2 ลักษณะดังกล่าวนี้ แท้จริงเกิดจากกระบวนการที่มีความต่อเนื่องและสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้ง อีกทั้งไม่มีหลักฐานที่บ่งอย่างชัดเจนว่าเป็นกระบวนการที่เป็นอิสระจากกัน บางครั้งพฤติกรรมกรรการ 2 รูปแบบนี้เกิดขึ้นในลักษณะที่สอดคล้องต่อกันแต่ในบางครั้งก็มีความขัดแย้งกันอยู่ในตัว ดังที่เราพบเห็นกันอยู่เป็นประจำในกรณีที่ปากกับใจของคนเราไม่ตรงกัน เช่น การพูดชมว่า “วันนี้เธอแต่งตัวสวยสดใสดีจริง” แต่ภายในใจของคนพูดนั้นไม่มีใครทราบว่าเขากำลังคิดอะไรอยู่ อาจจะคิดตรงกับคำชม หรืออาจจะคิดในใจว่า “คนอะไรแต่งตัวสวยดูไม่ดีเหมาะสมกับสีผิวของตนเองเลย”

- รูปแบบของบริบทแห่งพฤติกรรมกรรการสื่อสาร

พฤติกรรมกรรการสื่อสารของคนเราเกิดขึ้นภายใต้บริบท ซึ่งหมายถึงสภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์ที่ระดับความซับซ้อนแตกต่างกัน ทำให้การแสดงออกซึ่งกิจกรรมกรรการติดต่อสื่อสารความหมายของมนุษย์มีรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามบริบทได้ 3 ลักษณะใหญ่ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมกรรการสื่อสารภายในตัวบุคคล หมายถึง พฤติกรรมกรรการสื่อสารกับตนเอง ภายใต้สภาพการณ์แห่งกระบวนการคิด การตีความ การจดจำ เกี่ยวกับปรากฏการณ์และสรรพสิ่งต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลรับรู้ แล้วนำไปเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมที่สะสมอยู่ในสมอง เกิดเป็นกรอบแห่งความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ฯลฯ ในรูปแบบใหม่ หรือเป็นการย้ำสิ่งเดิมที่มีอยู่ในกรอบแห่งความคิดให้มั่นคงยิ่งขึ้น พฤติกรรมกรรการสื่อสารโดยทั่วไปจึงเริ่มต้นจากการจัดลำดับความคิดภายในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เพื่อทำการเรียบเรียงออกมาเป็นถ้อยคำในภาษาพูด หรือข้อความในภาษาเขียน ซึ่งต้องผ่านกระบวนการเลือกสรรและการขจัดสิ่งที่ไม่ต้องการ ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนกำหนดให้พฤติกรรมกรรการสื่อสารภายในตัวบุคคลเกิดขึ้นในลักษณะใดลักษณะหนึ่งนั้น ก็คือ ปัจจัยในแง่สภาพการณ์และสภาพแวดล้อมส่วนบุคคลในด้านระดับสติปัญญา บุคลิกภาพและจิตวิทยาบุคคล พฤติกรรมกรรการสื่อสารภายในตัวบุคคลที่พบเห็นเสมอ เช่น การคิดคำนึงกับตนเอง การพูดรำพึงดัง ๆ กับตนเอง เป็นต้น

2. พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ปกติคนเรามีได้หยุดความคิดไว้กับตนเองเพียงลำพัง สภาพการณ์ทางสังคมมีส่วนผลักดันให้คนเราปรารถนาที่จะกระทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับคนอื่น ๆ โดยอาศัยเครื่องหมาย สัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์ เป็นรหัสในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในรูปแบบของภาษาพูด ภาษาเขียน ซึ่งจัดว่าเป็นวัจนสาร แต่ในบางครั้งคนเราอาจติดต่อกันด้วยอวัจนสาร เช่น สีหน้า ท่าทาง สีของเสื้อผ้า กลิ่นน้ำหอม ฯลฯ ควบคู่กันไปด้วย สภาพการณ์หรือสภาพแวดล้อมของการสื่อสารระหว่างบุคคลเริ่มต้นจากความสัมพันธ์ของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป จนถึงกลุ่มบุคคล กลุ่มสาธารณชน องค์กรและสถาบัน ซึ่งปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปทั้งในรูปแบบของการสื่อสารเฉพาะหน้าและการสื่อสารโดยผ่านสื่อชั้นกลาง (ยกเว้นสื่อมวลชน) เช่น การเขียนจดหมายติดต่อกัน การโทรศัพท์ โทรเลข ฯลฯ

3. พฤติกรรมการสื่อสารมวลชน เมื่อสังคมมีลักษณะขยายตัวประกอบกับความเจริญก้าวหน้าด้านวิทยาการและเทคโนโลยี ทำให้รูปแบบการสื่อสารพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป เพื่อความเหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะสภาพการณ์ทางสังคมใหม่ การสื่อสารได้ขยายขอบเขตไปสู่มวลชนจำนวนมากมาย ทั้งภายในและภายนอกสังคมนั้น โดยผ่านทางช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็วซึ่งเรารู้จักกันดีในนามของสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น สื่อมวลชนดังกล่าวนี้ สามารถนำสารไปสู่มวลชนทุกคนทุกแห่งได้พร้อมกันทันทีหรือเกือบพร้อมกัน การแสดงออกซึ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสารทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่สามารถกระทำการโต้ตอบโดยตรงได้ทันที ส่วนใหญ่เป็นการโต้ตอบโดยผ่านสื่อกลาง

จอห์น เมอร์ริลล์ และราล์ฟ โลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 อ้างใน องอาจ ฤทธิทองพิทักษ์, 2539 : 20) ได้แสดงความเห็นว่าพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและข่าวสารของบุคคลมีแรงผลักดันที่เป็นปัจจัยพื้นฐาน มาจาก

1. ความเหงา : เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่เชื่อว่า มนุษย์ไม่ชอบที่จะอยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง ต้องการเพื่อนต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว ไม่อยากถูกเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์กันเท่าที่โอกาสอำนวย หากไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร



2. ความอยากรู้อยากเห็น : เป็นสัญชาตญาณและเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน สื่อประเภทต่างๆ จึงเอื้อความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร โดยปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองมากที่สุด ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิดหรือการกระทำ ซึ่งมีผลต่อตนเอง ทั้งทางตรง ทางอ้อม หรือเป็นผลกระทบต่อผู้อื่น

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง : โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์มีความเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้เสริมบารมี และเพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ความสุขกายสบายใจ ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ ทางการจรรโลงจิตใจ หรือแม้แต่ความคิด ก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่นๆ

4. สาเหตุจากตัวสื่อ ซึ่งกระตุ้นชี้แนะจนทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวสารนั้นๆ จากสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนและทำให้เกิดความพึงพอใจ เช่น คนดูโทรทัศน์ แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่าพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลนั้น จะสนองตอบความต้องการข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันของแต่ละบุคคล เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องที่แตกต่างกัน ดังนั้น การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ ก็เพื่อที่จะทราบถึงพฤติกรรมการใช้ ข้อจำกัดและปัญหาอุปสรรคในการใช้สื่อชนิดนี้ เพื่อที่จะนำข้อมูลมาพิจารณาปรับปรุงระบบให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานให้มากที่สุด

## 5. ทฤษฎีและแนวคิดความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

ทฤษฎีและแนวคิดความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) โดยแนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ นั้น ใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมการรับสาร ด้วยหลักการเดียวกันกับแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจด้วย โดยเน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผลตาม



หลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วนี่คือสิ่งที่ตนต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

เรย์เบิร์น และ ปาล์มกรีน (Rayburn and Palmgreen, 1984) ได้อธิบายความหมายของคำว่า ความคาดหวังไว้ว่า หมายถึง ความน่าจะเป็นการรับรู้ว่ามีบางสิ่ง (Object) มีคุณลักษณะเฉพาะหรือรับรู้พฤติกรรมบางอย่างจะให้ผลเฉพาะอย่างตามมา

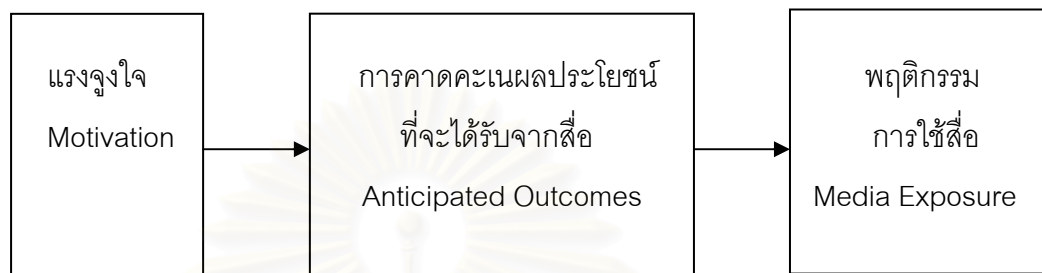
อีแวนส์ (Evans, 1962) ได้ให้คำอธิบายว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ

แม้ว่าจะมีทฤษฎีความคาดหวังโดยนักทฤษฎีหลายท่าน ซึ่งในแต่ละท่านจะให้ความสนใจแตกต่างกันในบางส่วน ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎีความคาดหวังของ โทลแมน (Tolman, 1932) รอตเตอร์ (Rotter, 1954) แอทคินสัน (Atkinson, 1957) ฟิชเบน (Fishbein, 1963) วูร์ม (Vroom, 1964) และทฤษฎีของ ฟิชเบน และ อาเจซัน (Fishbein and Ajzen, 1975) แต่นักทฤษฎีทุกท่านมีมุมมองที่เหมือนกันว่า พฤติกรรม หรือพฤติกรรมโดยเจตนา หรือ ทศนคติ นั้นเกิดจาก 1) ความคาดหวัง หรือความเชื่อ กล่าวคือ ความน่าจะเป็นที่สิ่ง ๆ หนึ่งมีคุณสมบัติเฉพาะ หรือความน่าจะเป็นที่พฤติกรรมหนึ่งจะมีเหตุการณ์เฉพาะต่อมา และ 2) การประเมิน หมายถึง ระดับของความชอบในทางบวก หรือลบต่อคุณสมบัตินั้น ๆ หรือผลลัพธ์ของพฤติกรรม (Palmgreen, Philip and J.D. Rayburn, 1982)

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ มีพื้นฐานหลัก 3 ประการ ได้แก่ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 92)

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่างๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่นๆ
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นๆ ออกมา

3. สิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้ คือ อนาคต อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่า หากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้ คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) จึงถูกนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อนำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสาร



**แบบจำลองทฤษฎีและแนวคิดความคาดหวังจากสื่อของแมคควอลและเกอรวิตซ์ (McQuail and Gurevitch, 1974)**

แมคควอล และเกอรวิตซ์ (McQuail and Gurevitch, 1974 อ้างในยุบล เบ็ญจรงกิจ, 2534 : 93) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทฤษฎีนี้ว่า ในการนำแนวทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการใช้สื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อจะให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate Benefits) หรือผลประโยชน์ที่จะตามมาในอนาคต (Delayed Benefits) ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ

นอกจากนี้ แมคควอล และเกอรวิตซ์ (McQuail and Gurevitch) ยังได้เสนอแนวทางปฏิบัติเพิ่มเติมในการนำทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อมาใช้ในการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาประสบการณ์ของผู้รับสารจากสื่อมวลชนว่าแนวทางปฏิบัติ ควรจะเป็นดังนี้

1. ใช้วิธีการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบว่า ทำไมผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อต่างๆ ผู้รับสารจะรู้ตัวว่าแรงจูงใจของตนคืออะไร คำตอบที่ได้มักจะเป็นคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2. อย่าด่วนสรุปว่าพฤติกรรมทุกพฤติกรรมมีความหมายได้ความหมายเดียว ผู้รับสารแต่ละคนอาจให้ความหมายประสบการณ์เดียวกันแตกต่างกันไป โดยมักนำเอาความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไปปะปนในการให้ความหมายด้วย จึงควรเปิดโอกาสให้ผู้ตอบคำถามในแบบสอบถาม (หรือเครื่องมือแบบอื่นๆ) อธิบายความหมายของตนประกอบด้วย

3. เมื่อถามคำถามให้พยายามเน้นหาคำตอบจากผลที่ผู้รับสารคาดว่าจะได้รับจากการใช้สื่อ (Anticipated Outcomes) โดยพยายามมุ่งไปที่ผลในอนาคต ไม่ใช่ผลจากอดีตเท่านั้น

4. พยายามตีกรอบของคำถามให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางด้านการสื่อสารเท่านั้น สิ่งอื่นๆ เช่น บุคลิกภาพ สถานการณ์ชีวิต หรือประสบการณ์ในอดีตนั้นมีความสำคัญน้อยกว่าสิ่งที่ผู้รับสารปัจจุบันมองเห็นว่าจะได้รับจากสื่อในอนาคต

### สมการและแบบจำลองความคาดหวัง

เรย์เบิร์น และ ปาล์มกรีน (Rayburn and Palmgreen, 1985, อ้างใน อรณี ฝูงวรรณลักษณ์, 2538 : 21-23) ได้ร่วมศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจและได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาอีกแบบหนึ่ง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ซึ่งก็คือ ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy - Value Theory)

ปาล์มกรีน และคณะ (Palmgreen and Others, 1981) ได้ให้นิยามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Sought) ไว้ว่า “เป็นการค้นหาค่าของผลลัพธ์โดยการคาดหวังไว้ล่วงหน้าต่อการได้มาซึ่งผลลัพธ์นั้น”

พีชเบน (ใน Palmgreen and Others, 1981) ให้นิยามของการแสวงหาความพึงพอใจว่า “เป็นการค้นหาผลลัพธ์เฉพาะที่เกิดจากการคาดหวังในการได้มาซึ่งผลลัพธ์นั้นควบคู่กับการประเมินในผลลัพธ์นั้น”

Palmgreen ได้สร้างสมการความคาดหวังไว้ ดังนี้

$$G_s = b_i e_i$$

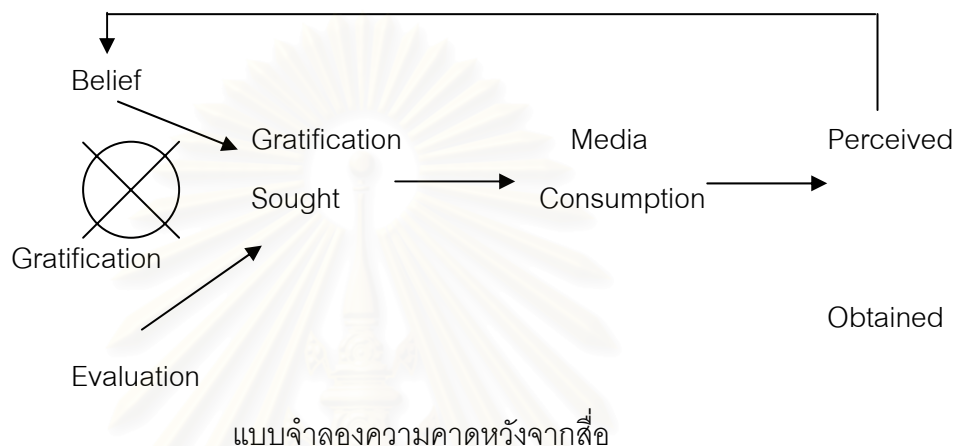
โดยที่  $G_s$  = ลำดับที่ของการแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Sought) จาก X (สื่อบางสื่อ, รายการ, ชนิดของเนื้อหา ฯลฯ)

$b_i$  = ความเชื่อ (Belief) ส่วนตัวว่า X มีคุณสมบัติบางอย่าง หรือเชื่อว่าพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ X จะให้ผลลัพธ์บางอย่าง

$e_i$  = การประเมินทางอารมณ์ต่อคุณสมบัติต่างๆ หรือผลลัพธ์ต่างๆ

สมการนี้สามารถอธิบายได้ว่า ถ้า X ไม่ถูกรับรู้ว่ามีคุณสมบัติเฉพาะแล้ว หรือ X ถูกมองว่ามีคุณสมบัติในทางลบ ก็จะไม่มีการแสวงหาความพึงพอใจ (ความคาดหวัง) ใน X นี้ ถ้าเชื่อว่า X มีคุณสมบัติเฉพาะ และมีการประเมิน X ในทางบวกแล้ว ก็จะมีการแสวงหาความพึงพอใจ (ความคาดหวัง) จาก X นี้

จากสมการข้างต้น Palmgreen ได้นำมาสร้างแบบจำลองไว้ดังนี้



#### Expectancy – Value Model of Gratification Sought and Gratification Obtained

Palmgreen อธิบายแบบจำลองนี้ว่า การที่บุคคลจะค้นหาความพึงพอใจจากสื่อหนึ่งๆ (รายการ, ชนิดของรายการ, เนื้อหาบางอย่าง, หรือสื่อทั้งสื่อ ฯลฯ) นั้น มาจากความเชื่อ (Beliefs) หรือความคาดหวัง (Expectations) ว่าสื่อชนิดนั้นมีคุณสมบัติเฉพาะ บางอย่างผสมผสานกับการประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ นั้นเป็นแรงจูงใจ (Motives) ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน (Gratification Sought) ก่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะบริโภคสื่อ นั้นๆ และหากการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ดังกล่าว ทำให้ได้รับความพึงพอใจ (Perceived Gratification Obtained) และผลนี้ก็จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อ หรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการทำงานตามรูปแบบนี้ต่อไป

โดยสรุปก็คือ การที่บุคคลจะพึงพอใจต่อสื่อใดๆ ก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องมีแรงจูงใจ หรือมีความคาดหวังต่อสื่อ นั้นๆ ก่อน นั้นย่อหมายถึง ผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะนำไปสู่การบริโภคสื่อ และการได้รับความพึงพอใจตามมา ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบทฤษฎีและแนวคิดความคาดหวังจากสื่อ อัน ได้แก่ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) มากำหนดเป็นแบบสอบถามที่ครอบคลุมถึงเป้าหมายการใช้สื่อดังกล่าว โดยเป็นการศึกษาว่าพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) มีความคาดหวัง ซึ่งเป็นความรู้สึกของบุคคลที่สะท้อนให้เห็นความต้องการที่มีต่อการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของสำนักคอมพิวเตอร์ว่าเป็นอย่างไร ซึ่งผลการวิจัย สามารถนำไปใช้ปรับปรุงรูปแบบให้ตรงต่อความหวังของพนักงานมากยิ่งขึ้นได้

## 6. แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสาร เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้รับสาร (Receiver) โดยผู้รับสารจะอยู่ในฐานะเป็นผู้กระทำการเลือกใช้สื่อ (Active Selector of Media Communication) ซึ่งนับได้ว่าเป็นมุมมองที่แตกต่างไปจากทฤษฎีเดิมที่ไม่ให้ความสำคัญกับผู้รับสาร เพราะแต่เดิมผู้รับสารถูกมองว่าเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive Person) ดังนั้น สมมุติฐานของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสาร ผู้ส่งสารจึงไม่อาจคาดการณ์ความสัมพันธ์ระหว่างข่าวสารกับประสิทธิผลของการสื่อสาร เพราะท่ามกลางความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสอง มีปัจจัยด้านการใช้สื่อของผู้รับสารเข้ามาเป็นตัวแปรแทรกซ้อนของกระบวนการสื่อสาร

สำหรับในความหมายของคำว่าประโยชน์ (Uses) กับความพึงพอใจ (Gratification) รอเซนเกรน (Rosengren, 1974) ได้กล่าวไว้ว่าทั้ง 2 คำนี้ มีความสัมพันธ์กันใน 2 ลักษณะ คือ การได้รับประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมีผลนำไปสู่การเกิดความพึงพอใจของผู้รับสารได้ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ก็เป็นได้ ซึ่งอาจศึกษาเฉพาะตัวใดตัวหนึ่ง โดยมีเป้าหมายถึงทั้ง 2 ตัวได้

เช่นเดียวกับแนวคิดของปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1985) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจสามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็น คือ



1. ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ผลจากความเชื่อ ความคาดหวังของบุคคลตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะพึงให้ได้อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อ

2. ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งจะย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงตามความเชื่อเดิม

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ เป็นการชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่างๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการสื่อสาร เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการบุคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่นๆ ต่างมีส่วนช่วยอธิบายการที่มนุษย์แสวงหาหรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อไปใช้ให้เกิดประโยชน์

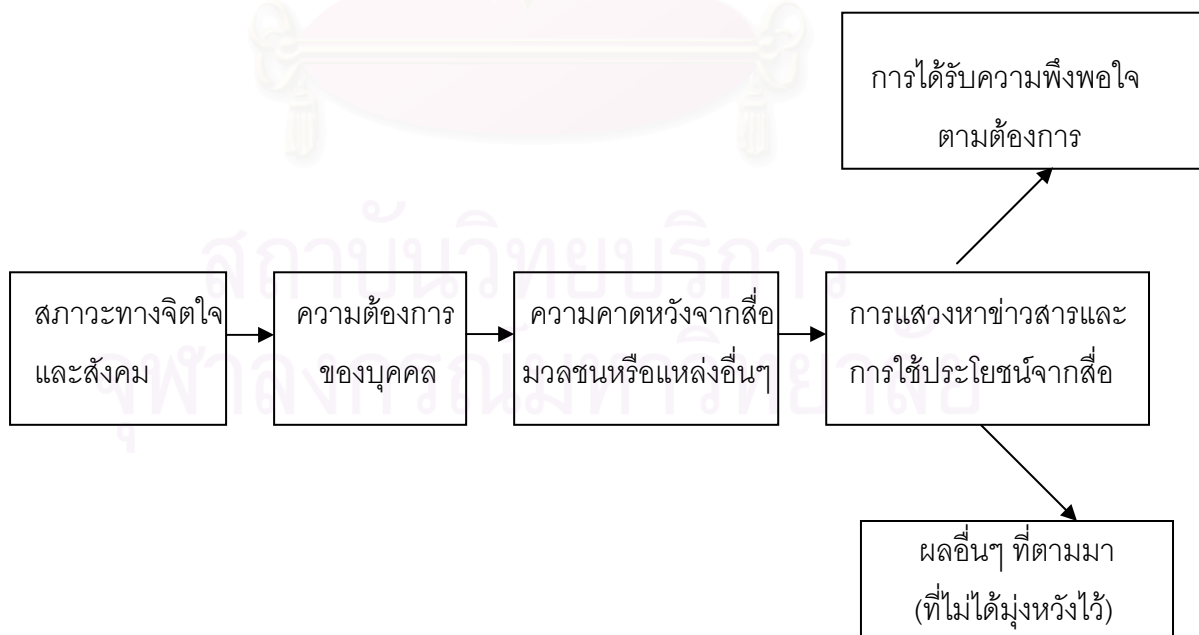
ความสนใจเกี่ยวกับวิธีการศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจดังกล่าว เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อตอนกลางศตวรรษที่ 19 โดย เฮร์ตา เฮร์ซอก (Herta Herzog, 1944) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการรับฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวันของแม่บ้านชาวอเมริกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของซัคท์แมน (Suchman, 1942) ที่ศึกษาในเรื่องสิ่งจูงใจในการฟังดนตรีคลาสสิกทางวิทยุกระจายเสียง และยังมีงานวิจัยของเบเรลสัน (Berelson, 1949) ที่ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อผู้อ่านหนังสือพิมพ์ อันเนื่องมาจากการนัดหยุดงานของพนักงานโรงพิมพ์ ทำให้ไม่มีหนังสือออกจำหน่ายในช่วงระยะหนึ่ง (พีระ จิระโสภณ, 2529) และในขณะเดียวกัน ลาซาร์สเฟลด์ (Lazarsfeld, 1950) ก็ได้ศึกษาพบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีอเมริกา เมื่อปี 1948 นั้น การหาเสียงไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย เพียงแต่เป็นการย้ำให้ผู้ลงคะแนนเสียงมีความมั่นใจในการเลือกซึ่งมีอยู่แล้วแต่เดิมของตนมากขึ้นเท่านั้น (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534) ไม่ทำให้พวกเขาเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย จึงเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของสื่อที่เคยมีต่อผู้รับสารนั้นเริ่มลดน้อยลง ผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับที่เอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น แต่มีบทบาทมากกว่านั้นในการที่จะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกที่จะรับเนื้อหาในข่าวสาร เพื่อสนองตอบความต้องการของตน แนวคิดใหม่ทางการสื่อสารมวลชน จึงไม่ได้มองผู้รับสารเป็นแต่เพียงฝ่ายรับ (Passive Audience) เหมือนในทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Theory) หากมองว่าผู้รับสื่อเป็นฝ่ายกระทำ (Active Audience) ซึ่งก็ได้รับการสนับสนุนมากขึ้นในยุคต่อมาเป็นลำดับ



แคทซ์ (Katz : 1959 อ้างใน พัทธนี เขยจรรยาและคณะ , 2538 : 53-26) เป็นคนแรกที่มีความเห็นว่าการวิจัยเกี่ยวกับ “ผล” หรืออิทธิพลของสื่อที่มีต่อบุคคลนั้น ควรให้ความสนใจลดน้อยลง แต่ควรให้ความสนใจต่องานวิจัยเกี่ยวกับ “การใช้” สื่อของบุคคลให้มากขึ้น โดยแคทซ์ชี้ให้เห็นว่า สื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอนและการเลือกใช้นั้นก็สืบเนื่องมาจากเหตุผลหรืออิทธิพลทางจิตวิทยา รวมทั้งความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคลที่เป็นตัวกำหนดการเลือกใช้สื่อ

ในระยะต่อมา แคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1974 อ้างใน สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, 2537 : 82-83) ได้วางแบบแผนของการศึกษาตามทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ สรุปได้ว่าเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการจำเป็นที่แตกต่างกันออกไปของบุคคล และเกิดมี (3) ความคาดหวังหรือการคาดคะเนความพอใจที่ได้จากสื่อแต่ละประเภทหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ (5) ในรูปแบบและโอกาสที่มีความแตกต่างกันออกไป อันก่อให้เกิดผลคือ (6) การได้รับความพึงพอใจสนองความต้องการและ (7) ผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจตามที่ได้กล่าวมา แสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้



แบบจำลองทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1974)

แบบจำลองดังกล่าวนี้ สามารถอธิบายได้ว่า “สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้บุคคลแต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป โดยที่ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันออกไปด้วย” (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2538)

การศึกษาตามแนวคิดนี้ มองว่า ผู้รับสารต่างหากที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตน การศึกษาในลักษณะนี้จึงตรงกับวิธีการศึกษาในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functional Approach) ที่มุ่งพิจารณาว่า สื่อมวลชนมีหน้าที่ต่างๆ กันเพื่อสนองความต้องการของผู้รับสาร เช่น หน้าที่ในการเสนอข่าวสาร หน้าที่ในการให้ความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ หน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการติดต่อกับสังคม และหน้าที่ในการเสริมสร้างลักษณะส่วนบุคคลให้แก่ผู้รับสาร เป็นต้น (พีระ จิโรโสภณ, 2537 : 636)

นอกจากนี้ แคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1974 อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2538) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บมาจากผู้ใช้สื่อในประเทศอิสราเอล งานวิจัยชิ้นนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยสำรวจขั้นพื้นฐาน และเป็นความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดตามทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจมากกว่าการศึกษาเพื่อสมมุติฐานใดๆ โดย แคทซ์และคณะ ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตวิทยาและสังคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ได้แก่

1. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ ประกอบด้วย

- ก. ต้องการเพิ่มมากขึ้น (จากที่มีอยู่แล้ว)
- ข. ต้องการให้น้อยลง (จากที่มีอยู่แล้ว)
- ค. ต้องการให้ได้มา (ยังไม่มีเลย)

2. Connection คือ จุดประสงค์ของการใช้สื่อ ประกอบด้วย

- ก. รับรู้ข่าวสาร ความรู้
- ข. เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน)
- ค. เพื่อความเชื่อมั่น ความเชื่อถือ ความมั่นคงของสถานภาพ
- ง. เพื่อสร้างหรือดำรงรักษาความสัมพันธ์

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการคิดต่อไปถึงระดับต่างๆ โดยเริ่มจากระดับใกล้ตัว จนห่างออกไปเรื่อยๆ ดังนี้

- ก. ตนเอง
- ข. ครอบครัว
- ค. เพื่อนฝูง
- ง. ขนบธรรมเนียม ประเพณี สังคม
- จ. โลกกว้าง
- ฉ. สิ่งอื่นๆ ที่อยู่เหนือระดับการรับรู้ทางกายภาพ เช่น อำนาจเหนือธรรมชาติ

เดวิสสัน (Devison, 1974 อ้างถึงในพัชณี เชยจรรยาและคณะ, 2538) เป็นอีกผู้หนึ่งที่ทำให้การสนับสนุนแนวคิดของแคทซ์ โดยให้ข้อคิดว่าบุคคลทุก ๆ คนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสารเพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการทางสังคม นอกจากนี้ การที่บุคคลมีความต้องการที่จะเลือกรับสื่อข่าวสารนั้น เป็นเพราะมีสาเหตุมาจากความคาดหวังเพื่อแสวงหาความพึงพอใจ โดยได้รับอิทธิพลมาจากสภาพแวดล้อมในสังคมที่สร้างความต้องการดังกล่าวนี้ให้แก่บุคคลอย่างแน่นอน

ในงานวิจัยเรื่อง Utilization of Mass Communication by Individual ของ แคทซ์ , บลูมเลอร์ และเกอร์วิทซ์ (Katz, Blumler and Gurevitch, 1974) ได้สรุปข้อตกลงพื้นฐานของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจไว้ 5 ข้อด้วยกัน ได้แก่

1. ผู้รับสารมีลักษณะเป็นผู้นำ การใช้สื่อส่วนใหญ่ทำไปโดยมีจุดมุ่งหมาย แม้ว่าสภาพแวดล้อมหรือโอกาสอาจมีส่วนให้เกิดการใช้สื่อ ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าการใช้นั้นมักจะต้องมีการหวังผลเสมอ ขึ้นอยู่กับว่าจะคาดหวังไว้มากน้อยแค่ไหน (Blumler , Mc Quail and Brown, 1972)
2. ยึดถือผู้รับสารเป็นหลัก กล่าวคือ มองว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่ออย่างไร โดยมีเจตนาอย่างไร ไม่ใช่มองว่าสื่อมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารแต่ฝ่ายเดียว (Shramm and Others, 1961)

3. เป็นการมองอย่างเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อกับแหล่งอื่นๆ ดังนั้น เมื่อศึกษาจึงต้องเปรียบเทียบถึงวิธีการสำรวจอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ด้วย

4. อาจกล่าวได้ว่าบุคคลสามารถอธิบายถึงความสนใจหรือแรงจูงใจของตนเองในเรื่องต่างๆ ได้

5. ต้องพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องและความแตกต่างระหว่างทฤษฎีกับ Popular Culture หรือแบบอย่างในการดำรงชีวิตของหมู่คณะหรือคนส่วนใหญ่ในสังคม

ในระยะต่อมา มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่นำสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คืองานของแมคคอมบ์และเบคเกอร์ (Mccombs and Becker) (1979) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลทั่วไปนั้นจะใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการที่จะทราบถึงเหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อที่จะได้ทราบว่ากำลังเกิดอะไรขึ้น ซึ่งทำให้ทันเหตุการณ์ทันสมัย และยังได้เรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง รวมทั้งช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นอยู่
4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
5. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication) คือ นำเอาความรู้ที่ได้จากการเปิดรับสื่อไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่น
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) ความเพลิดเพลิน รวมทั้งความผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

ส่วน คิปแพ็กซ์ และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980 อ้างใน ศิราณี อนุศิลป์ชาญ, 2531 :13-14) ได้นำความคิดของแคทซ์และคณะไปศึกษา โดยนอกจากจะเน้นในเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจแล้ว ยังได้เพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย จุดประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อกับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษา เป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก คือ อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ อายุตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะความสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูง จะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาค่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่เราสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย โดยหนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยุ และภาพยนตร์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

ผลการศึกษาพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการเลือกสื่อ การใช้สื่อและระดับความสำคัญของความต้องการ และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้สื่อกับความพึงพอใจ ความสัมพันธ์อันซับซ้อนอาจอยู่ที่การใช้ และความพึงพอใจกับลักษณะทางประชากรและลักษณะทางสังคมของกลุ่มผู้รับสาร และคุณลักษณะเฉพาะของสื่อ

ต่อมา บลูมเลอร์ แมคควอล และบราวน์ (Blumler Mc Quail and Brown, 1985) ได้จัดหมวดหมู่ของบทบาทหน้าที่ของสื่อจากมุมมองของปัจเจกบุคคลออกมาเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ และภายในแต่ละกลุ่มก็อาจจะแยกย่อยออกไปอีก คือ

1. ความเพลิตเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงออกมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อหรือเพื่อหลบหนีปัญหา และผ่อนคลายอารมณ์ ตัวอย่างของการชมภาพยนตร์ประเภทวิทยาศาสตร์ แฟนตาซี (Sci-Fi) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจน

2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ในสังคม เช่น นั่งดูรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ร่วมกันทั้งครอบครัว หรือการนำเอาเรื่องราวจากละครโทรทัศน์มาพูดคุยกับคนในที่ทำงาน

3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นการใช้สื่อเพื่อต่อย้ำหรืออ้างอิงกับกลุ่ม เพื่อเสริม/สร้างเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น ถ้าเป็นวัยรุ่นก็ต้องดูรายการสอนภาษาอังกฤษแบบวัยรุ่นที่มีรูปแบบทันสมัย มีเนื้อหาสาระที่วัยรุ่นสนใจ ใช้พิธีกรวัยรุ่นวัยรุ่น เป็นต้น

4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการเปิดรับสื่ออยู่แล้ว

จากผลการวิจัยในเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของนักวิชาการหลายๆ ท่าน โจเซฟ อาร์ โดมินิค ( Joseph R. Dominick, 1993) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับเหตุผลในการใช้สื่อมวลชนของบุคคล เป็น 4 กลุ่ม ด้วยกันคือ

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือ การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้อยากเห็น และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักคือ ข่าวสาร ความรู้และความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) คือ เพื่อตอบสนองความต้องการในรูปแบบต่างๆ กัน

- เพื่อการกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น อีกทั้งเพื่อลดความเบื่อหน่าย

- เพื่อการพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือลดความเร้าในชีวิตประจำวันลง

- เพื่อการปลดปล่อยอารมณ์ (Emotion Release) คือ การเพิ่มหรือลดอารมณ์และพลังงาน เช่น การดูหนังสยองขวัญ หรือการดูหนังรันทด เหล่านี้ล้วนเป็นการปลดปล่อยอารมณ์ทั้งสิ้น

3. เพื่อประโยชน์ทางด้านสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น การเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับของคนในสังคมและความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้



- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวเชื่อมโยงความเป็นกลุ่มเหล่านั้น ซึ่งผู้รับสารอาจจะมีการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด ความเข้าใจต่อคำนิยมใหม่ๆ ทั้งนี้ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) จากสภาพสังคมที่มีความเจริญก้าวหน้า แต่ปัจเจกชนกลับรู้สึกโดดเดี่ยวในสังคม ดังนั้น ปัจเจกชนจึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนหรืออย่างน้อยก็มีการใช้สื่อมวลชนในการแสวงหาเพื่อน ดังจะเห็นได้ในปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่ในสังคมอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ไว้เป็นเพื่อนแก้เหงา

4. การผลัดจากสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ อาทิเช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จเพื่อจะได้ไปชมโทรทัศน์ เป็นต้น หรือการที่บุคคลใช้สื่อเป็นเขตกันชน (Buffer Zone) เพื่อพ้นจากการรบกวนของผู้อื่น เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์บนเครื่องบิน

สำหรับประเทศไทย ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531, น. 110-112) ได้ทำการศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน ซึ่ง McQuail และคณะ ได้สร้างไว้แล้วนำมาปรับปรุงขึ้นใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสาร ดังนี้

#### 1. ความต้องการสารสนเทศ

- 1.1 เพื่อทราบเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว สภาพปัจจุบันของสังคมและโลก
- 1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็นและการตัดสินใจ
- 1.3 สนองความต้องการอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- 1.4 เป็นการเรียนรู้ และศึกษาด้วยตนเอง
- 1.5 สร้างความรู้ที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

#### 2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แกบุคคล

- 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ (ในสื่อมวลชน)
- 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง

### 3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 3.4 ใช้แทนเพื่อน
- 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนและสังคม

### 4. ความต้องการความบันเทิง

- 4.1 การหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
- 4.2 ความผ่อนคลาย
- 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนานทางสุนทรีย์
- 4.4 ใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
- 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของลอเรนซ์ เอ. เวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะ Wenner ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) โดยเวนเนอร์ (Wenner) ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. **Orientational Gratifications** : กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง และใช้เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance)

2. **Social Gratifications** : กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อชักจูงใจ เป็นต้น

3. Para - Social Gratifications : กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. Para - Orientational Gratifications : กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อเป็นเรื่องของการมีสื่อหลายๆ ประเภทให้เลือก เหมือนเมนูอาหารที่บุคคลจะเลือกตามความต้องการและความพึงพอใจ ตลอดจนประโยชน์ที่ตนจะได้รับนั่นเอง

ดังนั้น การที่กลุ่มเป้าหมายเลือกและตัดสินใจที่จะติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น ด้วยเหตุผลสำคัญคือ การรับรู้ประโยชน์ที่ตนจะได้รับในรูปแบบต่างๆ กันไปขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกันที่สุด

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยในประเทศ

- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. เรณู รัตนประเสริฐ (2538) ศึกษาเรื่อง “เทคโนโลยีสารสนเทศกับการแสวงหาข่าวสารของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์” โดยสัมภาษณ์นักลงทุนรายย่อยจำนวน 200 ราย จากบริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์และบริษัทนายหน้าค้าช่วงหลักทรัพย์ จำนวน 19 บริษัท พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศครบทุกราย โดยแบ่งเป็นการขอรับบริการข้อมูลคอมพิวเตอร์ออนไลน์ ทางโทรศัพท์ บริการข้อมูลวิทยุติดตามตัว และทางโทรศัพท์มือถือ ซึ่งนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับปานกลางและต้องการให้นำเอาข้อมูลข่าวสารจากสื่อเดิมโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์มาประมวลผล และนำเสนอผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศ การศึกษาในครั้งนี้ช่วยให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และเมื่อมีการนำเสนอข้อมูลผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศแล้ว นักลงทุนให้ความสนใจ

2. เรวดี คงสุภาพกุล (2539) ศึกษาเรื่อง “การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบเป็นอย่างดี วัตถุประสงค์ในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตก็เพื่อการค้นคว้างานวิจัย ข้อมูลวิชาการ การพูดคุยกับเพื่อน และการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวของนิสิตนักศึกษาทำให้มีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้น

3. ลดาวัลย์ ไทย์ธัญญพานิช (2538) ศึกษาเรื่อง “การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” โดยชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์ว่าในอนาคตจะเป็นการนำข้อมูลลักษณะเดียวกับที่เผยแพร่ในปัจจุบันมาปรับปรุงด้านความถูกต้องแม่นยำ ความสามารถในการเผยแพร่กระจายได้รวดเร็ว และสร้างความเท่าเทียมกันมากขึ้น รวมทั้งปรับปรุงด้านรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจมากขึ้น ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลนั้น จะคงยังทำให้เกิดช่องว่างในการได้รับข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ย่อมทำให้ผู้ที่ไม่สามารถใช้เครื่องมือดังกล่าวเสียเปรียบในการได้รับข้อมูล

4. อัญญา บุญเรือง (2540) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหญิงและชายในองค์กรธุรกิจ” พบว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกพฤติกรรมตามเพศ ตำแหน่งงาน และองค์กรธุรกิจ นอกจากนี้ยังพบว่าทัศนคติต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ความต้องการข่าวสารข้อมูลจากเทคโนโลยีสารสนเทศ โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้หญิงและผู้ชาย เมื่อจำแนกตามเพศ ตำแหน่งงาน และองค์กรธุรกิจ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

5. อรวรรณ ปิณฑนนโหวาท และคณะ (2536) ศึกษาเรื่อง “เทคโนโลยีสารสนเทศและบทบาทพัฒนาสังคมไทย” พบว่า เทคโนโลยีในสำนักงาน ให้ผลทางบวกมากกว่าทางลบ แต่มีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นั่นคือ ปัญหาทางด้านความพร้อมและความชำนาญในการนำมาใช้ของบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญ แต่ก็มีแนวโน้มว่าจะมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพิ่มมากขึ้น

6. ดนัย หวังบุญชัย (2538) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ และสร้างความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหนังสือพิมพ์รายวัน” พบว่า บุคลากรมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในระดับปานกลาง มีอุปกรณ์ที่ใช้เป็นประจำคือ โทรศัพท์ในสำนักงาน เครื่องคอมพิวเตอร์ เพจเจอร์ และโทรสาร ลักษณะงานที่ใช้บ่อยคือ งานด้านการพิมพ์เอกสาร การสื่อสารระหว่างบุคคล และการเรียกใช้ฐานข้อมูล ส่วนบุคลากรที่มีระดับการศึกษาหรือมีประสบการณ์ทางด้านการสัมภาษณ์ การดูงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมแตกต่างกันตามไปด้วย ในขณะที่สถานภาพทางด้านอื่น เช่น เพศ อายุ อายุการทำงานไม่มีความแตกต่าง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศจะเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในวงการธุรกิจทุกแขนง และจะถูกพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้งในอนาคต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองของความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า / ผู้ใช้บริการ

- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสื่อสาร

1. อ่ำไพศรี โสประทุม (2539) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับสื่อคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับอินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้ความจำเป็นในการใช้ติดต่อสื่อสารในงานธุรกิจปัจจุบัน ขณะที่สื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับอินเทอร์เน็ต โดยที่การศึกษามีความสัมพันธ์กับการที่อินเทอร์เน็ตช่วยในการทำงาน รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้ในอนาคต การเป็นเจ้าของมีความสัมพันธ์กับความถี่บ่อยในการใช้ การช่วยพัฒนาในการทำงานและความต้องการใช้ในอนาคต คุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการยอมรับอินเทอร์เน็ตและความทันสมัยของบุคคลมีความสัมพันธ์กับการยอมรับอินเทอร์เน็ต



2. อองอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2539) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า นักศึกษาที่มีความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ และความเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์มีพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศชายมีพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่าเพศหญิง นักศึกษาที่มีอายุน้อยมีพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่านักศึกษาที่มีอายุมาก และนักศึกษาที่เป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์เองมีพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่านักศึกษาที่ไม่เป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์

3. อรัญญา ม้าลายทอง (2539) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทล๊อคช็อสเลย์ จำกัด (มหาชน)” พบว่า เพศ ตำแหน่ง ลักษณะสายงาน และการเข้ารับการสัมมนาอภิปรายหรืออบรมเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ไม่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในขณะที่อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และ ความถี่ในการเข้ารับการสัมมนาหรืออบรมเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

4. พิชญญา รัตนพล (2540) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง ผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน (City Radio)” พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ระดับความคาดหวังผลประโยชน์ต่อตนเองและต่อสังคมจากสถานีวิทยุชุมชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร และ ระดับความน่าเชื่อถือด้านผู้ดำเนินรายการและข้อมูลข่าวสารในสายตาของสมาชิกสถานีวิทยุชุมชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

5. วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์ (2540) ศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั่วไปกับการเปิดรับสื่อวารสารสนเทศของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กัน และระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ แตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรของเด็กและเยาวชน ในด้านอายุ สถานที่ศึกษา ระดับการศึกษา ระดับการศึกษาของบิดาและมารดา บุคคลที่อาศัยด้วย และลักษณะที่อยู่อาศัย แต่ไม่แตกต่างกันในลักษณะทางประชากรอื่นๆ ที่นำมาศึกษา เช่น เพศ ค่าใช้จ่ายที่ผู้ปกครองให้ในแต่ละเดือน รายได้รวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน



6. สุจินดา กิจการเจริญสิน (2543) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ของผู้ใช้บริการระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ มีพฤติกรรมการใช้ระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศชายมีความถี่ในการใช้บ่อยครั้งกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงจะใช้ระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้งมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ รายได้ และทักษะการใช้คอมพิวเตอร์แตกต่างกัน มีความถี่ในการใช้ระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้ระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

7. จูติรัตน์ พุทธิสารชัย (2544) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการนำบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการทำงานของพนักงานในบริษัทร่วมทุนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า เพศที่ต่างกัน มีปริมาณการใช้งานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ส่วนอายุและระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีปริมาณการใช้งานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ระดับความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการได้รับประโยชน์จากบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน ได้รับประโยชน์จากบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการใช้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร ส่วนระดับความรู้ ทัศนคติ ความคาดหวังก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากร

- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง

1. อรณี ผู่วรรณลักษณ์ (2538) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร” พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพทางครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธ ศาสนา การคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธ ศาสนา การเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกชมรมทาง

พระพุทธศาสนา และการคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา

2. วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประชาชนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตแตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตไม่แตกต่างกัน

3. ชยุดรา ศิริไกรวัฒนาวงศ์ (2541) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้อ่านนิตยสารแนวธรรมะและแนววิถีปฏิบัติปฎิหาริย์” พบว่า คุณลักษณะทางประชากรของผู้อ่านนิตยสารทั้งสองประเภทโดยทั่วไปแล้วเกือบไม่แตกต่างกัน ในด้านความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านทั้งสองกลุ่มอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน มีความพึงพอใจที่จะได้รับสาระประโยชน์และความรู้ในเรื่องราวต่างๆ มากขึ้น แต่ยังมีกาคาดหวังที่จะได้ความรู้ยิ่งขึ้นไปอีก นอกจากนี้ ความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบของนิตยสารทั้งสองกลุ่มที่มีความสนใจในคอลัมน์ของนิตยสารก็อยู่ในระดับใกล้เคียงกันด้วย

4. ธิติมา อุ่นเมตตาดิจิต (2541) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” พบว่า เพศ อาชีพและการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อรายการ และพบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษา กับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการและความพึงพอใจต่อรายการ นอกจากนี้ยังพบอีกว่าความคาดหวังต่อรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ ๔ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการและความพึงพอใจต่อรายการ

5. ตรรกะ เทศศิริ (2542) ศึกษาเรื่อง “สถานภาพ ความคาดหวัง และผลของการใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” พบว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว ส่วนใหญ่คาดหวังว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงตลาดผู้บริโภคได้โดยตรงและเป็นแนวโน้มที่น่าจะมีศักยภาพสูงในอนาคต แต่มีความคาดหวังน้อยในด้านยอดขายที่จะเพิ่มขึ้นจากช่องทางนี้

6. รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา (2540) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังของผู้รับบริการ และความพึงพอใจในงานบริการจากการเปิดรับข่าวสารเชิงสัมพันธ์ภาพของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการ ในด้านการให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และการให้บริการ ณ จุดรับบริการ มีความสัมพันธ์กัน ในระดับสูงมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังสูง ก็จะมี ความพึงพอใจสูง ในขณะที่เดียวกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่ำ ก็จะมี ความพึงพอใจอยู่ใน ระดับต่ำเช่นเดียวกัน

7. สุวรรณ มาศเมฆ (2540) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจใน การใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวง มหาวิทยาลัย ต่อการดำเนินภารกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา” พบว่า ความ คาดหวังต่อประโยชน์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ เปิดรับชมและความพึงพอใจในระดับสูง และลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังด้วย

- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

1. ชิบ จิตนิยม (2534) ศึกษาเรื่อง “ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ให้บริการเคเบิลทีวี ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของ IBC” พบว่า ระดับการศึกษาเป็นคุณลักษณะทางประชากรและสังคมเพียงตัวแปรเดียวที่มีความ สัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการ คือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะรับชมรายการ ของ IBC มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่า และพบว่า การคาดหวังผลตอบแทนและความพึง พพอใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการของ IBC

2. ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง” พบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง และพฤติกรรมการเปิดรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบ เนื้อหา และระยะเวลาการออกอากาศ

3. นูวดี สุพรรณรัตน์ (2541) ศึกษาเรื่อง “การใช้สื่อทางไกลผ่านดาวเทียมความรู้ และการนำความรู้ไปใช้กับความพึงพอใจในการสื่อทางไกลผ่านดาวเทียมของนักศึกษา นอกระบบโรงเรียนในชนบทจังหวัดเชียงใหม่” พบว่า การใช้สื่อทางไกลผ่านดาวเทียมของนักศึกษา นอกระบบโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการใช้สื่อทางไกลผ่านดาวเทียม นอกจากนี้ การนำความรู้ไปใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการใช้สื่อทางไกลผ่านดาวเทียม และสามารถอธิบายความพึงพอใจในการใช้สื่อทางไกลผ่านดาวเทียมได้มากที่สุด

4. หรรษา วงศ์ธรรมกุล (2541) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วไปในระดับไม่สูง แต่มีความพึงพอใจจากการใช้ในระดับสูง นอกจากนี้ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ นักศึกษาที่มีการใช้ประโยชน์มาก ก็จะมีความพึงพอใจมาก และนักศึกษาที่มีการใช้ประโยชน์น้อย ก็จะมีความพึงพอใจน้อย

5. เสกสรร สายสีสด (2542) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา อาจารย์ และผู้บริหารสถาบันราชภัฏอุดรธานี” พบว่า นักศึกษา อาจารย์ และผู้บริหารมีการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน กลุ่มที่ใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในระดับสูง คือ กลุ่มอาจารย์ ส่วนนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์มีการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตแตกต่างกับคณะวิทยาการจัดการ และคณะวิทยาศาสตร์มีการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตแตกต่างกับคณะวิทยาการจัดการ

6. มาลินี มีลาภสม (2543) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์อากาศของผู้ประกอบอาชีพประมงในชุมชนบ้านแหลมหิน และชุมชนบ้านสลักเพชรจังหวัดตราด” พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา ลักษณะการประกอบกิจการและการครอบครองกิจการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข่าวพยากรณ์อากาศที่เสนอผ่านทางวิทยุกระจายเสียงที่แตกต่างกัน ในส่วนของโทรทัศน์ นั้น พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

7. ลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร (2543) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)” พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ แตกต่างกัน

8. เกศรา ชั่งชวลิต (2544) ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล” พบว่า การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ (E-Learning) ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ นอกจากนี้ ยังพบว่า การรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ตัวแปรการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ และลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ



## งานวิจัยในต่างประเทศ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก โดย Georgia Institute of Technology (<http://www.cc.gatech.edu/gvu>) ที่ได้เริ่มทำการสำรวจมาตั้งแต่เดือนมกราคม 1994 และทำการสำรวจทุกๆ 6 เดือน การสำรวจครั้งล่าสุดเริ่มระหว่างวันที่ 10 เมษายน ถึงวันที่ 10 พฤษภาคม 1996 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาวอเมริกัน ร้อยละ 73.4 ชาวยุโรปร้อยละ 10.8 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตกว่าร้อยละ 50 เข้าสู่ระบบเครือข่ายจากที่บ้านและจ่ายค่าบริการเอง ขณะที่ร้อยละ 80 ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทุกวัน เพื่อความเพลิดเพลิน และร้อยละ 36 ใช้บริการ World Wide Web แทนการดูรายการโทรทัศน์ ในการสำรวจครั้งเดียวกันนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11,700 คน ได้มีการรวมเอาหัวข้อในเรื่องการเมือง เรื่องส่วนตัว และการใช้โปรแกรมรวมไว้ด้วย โดยมีการแบ่งกลุ่มอายุและวิเคราะห์ความแตกต่างของกลุ่มอายุที่ต่างกัน พบว่า อายุเฉลี่ยของคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตเท่ากับ 33 ปี ผู้หญิงสนใจใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นกว่าเดิมจากร้อยละ 24.3 เป็นร้อยละ 31.5 รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวเท่ากับ 59,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

โรบินสัน (Robinson, 1972) ศึกษาวิจัย พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารดี และจะเพิ่มพูนความรู้ด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อ

แครอล เอ เฮร์ท (Caral A. Hert, 1994) ศึกษาการเรียนรู้จากการอบรมในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในหน่วยงาน พบว่า เป็นการศึกษาเรื่องการจัดการองค์การ วัตถุประสงค์ การนำสิ่งใหม่ “อินเทอร์เน็ต” มาใช้ด้วยการอบรมโดยครอบคลุมทฤษฎีการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลงในองค์การ Computer Net work, Information Network การอบรมเป็นความสำเร็จอย่างหนึ่งในการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในองค์กร ในการสอนให้เกิดการเรียนรู้และความชำนาญของผู้เข้าอบรม มีส่วนร่วมตามแผนการอบรม และเปลี่ยนรูปแบบการทำงานในองค์กร



ฟิลลิป ดอตตี (Philip Doty, 1994) ศึกษาการวางแผนและการประเมินผลการใช้คอมพิวเตอร์เน็ตและเงื่อนไขในการดำเนินงาน พบว่า การวางแผนประเมินผลการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการสำรวจครั้งแรกเกี่ยวกับการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ว่ามีความรู้อะไรบ้างเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต และพิจารณาหายุทธวิธีที่จะหลีกเลี่ยงการทำให้ดีขึ้น การตรวจตราและรวมทั้งการคาดการณ์ความน่าจะเป็นว่ายังขาดความเข้าใจของหน่วยงานในการใช้ระบบ network และขาดการประเมินผลการใช้ระบบ

MIMOS และ Beta Interactive Services (Beta Interactive Services, 1995. P.1-3) ได้สำรวจการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรกในประเทศมาเลเซีย พบว่า จากจำนวนประชากร 20 ล้านคน มีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจำนวน 20,000 คน ซึ่งจากการสำรวจมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1,015 คน อายุเฉลี่ยของผู้ใช้บริการ 30 ปี เป็นเพศชาย การศึกษาอยู่ในระดับดี มีรายได้มากกว่า 10,000 เหรียญสหรัฐต่อปี มีจำนวนผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิงเพียงร้อยละ 11 ขณะที่ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่เป็นเพศหญิงเกือบร้อยละ 25 ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ประมาณร้อยละ 55 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ผู้ที่มีอายุต่ำสุดมีอายุเพียง 6 ขวบ ผู้ที่มีอายุสูงสุดมีอายุ 71 ปี ร้อยละ 61 ของผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52 เป็นโสด ร้อยละ 41 ประกอบอาชีพประเภทผู้เชี่ยวชาญระดับสูง ร้อยละ 31 ประกอบอาชีพนักการศึกษาและนักศึกษา ร้อยละ 23 ทำงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ ลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสรุปได้ดังนี้ ร้อยละ 83 ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมาเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 71 ใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างน้อย 1 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 99 ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 43 ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 28 ใช้บริการอินเทอร์เน็ต 1 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 29 ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากที่ทำงาน ร้อยละ 63 ใช้บริการจากที่บ้าน ซึ่งสามารถต่อได้ง่ายกว่าการต่อจากที่ทำงาน

โอ รีลลี แอสโซซิเอตส์ (O'Reilly and Associates) เป็นหน่วยงานที่ทำธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต ได้สำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตในเดือนมีนาคม ในปี 1996 พบว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยตรงเท่ากับ 5.8 ล้านคน ประมาณ 3.9 ล้านคน ใช้บริการจากบริการประเภทออนไลน์ และคาดการณ์ว่าจากการเชื่อมต่อทั้งสองลักษณะจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น 6 ล้านคน ใน 12 เดือนข้างหน้า นอกจากนี้ พบว่า มีจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นเพศชายจำนวน 67 เปอร์เซ็นต์ 50 เปอร์เซ็นต์มีรายได้ 50,000 เหรียญสหรัฐต่อปี กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยเป็นโสด มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 25 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 18-24 ปี จำนวน 23 เปอร์เซ็นต์

นิว ลิมิตเต็ด (Nua Limited) ได้ทำการวิจัยร่วมกับศูนย์ดับบลิน มีเดีย (Dublin Media) โดยสำรวจทัศนคติการใช้อินเทอร์เน็ตและมัลติมีเดียของบริษัทที่มีขนาดใหญ่จำนวน 250 บริษัทในประเทศไอร์แลนด์ พบว่า 44 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 17 เปอร์เซ็นต์ของผู้ใช้ มีความเห็นว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดสำหรับบริษัทของเขา ขณะที่ 54 เปอร์เซ็นต์เชื่อว่าความสำคัญของอินเทอร์เน็ตสามารถเพิ่มจำนวนผู้ใช้เป็นจำนวนมหาศาลในช่วง 12 เดือนข้างหน้า 31 เปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง 63 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่มีมีการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นของตนเอง แต่มีความตั้งใจที่จะเป็นเจ้าของใน 12 เดือนข้างหน้า 77 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่เขาจำเป็นต้องใช้และควรได้รับการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมากกว่าที่เป็นอยู่

ศาสตราจารย์ สุนิล คุปตา และจิม พิทโคว (Professor Sunil Gupta and Jim Pitkow, 1997) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน World Wide Web ทั่วโลก พบว่า ผู้ใช้ World Wide Web ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์พื้นฐานในการใช้งาน World Wide Web เพื่อค้นหาข้อมูลและเพื่อความบันเทิง รองลงมา คือ ใช้เพื่อการทำงานและการศึกษา โดยผู้ใช้ World Wide Web จะมีการศึกษาในระดับวิทยาลัยขึ้นไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับปานกลาง ให้การยอมรับอินเทอร์เน็ต ในฐานะที่เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น และมีการใช้งานที่แพร่หลายไปสู่วงการอื่นๆ มากขึ้น นอกเหนือไปจากวงการทหาร การศึกษา และนักวิชาการเหมือนเช่นในอดีต

ชาร์ลส์ เอลเลียต (Charles Elliott, 1998) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับข่าวสารที่ปรากฏผ่านการสื่อสารด้วยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยศึกษาสื่อดั้งเดิม คือ หนังสือพิมพ์ ที่ขยายขอบเขตการสื่อสารมาใช้ช่องทางการสื่อสารในยุคใหม่ คือ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ของแนวคิดเกี่ยวกับปัญหาและความไม่เท่าเทียมในการไหลของกระแสข่าวสารของโลก เป็นจุดเริ่มต้นของคำถามนำการวิจัยที่ต้องการจะทดสอบประสิทธิภาพของการสื่อสารด้วยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เอลเลียตให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับปัญหาความไม่เท่าเทียมในการไหลของข่าวสารระหว่างประเทศเพื่อค้นหาว่าในยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศนี้ การสื่อสารในลักษณะหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะมีศักยภาพในการจัดข้อบกพร่องในการไหลของข่าวสารที่ไม่สมดุลได้หรือไม่ ขณะเดียวกัน หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ของเอเชียสามารถทำหน้าที่เป็นปากเสียงและเป็นสื่อสะท้อนความคิดเห็นของภูมิภาคไปสู่กลุ่มผู้รับสารระดับโลกได้หรือไม่

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ของเอเชียมีการเสนอเนื้อหาต่อผู้รับสารระดับโลกที่มีประเด็นค่อนข้างหลากหลาย และหนังสือพิมพ์เหล่านี้ได้ใช้ช่องทางการสื่อสารใหม่นี้ในการเผยแพร่ข่าวที่เกิดขึ้นในเอเชียในแง่มุมมองที่ดีกว่าการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวต่างประเทศ โดยภาพรวมแล้วหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต ค่อนข้างประสบความสำเร็จในการช่วยลดปัญหาความไม่สมดุลในการไหลของกระแสข่าวสารจากประเทศตะวันตกมาตะวันออก และจากซีกโลกเหนือมาสู่อีกซีกโลกได้ โดยใช้คุณประโยชน์ของรูปแบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่

หลุยส์ หลวงและรัน เหว่ย (Louis Leung and Ran Wei, 1998) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับใช้ Interactive TV (ITV) ของชาวฮ่องกง พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ ตัวแปรเพศ อายุ การศึกษาและรายได้รวมของครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับใช้ ITV โดยที่ผู้ยอมรับใช้จะเป็นเพศชาย มีอายุน้อยกว่า มีการศึกษาสูงและมีรายได้สูงกว่าผู้ที่ไม่ยอมรับ นอกจากนี้ ยังพบว่าความคาดหวังผลประโยชน์จากการใช้ ITV มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับใช้ ITV

เดวิด แอทकिन และคณะ (David Atkin and Others, 1998) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้นวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตเมือง Midwest พบว่า คุณลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ การศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับการใช้นวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตเมือง Midwest อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าประชากรโลกให้การยอมรับอินเทอร์เน็ตในฐานะที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น และมีการใช้งานที่แพร่หลายไปสู่วงการต่างๆ มากขึ้น ทั้งในส่วนของปัจเจกบุคคลและหน่วยงานองค์กร โดยลักษณะของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในอนาคตจะมีความหลากหลายยิ่งขึ้น ในจำนวนผู้ให้บริการที่ทวีคูณมากขึ้นเรื่อยๆ

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีการศึกษาวัตถุประสงค์เฉพาะเพียงครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### ประชากร

ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet จำนวนประมาณ 4,000 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 เมษายน 2546)

#### กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้ค่าจากตารางสถิติกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากจำนวนประชากร 4,000 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างต้องมีอย่างน้อย 364 คน สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสำรวจไว้ 400 คน

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกสุ่มแบบ Systematic Random Sampling (สุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ) โดยนำระบบบัญชีรายชื่อพนักงานในเครือข่าย ที่ใช้บริการระบบเครือข่าย Intranet จากสำนักสารสนเทศ & คอมพิวเตอร์ เครือเจริญโภคภัณฑ์มาเป็นกรอบในการสุ่มตัวอย่าง โดยสุ่มหมายเลขใดหมายเลขหนึ่ง แล้วเว้นช่วงเป็นระยะห่างที่เท่ากัน ในที่นี้ จำนวนประชากรมีทั้งสิ้น 4,000 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ มีจำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างจึงเริ่มต้นจากการเลือกสุ่มตัวอย่างหมายเลขแรก ด้วยวิธีการจับฉลาก แล้วเว้นไปทุกๆ 10 หมายเลข จนได้ครบจำนวนที่ต้องการ จากนั้นจึงดำเนินการติดต่อและส่งแบบสอบถามไปยังพนักงานที่ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวอย่าง

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม มีทั้งคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) และปลายเปิด (Open-Ended Question) โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งจะเป็นคำถามในลักษณะปลายปิดและปลายเปิด จำนวน 7 ข้อ

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นคำถามในลักษณะ ปลายปิดและปลายเปิด จำนวน 6 ข้อ

**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นคำถามในลักษณะ ปลายปิดและปลายเปิด จำนวน 11 ข้อ

**ส่วนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นคำถามในลักษณะปลายปิดและปลายเปิด จำนวน 13 ข้อ

**ส่วนที่ 5** คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นคำถามในลักษณะปลาย ปิดและปลายเปิด จำนวน 12 ข้อ

**ส่วนที่ 6** คำถามเกี่ยวกับปัญหาการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นคำถามในลักษณะปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ เพื่อสอบถามถึงความต้องการในด้านเนื้อหาสาระหรือบริการบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่พนักงานต้องการให้เพิ่มขึ้น และปัญหาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

## การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นผู้ตรวจสอบแบบสอบถามและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ โดยเน้นความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษา เพื่อให้คำถามครอบคลุมเนื้อหาและสามารถสื่อความหมายได้อย่างเที่ยงตรงที่สุดระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อตรวจสอบและแก้ไขเรียบร้อยแล้วจึงนำแบบสอบถามนี้ไปหาค่าความเชื่อถือได้อีกครั้งหนึ่ง







## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยจำแนกตัวแปรเป็น 2 ประเภท ตามสมมุติฐาน 7 ข้อดังนี้คือ

**สมมุติฐานที่ 1 :** พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ที่แตกต่างกัน

**ตัวแปรอิสระ** คือ ลักษณะทางประชากรของพนักงานที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้, ตำแหน่งงาน, อายุงาน, สายงานที่สังกัด

**ตัวแปรตาม** คือ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**สมมุติฐานที่ 2 :** พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตัวแปรอิสระ** คือ พฤติกรรมการสื่อสาร ได้แก่ ความถี่ในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ต่อสัปดาห์ และระยะเวลาของการใช้ระบบเครือข่าย Intranet แต่ละครั้ง

**ตัวแปรตาม** คือ ความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**สมมุติฐานที่ 3 :** พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตัวแปรอิสระ** คือ พฤติกรรมการสื่อสาร ได้แก่ ความถี่ในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ต่อสัปดาห์ และระยะเวลาของการใช้ระบบเครือข่าย Intranet แต่ละครั้ง

**ตัวแปรตาม** คือ การใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**สมมุติฐานที่ 4 :** พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตัวแปรอิสระ** คือ พฤติกรรมการสื่อสาร ได้แก่ ความถี่ในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ต่อสัปดาห์ และระยะเวลาของการใช้ระบบเครือข่าย Intranet แต่ละครั้ง

**ตัวแปรตาม** คือ ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**สมมติฐานที่ 5 :** ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตัวแปรอิสระ** คือ ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตัวแปรตาม** คือ การใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**สมมติฐานที่ 6 :** ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตัวแปรอิสระ** คือ ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตัวแปรตาม** คือ ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**สมมติฐานที่ 7 :** การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตัวแปรอิสระ** คือ การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตัวแปรตาม** คือ ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**หลักเกณฑ์ในการให้คะแนน**

ผู้วิจัยได้กำหนดหลักการให้คะแนนจากการวัดค่าตัวแปรต่างๆ ในการคำนวณหาค่าทางสถิติโดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนเพื่อการวิเคราะห์ไว้ดังต่อไปนี้

## ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

พฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet วัดจากความถี่ในการใช้ และระยะเวลาที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ตามเกณฑ์ดังนี้

ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 ครั้งขึ้นไป / สัปดาห์	5 คะแนน
4 ครั้ง / สัปดาห์	4 คะแนน
3 ครั้ง / สัปดาห์	3 คะแนน
1 - 2 ครั้ง / สัปดาห์	2 คะแนน
นานๆ ครั้ง	1 คะแนน

ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากกว่า 2 ชั่วโมง / ครั้ง	5 คะแนน
มากกว่า 1½ ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง / ครั้ง	4 คะแนน
มากกว่า 1 ชั่วโมง - 1 ½ ชั่วโมง / ครั้ง	3 คะแนน
31 นาที – 1 ชั่วโมง / ครั้ง	2 คะแนน
น้อยกว่า 30 นาที / ครั้ง	1 คะแนน

การหาค่าคะแนนพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร จะพิจารณาจากผลคูณของคะแนนความถี่ในการใช้กับระยะเวลาในการใช้ เพื่อเอามาเปรียบเทียบตามเกณฑ์ต่อไปนี้

- พฤติกรรมมากที่สุด	5 คะแนน
- พฤติกรรมมาก	4 คะแนน
- พฤติกรรมปานกลาง	3 คะแนน
- พฤติกรรมน้อย	2 คะแนน
- พฤติกรรมน้อยที่สุด	1 คะแนน

### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ระดับของความคาดหวังจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- คาดหวังมากที่สุด 5 คะแนน
- คาดหวังมาก 4 คะแนน
- คาดหวังปานกลาง 3 คะแนน
- คาดหวังน้อย 2 คะแนน
- คาดหวังน้อยที่สุด 1 คะแนน

### ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ระดับของการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- ใช้ประโยชน์มากที่สุด 5 คะแนน
- ใช้ประโยชน์มาก 4 คะแนน
- ใช้ประโยชน์ปานกลาง 3 คะแนน
- ใช้ประโยชน์น้อย 2 คะแนน
- ใช้ประโยชน์น้อยที่สุด 1 คะแนน

### ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ระดับของความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- พอใจมากที่สุด 5 คะแนน
- พอใจมาก 4 คะแนน
- พอใจปานกลาง 3 คะแนน
- พอใจน้อย 2 คะแนน
- พอใจน้อยที่สุด 1 คะแนน

โดยผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่มีการให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

- เกณฑ์การประเมินระดับความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (วิเชียร เกตุสิงห์ : 2545 : 92)

ค่าสหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.00 - 0.20	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
ค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.21 - 0.40	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
ค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.41 - 0.60	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.61 - 0.80	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
ค่าสหสัมพันธ์มากกว่า 0.80 ขึ้นไป	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

### วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการเก็บ 2 วิธี

1. แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกด้วยตนเอง หากพนักงานที่สุ่มได้จากระบบบัญชีรายชื่อฯ ทำงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่ อาคาร CP TOWER ถนนสีลม

2. ใช้วิธีการส่ง E-mail แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความร่วมมือในการตอบและส่งกลับมาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของบริษัทฯ หากพนักงานที่สุ่มได้จากระบบบัญชีรายชื่อฯ ทำงานอยู่บริษัทในเครือฯ ที่มีสำนักงานอยู่ต่างจังหวัด

สำหรับกรณีที่ไม่ได้รับการตอบกลับจากพนักงานที่สุ่มได้จากระบบบัญชีรายชื่อฯ ทางผู้วิจัยจะเลือกพนักงานหมายเลขถัดไปเป็นกลุ่มตัวอย่างและตอบแบบสอบถามแทน

## การประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมและผ่านการตรวจสอบความถูกต้องแล้วไปลงรหัส (Coding) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำผลการวิเคราะห์มาจัดทำตารางเพื่อเสนอและสรุปผลการวิเคราะห์

## วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ของข้อมูลทุกข้อในขั้นตอน คำนวณ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ความคาดหวังจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

### 2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

2.1 ใช้การคำนวณหาค่า t-test และ One-Way ANOVA เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตามสมมติฐานที่ 1

2.2 ใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระอื่นๆ กับตัวแปรตามอื่นๆ ตามสมมติฐานที่ 2 - 7



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

**ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** โดยนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณเพื่อหาค่าสถิติพื้นฐานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เพื่ออธิบาย

- 1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด, รายได้ต่อเดือน, ตำแหน่งงาน, อายุงาน, กลุ่ม/สายงานที่สังกัด
- 1.2 พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 1.3 ความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 1.4 การใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 1.5 ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)** โดยการนำข้อมูลมาคำนวณและใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

ทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มโดยใช้สถิติทดสอบ t-test ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet และวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยใช้วิธี One-Way ANOVA ระหว่างอายุ, ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด, รายได้ต่อเดือน, ตำแหน่งงาน, อายุงาน, กลุ่ม/สายงานที่สังกัด กับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ตามสมมติฐานข้อที่ 1 นอกจากนี้ยังใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สำหรับทดสอบความสัมพันธ์ในสมมติฐานข้อที่ 2 - 7 ดังนี้

2. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
3. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
4. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
5. ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
6. ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
7. การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

### **ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet**

เป็นการสรุปและแสดงจำนวน ร้อยละ รวมถึงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นจากคำถามปลายเปิด 2 ข้อ ในเรื่องปัญหาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แก้ไข ปรับปรุงบริการใดๆ ในระบบเครือข่าย Intranet

### **ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ได้จำแนกผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้านต่างๆ อันได้แก่ ลักษณะทางประชากร พฤติกรรม การสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ ซึ่งจะได้นำเสนอ ดังต่อไปนี้

#### **ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)**

##### **1.1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา**

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องเกี่ยวกับเพศ, อายุ, ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด, รายได้ต่อเดือน, ตำแหน่งงาน, อายุงาน, กลุ่ม/สายงานที่สังกัด ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังนี้

**เพศ**

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	200	50.0
หญิง	200	50.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 คน โดยมีอัตราส่วนเท่ากัน คือ เป็นเพศชายจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเป็นเพศหญิงจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ตามลำดับ

**อายุ**

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 30 ปี	216	54.0
31 – 40 ปี	144	36.0
41 – 50 ปี	38	9.5
51 ปี ขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36 และกลุ่มที่มีน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.5

### ระดับการศึกษา

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาชั้นสูงสุดที่จบ

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา , ปวช.	16	4.0
อนุปริญญา , ปวส. , ปวท.	53	13.3
ปริญญาตรี	252	63.0
สูงกว่าปริญญาตรี	79	19.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษาชั้นสูงสุดที่จบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19 ลำดับถัดมา คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา , ปวส. , ปวท. และกลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา , ปวช. โดยคิดเป็นร้อยละ 13.3 และ 4.0 ตามลำดับ

### รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	70	17.5
10,001 – 20,000 บาท	155	38.8
20,001 – 30,000 บาท	82	20.5
30,001 – 40,000 บาท	37	9.3
40,001 – 50,000 บาท	29	7.3
50,000 บาท ขึ้นไป	27	6.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

**จากตารางที่ 4** เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 50,000 บาท ขึ้นไป มีน้อยที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

### ตำแหน่งงาน

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับปฏิบัติการทั่วไป	221	55.3
ระดับผู้ช่วยผู้จัดการแผนก – ผู้จัดการแผนก	86	21.5
ระดับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย – ผู้จัดการฝ่าย	78	19.5
อื่นๆ (โปรดระบุ _____)	15	3.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

**จากตารางที่ 5** เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นพนักงานในระดับตำแหน่งปฏิบัติการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาได้แก่พนักงานในระดับผู้ช่วยผู้จัดการแผนก – ผู้จัดการแผนก คิดเป็นร้อยละ 21.5 และตำแหน่งอื่นๆ เช่น รองประธานกรรมการ, ผู้จัดการทั่วไป มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## อายุงาน

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุงาน

อายุงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	186	46.5
5 - 10 ปี	108	27.0
11 - 15 ปี	58	14.5
16 - 20 ปี	21	5.3
21 - 25 ปี	11	2.8
26 - 30 ปี	12	3.0
มากกว่า 30 ปี	4	1.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี มีถึงร้อยละ 46.5 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุงาน 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.0 และกลุ่มที่มีน้อยมี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีอายุงาน 21-25 ปี มีเพียงร้อยละ 2.8 และกลุ่มที่มีอายุงานมากกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.0

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## กลุ่ม/สายงานที่สังกัด

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่ม/สายงานที่สังกัด

กลุ่ม/สายงานที่สังกัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และเคมีเกษตร	24	6.0
กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	23	5.8
กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม	105	26.3
กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม	22	5.5
กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ	112	28.0
กลุ่มอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ	31	7.8
กลุ่มธุรกิจการค้าและการจัดจำหน่าย	33	8.3
กลุ่มธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม	23	5.8
กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมี	21	5.3
อื่นๆ โปรดระบุ _____	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่ม/สายงานที่สังกัด พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดเป็นพนักงานสังกัดกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาสังกัดกลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 26.3 ส่วนกลุ่มอื่นๆ เช่น สำนักพัฒนาองค์กร, กลุ่ม IT และกลุ่มขึ้นตรง มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.5

### 1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องรูปแบบ / ลักษณะ และปริมาณการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังนี้

### ระยะเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ระยะเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	80	20.0
6 เดือน – 1 ปี	81	20.3
มากกว่า 1 ปี - 2 ปี	81	20.3
มากกว่า 2 ปี	158	39.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ใกล้เคียงกัน มี 3 กลุ่ม คือ มีการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายมาเป็นเวลา น้อยกว่า 6 เดือน, 6 เดือน – 1 ปี และมากกว่า 1 ปี - 2 ปี ส่วนกลุ่มที่มีการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายมากที่สุด คือ มากกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.5

### ความถี่ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของความถี่ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ความถี่ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นานๆ ครั้ง	84	21.0
1 - 2 ครั้ง / สัปดาห์	62	15.5
3 ครั้ง / สัปดาห์	28	7.0
4 ครั้ง / สัปดาห์	30	7.5
5 ครั้งขึ้นไป / สัปดาห์	196	49.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการสื่อสาร 5 ครั้งขึ้นไป / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการสื่อสารนานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.0 ส่วนกลุ่มที่มีความถี่ในการสื่อสารน้อยที่สุด คือ 3 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.0

### เวลาโดยเฉลี่ยในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ในแต่ละครั้ง

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเวลาโดยเฉลี่ยในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ในแต่ละครั้ง

เวลาโดยเฉลี่ยในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ในแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที / ครั้ง	132	33.0
31 นาที - 1 ชั่วโมง / ครั้ง	140	35.0
มากกว่า 1 ชั่วโมง - 1 ½ ชั่วโมง / ครั้ง	34	8.5
มากกว่า 1 ½ ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง / ครั้ง	39	9.8
มากกว่า 2 ชั่วโมง / ครั้ง	55	13.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ในแต่ละครั้ง มากที่สุด คือ 31 นาที - 1 ชั่วโมง / ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา คือ เวลาโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 30 นาที / ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.0 ส่วนเวลาโดยเฉลี่ยในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet น้อยที่สุด คือ มากกว่า 1 ชั่วโมง - 1 ½ ชั่วโมง / ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.5

### ช่วงเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากที่สุด

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของช่วงเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากที่สุด

ช่วงเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8.30 – 12.00 น.	77	19.3
13.00 – 18.00 น.	79	19.8
8.30 – 18.00 น.	244	61.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 8.30 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา มีช่วงเวลาในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ใกล้เคียงกัน คือ 13.00 – 18.00 น. และ 8.30 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 19.8 และ ร้อยละ 19.3 ตามลำดับ

### วิธีการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของวิธีการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

วิธีการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การฝึกอบรม / สัมมนาของบริษัท	124	31.0
หนังสือ วารสาร	17	4.3
เพื่อนร่วมงาน	144	36.0
เรียนรู้ด้วยตนเองจากคำแนะนำหน้าจอ	104	26.0
อื่นๆ โปรดระบุ _____	11	2.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีวิธีการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากที่สุด จากเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา คือ การเรียนรู้จากการฝึกอบรม / สัมมนาของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.0 ส่วนการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet น้อยที่สุด คือ การเรียนรู้ด้วยวิธีอื่นๆ เช่น การโทรศัพท์ภายใน สอบถามเจ้าหน้าที่สำนักคอมพิวเตอร์ โดยตรง คิดเป็นร้อยละ 2.8

### **บุคคลที่ติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ด้วยบ่อยที่สุด**

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของบุคคลที่ติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ด้วยบ่อยที่สุด

บุคคลที่ติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ด้วยบ่อยที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนร่วมงาน	215	53.8
ผู้บังคับบัญชา / เจ้านาย	65	16.3
ลูกค้า (บริษัทในเครือฯ เดียวกัน)	113	28.3
อื่นๆ โปรดระบุ _____	7	1.6
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet เพื่อติดต่อกับเพื่อนร่วมงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมา คือ มีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (บริษัทในเครือฯ เดียวกัน) คิดเป็นร้อยละ 28.3 ส่วนบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ด้วยบ่อยที่สุด น้อยที่สุด คือ บุคคลอื่นๆ เช่น ผู้ใต้บังคับบัญชา / ลูกน้อง คิดเป็นร้อยละ 1.6

### **1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet**

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังนี้

**ตารางที่ 14** แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
1. ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้ง่ายและสะดวกขึ้น	0	0	35 (8.8)	168 (42.0)	197 (49.3)	4.40	0.64	มาก
2. ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้รวดเร็วขึ้น	0	0	39 (9.8)	204 (51.0)	157 (39.3)	4.29	0.63	มาก
3. ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	1 (0.3)	1 (0.3)	64 (16.0)	209 (52.3)	125 (31.3)	4.14	0.69	มาก
4. ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	0	22 (5.5)	108 (27.0)	163 (40.8)	107 (26.8)	3.89	0.86	มาก
5. ช่วยประหยัดเวลาในการติดต่อสื่อสาร	0	2 (0.5)	87 (21.8)	196 (49.0)	115 (28.8)	4.06	0.72	มาก
6. ช่วยเสริมทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ	5 (1.3)	30 (7.5)	132 (33.0)	163 (40.8)	70 (17.5)	3.66	0.89	มาก
7. ช่วยเสริมทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์	1 (0.3)	24 (6.0)	139 (34.8)	163 (40.8)	73 (18.3)	3.71	0.84	มาก
8. ช่วยสร้างหรืออํารงรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	5 (1.3)	42 (10.5)	184 (46.0)	138 (34.5)	31 (7.8)	3.37	0.82	ปานกลาง
9. ช่วยยกระดับระบบการประสานงานของบริษัทฯ	1 (0.3)	11 (2.8)	122 (30.5)	196 (49.0)	70 (17.5)	3.81	0.76	มาก
10. ช่วยให้ได้รับข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯที่ถูกต้องเชื่อถือได้	2 (0.5)	19 (4.8)	158 (39.5)	160 (40.0)	61 (15.3)	3.65	0.81	มาก
11. ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน	7 (1.8)	43 (10.8)	165 (41.3)	150 (37.5)	35 (8.8)	3.41	0.85	ปานกลาง
<b>ความคาดหวังเฉลี่ย</b>						<b>3.85</b>	<b>0.47</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่าเกือบทุกข้อมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังอยู่ในระดับมากเช่นกัน ยกเว้นความคาดหวังในการช่วยสร้างหรืออํารงรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และความคาดหวังในการช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนานเท่านั้น ที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง โดยความคาดหวังในการช่วยสร้างหรืออํารงรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน เป็นส่วนบริการที่ถูกคาดหวังน้อยที่สุด (มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่ม)



#### 1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบ เครือข่าย Intranet

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย  
Intranet ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังนี้

**ตารางที่ 15** แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่าน  
ระบบเครือข่าย Intranet

การใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่าย Intranet	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความ หมาย
1. ใช้เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของ บริษัทฯ	0	10 (2.5)	108 (27.0)	204 (51.0)	78 (19.5)	3.88	0.74	มาก
2. ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน/ เจ้านาย	0	3 (0.8)	122 (30.5)	174 (43.5)	101 (25.3)	3.93	0.76	มาก
3. ใช้ในการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล	1 (0.3)	13 (3.3)	130 (32.5)	182 (45.5)	74 (18.5)	3.79	0.78	มาก
4. ใช้ในการติดตามข่าวคราวความเคลื่อนไหว/ กิจกรรมของ กลุ่มบริษัทในเครือฯ	1 (0.3)	19 (4.8)	170 (42.5)	160 (40.0)	50 (12.5)	3.60	0.77	มาก
5. ใช้เพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับสินค้า / บริการ ใหม่ๆของกลุ่มบริษัทในเครือฯ	3 (0.8)	31 (7.8)	179 (44.8)	150 (37.5)	37 (9.3)	3.47	0.79	ปานกลาง
6. ใช้ในการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถใน ส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่	4 (1.0)	28 (7.0)	154 (38.5)	175 (43.8)	39 (9.8)	3.54	0.80	มาก
7. ใช้ในการค้นหารายชื่อพนักงานในเครือฯ/ ชื่อบริษัทที่สังกัด/ เบอร์โทรศัพท์	21 (5.3)	38 (9.5)	154 (38.5)	149 (37.3)	38 (9.5)	3.36	0.96	ปานกลาง
8. ใช้เพื่อให้มีข้อมูลไว้แลกเปลี่ยนความเห็นกับ เพื่อนร่วมงาน	4 (1.0)	32 (8.0)	184 (46.0)	142 (35.5)	38 (9.5)	3.44	0.81	ปานกลาง
9. ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนงานต่างๆ	4 (1.0)	48 (12.0)	174 (43.5)	144 (36.0)	30 (7.5)	3.37	0.82	ปานกลาง
10. ใช้เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทัน ต่อเหตุการณ์	1 (0.3)	11 (2.8)	138 (34.5)	170 (42.5)	80 (20.0)	3.79	0.79	มาก
11. ใช้เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับ ตัวท่านเอง	2 (0.5)	9 (2.3)	79 (19.8)	205 (51.3)	103 (25.8)	4.02	0.84	มาก
12. ใช้เพื่อทำให้เกิดการศึกษาคอมพิวเตอร์ ด้วยตัวท่านเอง	7 (1.8)	20 (5.0)	103 (25.8)	213 (53.3)	55 (13.8)	3.75	0.90	มาก
13. ใช้เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือคลายเครียด	11 (2.8)	28 (7.0)	149 (37.3)	156 (39.0)	54 (13.5)	3.57	0.98	มาก
<b>การใช้ประโยชน์เฉลี่ย</b>						<b>3.65</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 โดยมีการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง, ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน/เจ้านาย, ใช้เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และการใช้ประโยชน์ในการค้นหารายชื่อพนักงานในเครือข่าย/ชื่อบริษัทที่สังกัด/ เบอร์โทรศัพท์มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยในการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย

### Intranet

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังนี้

### ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
1. ความพึงพอใจในระบบ E-Mail	0	4 (1.0)	85 (21.3)	161 (40.3)	150 (37.5)	4.14	0.78	มาก
2. ความพึงพอใจในระบบการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล	1 (0.3)	10 (2.5)	115 (28.8)	202 (50.5)	72 (18.0)	3.84	0.75	มาก
3. ความพึงพอใจในรูปแบบและลักษณะการนำเสนอของระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทฯ	2 (0.5)	13 (3.3)	149 (37.3)	181 (45.3)	55 (13.8)	3.68	0.76	มาก
4. ความพึงพอใจในเนื้อหาสาระ/ข่าวสาร/กิจกรรมต่างๆของบริษัทฯ ผ่านทางระบบเครือข่าย Intranet	0	18 (4.5)	159 (39.8)	173 (43.3)	50 (12.5)	3.64	0.75	มาก
5. ความพึงพอใจในความสะดวกรวดเร็วของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทฯ	4 (1.0)	24 (6.0)	122 (30.5)	192 (48.0)	58 (14.5)	3.69	0.82	มาก
6. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งมีความสอดคล้องกับวิธีการทำงานของท่านในปัจจุบัน	1 (0.3)	10 (2.5)	119 (29.8)	210 (52.5)	60 (15.0)	3.80	0.72	มาก
7. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบริษัทฯ ให้ดีขึ้น	0	11 (2.8)	115 (28.8)	216 (54.0)	58 (14.5)	3.80	0.71	มาก
8. ความพึงพอใจในการได้รับความคล่องตัวในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานผ่านระบบเครือข่าย Intranet	2 (0.5)	13 (3.3)	114 (28.5)	208 (52.0)	63 (15.8)	3.79	0.75	มาก
9. ความพึงพอใจในการรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตัวท่านเองผ่านทางระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทฯ	1 (0.3)	18 (4.5)	133 (33.3)	210 (52.5)	38 (9.5)	3.67	0.72	มาก
10. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในการปฏิบัติงาน	4 (1.0)	23 (5.8)	146 (36.5)	182 (45.5)	45 (11.3)	3.60	0.80	มาก
11. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถของท่านเพิ่มมากขึ้น	5 (1.3)	27 (6.8)	144 (36.0)	175 (43.8)	49 (12.3)	3.59	0.83	มาก
12. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อการพักผ่อนหรือคลายเครียด	11 (2.8)	30 (7.5)	157 (39.3)	159 (39.8)	43 (10.8)	3.48	0.88	ปานกลาง
<b>ความพึงพอใจเฉลี่ย</b>						<b>3.72</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>

**จากตารางที่ 16** พบว่าความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 โดยมีความพึงพอใจในระบบ E-Mail ของบริษัทมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในกลุ่ม รองลงมาคือความพึงพอใจในระบบการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล ส่วนความพึงพอใจในบริการที่มีค่าน้อยที่สุดในกลุ่ม คือ ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อการพักผ่อนหรือคลายเครียด

## ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) มีรายละเอียด ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 17** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	p
ชาย	200	2.02	1.38	1.048	0.295
หญิง	200	1.88	1.28		

**จากตารางที่ 17** พบว่าพนักงานที่มีเพศต่างกัน มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

**ตารางที่ 18** แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างกลุ่มอายุที่ต่างกัน

กลุ่มอายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. 20 – 30 ปี	216	1.60	1.04	12.619***	0.000	(2) > (1)
2. 31 – 40 ปี	144	2.26	1.49			(3) > (1)
3. 41 – 50 ปี	38	2.63	1.58			
4. 51 ปี ขึ้นไป	2	3.50	2.12			
รวม	400	1.95	1.33			

\*\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $p < .001$ )

จากตารางที่ 18 พบว่าพนักงานที่มีอายุต่างกัน มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และเมื่อหาความแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และพนักงานที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากกว่าพนักงานที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี

ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างระดับการศึกษาที่ต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. มัธยมศึกษา , ปวช.	16	1.31	0.60	31.547***	0.000	(4) > (1)
2. อนุปริญญา , ปวส. , ปวท.	53	1.43	0.99			(4) > (2)
3. ปริญญาตรี	252	1.73	1.12			(4) > (3)
4. สูงกว่าปริญญาตรี	79	3.10	1.59			
รวม	400	1.95	1.33			

\*\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $p < .001$ )

จากตารางที่ 19 พบว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และเมื่อหาความแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากกว่าพนักงานที่มีการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษา , ปวช. , พนักงานที่มีการศึกษาระดับชั้นอนุปริญญา , ปวส. , ปวท. และพนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่เกิน 10,000 บาท	70	1.06	0.23	19.839***	0.000	(2) > (1)
2. 10,001 – 20,000 บาท	155	1.68	1.02			(3) > (1), (3) > (2)
3. 20,001 – 30,000 บาท	82	2.28	1.42			(4) > (1), (4) > (2)
4. 30,001 – 40,000 บาท	37	3.03	1.65			(5) > (1)
5. 40,001 – 50,000 บาท	29	2.34	1.56			(6) > (1), (6) > (2)
6. 50,000 บาท ขึ้นไป	27	2.81	1.66			
รวม	400	1.95	1.33			

\*\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $p < .001$ )

จากตารางที่ 20 พบว่าพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และเมื่อหาความแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากกว่าพนักงานที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และพนักงานที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากกว่าพนักงานที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างตำแหน่งงานที่ต่างกัน

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ระดับปฏิบัติการทั่วไป	221	1.45	0.87	26.906***	0.000	(2) > (1)
2. ระดับผู้ช่วยผู้จัดการแผนก – ผู้จัดการแผนก	86	2.58	1.56			(3) > (1)
3. ระดับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย – ผู้จัดการฝ่าย	78	2.49	1.51			(4) > (1)
4. อื่นๆ (โปรดระบุ _____)	15	2.73	1.62			
รวม	400	1.95	1.33			

\*\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $p < .001$ )



**จากตารางที่ 21** พบว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และเมื่อหาความแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งระดับผู้ช่วยผู้จัดการแผนก – ผู้จัดการแผนก, ระดับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย – ผู้จัดการฝ่าย และตำแหน่งอื่นๆ เช่น รองประธานกรรมการบริหาร , ผู้จัดการทั่วไป จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการทั่วไป

**ตารางที่ 22** แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างอายุงานที่ต่างกัน

อายุงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. น้อยกว่า 5 ปี	186	1.50	0.96	8.617***	0.000	(2) > (1)
2. 5 - 10 ปี	108	2.21	1.45			(3) > (1)
3. 11 - 15 ปี	58	2.24	1.50			(4) > (1)
4. 16 - 20 ปี	21	2.81	1.60			(6) > (1)
5. 21 - 25 ปี	11	2.36	1.62			
6. 26 - 30 ปี	12	3.08	1.37			
7. มากกว่า 30 ปี	4	2.00	1.41			
รวม	400	1.95	1.33			

\*\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $p < .001$ )

**จากตารางที่ 22** พบว่าพนักงานที่มีอายุงานต่างกัน มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และเมื่อหาความแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีอายุงานระหว่าง 5 - 10 ปี, 11-15 ปี, 16-20 ปี และ 26 - 30 ปี จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อยกว่า 5 ปี

ตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างกลุ่ม/สายงานที่สังกัดต่างกัน

กลุ่ม/สายงานที่สังกัด	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	p
1. กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และเคมีเกษตร	24	2.08	1.64	1.063	0.39
2. กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	23	2.09	1.37		
3. กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม	105	1.84	1.17		
4. กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม	22	2.14	1.52		
5. กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ	112	1.96	1.33		
6. กลุ่มอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ	31	1.68	1.27		
7. กลุ่มธุรกิจการค้าและการจัดจำหน่าย	33	1.97	1.46		
8. กลุ่มธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม	23	1.57	1.03		
9. กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมี	21	2.57	1.59		
10. อื่นๆ โปรดระบุ _____	6	2.17	1.47		
<b>รวม</b>	400	1.95	1.33		

จากตารางที่ 23 พบว่าพนักงานที่มีกลุ่ม / สายงานที่สังกัดต่างกัน มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 กล่าวคือ พนักงานที่มีกลุ่ม / สายงานที่สังกัดต่างกัน จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่ต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมติฐานข้อที่ 2** พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตารางที่ 24 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับความคาดหวัง	P
พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	0.163**	0.001

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p < .05$ )

จากตารางที่ 24 พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารกับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก นั่นคือ หากพนักงานมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็จะมีมีความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย ผลการวิเคราะห์จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก ความสัมพันธ์จึงเป็นเพียงส่วนน้อย

**สมมติฐานข้อที่ 3** พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตารางที่ 25 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์	P
พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	0.118**	0.018

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p < .05$ )

จากตารางที่ 25 พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารกับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก นั่นคือ หากพนักงานมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย ผลการวิเคราะห์จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก ความสัมพันธ์จึงเป็นเพียงส่วนน้อย

**สมมติฐานข้อที่ 4** พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตารางที่ 26 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับความพึงพอใจ	P
พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	0.132**	0.008

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p < .05$ )

จากตารางที่ 26 พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก นั่นคือ หากพนักงานมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็จะมีค่าความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย ผลการวิเคราะห์จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก ความสัมพันธ์จึงเป็นเพียงส่วนน้อย

**สมมติฐานข้อที่ 5** ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตารางที่ 27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความคาดหวังกับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์	P
ความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	0.56**	0.000

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p < .05$ )

จากตารางที่ 27 พบว่าความคาดหวังกับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก นั่นคือ หากพนักงานมีความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย ผลการวิเคราะห์จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 5 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ความสัมพันธ์จึงมีมากพอสมควร

**สมมติฐานข้อที่ 6** ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตารางที่ 28 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับความพึงพอใจ	P
ความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	0.476**	0.000

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p < .05$ )

**จากตารางที่ 28** พบว่าความคาดหวังกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก นั่นคือ หากพนักงานมีความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็ จะมีความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย ผลการวิเคราะห์จึง เป็นไปตามสมมติฐานที่ 6 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ความสัมพันธ์จึงมีมาก พอสมควร

**สมมติฐานข้อที่ 7** การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

**ตารางที่ 29** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการใช้ประโยชน์กับ ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับความพึงพอใจ	P
การใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	0.647**	0.000

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p < .05$ )

**จากตารางที่ 29** พบว่าการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก นั่นคือ หากพนักงานมีการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็ จะมีความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย ผล การวิเคราะห์จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง ดังนั้น ความสัมพันธ์จึงมีมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

#### ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	313	78.25
ความล่าช้าของระบบเครือข่าย Intranet ในการรับ-ส่ง และ Download ข้อมูล	32	8.00
มีพื้นที่จำกัดในการส่ง / ถ่ายโอนข้อมูล รูปภาพ ที่เป็น File ขนาดใหญ่ เช่น การส่ง แคตตาล็อกหรือรูปความเสียหายของสินค้า รวมถึงภาพกิจกรรมต่างๆ	13	3.25
Network มีปัญหา hang บ่อย	12	3.00
ได้รับ Virus จากระบบ ทำให้ต้องสะดุดระหว่างการทำงาน	4	1.00
ความล่าช้าในการให้บริการ Intranet ของสำนักคอมพิวเตอร์ ทั้งในเรื่องของการขออนุมัติใช้ User ID และการดำเนินการแก้ไข เมื่อระบบเครือข่าย Intranet มีปัญหา	4	1.00
จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์มีน้อยเกินไป ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้	3	0.75
ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลบางส่วนที่สนใจจะศึกษาได้ เนื่องจากมี password กันไว้	3	0.75
ขาดการ Update ข้อมูลในระบบเครือข่าย Intranet บ่อยเท่าที่ควร	3	0.75
ได้รับ E-mail ขยะ / แปกปลอมเข้ามาซึ่งไม่ได้ส่งมาจากพนักงานภายใน	3	0.75
ขนาดของ Mail Box มีขนาดเล็กเกินไป ทำให้เนื้อที่ในการจัดเก็บน้อย	2	0.50
ความล่าช้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ (มีประสิทธิภาพต่ำ)	2	0.50
บุคลากรของสำนักคอมพิวเตอร์ ที่มีหน้าที่ดูแลระบบเครือข่าย Intranet มีไม่เพียงพอ	1	0.25
การ Design Web Page ยังไม่สะดวกต่อการใช้งาน	1	0.25
ระบบการค้นหาข้อมูลยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน	1	0.25
พนักงานมีความรู้และทัศนคติต่อระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัท ยังไม่ดีพอ	1	0.25
ผู้บริหารมีความรู้และทัศนคติต่อระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัท ยังไม่ดีพอ	1	0.25
การเชื่อมโยงเครือข่ายกับบริษัทในเครือที่อยู่ต่างจังหวัดยังไม่ดีพอ	1	0.25

จากตารางที่ 30 พบว่าในจำนวนผู้ที่ระบุปัญหาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายมาทั้งหมด ส่วนใหญ่เห็นว่าระบบเครือข่าย Intranet มีความล่าช้าในการรับ-ส่ง และ Download ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 8 รองลงมาคือ ปัญหาการมีพื้นที่จำกัดในการส่ง / ถ่ายโอนข้อมูล รูปภาพ ที่เป็น File ขนาดใหญ่ ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง คิดเป็นร้อยละ 3.25

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะที่จะให้เพิ่มเติม แก้ไข ปรับปรุง บริการใดๆ ในระบบเครือข่าย Intranet

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	355	88.75
ควรเพิ่มความเร็วของระบบเครือข่าย Intranet ในการรับ-ส่ง และ Download ข้อมูล	8	2.00
ควรเพิ่มเนื้อที่ (Quota) ในการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูลให้มากขึ้น สำหรับผู้ปฏิบัติงานโดยตรง แทนการจำกัดเนื้อที่ตามตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงาน	6	1.50
ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องวิธีการใช้ระบบเครือข่าย Intranet อย่างถูกต้องและ มีประสิทธิภาพให้แก่พนักงานทั้งใหม่และเก่า(สำหรับท่านที่ยังไม่เคยได้รับการอบรม) ได้ทราบ แทนการให้พนักงานเรียนผิดเรียนถูก หรืออธิบายกันเอง ซึ่งทำให้เสียเวลางาน	5	1.25
ควรเพิ่มเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารบ้านเมือง / ความบันเทิงมากขึ้น เช่น สรุปรายข่าวเด่นประจำวันหรือผลการแข่งขันกีฬาที่น่าสนใจ	3	0.75
ควรมีมาตรการการป้องกันเพื่อไม่ให้ Server หรือระบบเครือข่ายเสียบ่อยๆ	3	0.75
ควรมีการ up date ข้อมูลให้ทันสมัยและมีความหลากหลายมากขึ้น	3	0.75
ควรจัดหาคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยและเพียงพอกับจำนวนพนักงาน	2	0.50
ควรปรับปรุงส่วนประกอบอื่นๆ เช่น สมุดโทรศัพท์, การนัดหมาย ฯลฯ	2	0.50
ควรจัดทำเอกสารขั้นตอน หลักเกณฑ์ กฎระเบียบที่ชัดเจนในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet แจกให้แก่พนักงาน รวมถึงวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ เบื้องต้นด้วยตนเอง	2	0.50
ควรมีการพัฒนาการเชื่อมโยงเครือข่ายจากภายนอก โดยพนักงานทุกคนมี ID ของตนเองและสามารถเชื่อมโยงจากภายนอกได้หมด โดยแบ่งระดับการแชร์ข้อมูลตาม level ของแต่ละคน	2	0.50
ควรมีการใช้สื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์การใช้ ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อให้พนักงานเห็นถึงประโยชน์ในการใช้ และเพื่อดึงดูด ชักจูง ให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดีกับการใช้ระบบนี้	1	0.25
ควรมีการแจ้งข่าวสารผ่านทาง E-mail ให้พนักงานที่ลงทะเบียนเป็นสมาชิกได้ทราบ เช่น การลดราคาสินค้าในเครือ แจ้งวันหยุด แจ้งกิจกรรมส่งเสริมสังคม สินค้าตัวใหม่ของในเครือ เป็นต้น	1	0.25
ควรมีการ Post คำถามให้พนักงานในเครือข่ายช่วยกันตอบ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มกิจการ	1	0.25
ควรมีระบบป้องกันในเรื่องการมี E-Mail แพลกปลอมเข้ามา โดยปรับปรุงให้มีการ Auto Scan Mail ก่อนทุกครั้งก่อนที่จะส่งเข้ามาในระบบ	1	0.25
ควรมีบริการให้พนักงานสามารถ Access เข้ามาใช้บริการ Intranet จากที่บ้านได้ เพื่ออำนวยความสะดวก ประหยัดการเดินทาง และก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน	1	0.25
ควรมีการ up date ในส่วนของโปรแกรม Anti-virus	1	0.25
ควรออกแบบ Web Page ของบริษัทให้สวยงาม สบายตา	1	0.25
ควรให้พนักงานทุกคนมีสิทธิได้รับ User ID ตั้งแต่บรรจุเป็นพนักงาน	1	0.25
อยากให้มีการประชุมผ่านทาง Lotus Note ได้ โดยผ่านทางกรพิมพ์หรือเสียงพูด	1	0.25

จากตารางที่ 31 พบว่าในจำนวนผู้ที่ระบุข้อเสนอแนะ แก้ไข ปรับปรุง เพิ่มเติมมาทั้งหมด ส่วนใหญ่เห็นว่าควรเพิ่มความเร็วของระบบเครือข่าย Intranet ในการรับ-ส่ง และ Download ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 2 รองลงมา ต้องการให้เพิ่มเนื้อที่ (Quota) ในการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูลให้มากขึ้น สำหรับผู้ปฏิบัติงานโดยตรง แทนการจำกัดเนื้อที่ตามตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ทั้งนี้ จะช่วยให้การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูลมีความสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง **พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์** มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet , ความคาดหวังจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet , การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะทางประชากร นอกจากนี้ยังศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet กับความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet รวมไปถึงการศึกษาในเรื่องปัญหาการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของกลุ่มตัวอย่างอีกด้วย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บข้อมูลครั้งเดียว (One-shot Study) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Systematic Random Sampling (สุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ) การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็นเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS For Windows ผู้วิจัยแบ่งการวิจัยรายงานผลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้การหาค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มโดยใช้ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปร โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) รวมทั้งใช้วิธีทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ Scheffe ในการทดสอบสมมติฐานด้วย

## สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

- 1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร
- 1.2 ข้อมูลพฤติกรรมการสื่อสาร
- 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet
- 1.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

ส่วนที่ 3 สรุปความคิดเห็นจากคำถามปลายเปิด

**ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา** ผลจากการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

### 1.1 ลักษณะทางประชากร

การศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เป็นเพศชาย 200 คน และเพศหญิง 200 คน มากกว่าครึ่งหนึ่งมีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี และเกือบครึ่งหนึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ตำแหน่งงานของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นพนักงานในระดับปฏิบัติการทั่วไป และมีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดเป็นพนักงานสังกัดกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

## 1.2 ข้อมูลพฤติกรรมการสื่อสาร

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากที่สุด คือ 5 ครั้งขึ้นไป / สัปดาห์ และมีระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายมากที่สุด มาเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี ส่วนเวลาโดยเฉลี่ยในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ในแต่ละครั้ง คือ 31 นาที – 1 ชั่วโมง / ครั้ง และช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 8.30 – 18.00 น. โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะมีวิธีการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาจากเพื่อนร่วมงาน มากที่สุด และมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet เพื่อติดต่อกับเพื่อนร่วมงาน

## 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่มีต่อการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 รวมทั้งมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังในแต่ละข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ข้อ 1 ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้ง่ายและสะดวกขึ้น ข้อ 2 ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้รวดเร็วขึ้น ข้อ 3 ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ข้อ 5 ช่วยประหยัดเวลาในการติดต่อสื่อสาร ข้อ 4 ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร ข้อ 9 ช่วยยกระดับระบบการประสานงานของบริษัทฯ ข้อ 7 ช่วยเสริมทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ ข้อ 6 ช่วยเสริมทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ ข้อ 10 ช่วยให้ได้รับข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ ที่ถูกต้องเชื่อถือได้ ข้อ 11 ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ข้อ 8 ช่วยสร้างหรือธำรงรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

## 1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รวมทั้งมีค่าเฉลี่ยคะแนนการใช้ประโยชน์ในแต่ละข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ข้อ 11 ใช้เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตัวท่านเอง ข้อ 2 ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน/เจ้านาย ข้อ 1 ใช้เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ ข้อ 3 ใช้ในการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล ข้อ 10 ใช้เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ข้อ 12 ใช้เพื่อทำให้เกิดการศึกษา



คอมพิวเตอร์ด้วยตัวท่านเอง ข้อ 4 ใช้ในการติดตามข่าวคราวความเคลื่อนไหว/กิจกรรมของ กลุ่มบริษัทในเครือข่าย ข้อ 13 ใช้เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือคลายเครียด ข้อ 6 ใช้ในการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่ ข้อ 5 ใช้เพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับสินค้า / บริการใหม่ๆของกลุ่มบริษัทในเครือข่าย ข้อ 8 ใช้เพื่อให้มีข้อมูลไว้แลกเปลี่ยนความเห็นกับเพื่อนร่วมงาน ข้อ 9 ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนงานต่างๆ ข้อ 7 ใช้ในการค้นหารายชื่อพนักงานในเครือข่าย/ชื่อบริษัทที่สังกัด/ เบอร์โทรศัพท์

### 1.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 รวมทั้งมีค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจในแต่ละข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ข้อ 1 ความพึงพอใจในระบบ E-Mail ข้อ 2 ความพึงพอใจในระบบการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล ข้อ 6 ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งมีความสอดคล้องกับวิธีการทำงานของท่านในปัจจุบัน ข้อ 7 ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบริษัทฯ ให้ดีมากยิ่งขึ้น ข้อ 8 ได้รับความคล่องตัวในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ข้อ 5 ได้รับความสะดวกรวดเร็ว ข้อ 3 ความพึงพอใจในรูปแบบและลักษณะการนำเสนอของระบบเครือข่าย Intranet ข้อ 9 ความพึงพอใจที่ได้รับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตัวท่าน ข้อ 4 ความพึงพอใจในเนื้อหาสาระ/ข่าวสาร/กิจกรรมต่างๆของบริษัทฯ ข้อ 10 ช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในการปฏิบัติงาน ข้อ 11 ช่วยพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถเพิ่มมากขึ้น ข้อ 12 เพื่อการพักผ่อนหรือคลายเครียด

### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

#### สมมติฐานข้อที่ 1 “พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ ที่มีลักษณะทาง

ประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ที่แตกต่างกัน” จากการวิจัยพบว่า

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

1.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

1.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

1.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

1.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีกลุ่ม/สายงานที่สังกัดต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

**สมมติฐานข้อที่ 2** “พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet” จากการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก

**สมมติฐานข้อที่ 3** “พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ” จากการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก

**สมมติฐานข้อที่ 4** “พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet” จากการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก

**สมมติฐานข้อที่ 5** “ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet” จากการวิจัยพบว่า

ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 5 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

**สมมติฐานข้อที่ 6** “ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet” จากการวิจัยพบว่า

ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

**สมมติฐานข้อที่ 7** “การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet” จากการวิจัยพบว่า

การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

### ส่วนที่ 3 สรุปความคิดเห็นจากคำถามปลายเปิด

3.1 ปัญหา / อุปสรรคในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ไม่ระบุ 78.25 % ส่วนใหญ่ ที่ระบุให้ความเห็นวาระบบเครือข่าย Intranet มีความล่าช้าในการรับ-ส่ง และ Download ข้อมูล 8.00 % รองลงมาคือ การมีพื้นที่จำกัดในการส่ง / ถ่ายโอนข้อมูล รูปภาพ ที่เป็น File ขนาดใหญ่ เช่น การส่งแคตตาล็อกหรือรูปความเสียหายของสินค้า ฯลฯ 3.25 % Network มีปัญหา hang บ่อย 3.00 % ส่วนที่เหลือเป็นรายละเอียดย่อยดังที่เสนอในตารางบทที่ 4

**3.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเนื้อหาสาระ รูปแบบการนำเสนอหรือบริการใดๆ ในระบบเครือข่าย Intranet** ไม่ระบุ 88.75 % ส่วนใหญ่มีระบุให้มีความเห็นว่าคุณค่าควรเพิ่มความเร็วของระบบเครือข่าย Intranet ในการรับ-ส่ง และ Download ข้อมูล 2.00 % รองลงมา ต้องการให้เพิ่มเนื้อที่ (Quota) ในการโอนถ่ายเพิ่มข้อมูลให้มากขึ้น สำหรับผู้ปฏิบัติงานโดยตรง แทนการจำกัดเนื้อที่ตามตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงาน 1.5 % ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องวิธีการใช้ระบบเครือข่าย Intranet อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพแก่พนักงานทั้งใหม่และเก่า 1.25 % ส่วนที่เหลือเป็นรายละเอียดย่อยดังที่เสนอในตารางบทที่ 4

### อภิปรายผลการวิจัย

เนื่องจากระบบเครือข่าย Intranet เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีสารสนเทศที่กำลังได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในองค์กรต่างๆ โดยเฉพาะองค์กรภาคธุรกิจเอกชน ดังนั้น การทราบถึงพฤติกรรม การสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์จากระบบเครือข่าย Intranet ตลอดจนความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet จึงเป็นเรื่องสำคัญและมีประโยชน์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้ เพราะระบบเครือข่าย Intranet เป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารที่ต้องอาศัยงบประมาณในการลงทุนค่อนข้างสูง การศึกษาในเรื่องดังกล่าว ก็จะทำให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงระบบเครือข่าย Intranet เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน สามารถรองรับและช่วยให้การบริหารจัดการองค์กร ตลอดจนการติดต่อประสานงานภายในองค์กรเป็นไปอย่างราบรื่น คล่องตัวและมีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนอำนวยความสะดวกต่อการตอบสนองการขยายตัวและการแข่งขันทางธุรกิจได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

**จากสมมติฐานข้อที่ 1** พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรด้านคุณลักษณะทางประชากรบางตัว เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งพิจารณาได้จากการทดสอบสมมติฐาน ที่ปรากฏว่า ตัวแปรด้านคุณลักษณะทางประชากรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรพฤติกรรมการสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อันได้แก่ ตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน อายุงาน ยกเว้นตัวแปรเพศและกลุ่ม/สายงานที่สังกัดเท่านั้น ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรพฤติกรรมการสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาตัวแปรอายุ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ลักษณะเด่นของระบบเครือข่าย Intranet นั้นสามารถดึงดูดพนักงานที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ ที่มีอายุน้อยได้มากกว่าพนักงานที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ ที่มีอายุสูงกว่า ซึ่งจะไม่ถูกดึงดูดกับภาพเคลื่อนไหวและสีฉูดฉาดตาของระบบเครือข่ายฯ ประกอบกับพนักงานที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ ที่มีอายุสูงกว่ามักจะยึดติดอยู่กับระเบียบปฏิบัติเดิมๆ เช่น การอ่านหนังสือเวียน, คำสั่ง หรือระเบียบต่างๆ ซึ่งเป็นพฤติกรรมแบบเก่าที่ปฏิบัติกันมานาน ในขณะที่พนักงานที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ ที่มีอายุน้อยกว่าจะให้ความสนใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ มากกว่า เช่น การส่งเอกสารด้วย E-mail แทนการส่งโทรสาร (Fax) ซึ่งตรงกับประมะ สตะเวทิน (2533) ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจ หรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง ผู้ที่อายุมากกว่าจึงมีการยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวังในการแสวงหาข่าวสารและมีความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่าคนที่อายุน้อยกว่า และจากการวิจัยของฟริทแมนท์ (Freedman, 1961) ก็พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อยจะมีการเรียนรู้และปรับตัวเข้ากับสังคมได้มากกว่าผู้ที่มีอายุมาก นอกจากนี้ผลการวิจัยในครั้งนี้ ยังมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยขององอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2539) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีอายุน้อยมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเวปไซต์ไวต์เว็บมากกว่านักศึกษาที่มีอายุมาก และนักศึกษาที่เป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์เองมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเวปไซต์ไวต์เว็บมากกว่านักศึกษาที่ไม่เป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์

เมื่อพิจารณาตัวแปรระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบเช่นเดียวกันว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับสูงจะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ มากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะผู้ที่จบการศึกษาระดับสูง จะมีตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานจบการศึกษาระดับต่ำกว่า และในส่วนของงานมีความเกี่ยวข้องกับการใช้ระบบเครือข่ายฯ อยู่มากนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโรบินสัน (Robinson, 1972) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารดี และจะเพิ่มพูนความรู้ด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อ และชแรมม์ (Schramm, 1973) ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่าการศึกษา และสภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทต่อการเลือกสรรของมนุษย์ ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร นอกจากนั้น งานวิจัยของพิชญา รัตนพล (2540)



เรื่อง พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน (City Radio) พบว่า คนในชุมชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาตัวแปรรายได้ ผลการวิจัยพบเช่นเดียวกันว่า พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยพนักงานที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet น้อยกว่าพนักงานในกลุ่มรายได้อื่นๆ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าพนักงานที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบน้อยกว่าพนักงานในกลุ่มรายได้อื่นๆ รวมถึงมีโอกาสในการเข้าถึงการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet น้อยกว่าพนักงานในกลุ่มรายได้อื่นๆ ด้วย ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดด้านลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร ที่กล่าวว่า สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการใช้สื่อของบุคคล คือ บุคคลที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจสูงจะมีการใช้สื่อมาก ในขณะที่คนที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจต่ำ จะมีการใช้สื่อในลักษณะตรงข้าม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของน้ำทิพย์ สัมภาพระเสริฐ (2543) เรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเวลาเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสาร ที่พบว่าผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน แตกต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาตัวแปรตำแหน่งงาน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยพนักงานในกลุ่มตำแหน่งงานอื่นๆ จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการทั่วไป ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าโดยตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในกลุ่มตำแหน่งงานอื่นๆ มีมากกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการทั่วไป และต้องอาศัยการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายมากในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชญา บุญเรือง (2540) ที่พบว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกพฤติกรรมตามเพศ ตำแหน่งงาน และองค์กรธุรกิจ



เมื่อพิจารณาตัวแปรอายุงาน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีอายุงานต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี จะมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet น้อยกว่าพนักงานในกลุ่มอายุงานอื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี ได้เข้ามาใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ เป็นระยะเวลาไม่นานนัก ทำให้พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet น้อยกว่าพนักงานในกลุ่มอายุงานอื่นๆ

สำหรับลักษณะทางประชากรในตัวแปรเพศ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีเพศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เพราะไม่ว่าจะเป็นพนักงานเพศชายหรือหญิงของกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ ต่างก็มีการติดต่อประสานงานผ่านระบบเครือข่าย Intranet เช่นเดียวกัน ประกอบกับในปัจจุบันเป็นโลกแห่งเทคโนโลยีทางการสื่อสาร เพศไม่ได้เป็นอุปสรรคในการที่บุคคลจะยอมรับหรือใช้นวัตกรรมที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้งานให้เกิดประโยชน์ ผู้หญิงเริ่มมีบทบาทและเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีมากขึ้น ความคิดแบบเดิมที่เชื่อว่า ผู้ชายมีความเป็นอัจฉริยะและเป็นผู้นำในด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเปลี่ยนไปแล้ว เพราะผู้หญิงสมัยใหม่ออกมาทำงานนอกบ้าน มีรายได้เลี้ยงตัวเอง สามารถเข้าสังคมและเป็นที่ยอมรับในการติดต่อธุรกิจมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของบริษัท Forester Research ในปี 2539 ที่ว่า ผู้หญิงในสหรัฐอเมริกาจำนวน 5 ล้านคนใช้อินเทอร์เน็ต และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 3 เท่าตัว ภายในสิบปีข้างหน้า ในจำนวนนี้เป็นผู้หญิงที่ออกไปทำงานนอกบ้านจำนวน 2 ล้านคน นอกนั้นเป็นผู้หญิงที่ทำงานบ้านและเรียนอยู่ในมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร (2543) ที่พบว่า เพศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของวาสนา พงศพิงศ์สิทธิ์ (2544) ที่พบว่า ประชาชนที่มีเพศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตจากสื่อต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

เช่นเดียวกันกับตัวแปรกลุ่ม / สายงานที่สังกัด ผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีกลุ่ม / สายงานที่สังกัดต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เพราะถึงแม้ว่าพนักงานจะอยู่ในกลุ่ม/สายงานที่ต่างกัน แต่ต่างก็ต้องติดต่อประสานงานกันภายใต้ระบบเครือข่าย Intranet เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณญา ม้าลายทอง (2539) เรื่อง การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทลือกลั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ลักษณะสายงานไม่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

**จากสมมติฐานข้อที่ 2** พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า การที่พนักงานมีพฤติกรรมการสื่อสารมาก มีความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากด้วย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ความสัมพันธ์จึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

โดยรวม พนักงานมีความคาดหวังในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และมีค่าเฉลี่ยคะแนนในแต่ละข้ออยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีเหตุผลของความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ข้อ 1 ช่วยให้ได้ติดต่อสื่อสารได้ง่ายและสะดวกขึ้น ข้อ 2 ช่วยให้ได้ติดต่อสื่อสารได้รวดเร็วขึ้น ข้อ 3 ช่วยให้ได้ติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ข้อ 5 ช่วยประหยัดเวลาในการติดต่อสื่อสาร ข้อ 4 ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร ข้อ 9 ช่วยยกระดับระบบการประสานงานของบริษัทฯ ข้อ 7 ช่วยเสริมทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ ข้อ 6 ช่วยเสริมทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ ข้อ 10 ช่วยให้ได้รับข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ ที่ถูกต้องเชื่อถือได้ ข้อ 11 ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ข้อ 8 ช่วยสร้างหรือธำรงรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

จากผลการวิจัยที่พบสามารถนำแนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ มาใช้เป็นแนวทางการอธิบายพฤติกรรมการสื่อสาร และเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจด้วย โดยเน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผลตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำอะไรจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วนี่คือสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของฟิลลิป วี เลวิส (Phillip V. Lewis, 1987) ที่กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวัง (Expectations Theory) มาจากพื้นฐานของแรงจูงใจที่ถูกกำหนดโดยความคาดหวังของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นส่วนประกอบให้บุคคลนั้นเลือกที่จะปฏิบัติเช่นใดในเวลานั้น ในการติดต่อสื่อสาร ผู้รับสารต่างคาดหวังและคาดคะเน ซึ่งเป็นสิ่งกำหนดพฤติกรรมทางการสื่อสาร

ผลการวิจัยนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งที่ยืนยันทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อตามที่เรย์เบิร์น และ ปาล์มกรีน (Rayburn and Palmgreen, 1985) กล่าวว่า ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหา (Gratification Sought) ถือเป็นปัจจัยที่เกิดจากการผสมผสานระหว่าง ความเชื่อ (Beliefs) กับการประเมินผล (Evaluations) โดยที่ความคาดหวัง (Expectation) หรือความเชื่อ (Beliefs) นั้น หมายถึง การรับรู้ว่ามีสิ่งใด (Object) มีคุณลักษณะเฉพาะหรือรับรู้ว่าคุณสมบัติบางอย่างจะให้ผลเฉพาะอย่างตามมา

ซึ่งจุดนี้สามารถอธิบายได้ว่า ผลของความคาดหวังประโยชน์มีอิทธิพลต่อการแสวงหาความพึงพอใจ ซึ่งจะนำไปมีอิทธิพลต่อการบริโภคสื่อ รวมถึงการมีพฤติกรรมสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะให้ผลเป็นการรับรู้ถึงความพอใจที่ได้รับ ซึ่งทำให้อาจกล่าวได้ว่า ความคาดหวังประโยชน์ถือเป็นความรู้สึกนึกคิดภายในบุคคล ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นความต้องการหรือเหตุผลในการใช้สื่อและมีส่วนร่วมในการสื่อสารของแต่ละบุคคล

แนวคิดในเรื่องนี้ ทำให้เห็นว่า มนุษย์เป็นผู้มีสติปัญญา สามารถวางแผนในการจัดพฤติกรรมของตน พฤติกรรมของมนุษย์ทุกอย่างเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย (Goal Oriented) พฤติกรรมสื่อสารก็เช่นกัน เมื่อมนุษย์คาดคะเนว่า จะได้รับอะไรบ้างหรือสื่อจะสนองต่อประโยชน์ส่วนตนอย่างไรบ้าง การใช้สื่อของมนุษย์ก็จะดำเนินไปตามความคาดหวังนั้นๆ ตามแบบจำลองทฤษฎีความคาดหวัง

นอกจากนี้ ผลการวิจัยในครั้งนี้นี้ยังมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิชญะ รัตนพล (2540) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน (City Radio) พบว่า ระดับความคาดหวังผลประโยชน์ต่อตนเองและต่อสังคมจากสถานีวิทยุชุมชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร และงานวิจัยของชนิดา พลศรี (2529) เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พบว่า ความคาดหวังของเยาวชนเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์

**จากสมมติฐานข้อที่ 3** พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า การที่พนักงานมีพฤติกรรมการสื่อสารมาก มีการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากด้วย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ความสัมพันธ์จึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

โดยรวม พนักงานมีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และมีค่าเฉลี่ยคะแนนในแต่ละข้ออยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีเหตุผลของการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ข้อ 11 ใช้เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตัวท่านเอง ข้อ 2 ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน/เจ้านาย ข้อ 1 ใช้เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ ข้อ 3 ใช้ในการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล ข้อ 10 ใช้เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ข้อ 12 ใช้เพื่อทำให้เกิดการศึกษาคอมพิวเตอร์ด้วยตัวท่านเอง ข้อ 4 ใช้ในการติดตามข่าวคราวความเคลื่อนไหว/กิจกรรมของกลุ่มบริษัทในเครือข่าย ข้อ 13 ใช้เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือคลายเครียด ข้อ 6 ใช้ในการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่ ข้อ 5 ใช้เพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับสินค้า / บริการใหม่ของกลุ่มบริษัทในเครือข่าย ข้อ 8 ใช้เพื่อให้มีข้อมูลไว้แลกเปลี่ยนความเห็นกับเพื่อนร่วมงาน ข้อ 9 ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนงานต่างๆ ข้อ 7 ใช้ในการค้นหารายชื่อพนักงานในเครือข่าย/ชื่อบริษัทที่สังกัด/ เบอร์โทรศัพท์

ที่เป็นเช่นนี้พอจะสรุปได้ว่า พนักงานที่มีการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ในการติดต่อสื่อสารจะมีพฤติกรรมเปิดรับข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองจากช่องทางระบบเครือข่ายฯ ของบริษัท ทั้งในเรื่องของธุรกิจ / ผลิตภัณฑ์ / กิจกรรมต่างๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานส่วนใหญ่ที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet เป็นคนรุ่นใหม่ (มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และอยู่ในระดับปฏิบัติการทั่วไป) สามารถปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีและสามารถนำเทคโนโลยีที่มีอยู่ดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับตนเองสูงสุด โดยส่วนใหญ่มักจะสนใจเรื่องใกล้ตัวที่สามารถนำมาปรับใช้กับการทำงานได้ หรือเพื่อสนองความสนใจเฉพาะของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแมคควัย (McQuail) ที่พูดถึงความต้องการของผู้รับสารที่มีต่อสื่อมวลชน เพื่อให้ทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพรอบตัว สภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อของแมคคอมบ์และเบคเกอร์ (Mccombs and Becker, 1979) ที่ชี้ให้เห็นว่าบุคคลทั่วไปนั้นจะใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการที่จะทราบถึงเหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อที่จะได้ทราบว่ากำลังเกิดอะไรขึ้น ซึ่งทำให้ทันเหตุการณ์ทันสมัย และยังสามารถเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง รวมทั้งช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันได้ว่าร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นอยู่
4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
5. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication) คือ นำเอาความรู้ที่ได้จากการเปิดรับสื่อไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่น
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) ความเพลิดเพลิน รวมทั้งความผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของ พัชราวดี พลศักดิ์ (2542) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารในหนังสือพิมพ์ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจ หลักสูตรผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ธุรกิจ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ธุรกิจสูง จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ธุรกิจสูงด้วย โดยส่วนใหญ่มีการนำข่าวสารที่ได้ไปใช้พัฒนาความรู้และการปฏิบัติงานด้านการบริหาร รองลงมาเป็นการใช้พัฒนาความรู้ ความเข้าใจด้านธุรกิจการค้า ใช้อภิปรายและสนทนากับบุคคลอื่นๆ เป็นต้น งานวิจัยของสิริพร จิตรักษ์ธรรม (2537) เรื่อง การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจส่งออก พบว่า การเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ได้แก่ การใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อการลงทุนหรือขยายกิจการ ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพสินค้า/การผลิต ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ที่กลุ่มตัวอย่างมีการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปใช้ประกอบการทำงานเช่นกัน



**จากสมมติฐานข้อที่ 4** พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า การที่พนักงานมีพฤติกรรมการสื่อสารมาก มีความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากด้วย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ความสัมพันธ์จึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

โดยรวม พนักงานมีความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และมีค่าเฉลี่ยคะแนนในแต่ละข้ออยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีเหตุผลของพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ข้อ 1 ความพึงพอใจในระบบ E-Mail ข้อ 2 ความพึงพอใจในระบบการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล ข้อ 6 ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งมีความสอดคล้องกับวิธีการทำงานของท่านในปัจจุบัน ข้อ 7 ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบริษัทฯ ให้ดีมากยิ่งขึ้น ข้อ 8 ได้รับความคล่องตัวในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ข้อ 5 ได้รับความสะดวกรวดเร็ว ข้อ 3 ความพึงพอใจในรูปแบบและลักษณะการนำเสนอของระบบเครือข่าย Intranet ข้อ 9 ความพึงพอใจที่ได้รับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตัวท่าน ข้อ 4 ความพึงพอใจในเนื้อหาสาระ/ข่าวสาร/กิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ ข้อ 10 ช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในการปฏิบัติงาน ข้อ 11 ช่วยพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้น ข้อ 12 เพื่อการพักผ่อนหรือคลายเครียด

ที่เป็นเช่นนี้พอจะสรุปได้ว่า พนักงานที่มีการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ในการติดต่อสื่อสารมาก จะมีความพึงพอใจในระบบเครือข่ายฯ ในเรื่องต่างๆ แตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของลอเรนซ์ เอ. เวนนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985) ที่ได้แบ่งความพึงพอใจของบุคคลออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1. กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง และใช้เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม 2. กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล 3. กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ 4. กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง



นอกจากนี้ ผลการวิจัยในครั้งนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของลินดา เคลบ ทรีวิน และ เจน เวสเตอร์ (1992) และ ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล (2535) ที่กล่าวว่า ปริมาณการใช้ระบบ การสื่อสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ คือปริมาณการใช้ระบบการสื่อสารมาก ก็จะมี ความพึงพอใจต่อระบบการสื่อสารมากด้วย และงานวิจัยของเกศรา ชั่งชวลิต (2544) ที่พบว่า พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ (E-Learning) ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการ สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้

**จากสมมติฐานข้อที่ 5** ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเทคโนโลยีภาคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเทคโนโลยีภาค ภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า หากการที่พนักงานมีความคาดหวังในการ สื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบ เครือข่ายฯ มากไปด้วย โดยค่าสหสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าอยู่ในระดับปานกลาง ความสัมพันธ์จึงอยู่ ในระดับปานกลางด้วย

ที่เป็นเช่นนี้พอจะสรุปได้ว่า พนักงานที่มีความคาดหวังว่าระบบเครือข่าย Intranet สามารถอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการติดต่อประสานงานกับบุคคลฝ่ายอื่นๆ ก็จะมีการใช้ ประโยชน์จากระบบเครือข่ายฯ ของบริษัทมาก ดังเช่นการที่พนักงานส่วนใหญ่คาดหวังว่าระบบ เครือข่าย Intranet ของบริษัทนั้น จะช่วยให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปได้ง่ายและ สะดวกขึ้น อยู่ในระดับมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากระบบเครือข่ายในการติดต่อประสานงานกับ ส่วนอื่นๆ มากเช่นกัน ซึ่งตรงกับแนวคิดของอรรถกร ปิลันธน์โอวาท (2533) ที่กล่าวถึงเรื่อง ผลประโยชน์ส่วนตน ที่เป็นการยากที่จะจำกัดลงไปว่าส่วนใดเป็นผลประโยชน์ส่วนตน และส่วนใด เป็นผลประโยชน์ส่วนรวม พนักงานแต่ละคนต่างก็มีความต้องการผลประโยชน์ส่วนตน และมี เป้าหมายที่แต่ละคนตั้งไว้และพยายามจะให้เกิดสัมฤทธิ์ผลต่างกันออกไป นอกจากนี้ ผลการวิจัย ครั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของปาล์มกรีน (Palmgreen, 1985) ที่ว่า การที่บุคคลจะค้นหาความ พึงพอใจจากสื่อหนึ่งๆ (รายการ, ชนิดของรายการ, เนื้อหาบางอย่าง, หรือสื่อทั้งสื่อ ฯลฯ) นั้น มา จากความเชื่อ (Beliefs) หรือความคาดหวัง (Expectations) ว่าสื่อชนิดนั้นมีคุณสมบัติเฉพาะ บางอย่างผสมผสานกับการประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะที่มีอยู่

ในสื่อ่นั้นเป็นแรงจูงใจ (Motives) ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน (Gratification Sought) ก่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะบริโภคสื่ออื่นๆ และหากการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ดังกล่าว ทำให้ได้รับความพึงพอใจ (Perceived Gratification Obtained) และผลนี้ก็จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อ หรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการดำเนินงานตามรูปแบบนี้ต่อไป

**จากสมมติฐานข้อที่ 6** ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า หากการที่พนักงานมีความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็จะมี ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ มากไปด้วย โดยค่าสหสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าอยู่ในระดับปานกลาง ความสัมพันธ์จึงอยู่ในระดับปานกลางด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปาล์มกรีน (Palmgreen, 1985) อีกเช่นกันที่ว่า การที่บุคคลจะค้นหาความพึงพอใจจากสื่อหนึ่งๆ (รายการ, ชนิดของรายการ, เนื้อหาบางอย่าง, หรือสื่อทั้งสื่อ ฯลฯ) นั้น มาจากความเชื่อ (Beliefs) หรือความคาดหวัง (Expectations) ว่าสื่อชนิดนั้นมีคุณสมบัติเฉพาะ บางอย่างผสมผสานกับการประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ่นั้นเป็นแรงจูงใจ (Motives) ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน (Gratification Sought) ก่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะบริโภคสื่ออื่นๆ และหากการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ดังกล่าว ทำให้ได้รับความพึงพอใจ (Perceived Gratification Obtained) และผลนี้ก็จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อ หรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการดำเนินงานตามรูปแบบนี้ต่อไป

โดยสรุปก็คือ การที่บุคคลจะพึงพอใจต่อสื่อใดๆ ก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องมีแรงจูงใจหรือมีความคาดหวังต่อสื่ออื่นๆ ก่อน นั้นย่อมหมายถึง ผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะนำไปสู่การบริโภคสื่อ และการได้รับความพึงพอใจตามมา ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

นอกจากนั้น งานวิจัยของรัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา (2540) พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการในด้านการให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และการให้บริการ ณ จุดรับบริการ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังสูง ก็จะมี ความพึงพอใจสูง ในขณะที่เดียวกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่ำ ก็จะมี ความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน

งานวิจัยของสุวรรณ มาศเมฆ (2540) พบว่า ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยต่อการดำเนินภารกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา

**จากสมมติฐานข้อที่ 7** การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หากพนักงานมีการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็จะมี ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ขึ้นด้วย โดยค่าสหสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองของแคทซ์และคณะ (Katz, 1974) ที่พบว่าสภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้บุคคลแต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป โดยที่ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันออกไปด้วย สำหรับงานวิจัยในครั้ง นี้ก็เช่นกัน เมื่อระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งเป็นสื่อที่ทรงประสิทธิภาพสูงและเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ เป็นที่นิยมใช้ในองค์กรต่างๆ อย่างแพร่หลาย พนักงานจึงเกิดความต้องการใช้ และเมื่อใช้แล้วก็มี ความพึงพอใจตามสมมติฐานทางสถิติที่ตั้งไว้

นอกจากนั้น งานวิจัยของหรรษา วงศ์ธรรมกุล (2541) เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ นักศึกษาที่มีการใช้ประโยชน์จากระบบเครือข่ายฯ มาก ก็จะมี ความพึงพอใจมาก และในทางกลับกัน หากนักศึกษามีการใช้ประโยชน์จากระบบเครือข่ายฯ น้อย ก็จะมี ความพึงพอใจน้อยลงไปด้วย

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. จากผลการศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีต่อการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ทำให้ทราบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีความคาดหวังว่าระบบเครือข่าย Intranet จะช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปได้ง่ายและสะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลาในการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับมาก รวมถึงมีความพึงพอใจในระบบ E-Mail ของบริษัทฯ ในระดับมากด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความนิยมในการใช้ระบบดังกล่าวที่มีแนวโน้มมากขึ้น แต่ประเด็นที่น่าสนใจ คือ ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการใช้ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากที่สุด คือ ปัญหาความล่าช้าของระบบเครือข่าย Intranet ในการรับ-ส่ง และ Download ข้อมูลและการจำกัดพื้นที่ในการส่ง / ถ่ายโอนข้อมูลรูปภาพ ที่เป็น File ขนาดใหญ่ รวมถึงระบบเครือข่ายที่ hang บ่อย ซึ่งส่งผลให้การสื่อสารมีความเร็วต่ำและทำให้พนักงานไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสารดังที่ได้คาดหวังไว้ ดังนั้นบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์จึงควรมีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบเครือข่าย Intranet อย่างต่อเนื่อง โดยควรปรับปรุงระบบฯ ให้มีความเร็วมากขึ้นเป็นลำดับแรก เพื่อลดปัญหาความล่าช้าในการใช้ระบบฯ และควรเพิ่มเนื้อที่ (Quota) ในการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูลให้มากขึ้น สำหรับผู้ปฏิบัติงานโดยตรง แทนการจำกัดเนื้อที่ตามตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนหามาตรการป้องกัน / รับมือกับปัญหาในระบบเครือข่ายที่เสียบ่อย ซึ่งจะช่วยให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนติดตั้งระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทฯ ที่ต้องอาศัยงบประมาณสูง นอกจากนี้ ช่วยให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการใช้ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายฯ มากยิ่งขึ้นด้วย

2. จากผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีการใช้ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อการติดต่อสื่อสารตลอดทั้งวัน (8.30-18.00) ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่า แนวโน้มการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานจะมีสูงขึ้นในอนาคต บริษัทฯ จึงควรมีการพัฒนาและดูแลความพร้อมของระบบเครือข่าย Intranet เพื่อให้สามารถรองรับการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า พนักงานส่วนใหญ่จะมีวิธีการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet จากเพื่อนร่วมงานเป็นหลัก ซึ่งส่งผลให้เพื่อนพนักงานเสียสมาธิและเสียเวลาในการทำงาน ดังนั้น บริษัทฯ จึงควรมีการจัดอบรมให้ความรู้พนักงานทุกระดับอย่างทั่วถึงและต่อเนื่องเกี่ยวกับวิธีการใช้ระบบเครือข่าย Intranet อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพร้อมและความคุ้นเคยแก่พนักงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา โดยในประเด็นนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้อย่างจริงจัง เพราะการให้ความรู้แก่พนักงานนั้น ไม่เพียงแต่จะช่วยให้ประโยชน์ในการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ แต่ยังเป็นการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรให้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ อาจจะมีการจัดทำสื่อที่เป็นเอกสาร / คู่มือฉบับกระเป๋ాแจกให้แก่พนักงานที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบฯ เพื่อให้คำปรึกษาและวิธีแก้ปัญหาเบื้องต้นเกี่ยวกับระบบเครือข่าย Intranet ด้วยตนเอง ซึ่งนอกจากจะช่วยให้พนักงานสามารถเรียนรู้และแก้ปัญหาต่างๆ บางอย่างได้ด้วยตนเองแล้ว ยังเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระของเจ้าหน้าที่ระบบฯ และแก้ปัญหาจำนวนเจ้าหน้าที่ระบบฯ ไม่เพียงพอได้ด้วย

3. จากผลการวิจัยในเรื่องการใช้ประโยชน์จากระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีการใช้ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง ไม่ว่าจะข่าวสาร, ประกาศเครือข่าย หรือระบบงานทั่วไป อยู่ในระดับมาก แต่ปรากฏว่า ข้อมูลข่าวสารในระบบเครือข่าย Intranet ขาดการ update ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ทำให้พนักงานไม่สามารถใช้ประโยชน์จากระบบเครือข่ายฯ เพื่อเป็นช่องทางในการรับรู้ข่าวสารได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบดูแลระบบเครือข่าย Intranet จึงควรมีการ update ข้อมูลข่าวสารในระบบฯ อยู่เสมอ รวมถึงควรเพิ่มเนื้อหาข่าวสารที่จะสามารถตอบสนองความพึงพอใจของพนักงานมากขึ้น เช่น ข่าวสารประจำวันทั่วไป ข่าวบันเทิง กีฬาที่น่าสนใจ หรือเรื่องราวที่กำลังเป็นประเด็นดังในสังคม นอกเหนือจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท



4. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญอีกอย่างหนึ่งของพนักงานที่ใช้ระบบเครือข่าย Intranet ได้แก่ การได้รับไวรัสคอมพิวเตอร์ ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพราะเป็นที่ทราบกันดีว่า ไวรัสคอมพิวเตอร์นั้น เมื่อเกิดขึ้นกับเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง ก็จะทำให้การลบไฟล์ข้อมูลต่างๆ ที่เก็บไว้ทั้งหมด ทำให้เกิดอุปสรรคแก่การทำงาน ซึ่งเรื่องนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนพนักงาน ต้องร่วมมือกันที่จะใช้คอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างระมัดระวัง ถ้าได้รับไฟล์ข้อมูลหรือรูปภาพที่ไม่แน่ใจว่าจะมีไวรัสหรือไม่ ก็ควรติดต่อให้เจ้าหน้าที่สำนักคอมพิวเตอร์ตรวจสอบก่อนที่จะ Download ลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ ในส่วนของเจ้าหน้าที่ดูแลระบบเครือข่ายฯ ควรมีการ Update ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับไวรัสคอมพิวเตอร์ในระบบฯ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ความรู้แก่พนักงานและเป็นการป้องกันการแพร่กระจายของไวรัสได้ในระดับหนึ่ง

5. จากงานวิจัยพบว่า พนักงานของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ใช้ระบบเครือข่าย Intranet ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีและสูงกว่า และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,000 – 20,000 บาท ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่าน่าจะเป็นผู้ที่เพิ่งจบการศึกษา และเป็นวัยที่เพิ่งเข้าสู่ชีวิตการทำงาน หรือทำงานมาได้ระยะหนึ่งแล้ว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการเรียนรู้ ยอมรับและปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น หากบริษัทฯ ต้องการเผยแพร่ข่าวสารหรือเทคโนโลยีประเภทอื่นที่ใกล้เคียงกับระบบเครือข่าย Intranet ก็อาจพิจารณาที่คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายแรก

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปที่มีหัวข้อคล้ายคลึงกัน มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวสารที่มีอยู่ในระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งจะสามารถนำมาช่วยในการพัฒนาการนำเสนอเนื้อหาของข่าวสารให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของพนักงานได้มากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์เพียงองค์กรเดียว จึงควรมีการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในองค์กรธุรกิจเอกชนอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร



3. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่าย Intranet เพียงสื่อเดียวเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบตัวแปรเหล่านี้กับสื่ออื่นๆ ในองค์กร โดยศึกษาว่าผลที่ได้รับของพนักงานที่มีต่อสื่ออื่น เหมือนหรือต่างกับสื่อระบบเครือข่าย Intranet เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงสื่อต่างๆ ในองค์กรให้ตรงกับความต้องการและการใช้ประโยชน์ของพนักงาน มากยิ่งขึ้น

4. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการสังเกตพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานโดยตรงด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น เพราะการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้เพียงแบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิด ซึ่งหากพนักงานไม่เข้าใจในคำถาม ก็อาจจะได้รับข้อมูลที่คลาดเคลื่อนได้

5. ควรมีการศึกษาแนวโน้มการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อทราบถึงความต้องการของหน่วยงานต่างๆ ในการใช้ประโยชน์จากบริการระบบเครือข่าย Intranet ในการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ทั้งนี้ เพื่อนำมาปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาของระบบให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.
- กาญจนา แก้วเทพ, ศิริชัย ศิริกายะ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- กาญจนา เขียววิทย์การ. พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- เกศรา ชั่งชวลิต. การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร. พลศาสตร์การสื่อสาร. นนทบุรี : มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531
- ครรชิต มาลัยวงศ์. ไอทีกับธุรกิจ แนวคิดและแนวทาง. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม, 2537.
- ชิบ จิตนิยม. ความต้องการข่าวสาร การให้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของ IBC. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- จิตติรัตน์ พุทธิสารชัย. พฤติกรรมกรรมการนำบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการทำงานของพนักงานในบริษัทร่วมทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- दनัย ห่วงบุญชัย. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ และสร้างความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหนังสือพิมพ์รายวัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

- ตรรกะ เทศศิริ. สถานภาพ ความคาดหวัง และผลของการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ถิรนนท์ อนุวิชาติวิวงศ์, พัทธนี เขยจรรยา และเมตตาฤทธิชัย. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เจริญผล, 2530.
- ธนิยา โปธานันท์. การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- น้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ. การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเวลาเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสาร. : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2539.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์ , 2538.
- ปัทมาวดี หล่อวิจิตร. ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง” ของผู้ชม : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ปิยนุช เกตกะโกมล. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรขนาดใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- พัชรี เขยจรรยาและคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอลโลการพิมพ์ (1988) จำกัด. 2538.
- พัชรารัตน์ พลศักดิ์. พฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารในหนังสือพิมพ์ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจ หลักสูตรผู้บริหารในเขต กรุงเทพมหานคร. : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- พีระ จิรโสภณ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531

- ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์. พฤติกรรมกรรมการสื่อสารในเชิงจิตวิทยาสังคม. เอกสารการสอนชุดวิชา  
พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร (หน่วยที่ 1-8). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,  
2531
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2542.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ทฤษฎี งานวิจัยและข้อเสนอแนะ  
ต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2528.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร, ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, วิภา อุดมฉันทน์ และสุกัญญา ตีระวนิช. คลื่นลูกที่ 3.  
กรุงเทพมหานคร, 2533
- รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา. ความคาดหวังของผู้รับบริการ และความพึงพอใจในงานบริการจากการ  
เปิดรับข่าวสารเชิง สัมพันธภาพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร :  
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- เรณู รัตนประเสริฐ. เทคโนโลยีสารสนเทศกับการแสวงหาข่าวสารของนักลงทุนในตลาด  
หลักทรัพย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2538.
- เววดี คงสุภาพกุล. การใช้ระบบอินเตอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ลดาวัลย์ ไทยธัญญพานิช. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาด  
หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์. ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั่วไปกับการ  
เปิดรับสื่อวารสารสนเทศของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การใช้โปรแกรม SPSS for Windows และการแปรผลการวิเคราะห์ : พิมพ์ครั้งที่ 4.  
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล, 2545.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช  
จำกัด, 2541.
- วิญฉัตร สุทธิวิเศษ. ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ความพึงพอใจ ขวัญและกำลังใจในการ  
ทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม : วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สมนึก คีรีโต สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ และสมชาย นำประเสริฐชัย. เปิดโลกอินเทอร์เน็ต.

กรุงเทพมหานคร : บริษัทซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน), 2538.

สวณิต ยมาภัยและระวีวรรณ ประกอบผล. แบบจำลองการสื่อสารสำหรับการสื่อสารมวลชน : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

สุจินดา กิจการเจริญสิน. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ของผู้ใช้บริการระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

สุปราณี จริยะพร. ความคิดเห็นและการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

สุภาพงศ์ ระรวยทรง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะติดต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สุวรรณ มาศเมฆ. ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยต่อการดำเนินภารกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

เสกสรร สายสีสอด. การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา อาจารย์ และผู้บริหารสถาบันราชภัฏอุดรธานี : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

หรรษา วงศ์ธรรมกุล. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

อรพิน จีรวัดมนศิริ. การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

อรวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท และคณะ. เทคโนโลยีสารสนเทศและบทบาทในการพัฒนาสังคมไทย. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

อรัญญา ม้าลายทอง. การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทล็อกซเลย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

อัญชญา บุญเรือง. การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหญิงและชายในองค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อำไพศรี โสประทุม. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับสื่อคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K. Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking.  
Public Opinion Quarterly 36, 1973.

Atkin, David, Jeffres Leo and Neuendorf Kimberly, "Understanding Internet Adoption as  
telecommunication Behavior," Journal of Broadcasting & Electronic Media 42  
1998

Becker, Lee B. "The Measurement of Gratifications". In Communication Research  
Publication Vol.6., 1979

Berlo, David K. The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice.  
New York : Holt, Rinehart and Winston , 1960.

Blumer, Jay G. "The Social Character of Media Gratification". In Media Gratifications  
Research : Current Perspectives. Beverly Hills : Sage 1985.

Dominick, Joseph R., The Dynamics of Mass Communication. Fourth Edition.(n.p.), 1993

Fishbein, M., "An Investigation of The Relationships between Beliefs about An Object  
and The Attitude Toward An Object". In Philip Palmgreen, Lawrence A. Wenner  
and J.D. Rayburn, 1981.

Herzog, Herta. In Bradley S. Greenberg. In Jay G. Blumber and Elihu Katz ; The Use of  
Mass Communications : Current Perspective on Gratifications Research.  
Beverly Hills : Sage 1974.

Katz, E. , J.G. Blumber, and M. Gurevitch. "Utilization of Mass Communications by the  
Individual" In The Uses of Mass Communication : Current Perspectives on  
Gratification Research. Beverly Hills : Sage 1973.

- Kippax, Susan and Murray John P. "Using The mass Media Need Gratification and Perceived Utility". In Communication Research Publication Vol.7 Nc., 1980
- Leung Louis and Wei Ran. "Factors Influencing the Adoption of Interactive TV in Hong Kong," Asian Journal of Communication 2 1998
- McCombs, M.E. and L.E. Becker. Using Mass Communication Theory. 3<sup>rd</sup> ed. Wiltshire : the Cromwell Press, 1994.
- McQuail, Denis. Mass Communication Theory : An Introduction. Publications London, Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi, Sage 1992.
- Merrill, John C. and Lowenstein. Ralph L. Media Message and Man. New Perspect in Communication  
New York : David McKay Company, 1971.
- Palmgreen, Philip, "Uses and Gratification : A Theoretical Perspective". In Stephen W. Littlejohn, Theories of Human Communication, 1981
- Palmgreen, Philip and J.D. Rayburn. "An Expectancy-Value Approach to Media Gratification". In Media Gratifications Research : Current Perspectives. Beverly Hills : Sage 1985.
- Palmgreen, Philip and J.D. Rayburn. "Gratification Sought and Media Exposure An Expectancy Value Model", 1985.
- Palmgreen, Philip and J.D. Rayburn. "Merging Uses and Gratifications and Expectancy-Value Theory". In Communication Research and International Quarterly. October 1984.

Rogers, E.M. The Innovation-Decision Process in Diffusion of Innovation. New York : The Free Press, 1983.

Rosengren, Karl Eric. "Uses and Gratifications : A Paradigm Outlined". In The Used of Mass Communications : Current Perspective on Gratifications Research. Beverly Hills : Sage 1974.

Schramm, Wilbur. Channels and Audiences. In Handbook of Communication. Chicago : Rand Menelly College Publishing, 1973.

Suchman, In Walter Philips Davison, "Praeger special studies in international politics and government". In Mass Communication Research. 2<sup>nd</sup> Copyright (USA : Praeger Pulishers, Inc., 1975)

Wenner, Lawrence A. "The Nature of News Gratifications". In Media Gratifications Research : Current Perspectives. Beverly Hills : Sage 1985.

Yamane, Taro. Statistics : An Introductory Analysis. Tokyo Harper International Edition, 1973.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

--	--	--	--

## แบบสอบถาม

**เรื่อง** “พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์”

**คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อการศึกษาในระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยต้องการทราบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษาและการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น ดังนั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ทุกข้อตามความเป็นจริง ทั้งนี้ คำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและการวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการศึกษาในภาพรวม มิได้ศึกษาเฉพาะรายบุคคล

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลเกี่ยวกับ “ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร” (มีคำถาม 7 ข้อ)

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง [ ] หน้าข้อความของคำตอบที่ท่านเลือก

1. เพศ

- [ ] 1. ชาย [ ] 2. หญิง

2. อายุ

- [ ] 1. 20 - 30 ปี [ ] 2. 31 - 40 ปี  
[ ] 3. 41 - 50 ปี [ ] 4. 51 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดที่จบ

- [ ] 1. มัธยมศึกษา , ปวช. [ ] 2. อนุปริญญา , ปวส. , ปวท.  
[ ] 3. ปริญญาตรี [ ] 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ของท่านเฉลี่ยต่อเดือน

- [ ] 1. ไม่เกิน 10,000 บาท [ ] 2. 10,001 - 20,000 บาท  
[ ] 3. 20,001 - 30,000 บาท [ ] 4. 30,001 - 40,000 บาท  
[ ] 5. 40,001 - 50,000 บาท [ ] 6. 50,000 บาท ขึ้นไป

5. ตำแหน่งงานของท่าน

- [ ] 1. ระดับปฏิบัติการทั่วไป [ ] 2. ระดับผู้ช่วยผู้จัดการแผนก - ผู้จัดการแผนก  
[ ] 3. ระดับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย - ผู้จัดการฝ่าย [ ] 4. อื่นๆ (โปรดระบุ \_\_\_\_\_)

6. อายุงานของท่าน

- [ ] 1. น้อยกว่า 5 ปี [ ] 2. 5 - 10 ปี  
[ ] 3. 11 - 15 ปี [ ] 4. 16 - 20 ปี  
[ ] 5. 21 - 25 ปี [ ] 6. 26 - 30 ปี  
[ ] 7. มากกว่า 30 ปี

## 7. กลุ่ม / สายงานที่ท่านสังกัดอยู่

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และเคมีเกษตร | <input type="checkbox"/> 2. กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ |
| <input type="checkbox"/> 3. กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม               | <input type="checkbox"/> 4. กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม            |
| <input type="checkbox"/> 5. กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ           | <input type="checkbox"/> 6. กลุ่มอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ         |
| <input type="checkbox"/> 7. กลุ่มธุรกิจการค้าและการจัดจำหน่าย        | <input type="checkbox"/> 8. กลุ่มธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม |
| <input type="checkbox"/> 9. กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมี                     | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ โปรดระบุ _____           |

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับ “พฤติกรรมกรรสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet)” (มีคำถาม 6 ข้อ)  
โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง [ ] หน้าข้อความของคำตอบที่ท่านเลือก

## 8. ท่านใช้บริการระบบเครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet) ของบริษัท มาเป็นระยะเวลาเวลานานเท่าใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 6 เดือน    | <input type="checkbox"/> 2. 6 เดือน – 1 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. มากกว่า 1 ปี - 2 ปี | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 2 ปี   |

## 9. ท่านใช้บริการระบบเครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet) บ่อยครั้งเพียงใด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. นานๆ ครั้ง        | <input type="checkbox"/> 2. 1 - 2 ครั้ง / สัปดาห์   |
| <input type="checkbox"/> 3. 3 ครั้ง / สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 4. 4 ครั้ง / สัปดาห์       |
|   | <input type="checkbox"/> 5. 5 ครั้งขึ้นไป / สัปดาห์ |

## 10. เวลาโดยเฉลี่ยในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet) ในแต่ละครั้งของท่าน

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 30 นาที / ครั้ง                  | <input type="checkbox"/> 2. 31 นาที – 1 ชั่วโมง / ครั้ง               |
| <input type="checkbox"/> 3. มากกว่า 1 ชั่วโมง - 1 1/2 ชั่วโมง / ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 1 1/2 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง / ครั้ง |
|   | <input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 2 ชั่วโมง / ครั้ง                 |

## 11. ช่วงเวลาที่ท่านใช้บริการระบบเครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet) มากที่สุด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 8.30 – 12.00 น. | <input type="checkbox"/> 2. 13.00 – 18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 3. 8.30 – 18.00 น. |  |

## 12. ท่านเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet) จากที่ได้

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. การฝึกอบรม / สัมมนาของบริษัท | <input type="checkbox"/> 2. หนังสือ วารสาร                    |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อนร่วมงาน                | <input type="checkbox"/> 4. เรียนรู้ด้วยตนเองจากคำแนะนำหน้าจอ |
|  | <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ โปรดระบุ _____              |

## 13. ท่านใช้บริการระบบเครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet) เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้ใดบ่อยที่สุด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อนร่วมงาน                    | <input type="checkbox"/> 2. ผู้บังคับบัญชา / เจ้านาย |
| <input type="checkbox"/> 3. ลูกค้า (บริษัทในเครือฯ เดียวกัน) | <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ โปรดระบุ _____     |



**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับ “ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet” (มีคำถาม 11 ข้อ) ท่านคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Intranet) เพียงไร โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลง ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ความคาดหวังต่อประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้ง่ายและสะดวกขึ้น					
2. ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้รวดเร็วขึ้น					
3. ช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
4. ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร					
5. ช่วยประหยัดเวลาในการติดต่อสื่อสาร					
6. ช่วยเสริมทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ					
7. ช่วยเสริมทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์					
8. ช่วยสร้างหรือธำรงรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน					
9. ช่วยยกระดับระบบการประสานงานของบริษัทฯ					
10. ช่วยให้ได้รับข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ ที่ถูกต้องเชื่อถือได้					
11. ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน					

**ส่วนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับ “การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet” (มีคำถาม 13 ข้อ) ท่านใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Intranet) มากน้อยเพียงใดในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้ โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลง ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

การใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	ระดับการใช้ประโยชน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ใช้เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ					
2. ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน/เจ้านาย					
3. ใช้ในการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล					
4. ใช้ในการติดตามข่าวคราวความเคลื่อนไหว/กิจกรรมของกลุ่มบริษัทในเครือฯ					
5. ใช้เพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับสินค้า / บริการใหม่ๆ ของกลุ่มบริษัทในเครือฯ					
6. ใช้ในการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่					
7. ใช้ในการค้นหารายชื่อพนักงานในเครือฯ/ชื่อบริษัทที่สังกัด/เบอร์โทรศัพท์					
8. ใช้เพื่อให้มีข้อมูลไว้แลกเปลี่ยนความเห็นกับเพื่อนร่วมงาน					

9. ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนงานต่างๆ					
10. ใช้เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์					
11. ใช้เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตัวท่านเอง					
12. ใช้เพื่อทำให้เกิดการศึกษาคอมพิวเตอร์ด้วยตัวท่านเอง					
13. ใช้เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือคลายเครียด					

**ส่วนที่ 5** คำถามเกี่ยวกับ “ความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet” (มีคำถาม 12 ข้อ)

จากการใช้บริการระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทฯ ท่านรู้สึกพึงพอใจมากน้อยเพียงใด ในสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง [ ] หน้าข้อความของคำตอบที่ท่านเลือก

ความพึงพอใจที่ได้รับจากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความพึงพอใจในระบบ E-Mail					
2. ความพึงพอใจในระบบการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล					
3. ความพึงพอใจในรูปแบบและลักษณะการนำเสนอของระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทฯ					
4. ความพึงพอใจในเนื้อหาสาระ/ข่าวสาร/กิจกรรมต่างๆของบริษัท ผ่านทางระบบเครือข่าย Intranet					
5. ความพึงพอใจในความสะดวกรวดเร็วของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทฯ					
6. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งมีความสอดคล้องกับวิธีการทำงานของท่านในปัจจุบัน					
7. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบริษัท ให้ดีมากยิ่งขึ้น					
8. ความพึงพอใจในการได้รับความคล่องตัวในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานผ่านระบบเครือข่าย Intranet					
9. ความพึงพอใจในการรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตัวท่านเองผ่านทางระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทฯ					
10. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในการปฏิบัติงาน					
11. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถของท่านเพิ่มมากขึ้น					
12. ความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet เพื่อการพักผ่อนหรือคลายเครียด					

**ส่วนที่ 6** คำถามเกี่ยวกับ “ปัญหาการการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet” (มีคำถาม 2 ข้อ)

โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับปัญหา / อุปสรรคจากการใช้บริการระบบเครือข่าย Intranet ของบริษัทฯ ตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ ตามหัวข้อต่อไปนี้

**ปัญหา**

- หากท่านมีปัญหา / อุปสรรคในการใช้ระบบเครือข่าย Intranet กรุณาระบุให้ชัดเจน

.....

.....

.....

**ข้อเสนอแนะ**

- หากท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเนื้อหาสาระ รูปแบบการนำเสนอหรือบริการใดๆ ในระบบเครือข่าย Intranet กรุณาระบุให้ชัดเจน

.....

.....

.....

\*\*\*\*\*ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม\*\*\*\*\*

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวศุภนาฏ บัวบางพลู เกิดเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2520 สำเร็จการศึกษา  
ระดับปริญญาตรีสาขาสื่อสารมวลชน จากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อปี  
การศึกษา 2543 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ  
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2545 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง  
เจ้าหน้าที่บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ บริษัทเอ็กเซล (ประเทศไทย) จำกัด



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย