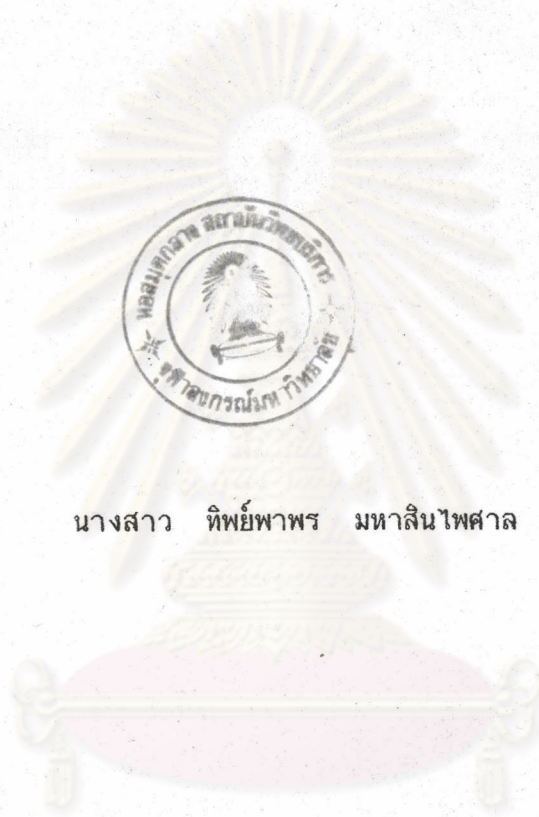


การศึกษา ความคิดเห็น พฤติกรรมการใช้ประโยชน์
และความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจ



นางสาว ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล

ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2535


ISBN 974 - 581 - 062 - 2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

018136

115221453

A STUDY OF OPINION, USAGE BEHAVIOUR AND GRATIFICATION TO
FACIMILE IN BUSINESS SECTOR



MISS TIPPAPORN MAHASINPAISAN

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Public Relations
Graduate School
Chulalongkorn University

1991

ISBN 974 - 581 - 062 - 2

ทิพย์พาร มหาลินไพศาล : การศึกษา ความคิดเห็น พฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความ
พึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจ (A STUDY OF OPINION, USAGE
BEHAVIOUR AND GRATIFICATION OF FACIMILE IN BUSINESS SECTOR) อ.ที่ปรึกษา
: ผศ.ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 116 หน้า. ISBN 974-581-062-2

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความคิดเห็นพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อระบบการ
สื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจ โดยศึกษาจากหน่วยงานธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร สุ่ม
ตัวอย่างศึกษา 214 หน่วยงาน และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ใช้การทา
ค่าร้อยละ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ด้วย
วิธี LSD และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักธุรกิจในประเทศธุรกิจที่มีความแตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่มีต่อ
ระบบสื่อสารทางโทรสารแตกต่างกัน โดยกลุ่มธุรกิจประเภทการเงินและธุรกิจประเภทนำเข้าส่งออก
มีความแตกต่างกันเป็นรายคู่กับธุรกิจประเภทบริหาร 2) ธุรกิจที่มีปริมาณการใช้โทรสารที่แตกต่างกันจะมี
ความคิดเห็นต่อระบบสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจแตกต่างกัน โดยมีกลุ่มปริมาณการใช้โทรสาร
80 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป และกลุ่ม 71-80 เปอร์เซ็นต์ มีความแตกต่างกับกลุ่มปริมาณการใช้ที่ต่ำกว่า 50
เปอร์เซ็นต์ 3) ปริมาณการใช้โทรสารของหน่วยงานธุรกิจ ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อระบบ
สื่อสารทางโทรสารแตกต่างกัน โดยมีกลุ่มปริมาณการใช้โทรสารกลุ่มที่ 80 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไปที่มีความ
แตกต่างกับกลุ่มปริมาณการใช้ที่ต่ำกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ 4) ความคิดเห็นที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสาร
มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสารในเชิงบวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
กล่าวคือ หน่วยงานธุรกิจที่มีความคิดเห็นในเชิงบวกสูงจะมีความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารสูงด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
นิเทศศาสตร์พัฒนา
สาขาวิชา
2534
ปีการศึกษา

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

C350787 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : OPINION/USAGE/GRATIFICATION/FACIMILE/BUSINESS

TIPPAPORN MAHASINPAISAN : A STUDY OF OPINION, USAGE BEHAVIOUR AND
GRATIFICATION TO FACIMILE IN BUSINESS SECTOR. THESIS ADVISOR :
ASSO.PROF.YUROL BENJARONGKI, Ph,D. 116 PP. ISBN 974-581-062-2

The purpose of this research is to study opinion, usage behaviour and gratification of facimile in business sector. The subjects of the study are 214 business firms in Bangkok. The data were collected by using questionnaire form and were analyzed by percentage, One-way Analysis of Variance, LSD-test and Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation.

The results of this research are as follows: (1) Opinions towards facimile vary among different types of business. Significant differences were found between finance group and import-export group and also between finance group and service group. (2) Opinions towards facimile vary among those who use it at different quantities. Difference in opinions towards facimile was found between group with facimile usage over 80 percent and the under 50 percent group and also between the group with 70-80 percent usage and the under 50 percent group. (3) Gratification of facimile varies among groups with different usages, i.e. the group with usage over 80 percent and the under 50 percent group. (4) Gratification of facimile varies among groups with different opinion towards facimile.



ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนา
ปีการศึกษา 2534

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพราะได้รับความสนับสนุน และความช่วยเหลือจากบุคคลหลายฝ่าย คือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ซึ่งได้กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และได้สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำข้อคิดเห็น ตลอดจนตรวจแก้ไขการเรียบเรียงวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ อุดลารณ ปิติพัฒนะโฆษิต เป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์

ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ เป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และให้คำแนะนำแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลและแก้ไขเรียบเรียงวิทยานิพนธ์

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอกราบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
รายการตารางประกอบ.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	8
ปัญหาในการวิจัย.....	8
สมมติฐานของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2. ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
3. ระเบียบวิธีการวิจัย	
รูปแบบในการวิจัย.....	26
ประชากร.....	26
กลุ่มตัวอย่าง.....	26
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	28
เครื่องมือการวิจัย.....	29
การหาความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	30
การรวบรวมข้อมูล.....	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
การเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อการวิเคราะห์.....	32
การประมวลผลข้อมูล.....	34
4. ผลการวิจัย.....	35
5. บทสรุป	
สรุปผลการวิจัย.....	91
อภิปรายผล.....	96
ข้อเสนอแนะ.....	100
บรรณานุกรม.....	102
ภาคผนวก.....	106
ประวัติผู้เขียน.....	116

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. จำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทธุรกิจ.....	37
2. จำนวนและร้อยละ จำแนกตามขนาดธุรกิจ.....	38
3. จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเครือข่ายธุรกิจ.....	39
4. จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาของการนำโทรสารมาใช้.....	41
5. จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจำนวนเครื่องโทรสารในหน่วยงานธุรกิจ.....	42
6. จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการเปิดเครื่องรับ-ส่งโทรสารต่อวัน.....	43
7. จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปริมาณการใช้โทรสารต่อวันเมื่อเทียบกับ สื่ออื่น ๆ ในหน่วยงาน.....	44
8. จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของการใช้โทรสารติดต่อ ปลายทางกรุงเทพ.....	45
9. จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของการใช้โทรสารติดต่อ ปลายทางต่างจังหวัด.....	46
10. จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของการใช้โทรสารติดต่อ ปลายทางต่างประเทศ.....	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของกลุ่มประเภทข้อมูล ที่ใช้กับโทรสารที่เป็นข้อความทางธุรกิจ.....	49
12.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของกลุ่มประเภทข้อมูล ที่ใช้กับโทรสารที่เป็นภาพถ่าย ลายเซ็น.....	50
13.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของกลุ่มประเภทข้อมูล ที่ใช้กับโทรสารที่เป็นแผนที่แผนภูมิ.....	51
14.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของประเภทข้อมูล ที่ใช้กับโทรสารที่เป็น สกิดิ ตัวเลข.....	52
15.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของประเภทข้อมูล ที่ใช้กับโทรสารที่เป็นข้อความทั่วไป.....	53
16.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของการใช้คอมพิวเตอร์.....	55
17.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของการใช้โทรสาร.....	56
18.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของการใช้จดหมาย.....	57
19.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของการใช้พนักงานเอกสาร.....	58
20.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อภาพพจน์.....	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
21.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบ....	61
22.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อรับ-ส่งข่าวสาร....	62
23.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อความรวดเร็ว.....	63
24.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อความประหยัด.....	64
25.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสาร.....	67
26.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสาร.....	71
27.	แสดงปริมาณการใช้โทรสารต่อวัน จำแนกตามประเภทธุรกิจ.....	75
28.	แสดงปริมาณการใช้โทรสารต่อวัน จำแนกตามขนาดธุรกิจ.....	76
29.	แสดงความคิดเห็นของหน่วยงานธุรกิจ จำแนกตามประเภทธุรกิจ.....	77
30.	แสดงความคิดเห็นของหน่วยงานธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจ.....	78
31.	แสดงความพึงพอใจของหน่วยงานธุรกิจ จำแนกตามประเภทธุรกิจ.....	79
32.	แสดงความพึงพอใจของหน่วยงานธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจ.....	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
33. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อระบบ สื่อสารทางโทรสารระหว่างกลุ่มประเภทธุรกิจที่ต่างกัน.....	82
34. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสารระหว่าง ขนาดธุรกิจที่ต่างกัน.....	84
35. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสารระหว่าง เครือข่ายธุรกิจ.....	85
36. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความ แตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อระบบโทรสาร ระหว่างกลุ่มปริมาณการใช้ที่ต่างกัน.....	86
37. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อระบบสื่อสาร โทรสารระหว่างกลุ่มปริมาณการใช้ต่างกัน.....	88
38. ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นกับความพึงพอใจที่มี ต่อระบบสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจ.....	90